

ANEXO

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

INCLUSIÓN FINANCIERA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Pregunta 1

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos destinados a promover la inclusión financiera?	X	
EXPLICACION: Alfin Banco ha desarrollado una mascota institucional denominada “Llama Cash”, la cual es la imagen representativa de un nuevo segmento en redes sociales denominado “Llama al Cash con Llama Cash” con el objetivo de escenificar diversos casos que sumen a la educación e inclusión financiera. Asimismo, dentro del plan comunicacional, se integran notas utilitarias con tips financieros circulando en diversos medios de comunicación.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios? Explique sobre las iniciativas desarrolladas	X	
EXPLICACION: Se han desarrollado diversos contenidos de educación financiera en las redes sociales de Alfin Banco , donde se explican productos financieros y su utilidad en la vida cotidiana. Asimismo, se creó la serie “ Llama al Cash con Llama Cash ”, que busca acercar estos conceptos de forma didáctica y cercana. Esta iniciativa se complementa con notas de prensa de carácter utilitario , orientadas a brindar información práctica y relevante para nuestros usuarios.		

Pregunta 3

	SI	NO
¿La empresa cuenta con indicadores que miden el impacto de sus esfuerzos en educación financiera? Explique el impacto que han tenido en la sociedad.	X	
EXPLICACIÓN: Nuestros principales indicadores de desempeño son las impresiones, el alcance y los comentarios generados por las publicaciones. En el caso del contenido “ Llama al Cash con Llama Cash ”, el impacto en la audiencia se refleja en la recepción positiva evidenciada a través de los comentarios. Por otro lado, el desempeño de las notas de prensa de contenido utilitario se mide en función del número de publicaciones logradas en medios de comunicación, tanto impresos como digitales. Contenidos de Educación Financiera: • +30 contenidos durante los últimos 6 meses en todas las plataformas. • +120K de alcance generado en todas las plataformas. • +26K de interacciones generadas en todas las plataformas.		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Los contenidos de educación financiera desarrollados por Alfin Banco, como la serie “ Llama al Cash con Llama Cash ” y las notas de prensa utilitarias , no solo están dirigidos al público externo, sino que también son compartidos con los colaboradores a través de nuestros canales de comunicación interna. Asimismo, se promueve activamente la educación financiera dentro de la organización mediante contenidos sobre opciones de inversión, cómo iniciarse en ellas, y la implementación de cursos con evaluaciones , fortaleciendo así el conocimiento y compromiso del equipo con esta iniciativa.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: En Alfin Banco realizamos esfuerzos constantes por identificar las necesidades de información de nuestros usuarios a través de diversos canales. Recurrimos a la escucha activa en redes sociales , análisis de consultas frecuentes en nuestros canales de atención (agencias, chatbot, WhatsApp y banca telefónica) y el seguimiento de tendencias digitales relacionadas con productos financieros. Esta información nos permite ajustar nuestros contenidos educativos y comunicacionales, priorizando temas de interés como opciones de ahorro, inversión, uso responsable del crédito y seguridad digital , alineados al perfil y comportamiento de nuestros usuarios.		

Pregunta 6

	SI	NO
¿La empresa realiza acciones para mejorar la claridad de la información que brinda a sus usuarios, facilitando la comprensión de las características y condiciones de los productos o servicios contratados?	X	
EXPLICACIÓN: Alfin Banco trabaja continuamente en mejorar la claridad y accesibilidad de la información que brinda a sus usuarios. Esto se refleja en la simplificación del lenguaje comercial y contractual , el uso de formatos visuales como videos explicativos, piezas gráficas y afiches informativos ubicados estratégicamente en agencias, lo que facilita la comprensión de las características, beneficios y condiciones de los productos financieros. Asimismo, durante la atención en agencia, nuestros asesores están capacitados para explicar los		

productos en un lenguaje claro y cercano, resolviendo dudas de forma ágil y personalizada. Complementamos estas acciones con iniciativas como “**Llama al Cash con Llama Cash**”, que traduce conceptos financieros complejos en mensajes didácticos y accesibles, reforzando así la toma de decisiones informadas por parte de nuestros clientes.

