



INFORME FINAL

Materialidad y
Diálogo con
Grupos de Interés

Contenido

01. Materialidad

- Concepto
- Beneficios

02. Consultoría

- Objetivos
- Etapas
- Metodología

03. Análisis del sector

- Benchmarking
- Fuentes para la definición de materialidad

04. Cadena de valor e impactos

- Temas materiales (preliminares)

05. Grupos de interés

- Actores
- Mecanismos de diálogo
- Percepciones y expectativas

06. Temas materiales

- Descripción de la materialidad
- Matriz de indicadores

07. Programas de responsabilidad social

- Listado de alternativas a desarrollar.



Materialidad

La materialidad: qué es y para qué sirve

La materialidad se refiere a aquellos aspectos e indicadores que reflejen los **impactos social, ambiental y económicamente significativos** de la organización o a aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

En ese sentido, la materialidad responde a:

- ¿Qué es lo que realmente interesa?
- ¿A quién le interesa, y cuánto?
- ¿Cómo lo gestionamos?

La materialidad: beneficios

Alinea a los líderes en una cultura de gestión sostenible.

Define asuntos significativos a gestionar y reportar.

Recoge expectativas y percepciones de los grupos de interés.

Establece las prioridades en gestión

Focaliza el reporting de sostenibilidad

Realizar un buen análisis de materialidad es uno de los requisitos fundamentales para elaborar un reporte de sostenibilidad según la versión G4 de la GRI, pero también es de gran utilidad para focalizar y formular estrategias de responsabilidad social con valor agregado y en el marco de la sostenibilidad de la empresa.



Consultoría

Objetivos del Banco de la Nación

El Banco de la Nación (BN) establece dentro de su Plan Estratégico (2013 – 2017) como objetivo estratégico 1, aumentar el valor económico y valor social generado para el Estado y el Ciudadano y asociado a ello se plantea mejorar la gestión de la responsabilidad social empresarial. En ese sentido, el BN solicitó desarrollar lo siguiente:

- **Elaboración de herramientas de gestión en materia de Responsabilidad Social.**
- **Identificación de temas materiales para el Banco de la Nación partiendo de la cadena de valor.**
- **Elaboración e implementación de mecanismos de participación de los grupos de interés del Banco de la Nación para el desarrollo de estrategias de valor compartido.**
- **Determinar indicadores de desempeño del Banco de la Nación, en materia de Responsabilidad Social.**

Etapas y metodología aplicada

¿Qué se hizo?

1

Definición de los impactos positivos y negativos económicos, sociales y ambientales en la cadena de valor del BN

2

Priorización de temas relevantes a partir de la identificación de impactos positivos y negativos

3

Identificación y priorización de grupos de interés

4

Definición e implementación de mecanismos de diálogo

5

Identificamos los aspectos materiales en base a la priorización de 2 ejes de evaluación: relevancia para la empresa y expectativas de los grupos de interés.

¿Cómo se hizo?

- Reunión con Áreas Clave
- Video-Conferencias con las Macro-Regiones
- Validación con Gerencias
- Revisión de información secundaria.
- Revisión de información interna: Planes estratégicos, Mapa de grupos de interés, Memorias anuales, otros.
- Uso de criterios de probabilidad y ocurrencia
- Definir los grupos de interés impactados y/o relacionados con los temas relevantes.
- Aplicación de metodología poder - interés.
- Recojo de información en Lima, Arequipa, Huancayo, Trujillo, Cusco, Piura y Loreto.
- Aplicación de entrevistas a profundidad, entrevistas grupales y encuestas aleatorias

Resultado:

Matriz de materialidad con 9 aspectos materiales



Análisis del sector

Benchmarking: oportunidades para la gestión

Se utilizó la técnica del benchmarking para buscar los referentes, las buenas prácticas y las tendencias de empresas que se encuentren dentro del sector financiero. Esto con el propósito de transferir el conocimiento de dichas prácticas y su aplicación, para analizar si son pertinentes para el Banco de la Nación.

Entidades consultadas



Organizaciones internacionales a las que está adscrito:

- Principios del Ecuador (IFC)
- Pacto Mundial

Reporte de sostenibilidad

- Reporta desde 2006
- Su último reporte es del 2014 en versión GRI G4

Elementos del Banco Do Brasil

Banco de mercado con espíritu público. Agente de inducción del desarrollo sostenible a través de la inclusión financiera*

Principales aspectos materiales

- Satisfacción de empleados
- Mejora de los canales de atención con el fin de proporcionar la mejor experiencia a los usuarios
- Educación financiera
- Líneas de crédito con el atributo del medio ambiente
- Inclusión financiera
- Tecnologías de la información (no GRI)
- Gestión de marca (no GRI)

Reconocimientos

- Integra el Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) de BM & FBOVESPA .
- Una de las empresas más éticas del mundo en 2014 por el Instituto Ethisphere Estados Unidos
- El Banco lideró la categoría de Crédito Rural de Top of Mind 2014
- Una de las mejores empresas para comunicarse con periodistas de la revista Comunicación Empresarial.
- Premio E - Finanzas 2014 en la categoría Banca por Internet.

* Definición del banco

Organizaciones internacionales a las que está adscrito:

- Pacto Mundial

Reporte de sostenibilidad

- Reporta desde 2008
- Su último reporte es del 2014 en versión GRI G4

Elementos del Banco del Estado de Chile

Es la fusión de la Caja Nacional de Ahorros, la Caja de Crédito Agrario, la Caja de Crédito Hipotecario y el Instituto de Crédito Industria

Principales aspectos materiales

- Inclusión financiera
- Educación financiera
- Desarrollo de tecnologías
- Fortalecimiento del rol social
- Desarrollo profesional

Estableció 16 aspectos materiales, de los cuales se muestran lo que se reportó con mayor exhaustividad

Reconocimientos

- Banco más confiable del año (2014) por The European, revista internacional especializada en economía y mercado.

* Definición del banco

Elementos del BBVA

Centrada en ofrecer servicios y productos de la mejor calidad a fin de convertirse en referente de sencillez y transparencia,

Organizaciones internacionales a las que está adscrito:

- Principios del Ecuador (IFC)
- Pacto Mundial

Reporte de sostenibilidad

- Reporta desde 2005
- Versión GRI G4

Principales aspectos materiales

- Comunicación transparente, clara y responsable
- Educación financiera
- Productos de alto impacto social
 - Inclusión financiera
 - Pymes
 - Público necesidades especiales

Reconocimientos

- Mejor empresa para trabajar en el sector bancario y octava entre las 25 mejores multinacionales para trabajar a nivel global, según Great Place to Work.
- Premios Globales "The Banker" a la Banca Privada 2014
- Premios a la Excelencia de Euromoney 2014

* Definición del banco

Organizaciones internacionales a las que está adscrito:

- Principios del Ecuador (IFC)
 - Política Crediticia Ambiental
- Pacto Mundial

Reporte de sostenibilidad

- Reporta desde 2005
- Su último reporte es el 2013 en versión GRI G4

Elementos del BCP

Enfocado en satisfacer las expectativas a través de nuestra misión: “Servir al Cliente”. Ser un banco simple, dedicado, flexible y accesible,

Principales aspectos materiales

- Satisfacción del cliente y eficiencia
- Educación financiera
- Gestión del empleo
- Cultura de prevención de riesgos
- Transparencia
- Programas hacia la comunidad
- Reputación (No GRI)

Reconocimientos

- Premios Digi 2014 por “Banca MóvilBCP”.
- Premio BeyondBanking del BID por Programa de Educación Financiera BCP
- “Dónde quiero trabajar”, de Arellano Marketing
- Rep Track – Reputation Institute (entre las 10 mejores)
- Distintivo de Empresa Socialmente Responsable

* Definición del banco

Fuentes para la definición de materialidad

Estos temas provienen de una investigación de **fuentes secundarias** relacionadas con el sector financiero y elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales de reconocido prestigio.

