

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas dirigidas a EF de sus usuarios?	x	
EXPLICACION: Interbank ha priorizado el uso de medios digitales para enfocar sus esfuerzos de educación financiera hacia sus clientes. Estas acciones se han orientado a brindar información sobre nuestros productos y servicios a través de los canales propios del banco: Interbank TV, Redes Sociales, Web, así como medios externos de comunicación como la prensa y el e mail marketing.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa impulsa iniciativas de EF?	x	
EXPLICACION: Interbank ha definido como enfoque estratégico acompañar a nuestros clientes en el correcto uso de los productos, servicios y canales de atención del banco. En el 2018, implementamos Smart, una iniciativa digital del Interbank App. Es una funcionalidad que permite contar con un reporte mensual de gastos, clasificarlos por rubros y hacer comparativas con otros meses. Es una iniciativa disponible para cualquier tarjeta y acompaña a nuestros clientes como un "coach financiero". Asimismo, Interbank ha desarrollado un blog que periódicamente comparte contenidos educativos sobre salud financiera, así como de educación sobre productos y servicios del banco.		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en EF en los usuarios? Explique cuáles son sus indicadores de impacto.	x	
EXPLICACION: Contamos con indicadores que miden el impacto de las iniciativas de educación financiera en medios digitales y en el App Interbank. Estos están relacionados con porcentaje de contenidos leídos, compartidos y consultados, número de temáticas más vistas y número de usuarios de iniciativas implementadas en Interbank App.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa capacita a sus colaboradores en EF?	x	
EXPLICACION: Como parte del programa de inducción a nuevos colaboradores de nuestros canales de atención, realizamos una capacitación sobre los principales conceptos del sistema financiero. Adicionalmente, se realizan refuerzos periódicos a los canales según las necesidades de información que detectamos en nuestros clientes. En el primer trimestre del 2018, Interbank desarrolló un programa de salud financiera dirigido a Gerentes de Tiendas dirigido a brindar herramientas para las finanzas personales, el ahorro y la planificación del dinero.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	x	
EXPLICACION: Interbank cuenta con canales de comunicación para recibir consultas de clientes y usuarios sobre sus servicios y productos. En ese sentido, Interbank atiende estos requerimientos a través de su Banca Telefónica, Redes Sociales, Tiendas Financieras y web. Adicionalmente, en www.interbank.pe ponemos a disposición nuestro canal ético y un buzón de pedidos, reclamos, sugerencias y consultas que nos ayuden en la mejora de la experiencia de servicio.		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza porque el usuario comprenda las características y condiciones de sus productos o servicios contratados?	x	
EXPLICACION: Interbank desarrolla diversas iniciativas de educación financiera presencial y de asesoría virtual a fin de asegurar la correcta comprensión sobre las características de sus productos y servicios. En nuestra sección Blog en www.interbank.pe compartimos contenidos educativos sobre nuestros productos y la conveniencia para su uso. A través de nuestros canales ponemos a disposición de clientes y no clientes información de nuestros productos y servicios (beneficios, riesgos y condiciones), así como los documentos contractuales, tarifarios, formulas, ejemplos entre otros.		

Pregunta 7

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos de revisión y control de la claridad de la información antes de difundir su publicidad?	x	
EXPLICACION: Toda comunicación parte de un proceso de elaboración y revisión por parte de la División de Marca y Comunicación a fin de asegurar el cumplimiento del objetivo de comunicación y validación del mismo A través de testeos previos con potenciales usuarios y actuales clientes.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	x	
EXPLICACION: Todas nuestras comunicaciones cuentan con los lineamientos de autorregulación establecidos. Estos también son compartidos con nuestros partners involucrados en los procesos de comunicación.		

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por medir la comprensión de la información que brinda a sus usuarios?	x	
EXPLICACION: Claridad de la información e información fácil de entender son atributos/variables que medimos en varios de nuestros estudios de mercado.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	x	
EXPLICACION: En Interbank nos preocupamos por promover la cultura de la mejora continua y existen diversas áreas especializadas en el rediseño de la experiencia del cliente. En tal sentido, en Interbank gestionamos proyectos estratégicos enfocados en optimizar los procesos y la experiencia de los usuarios en nuestros canales de atención. Asimismo, continuamente las áreas de negocio revisan sus procesos enfocados a mejorar el servicio ofrecido.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención que facilitan la relación y son convenientes para el usuario?	x	
EXPLICACION: Interbank cuenta con canales de atención digitales que permiten acompañar a nuestros usuarios en todo momento y en todo lugar. Con Interbank App facilitamos a nuestros clientes la posibilidad de realizar no sólo operaciones a cualquier hora del día sino que, además, puede acceder a servicios de autoatención como bloqueo de tarjetas, pase a cuotas, uso de tarjetas en otros países, entre otros. Adicionalmente, ponemos a disposición de nuestros usuarios canales asistidos: red de tiendas, banca por teléfono, agentes, redes sociales, ejecutivos asesores, entre otros; y canales no asistidos: cajeros automáticos, banca por internet, Interbank APP, entre otros.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	x	
EXPLICACION: Interbank prioriza la capacitación de sus colaboradores como enfoque estratégico para brindar un servicio amable y amigable. Las verificaciones del servicio brindado se realizan sistemáticamente la calidad de la atención que se le brinda al usuario en sus diferentes canales de atención y mide también el grado de su satisfacción. Se utilizan diversas técnicas como visitas de cliente incógnito, monitoreo de calidad de las llamadas recibidas y salientes, entre otros.		