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	
EXPLICACIÓN: Alfin Banco cuenta con un proceso interno de revisión y validación de contenidos publicitarios , que incluye la participación de las áreas de Marketing, Conducta de Mercado y Legal . Antes de su difusión, toda pieza pasa por un control que asegura la claridad del mensaje, la precisión de la información y el cumplimiento de la normativa vigente . Este proceso busca garantizar que los usuarios comprendan correctamente las características, beneficios y condiciones de los productos o servicios ofrecidos, evitando ambigüedades o información que pueda inducir a error.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Seguimos los lineamientos establecidos por ASBANC (Asociación de Bancos del Perú) , asegurando que nuestras acciones y comunicaciones estén alineadas con las buenas prácticas del sector financiero . Asimismo, de forma mensual compartimos con la entidad la publicidad difundida en nuestros distintos canales para su revisión. A la fecha, todas las piezas han obtenido nota aprobatoria , cumpliendo al 100% con las medidas de autorregulación publicitaria establecidas por ASBANC.		

CALIDAD DE ATENCIÓN Y ORIENTACIÓN

Pregunta 9

	SI	NO
¿La empresa cuenta con un sistema de mejora continua de sus mecanismos de atención al usuario?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con el programa VOC (Voice of the Customer) , que permite un seguimiento constante a la experiencia del cliente. A través de este sistema, recogemos, analizamos y damos respuesta de forma proactiva a los comentarios y percepciones de nuestros usuarios. Además, gestionamos feedback personalizado , implementando acciones específicas según el tipo de caso , con el objetivo de mejorar nuestros procesos y fortalecer la calidad de atención en todos nuestros canales.		

Pregunta 10

	SI	NO
¿La empresa brinda a sus clientes canales de atención apropiados y convenientes que facilitan la relación y el contacto no presencial?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con diversos canales que permiten a nuestros clientes acceder a atención de manera remota , sin necesidad de desplazarse físicamente. Entre ellos destacan WhatsApp, Banca Telefónica, nuestra página web, redes sociales y la App Alfin . Estas plataformas nos permiten ofrecer un servicio ágil, cercano y accesible , fortaleciendo la relación con nuestros clientes sin importar su ubicación.		

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: En Alfin Banco realizamos capacitaciones constantes para asegurar que nuestros colaboradores estén preparados para brindar una atención adecuada y de calidad. Estas capacitaciones abarcan tanto el conocimiento de productos como aspectos de trato respetuoso e inclusivo . Además, implementamos un enfoque segmentado por regiones , reforzando las habilidades del equipo en función del score de atención obtenido, con sesiones dinámicas que responden a las necesidades específicas de cada zona. Esto garantiza una mejora continua en la experiencia del cliente.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: En Alfin Banco promovemos una cultura basada en el respeto, la empatía y el trato humano . Contamos con lineamientos institucionales como el “Protocolo SONRÍE” , que orienta la conducta de nuestros colaboradores hacia una atención cordial y no discriminatoria. Este enfoque se refuerza desde el ingreso, a través de espacios de inducción , y de manera continua con cápsulas de video internas difundidas en nuestros canales corporativos. En ellas, no solo se refuerzan buenas prácticas, sino que también se reconoce al asesor del mes por región , destacando ejemplos reales de trato excepcional, con el objetivo de fomentar y contagiar una cultura centrada en el cliente.		

GESTIÓN DE RECLAMOS

Pregunta 13

	SI	NO
¿La empresa cuenta con canales de atención de reclamos de fácil acceso y procura brindar respuesta en un plazo menor al establecido en la regulación?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con tres canales regulatorios para el registro de reclamos: Banca Telefónica, Página Web y Red de Agencias. El plazo regulatorio de atención es de 15 días hábiles, sin embargo, durante los dos primeros trimestres del 2025 hemos registrado como promedio: IQ25 8d y IIQ25 7d.		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Correcto, en Alfin Banco damos respuestas claras y detalladas respecto a las casuísticas presentadas.		

Pregunta 15

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza por analizar las causas de los reclamos de sus usuarios con la finalidad de mejorar la calidad de atención en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: De manera trimestral se presenta Informes de Gestión, en la cual se detalla las causas de los reclamos presentados y los planes de acción a realizar.		

PRÁCTICAS DE NEGOCIO

Pregunta 16

	SI	NO
¿La empresa identifica las necesidades de sus usuarios y las considera al diseñar sus productos y servicios?	X	
EXPLICACIÓN: Si. Toda iniciativa para desarrollar un producto o servicio, nace para atender una necesidad específica del cliente.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: Si. Desde el diseño del producto se incluye un speech y proceso detallado con, los beneficios y condiciones del producto. Adicional a ello contamos con un plan de capacitación anual a los equipos de venta, sobre el end to end del producto. Si, efectivamente, el proceso de comercialización en la Banca Empresa implica un proceso de acompañamiento en todo el proceso, así como un servicio post venta. Recordemos que nuestro negocio es un B2B, en el cual el funcionario asignado es responsable de la relación directa con los clientes y atenderlo en sus requerimientos, dudas y apoyarlo desde el inicio al fin.		