Fuentes:

- Estudio global de E&Y Transforming banking for the next generation: Global banking outlook 2015
- Agenda de México sobre inclusión financiera en su calidad de presidente del G20
- Banco de la Nación. Plan estratégico 2013-2017

Temas económicos:

- El crecimiento de las inversiones en el país ha contribuido al crecimiento de las colocaciones mediante la participación de la banca en el financiamiento y estructuración de las transacciones.
- En la búsqueda de la eficiencia, las entidades bancarias también han desarrollado estrategias para tercerizar los servicios que no son propios del negocio para así evitar incrementar el costo de las transacciones internas y lograr una mayor eficiencia.
- Nuevo Core Bancario (Orientado al aspecto comercial)

Temas tecnológicos:

- Los cambios en la banca son cada vez más rápidos. Los nuevos productos y cambios en los consumidores generan una mayor transaccionalidad y una mayor dependencia en los sistemas de información
- Incremento en el volumen de transacciones electrónicas.
- Mejorar el uso de las TIC como soporte a los procesos internos.
- Los riesgos de sufrir ciberataques son cada vez más importantes, tanto en impacto como en probabilidad.

Fuentes para la definición de materialidad

Estos temas provienen de una investigación de **fuentes secundarias** relacionadas con el sector financiero y elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales de reconocido prestigio.

Fuentes:

- Estudio de Pacto Mundial Towards a New Era of Sustainability in the Banking Industry
- Suplemento financiero GRI
- Responsables Consulting Una aproximación a la sostenibilidad desde las entidades financieras
- Banco de la Nación. Plan estratégico 2013-2017
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

Temas ambientales:

- Promover el principio de precaución en la gestión ambiental.
- Las entidades financieras deberían calcular las emisiones de gases de efecto invernadero resultantes de sus viajes de negocio ya que esto representa uno de los principales impactos directos de las entidades financieras.
- Los principales tipos de flujos de residuos para la mayor parte de las entidades financieras son el papel y los productos informáticos.

Temas de sostenibilidad:

- Los temas de desarrollo más importante para la sostenibilidad de la banca es pobreza y educación.
- La marca, la confianza y la reputación; así como el potencial de ingresos y la reducción de costos son los factores que han impulsado al sector a tomar medidas sobre aspectos de sostenibilidad.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (Ahorro, financiamiento, educación financiera y grupos vulnerables)

Fuentes para la definición de materialidad

Estos temas provienen de una investigación de **fuentes secundarias** relacionadas con el sector financiero y elaboradas por organizaciones nacionales e internacionales de reconocido prestigio.

Fuentes:

- Estudio de Pacto Mundial Towards a New Era of Sustainability in the Banking Industry
- BID BeyondBanking
- Responsables Consulting Una aproximación a la sostenibilidad desde las entidades financieras
- Banco de la Nación. Plan estratégico 2013-2017

Temas de satisfacción del cliente:

- Se considera que los clientes, comunidad y empleados son el grupo de interés que tenderá mayor impacto en relación a la forma de gestionar.
- Transparencia, responsabilidad y mejores canales (comodidad) para llegar al cliente.
- Protección al consumidor (un uso más seguro y adecuado de los servicios financieros por parte de los clientes) Aumentar la transparencia y garantizar la defensa de los intereses.
- Inclusión financiera, impacto ambiental, financiación de proyectos, rendición de cuentas, inversión responsable.
- Mejorar los tiempos de respuesta a clientes para los principales productos y servicios.

Temas de gestión organizacional:

- Alcanzar niveles de excelencia y gobierno corporativo
- Fortalecer la gestión del talento humano y la cultura organizacional