Pregunta 13

	SI	NO
¿Durante la atención al usuario, la empresa realiza esfuerzos para que sus colaboradores y los subcontratados ofrezcan un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	x	
EXPLICACION: Interbank cuenta con un modelo de atención que define y promueve una atención ágil, amigable y un trato igualitario para todas las personas que son atendidas en nuestros canales de atención.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende los reclamos propiciando mantener una buena relación con el usuario?	x	
EXPLICACION: Contamos con políticas internas de servicio que propician las buenas relaciones con nuestros clientes y aún no clientes. Adicionalmente, apuntamos a resolver rápidamente los reclamos en un tiempo oportuno.		

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	x	
EXPLICACION: De acuerdo a la G-184-2015 y el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado, en Interbank más allá de lo que indique la norma, vemos cada reclamo como una oportunidad para fortalecer la relación con nuestros clientes brindando respuestas que atiendan las dudas sobre los puntos reclamados independientemente de la resolución.		

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar sus productos y servicios?	x	
EXPLICACION: Constantemente la División de Experiencia del Cliente comparte información con áreas estratégicas internas responsables de la gestión comercial de productos y servicios a fin de identificar oportunidades de mejora de procesos y calidad de información.		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	x	
EXPLICACION: Interbank desarrolla una estrategia de negocio con visión cliente dirigida a mejorar la experiencia y atender las necesidades financieras de usuarios y clientes.		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	x	
EXPLICACION: Constantemente motivamos las ventas a través de nuestros diferentes canales en base a nuestros valores de Integridad y Pasión por el servicio. Asimismo, utilizamos la información de reclamos como fuente de información que permita reforzar los conocimientos, procesos y protocolos con los que cuentan nuestros colaboradores.		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	x	
EXPLICACION: Brindamos Información a través de nuestros diferentes canales como https://interbank.pe/ , banca telefónica, Interbank App además de horario extendido en nuestra red de tiendas.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	x	
EXPLICACION: Nuestros clientes pueden cancelar y/o anular los productos a través de canales convenientes, desde nuestra Banca Telefónica y la red de Tiendas.		

SEGURIDAD

Pregunta 21

	SI	NO
¿La empresa pone a disposición de los usuarios recomendaciones sobre el uso seguro de los productos y servicios que ofrece?	x	
EXPLICACION: A través de la sección "Tu seguridad ante todo" de nuestra página web, se brinda a nuestros clientes información relevante y preventiva sobre los tipos de fraude que existen y de qué manera deben proceder para protegerse de los mismos. Adicionalmente, en la mayor parte de nuestras comunicaciones, así como en los kits de bienvenida de nuestros productos, se brindan tips de seguridad importantes. Finalmente, se capacita constantemente en temas de prevención de fraude, a todos los colaboradores que realizan actividades de atención al cliente, a fin de que puedan orientarlos correctamente en el uso seguro de los productos y servicios del banco.		

Pregunta 22

	SI	NO
¿La empresa verifica la efectividad de sus medidas de seguridad física en sus oficinas y mecanismos de prevención de fraude?	x	
EXPLICACION: En el caso de seguridad física, las medidas que adoptamos están reguladas por el Comité de Requisitos Mínimos de Seguridad (SUCAMEC-BCR-SBS); nuestras tiendas cumplen con los estándares en cuanto al atesoramiento del efectivo, control y monitoreo de las bóvedas, seguridad electrónica, sistemas de Circuito Cerrado de Televisión. Interbank cuenta con un área especializada en Gestión de Prevención del Fraude, que se encarga de establecer las políticas y mecanismos de prevención para proteger a nuestros clientes, asimismo brinda educación continua a nuestros colaboradores en temas de prevención de fraude y en coordinación con nuestras áreas internas, también educa a los clientes en estos temas.		