Aspectos materiales clave

Basados en el benchmarking y el análisis del sector

Educación Financiera

Satisfacción de empleados

Cultura de prevención de riesgos

Gestión del empleo

Transparencia

Público necesidades especiales

Tecnologías de la Información

Líneas de crédito con el atributo del medio ambiente

Programas hacia la comunidad

Gestión de Marca

Reputación

Desarrollo profesional

Ética

Productos de alto impacto social

Fortalecimiento del rol social

Satisfacción del cliente y eficiencia

Mejora de los canales de atención

Inclusión Financiera



Cadena de valor e impactos

Análisis de la cadena de valor

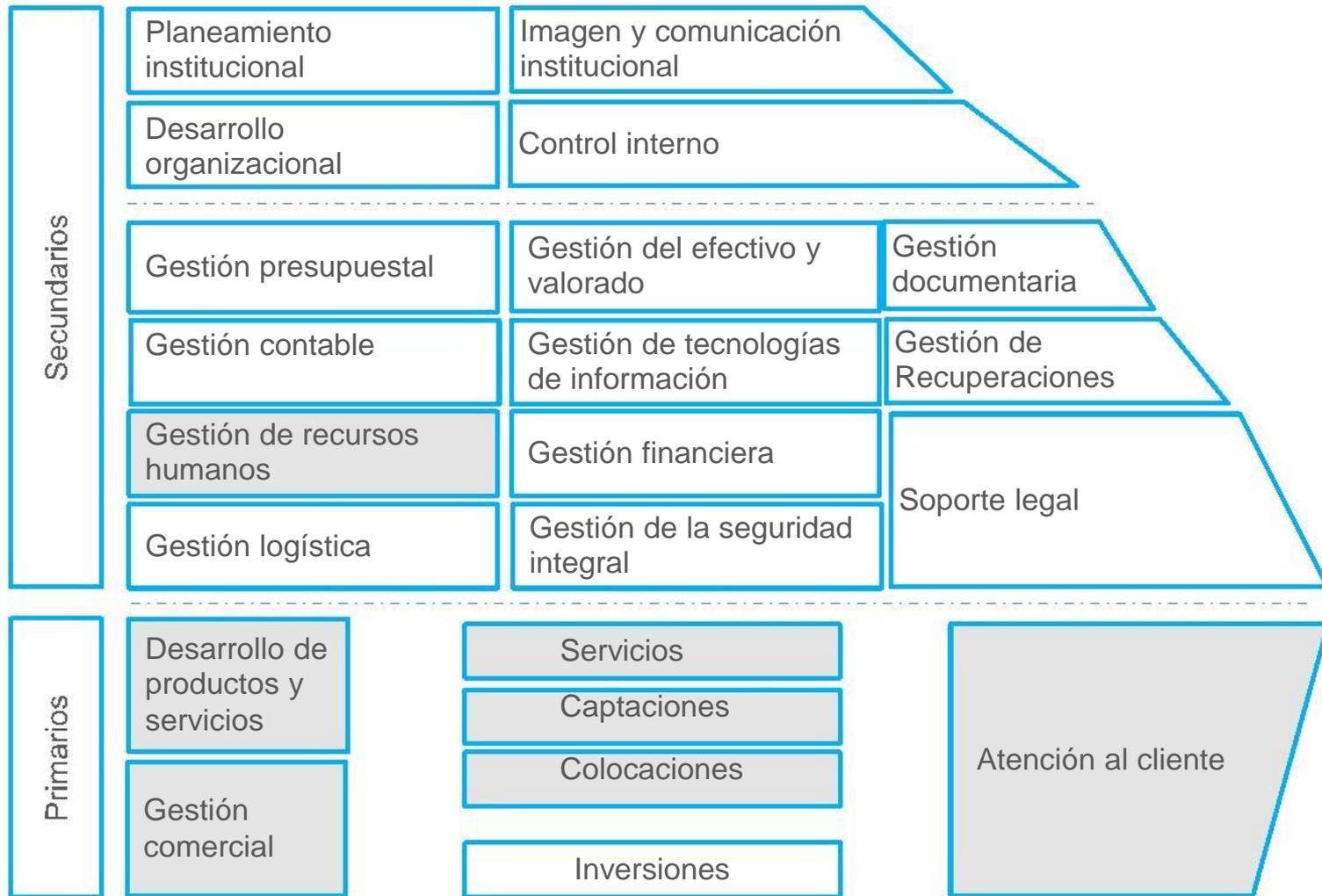
La cadena de valor representa todos los procesos clave que una empresa realiza al desarrollar su actividad. Esta secuencia de procesos proporcionan valor al servicio o productos desarrollado por la organización pero también, las actividades que los componen generan consecuencias o efectos hacia el otro y hacia el entorno.

A efectos de identificar la materialidad, es importante analizar la cadena de valor para definir o concretar dichos efectos, temas o características en aspectos económicos, sociales y ambientales, comprendiendo la relación existente entre las actividades del negocio y las consecuencias de éstas en los grupos de interés, para tomar decisiones al respecto.

Cuando una empresa usa la cadena de valor para trazar los efectos de sus actividades, en la práctica ha creado un inventario de problemas y oportunidades que deben ser investigados, priorizados y gestionados.

La cadena de valor del Banco de la Nación que se presenta en la siguiente lámina se basa en la Figura N° 7-2 del Manual de Procesos del Banco de la Nación BN-MAN-2820-011-02 Rev. 1 con fecha 05 de Febrero de 2014.

Cadena de valor del Banco de la Nación



Proceso de análisis e identificación de temas

A partir de la cadena de valor:

- Se identificaron temas, características o impactos de cada uno de los procesos primarios. (Resaltados en plomo en la lámina anterior)
- Adicionalmente, se decidió incorporar en el análisis el proceso secundario de Gestión de Recursos Humanos por su importancia para el BN.
- Las actividades desarrolladas para realizar esta tarea de análisis e identificación de temas en la cadena, fueron:

1. Reunión con Áreas Clave (validación de la cadena de valor e identificación de temas).
Realizada el 10.11.15



2. Video-Conferencias con las Macro-Regiones.
Realizadas el 17.11.15, 18.11.15 y el 19.11.15



3. Validación con Gerencias.
Realizadas el 26.11.15 y 02.12.15

Participantes en la identificación y validación de temas



Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Desarrollo de productos	Funcionariado público a nivel nacional favorecido por el canal de remuneraciones y pensiones.	Económicos	Positivo
	Población que no califica en la banca comercial insertada en la banca a través de préstamos multired y cuentas de ahorro.	Económicos	Positivo
	Rol Social del Estado fortalecido a través del pago en los programas sociales: <i>Juntos y Pensión 65</i>		Positivo
	Productos y/o servicios de línea verde que no se encuentran diseñados para el usuario	Ambientales	Negativo
	Presencia del Estado por la inclusión financiera a través de las agencias Unica Oferta Bancaria (UOB)	Económicos/ Sociales	Positivo
	Infraestructura y servicios mejorados en distritos, comunidades y/o caseríos por los prestamos asignados a los Proyectos de Inversión Pública (PIP)	Económicos	Positivo
	Productos frágiles para el cliente al no testearse a través de la red de agencias o bajo un análisis comercial	Económicos	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Gestión comercial	Actividad económica local (tiendas, restaurantes, mercados) dinamizada por el acceso a productos del BN	Económicos	Positivo
	Demandas insatisfechas del cliente y/o usuario por canales de atención desabastecidos y/o congestionados	Económicos	Negativo
	Productos y servicios limitados en su diseño y/o adecuación por desconocimiento del cliente y/o usuario (Inexistencia de una base de datos de clientes)	Económicos	Negativo
	Clientes incrementados y atractivos para la banca comercial, como Docentes, Policías debido a sus ingresos, comportamientos bancarios y capacidad de pago.	Económicos	Positivo
	Metas establecidas en las macro-regiones que no son logradas por falta de políticas, protocolos, estrategias y capacitación en ventas (Falta de un clínica de ventas a pesar de los esfuerzos por implementarla)	Económicos	Negativo
	Papel usado indiscriminadamente en los procesos internos	Ambientales	Negativo
	Reputación deteriorada por hurtos que han realizado los colaboradores del banco	Laborales	Negativo
	Dióxido de carbono emitido por el consumo de combustible en la visita a las agencias (mínimo en comparación del uso de papel)	Ambientales	Negativo
	Posicionamiento deficiente de productos y/o servicios porque no se trabaja en función a una cartera de clientes	Laborales	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Servicios	Cobertura amplia de atención a través de diversos canales: Agentes, cajeros, oficinas especiales, banca móvil.	Sociales	Positivo
	Bancarización de las personas vulnerables a través de las Agencias UOB	Sociales	Positivo
	Información adecuada al cliente por el conocimiento de los gestores de servicio en los procesos y pasos a seguir de diversos servicios públicos (Denuncias, Emisión de pasaporte, Duplicado de DNI, u otros).	Sociales	Positivo
	Adecuada administración del patrimonio en base al endeudamiento externo canalizado a través de fideicomisos	Económicos/ Sociales	Positivo
	Inclusión financiera a través de la Plataforma Institucional de Acción Social (PIAS) que brindan servicios del Estado a través de los buques de la Marina	Económicos/ Sociales	Positivo
	Impacto en la percepción del Banco por las demoras de gestión e información de tesorería de Instituciones del Estado y afectan la fecha de pago del funcionariado público.	Económicos	Negativo
	Inseguridad de las personas que retiran efectivo en cajeros automáticos o ventanillas	Sociales	Negativo
	Operaciones que no se cumplen rigurosamente por los gestores de servicios debido a la recarga laboral y falta de revisiones por parte del Administrador/a	Laborales	Negativo
	Robos/corrupción al interior del banco porque los programas sociales se encuentran mal diseñados operativamente y no se cuenta con auditorías para los mismos.	Laborales	Negativo
	Clientes poco cautivos por no implementar estrategias de fidelización y recuperación de clientes	Económicos	Negativo
	Mayor afluencia de personas en las Agencias del BN porque son consideradas como un espacio de socialización para pensionistas	Sociales	Negativo
	Localidades valoradas por la comunidad por la presencia de agencias en las zonas vulnerables	Sociales	Positivo
	Uso de energía (luz) por el tipo de servicio que se brinda.	Ambientales	Negativo
	Familias alejadas entre sí se encuentran mayor comunicadas a través de los servicios de BN	Sociales	Positivo
	Emisión de dióxido de carbono por el consumo de combustible para las visitas de seguimiento a las Agencias y el traslado de diversos grupos de interés relacionados al BN	Ambientales	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Captaciones	Actividad económica local dinamizada en los distritos alejados del país	Económicos/ Sociales	Positivo
	Nuevas economías en las macro-regiones, como la agroindustria se encuentran potenciadas por las captaciones del BN	Económicos	Positivo
	Poblaciones vulnerables no atendidas debido a la poca o no confiable información del usuario/cliente.	Económicos/ Sociales	Negativo
	Posible inseguridad por la oferta similar a las UOB que brindan las cajas locales o cooperativas pero que no se encuentran supervisadas por la SBS	Económicos	Negativo
	Débil retención o recuperación de clientes debido a la inadecuada difusión de los canales de atención y de sus beneficios	Económicos	Negativo
	Incidencia en buenas prácticas de ahorro en la población vulnerable a través de la educación financiera.	Económicos/ Sociales	Positivo
	Cultura y capacidad de ahorro inexistente por parte de los clientes	Económicos	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Colocaciones	Pequeñas empresas fortalecidas a través de las Instituciones Financieras Intermediarias (IFIS)	Económicos	Positivo
	Precaución del endeudamiento gracias al análisis de la capacidad de pago del cliente	Económicos	Positivo
	Desmotivación en los colaboradores que deben cumplir metas e indicadores por la inexistencia de incentivos	Laborales	Negativo
	Riesgo de sobre-endeudamiento del cliente debido a su desconocimiento.	Económicos	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Atención al cliente	Cobertura de atención amplia a través de diversos canales: agentes, cajeros, oficinas especiales, banca móvil	Sociales	Positivo
	Servicios que utilizan la tecnología, como <i>Banca Móvil</i> y <i>Dinero Electrónico</i> descongestionan las agencias	Económicos/ Sociales	Positivo
	Atención a la demanda con calidad y rapidez de acuerdo al protocolo de atención	Laborales	Positivo
	Educación financiera dirigida a la población (beneficiarios de programas sociales) y sector público en zonas rurales, especialmente a los relacionados con tesorería o finanzas. (charlas, talleres, módulos itinerantes)	Económicos/ Sociales	Positivo
	Productos y servicios que generan apropiación en los clientes a partir de la atención en lengua materna (principalmente quechua)	Sociales	Positivo
	Adecuada atención al cliente en base a la mejora continua de BN (Medición de calidad, evaluación del gestor de servicios y protocolo de atención al cliente)	Económicos	Positivo
	Promoción de las transacciones seguras a través de la migración a tarjetas con chip, uso de token y el plan piloto de incorporación de equipos biométricos.	Sociales	Positivo
	Agencias descongestionadas gracias al uso de otros canales de atención: Banca móvil, Agente multired y otros.	Sociales	Positivo
	Atención débil a través de la mesa de consulta (sistema de consultas, quejas y denuncias) debido al uso de diversos aplicativos que no se encuentran interconectados.	Económicos	Negativo
	Percepción del cliente de recibir un inadecuado servicio debido a la imagen de largas colas en las Agencias del BN	Sociales	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Atención al cliente	Atención lenta por uso de equipamiento necesario (impresoras matriciales) por regulación y normatividad asociada al resguardo de la información.	Económicos	Negativo
	Colaboradores, clientes y usuarios afectados por la extorsión y sicariato, especialmente en la zona norte del país (Macro región Trujillo)	Sociales	Negativo
	Colas de clientes y usuarios incrementadas por la asistencia de <i>usuarios esporádicos</i> y por mayores servicios que viene desarrollando en BN	Económicos	Negativo
	Valores institucionales desconocidos por falta de capacitaciones efectivas principalmente a gestores de servicios de Agencias 3.	Laborales	Negativo
	Atención al cliente con demoras por el desabastecimiento de insumos o la poca prevención de los mismos.	Económicos	Negativo
	Desmotivación de los colaboradores por la poca atención o descoordinación en sus reclamos, debido al tema sindical y al tema regulatorio (DL058 que implica mejoras laborales, pero no remunerativas)	Laborales	Negativo
	Usuarios desmotivados por la obligación de venir al banco	Sociales	Negativo
	Actitud negativa que persiste hacia la atención a los clientes en las macro regiones, especialmente hacia los adultos mayores.	Laborales	Negativo
	Atención poco fluida por la poca disposición de los colaboradores para desplazarse a las agencias 3 en las macro regiones	Laborales	Negativo
	Infraestructura limitada y espacios pequeños en las agencias de las macro regiones que genera incomodidad en el colaborador, cliente y/o usuario, ya que no existe un parámetro/estándar de m2 que deba de cumplir las agencias	Sociales	Negativo

Temas identificados de acuerdo a los procesos primarios de la cadena de valor

PROCESOS	IMPACTOS /TEMAS	RELACIÓN CON INDICADORES	TIPO DE IMPACTO
Gestión humana	Entidad del sector público atractiva para la empleabilidad por los sueldos competitivos en el mercado y la estabilidad laboral	Laborales	Positivo
	Empleo local generado a nivel nacional a través de la apertura y mantenimiento de agencias 1, 2 y 3 y generación de empleo indirecto por las oficinas especiales.	Económicos	Positivo
	Profesionales con experiencia y capacitados en temas operativos y habilidades blandas (psicología, liderazgo, habilidades interpersonales)	Laborales	Positivo
	Oportunidades de ascenso debido a los incentivos voluntarios de los trabajadores con mayor antigüedad, pero que tienen un aplicación y efectividad lenta.	Laborales	Negativo
	Desmotivación de los gestores de servicio por incentivos inadecuados.	Laborales	Negativo
	Jefaturas mayoritariamente de hombres (Directivos, Administradores, Jefes) que genera efectos en la equidad de género	Laborales	Negativo
	Atención al cliente deficiente en las agencias 3 por la falta de capacitación a los gestores de servicio.	Laborales	Negativo
	Papel usado indiscriminadamente en los procesos internos	Ambientales	Negativo
	Tecnología desactualizada por procesos burocráticos para el mantenimiento, reparación o cambio en hardware y software	Laborales	Negativo
	Resistencias internas para la promoción de una cultura orientada a resultados comerciales debido a que no se cuenta con escalas definidas e incentivos para las mismas.	Laborales	Negativo
	Fuerza comercial con incentivos menos atractivos que colaboradores de agencias que no tienen función comercial.	Laborales	Negativo
	Educación financiera ausente en los mismos colaboradores.	Laborales	Negativo

Temas materiales

Los siguientes temas materiales han sido determinados por la información recogida y el análisis de los aspectos identificados en la cadena de valor. Estos temas materiales serán validados con los grupos de interés.

1. Principal canal de remuneraciones, productos y servicios al funcionariado público.
2. Competencias organizacionales para el nuevo core del banco.
3. Estándares de seguridad para el cliente (virtuales y físicas).
4. Bancarización e inclusión financiera a través de su plataforma en el ámbito rural.
5. Gestión de ética y prevención de la corrupción.
6. Educación financiera.
7. Gobierno corporativo.
8. Gestión del talento y sistema meritocrático.
9. Principio de prevención en la gestión ambiental.
10. Promoción de cultura organizacional
11. Uso de tecnología de primer nivel para la atención integral de usuarios y clientes.
12. Capacidad de atención a través de sus canales principales.
13. Transparencia, reputación y confianza frente a la percepción de usuarios y clientes.



Grupos de interés y mecanismos de diálogo

Grupos de Interés del BN

identificados a partir de los temas materiales y de fuentes secundarias

Clientes

- Personas que cuenten con los productos y servicios con los que cuenta el BN:
 - Cuenta de ahorro
 - Tarjeta de crédito
 - Préstamos
 - Créditos hipotecarios
 - Seguros
 - Pagos

Usuarios

- Personas que hacen uso de los servicios del BN
- Telegiros
 - Tributos (Tramite entidades públicas)
 - Proveedores de las Unidades Ejecutoras del Estado Peruano
 - Cheques

Destinatarios de Programas Sociales

- Personas que son público objetivo de los programas del Estado.
 - Programa Juntos
 - Pensión 65
 - Clientes de las UOB

Pensionistas

- Personas titulares de una pensión por tiempo de servicio y corresponden a:
 - Clientes de la ONP
 - Destinatarios de la Ley 20530

Grupos de Interés del BN

identificados a partir de los temas materiales y de fuentes secundarias

Estado

- El BN integra y brinda servicios al Estado, principalmente a:
 - PCM
 - MEF
 - MIDIS
 - MINEDU
 - Congreso
 - FONAFE
 - SBS

Gobierno corporativo

- Personas que pertenecen a Directorio y Gerencia

Colaboradores

- Personas que son trabajadores del BN a nivel nacional

Priorización de grupos de interés

- La priorización y segmentación de los grupos de interés define las estrategias de relacionamiento e identifica a los actores claves con los que se mantendrán los mecanismos de diálogo.
- Para esta priorización se utilizará la Matriz elaborada por Gardner* (poder-interés) y se tendrá en cuenta los siguientes aspectos en el análisis:
 - Si el nivel de interés-poder de los grupos refleja de un modo adecuado la gestión del BN.
 - Si el interés y poder se concentra en los temas materiales identificados.
 - Si es necesario desarrollar estrategias para reubicar algunos grupos de interés. Esto puede ser debido a la necesidad de reducir la influencia o elevar el interés de un actor estratégico.

• Gardner y otros autores, Manual de Planeamiento Estratégico (1986)

Metodología: poder – interés

La matriz elaborada por Gardner,* señala dos variables:

- *Poder que posee*: Si el actor influye directamente en la acción de la organización, a través de políticas y/o acciones.
- *Grado de interés*: Si el actor tiene especial atención hacia las acciones de la organización.

A través de estas variables se generan cuatro cuadrantes: Alto Poder – Alto Interés, Alto Poder – Bajo Interés, Bajo Poder – Alto Interés y Bajo Poder – Bajo Interés y cada uno de estos cuadrantes define las estrategias de relacionamiento sugeridas por Gardner, tal y como se muestran en la ilustración:



• Gardner y otros autores, Manual de Planeamiento Estratégico (1986)

Identificación: poder – interés

	PODER	INTERÉS
Presidencia de la República	Alto	Alto
Ministerio de Economía y Finanzas	Alto	Alto
PCM	Alto	Alto
Medios de comunicación	Alto	Bajo
Congreso	Alto	Bajo
Instituciones que cuentas en el BN (MINEDU y otros)	Bajo	Bajo
MIDIS	Alto	Bajo
Clientes	Bajo	Alto
Usuarios	Bajo	Bajo
Pensionistas	Bajo	Alto

Identificación: poder – interés

	PODER	INTERÉS
Usuarios	Bajo	Bajo
Colaboradores	Bajo	Alto
Sindicatos	Alto	Alto
Destinatarios de Programas sociales/ Clientes UOB	Bajo	Bajo
Proveedores	Bajo	Bajo
SUNAT	Bajo	Bajo
Gobiernos Regionales	Bajo	Bajo
Gobiernos Locales	Bajo	Bajo
Otros ministerios	Bajo	Bajo
FONAFE	Alto	Alto

- Se ha incluido los datos del Informe Final de Mapeo de Grupos de Interés del Banco de la Nación.

Grupos de interés priorizados

Una vez realizado el benchmarking; la revisión de la información secundaria y recojo de información y finalmente el análisis de poder – interés, se ha seleccionado aplicar los mecanismos de diálogo a los siguientes actores particulares por su rol estratégico y su potencial feedback para los temas materiales.



A continuación se presenta la relación que existe entre los GI y los temas materiales definidos. Esta relación se atenderá de manera prioritaria en los mecanismos de diálogo.

Relación grupos de interés y temas materiales

GRUPO DE INTERÉS									TEMA MATERIAL
	MEF				Cientes GR/GL				1.Principal canal de remuneraciones, productos y servicios al funcionariado público.
	MEF	SBS	FONAFE	Colaboradores					2.Competencias organizacionales para el nuevo core del banco.
MIDIS				Colaboradores		Pensionistas		Destinatarios PS	3.Estándares de seguridad para el cliente (virtuales y físicas).
MIDIS	MEF	SBS				Pensionistas		Destinatarios PS	4.Bancarización e inclusión financiera a través de su plataforma en el ámbito rural.
	MEF	FONAFE		Colaboradores		Pensionistas		Destinatarios PS	5.Gestión de ética y prevención de la corrupción.
		SBS			Cliente GR/GL			Destinatarios PS	6.Educación financiera.
	MEF		FONAFE	Colaboradores					7.Gobierno corporativo.
			FONAFE	Colaboradores					8.Gestión del talento y sistema meritocrático.
				Colaboradores					9.Principio de prevención en la gestión ambiental.
				Colaboradores					10.Promoción de cultura organizacional
		SBS		Colaboradores	Cientes GR/GL		Usuarios		11.Uso de tecnología de primer nivel para la atención integral de usuarios y clientes.
		SBS		Colaboradores	Cientes GR/GL	Pensionistas	Usuarios		12.Capacidad de atención a través de sus canales principales.
MIDIS		SBS	FONAFE	Colaboradores	Cientes GR/GL		Usuarios		13.Transparencia, reputación y confianza frente a la percepción de usuarios y clientes.

Mecanismos de diálogo.

A continuación se definen los mecanismos a realizar para cada uno de los grupos de interés. Definiendo por qué es necesario dicho mecanismo en relación al perfil de cada actor calve.

Estado

Se realizarán **entrevistas a profundidad**, ya que es un actor influyente en la mayoría de los casos y es necesario recoger sus principales inquietudes y visión estratégica

Colaboradores (Jefes de RRHH)

Con este GI también se aplicará **entrevistas a profundidad**, especialmente para identificar el enfoque de gestión frente a los temas materiales que les afectan directamente.

Clientes y Usuarios

Se realizarán **entrevistas grupales**, ya que los clientes establecen experiencias comunes y se pueden generar ideas colaborativas en dichas entrevistas frente a los temas materiales, sin generar expectativas

Destinatarios de programas y Pensionistas

Al ser este público de características especiales, tanto en formas de comunicación, ubicación y movilidad, es preciso realizar **encuestas presenciales**. Estas serán abordadas en las agencias y de corta duración

Técnicas de identificación de Percepciones y Expectativas

Para este GI se implementará las **entrevistas aleatorias**. Entrevistas de corta duración, pero con preguntas orientadas a describir sus percepciones. Estas serán abordadas en los Agentes Multired.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Colaboradores

**Solidez, preparación,
identidad,
profesionalismo***

Percepciones

- Alta valoración de la gestión de cambio y una nueva cultura de la organización que refuerza el avance del core bancario.
- Brecha en la información y formación de los colaboradores.
- Visión fragmentada del cliente en relación a los productos y/o sistemas en los que está inscrito.
- Disposición de la alta gerencia para el cambio del software bancario y un ordenamiento de sistemas informáticos, lo que se relaciona directamente con el proyecto del core bancario.
- Necesidad de una cultura organizacional que refuerce los cambios en relación al core bancario

Expectativas

- Optimización de los procesos de selección y promoción.
- Elaboración de la escala remunerativa y de un plan de incentivos para el trabajador.
- Canal de comunicación interna donde se comparta las estrategias encaminadas hacia el core del banco.
- Plan de comunicación, capacitación y acompañamiento articulado al proyecto del core bancario.
- Comprensión en la alta gerencia y en los colaboradores las implicancias del cambio del área de personal hacia un área de recursos humanos orientada a desarrollar una mejor gestión e impacto

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Clientes

Burocracia, demora en la atención (colas)*

Percepciones

- El rol informativo sobre los procedimientos en las oficinas principales recae en el efectivo policial del banco o el personal de seguridad.
- No existe una comunicación efectiva sobre los servicios que ofrece el banco. Depende de la persona que te atienda.
- La atención preferencial en el BN es para la mayoría de las personas, por ende se cree que existe un incumplimiento de la Ley N° 27408 y Ley 28683
- Ausencia y/o falta de comunicación de mecanismos tecnológicos para las operaciones bancarias.
- Temor a las transacciones en el cajero, en agentes multired y/o en la plataforma on-line

Expectativas

- Plataforma que conecte todos los servicios de los clientes (tarjeta habientes, prestamos, tarjeta de crédito, servicios)
- Mejorar el espacio físico y las condiciones en las que se atienden en las oficinas del banco
- Información sobre el uso de los cajeros y los criterios de seguridad en las operaciones bancarias. (Educación financiera)
- Incrementar número de canales de atención.
- Potenciar el protocolos de atención estandarizados (tiempo de atención, estándares de calidad)

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Pensionistas

Sin atención preferencial,
lento, colas*

Percepciones

- ❑ Buena atención al cliente. Sin embargo con casos aislados de desconfianza. (Billetes falsos o emisión de dinero erróneamente)
- ❑ Ausencia de asesoría en los procedimientos de las operaciones bancarias.
- ❑ Sensación de inseguridad y desconfianza de los canales de atención distintos a las agencias, con mayor énfasis en los cajeros automáticos (emisión de billetes falsos)

Expectativas

- ❑ Canal especial para la atención de los grandes grupos de clientes (pensionistas)
- ❑ Atención personalizada (calidad en la atención)
- ❑ Capacitación al personal (ventanilla) en atención al cliente
- ❑ Existe la necesidad de un orientador de operaciones bancarias.

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Programas Sociales* Pensión 65, Programa Juntos

Buena atención**, mejor
trato en ventanilla,
atención mas rápida

Percepciones

- La atención depende del colaborador que este en ventanilla. El personal del BN no brinda una atención homogénea.
- Existe un prejuicio de ignorancia sobre la capacidad de entendimiento del beneficiario. Así, el beneficiario tiene la percepción que si no entiende o no sabe como hacer la transacción el colaborador del BN le va a llamar la atención.
- Existe una brecha comunicacional especialmente con los beneficiarios del programa juntos, que dificulta la claridad sobre las transacciones.

Expectativas

- Se podría trabajar en el tema de atención en ventanilla.
- Este tipo de población requiere de un orientador (a) que le indique como realizar las transacciones y como llenar los papeles que se requieren.
- Se podría aumentar el número de ventanillas habilitadas para la atención en los días de pago.
- Tener un cronograma de pago. Actualmente los beneficiarios se acercan continuamente a consultar las fechas de pago lo que congestiona la sede del BN
- Oficina de pago mas cerca a la comunidad de origen (P. Juntos)

* Debe considerarse que los beneficiarios asocian al BN como el benefactor del programa, lo que se ve explicitado en la forma en la que expresan sus expectativas (podría).

** Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Agentes Multired

Sistema lento, sin apoyo*

Percepciones

- El sistema de transacciones es lento y se cuelga continuamente
- No se posee una plataforma que brinde soporte técnico a los agentes Multired.
- Las dudas y/o reclamos no pueden ser absueltas en tiempo real.
- No se cuenta con una ventanilla particular para hacer depósitos a la cuenta matriz del agente Multired, lo que genera pérdida de tiempo y pérdida de transacciones.

Expectativas

- Capacitación a los encargados de los agentes en temas de: atención al cliente y procedimientos.
- Canal de gestión para requerimientos de los agentes Multired (sistema, procedimientos, servicios, etc.)
- Mejoramiento del sistema para las transacciones bancarias.

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Usuarios

Entidad Estatal

Burocrático

Colas*

Percepciones

- No existe asesoría sobre los procedimientos que requiere cada transacción.
- Toma demasiado tiempo realizar una operación bancaria
- Falta aplicación de mecanismos tecnológicos en los canales de atención.
- Conocen otros canales, pero desconfían de su eficacia, con mayor énfasis en los cajeros automáticos.

Expectativas

- Los canales de atención deben estar sectorizados por tipo de cliente y la operación que realizan.
- Sistema de filtro para la atención en las oficinas del BN.

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Percepciones

Gobiernos Locales

Solidez, cobertura,
lento, colas*

- Desconocimiento de las operaciones permitidas de acuerdo al canal de atención.
- Pocos cajeros automáticos

Expectativas

- Su principal función debería ser llegar a los lugares mas alejados
- Priorizar la bancarización en las provincias
- Imagen mas amigable del banco
- Inversión en la infraestructura:
Ventilación, sillas, filas marcadas.

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.

Grupos de Interés del BN

Percepciones y expectativas

Estado
(MEF, MIDIS,
MINEDU, SBS,
FONAFE)
Cobertura,
potencialidad, colas,
inclusión*

Percepciones

- El BN es una institución líder por su cobertura y capilaridad. Y representa al Estado en cada rincón del país
- Comunicación deficiente porque los clientes no saben lo que el banco les puede ofrecer o muchas personas quieren acceder a los servicios del banco y no es posible.
- El BN acerca los servicios financieros a aquellas personas que no aplican al perfil comercial y ese debería ser su rol.

Expectativas

- Debe tener adecuadas plataformas de atención, en relación a los productos y servicios que ofrece.
- Su misión es la inclusión financiera (*Abrir trocha*) y no debe competir con la banca comercial.
- Al representar al Estado debe tener una adecuada atención y plataformas tecnológicas que refuercen dicha atención.
- Debe trabajar fuertemente en los temas de educación financiera

* Palabras con las que se define al BN desde dicho actor.



Materialidad del Banco de la Nación

Materialidad del Banco de la Nación

A continuación se presenta la materialidad del Banco de la Nación concentrados en 9 temas importantes.

1. Principal canal de remuneraciones, productos y servicios al sector público.
2. Estándares de seguridad para el usuario y cliente.
3. Bancarización e inclusión financiera
4. Gestión de ética y prevención de la corrupción.
5. Educación financiera.
6. Gobierno corporativo.
7. Promoción de una cultura organizacional y gestión del talento
8. Uso de tecnología de primer nivel para la atención integral.
9. Atención adecuada e información a través de sus diversos canales de atención.

Descripción de los temas materiales

Principal canal de remuneraciones, productos y servicios al sector público.

Explica la importancia del banco frente a su cliente mayoritario: El Estado, destacando el principal servicio de las remuneraciones y otros productos y servicios estratégicos para este grupo de interés.

Estándares de seguridad para el usuario y cliente.

Este tema incluye la seguridad de los clientes en relación a los productos, servicios, transacciones y procesos.

Bancarización e inclusión financiera.

Se refiere al uso cada vez mayor, del sistema financiero formal por parte de la población, especialmente por aquellos sectores vulnerables. Incluye las estrategias establecidas actualmente como las UOB o el PIAS.

Descripción de los temas materiales

Gestión de ética y prevención de la corrupción.

Aborda el uso adecuado de los bienes del Estado, así como el ejercicio adecuado de las funciones y responsabilidades como funcionariado públicos.

Educación financiera

Establece el enfoque, las acciones y los indicadores para la administración del dinero: (ingresos, egresos, ahorros e inversión) dirigido a clientes y grupos vulnerables.

Gobierno Corporativo

Se refiere al conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, como son los tres poderes dentro de una sociedad: los Accionistas, Directorio y Alta Administración.

Descripción de los temas materiales

Promoción de una cultura organizacional y gestión del talento.

Se abordan el enfoque y la información acerca de las competencias que busca desarrollar el BN en sus colaboradores y las estrategias de capacitación que impulsa para ello. Así como políticas de reconocimiento y un plan de sucesión de cargos. Incluye la promoción de una cultura interna y valores institucionales que permita avanzar desde el equipo a los objetivos trazados por el BN

Uso de tecnología de primer nivel para la atención integral.

Se refiere al uso de tecnología de información y comunicación que permita establecer una adecuada plataforma de información, quejas y reclamos del cliente y usuario del BN.

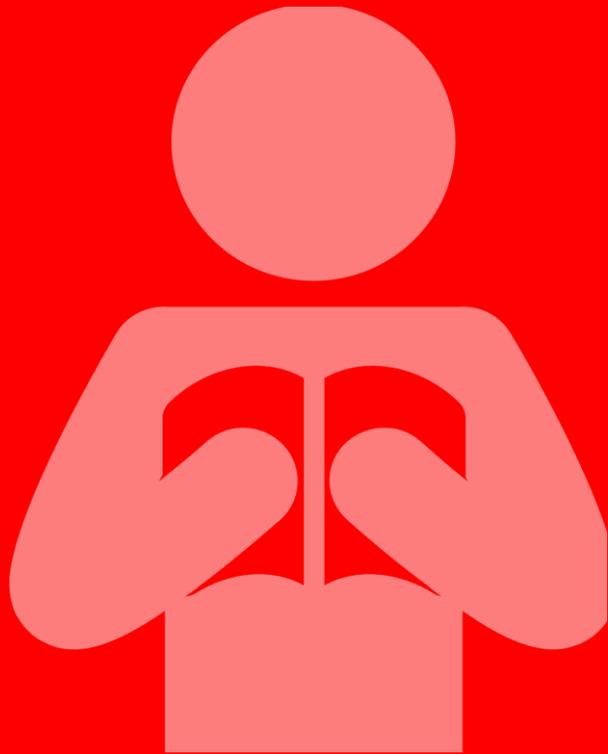
Atención adecuada e información a través de los diversos canales de atención.

Establece las medidas correctivas de gestión y promoción de la atención, a través de sus diversos canales de atención.

Indicadores para el Banco de la Nación

Los indicadores de acuerdo a la materialidad se basan en la Guía del Global Reporting Initiative y en un enfoque propio de acuerdo a la naturaleza del BN.

Tema materiales	Indicador	Descripción de indicador	Propuesta de reporte
Principal canal de remuneraciones, productos y servicios al funcionariado público.	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico generado, distribuido por grupo de interés y valor económico retenido.
	IPBN	Productos y servicios	Listado de los productos y servicios utilizados por el funcionariado público desglosado por región, por porcentaje de colocación y por rentabilidad.
Estándares de seguridad para el cliente.	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Descripción de los sistemas de seguridad con los que cuenta el banco para las transacciones en sus diversos canales de atención. Por ejemplo el sistema biométrico u otros estándares.
	IPBN	Protocolos de seguridad para el cliente	Estandarizar e indicar protocolos establecidos por el BN y los indicadores de cumplimiento de empleados en relación a la información, transparencia y la protección al consumidor en relación a la seguridad en todo proceso, transacción, productos y servicios.
Bancarización e inclusión financiera	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	Impactos económicos significativos (positivos y negativos) que genera el BN y su importancia frente los grupos de interés. Describir el desarrollo económico en áreas con elevados índices de pobreza disponibilidad de productos y servicios para las personas con rentas bajas, creación de puestos de trabajo en la cadena de suministro y distribución e impacto económico del traslado de operaciones o actividades
	FS13	Puntos de acceso en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidos económicamente.	Indicar número de puntos de acceso (agentes, ATM) aperturados en el periodo del informe y en total bajo la condición de única oferta bancaria.
	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros por parte de las personas desfavorecidas	Descripción de su estrategia de inclusión financiera e iniciativas a nivel nacional, destinadas a implementar la colocación de productos financieros (cuenta de ahorro, créditos, seguros u otros) a clientes que en el sistema privado no acceden a dichos servicios y a poblaciones vulnerables.



Programas de Responsabilidad Social (sugerencias)

1. Potencializando el modelo de negocio de los Agentes Multired

Dirigido a:

Responsables de los agentes Multired a nivel nacional.

Objetivos del programa:

- Incrementar la competitividad comercial.
- Mejorar el nivel de atención de los agentes.
- Descongestionar las oficinas del BN.

Beneficios sociales:

- Potenciar el impacto de los agentes en la economía local.
- Generación de negocios formales
- Incremento de la rentabilidad del negocio
- Retorno de la inversión del agente en menor tiempo



Es la adecuación del actual modelo de gestión de los agentes Multired bajo la forma de negocio inclusivo* que permita potencializar la rentabilidad de los agentes como negocios locales. Para dicho objetivo se han identificado 04 puntos de trabajo:

Atención al cliente: Implica la capacitación de los agentes en temas como estándares de atención al cliente con énfasis en las operaciones frecuentes y en los tipos de clientes asiduos a este canal del BN.

Generación de conocimientos en gestión de negocios: Implica la capacitación de los agentes respecto a la formalización del negocio, flujo de caja e inversión.

Plataforma de soporte técnico: Implica la implementación de una plataforma de soporte que atienda las incidencias del sistema en tiempo real, permitiendo dinamizar las operaciones con asesoría técnica especializada. Así como un área especializada en gestionar las operaciones en ventanilla.

Visibilidad de la marca BN: Implica en el acompañamiento en el uso de los colores institucionales así como de las piezas gráficas del banco en el espacio físico ocupado por el agente.

* Modelo de negocio que fomenta inserción de la población perteneciente a la base de la pirámide en la cadena de valor de una empresa.

2. Uso de TIC en adultos mayores (pensionistas)

Dirigido a:

Adultos mayores (pensionistas) con en plena facultad de sus capacidades.

Objetivos del programa:

- Descongestionar las oficinas del BN.
- Incrementar el uso de “otros” canales de atención.
- Eliminar el costo de las transacciones realizadas en ventanilla.

Beneficios sociales:

- Fortalece la ciudadanía financiera.
- Fortalece la independencia de los adultos mayores.
- Inserta a los adultos mayores al sistema tecnológico.
- Familiariza a los adultos mayores en el uso de TIC.



En la actualidad* insertar a los pensionistas en la era digital representan un reto potencial para el sistema financiero debido a que no solo no están familiarizados con el uso y aplicación de las TIC, sino que mantienen altos índices de desconfianza en su eficiencia.

El programa busca familiarizar a los adultos mayores (pensionista) específicamente en el uso de las TIC ofertadas por el BN para la realización de operaciones bancarias mediante el aprendizaje de otras plataformas sociales (Facebook, correo electrónico).

Correo Electrónico: El uso del correo electrónico familiariza al adulto mayor en 02 conceptos: revisión continua de la información virtual y el uso y manejo de las contraseñas que permiten el acceso a la información.

Redes sociales: Facebook: Inserta la dimensión social en el uso del internet facilitando los procesos de comunicación con su red mas cercana, así como la generación de conocimiento compartido.

De acuerdo a la información levantada se reconoce la desconfianza de este grupo de clientes en el **Uso del cajero y de los agentes Multired** debido al discontinuo asesoramiento en su uso así como al temor de cometer errores. Para ello se propone talleres lúdicos en los que se juegue con los errores en el uso del cajero.

* En los próximos años las personas que conforman la generación de los “nacidos con internet” pasaran a la fila de pensionistas, al menos en el área urbana. Ello podría representar una disminución en la brecha del uso de las tecnologías financieras.

3. Programa de Educación financiera

Dirigido a:

Clientes y población no bancarizada.

Objetivos del programa:

- Acercar el sistema financiero a la población no bancarizada.
- Establecer conocimiento sobre la administración del dinero.
- Fortalece la toma de decisión informada respecto a los servicios financieros ofertados por el BN.

Beneficios sociales:

- Fortalece la ciudadanía financiera.
- Promueve iniciativas de ahorro e inversión.
- Fortalece competencias financieras en la comunidad.



El BN ha venido impulsando diversas iniciativas destinadas a establecer en sus clientes y no clientes conocimientos sobre la administración del dinero, cultura de ahorro e inversión. Por ello, proponemos aunar esfuerzos en la consecución de objetivos comunes mediante el establecimiento de indicadores en común, focalizando las actuales iniciativas provenientes de las distintas áreas del banco en temas de:

Lenguaje sencillo en las operaciones

Cultura de ahorro

Inversión



4. El BIM para beneficiarios de los programas sociales.

Dirigido a:

Beneficiarios de los programas sociales “Juntos”.
Agentes Multired.

Objetivos del programa:

- Descongestionar las oficinas del BN.
- Incrementar el uso de medios electrónicos.
- Disminuir el uso del dinero físico.

Beneficios sociales:

- Fortalece la ciudadanía financiera.
- Disminuye el gasto de traslado para el depósito de dinero.
- Fortalece la autonomía financiera.
- Familiariza a la poblaciones vulnerables con el manejo de dinero electrónico



El uso de Billetera Móvil busca familiarizar a las poblaciones vulnerable atendidas por el Banco de la Nación en el uso de la plataforma del BIM desde los agentes Multired.

Lleva tu plata segura sin tener monedas o billetes en los bolsillos: El uso del correo electrónico familiariza al adulto mayor en 02 conceptos: revisión continua de la información virtual y el uso y manejo de las contraseñas que permiten el acceso a la información.

Seguro:

Económico:

Fácil de usar: Inserta la dimensión social en el uso del internet facilitando los procesos de comunicación con su red mas cercana, así como la generación de conocimiento compartido.