Pregunta 18

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para realizar pagos anticipados?	X	
EXPLICACIÓN: Si. Según las necesidades identificadas se van incluyendo los canales necesarios.		

Pregunta 19

	SI	NO
¿La empresa se esfuerza en ofrecer a sus usuarios canales de fácil acceso y comprensión para cancelar sus productos?	X	
EXPLICACIÓN: Si. Según las necesidades identificadas se van incluyendo los canales necesarios.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: Si. Contamos con un plan de capacitación anual sobre ventas y proceso a fin de mitigar errores; de detectarse alguna actividad distinta, se procede con revisión de la casuística y se ejecuta un proceso disciplinario de ser necesario.		

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	
EXPLICACIÓN: La empresa mantiene de forma continua la publicación de recomendaciones de seguridad para los usuarios, orientadas a prevenir fraudes y promover el uso seguro de los canales digitales. Estas incluyen: • Consejos para evitar fraudes digitales. • Recomendaciones para creación de contraseñas seguras. • Advertencias sobre enlaces sospechosos o fraudulentos. • Buenas prácticas de protección de datos personales. • Pagos seguros por canales digitales. • Detección y reporte de mensajes fraudulentos. Estas recomendaciones son difundidas de manera permanente en coordinación con el área de Marketing a través de nuestras redes sociales oficiales (LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok) y otros medios digitales, asegurando amplio alcance y cobertura nacional.		

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	
EXPLICACIÓN: Respecto a las medidas de seguridad física, realizamos inspecciones presenciales en las oficinas, con ayuda de nuestro proveedor de vigilancia, que, en su programación de supervisiones, verifica el servicio de vigilancia y, además, en comunicación con nuestro centro de control y con nuestro proveedor de monitoreo de alarmas, realizan pruebas de la operatividad de los dispositivos de seguridad electrónica instalados en nuestros locales. Entre los principales mecanismos de prevención de fraude implementados se incluyen: <u>Herramientas tecnológicas</u> • Alertas de notificación por SMS y email. • Bloqueo preventivo de tarjetas ante operaciones sospechosas. • Validaciones biométricas: uso de huella digital y reconocimiento facial para autenticar al cliente. • Monitoreo de operaciones. <u>Cultura organizacional</u> • Adopción de una política de tolerancia cero frente al fraude. • Aplicación de una Política Antifraude aplicable a todos los colaboradores con enfoque preventivo y correctivo. • Canal ético como vía segura y confidencial para la comunicación de conductas irregulares o contrarias a los valores del banco.		

Pregunta 23

	SI	NO
¿La empresa cuenta con mecanismos efectivos de ciberseguridad y de gestión adecuada de los datos personales de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: La empresa cuenta con un sistema de gestión de seguridad de la información vigente, basado en la norma ISO/IEC 27001. Esto incluye políticas actualizadas de: • Seguridad de la Información. • Gestión de Incidentes de Seguridad. • Gestión de Accesos. Adicionalmente, se ejecuta un plan de trabajo anual en ciberseguridad y se realizan auditorías internas periódicas para verificar el cumplimiento de controles. La protección de datos personales se gestiona bajo los principios de confidencialidad, integridad y disponibilidad, en cumplimiento de la Ley N.º 29733 y su reglamento (DS N.º 016-2024-JUS). Las medidas vigentes comprenden la concientización permanente a los colaboradores sobre seguridad y privacidad.		

GESTIÓN DE COBRANZAS

Pregunta 24

	SI	NO
¿La empresa cuenta con procedimientos de cobranza que garantizan el respeto de los derechos de los usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Se cuenta con los procedimientos para cada tipo de gestión: Domiciliaria y Call Center. En cada uno de ellos se especifica como debe proceder el asesor de cobranza, según las normas y respeto a los derechos de los usuarios ya sea por medio de una visita física o por medio de una llamada.		

Pregunta 25

	SI	NO
¿La empresa monitorea el adecuado cumplimiento de sus procedimientos de cobranza?	X	
EXPLICACIÓN: Adicional al procedimiento de cómo gestionar, se cuenta con manuales de Supervisión para ambos tipos de gestión. Para el caso de call center contamos con un monitor de Calidad quien se encarga de la calificación y cumplimiento del speech de los asesores telefónicos. Para el caso de cobranza domiciliaria, se cuenta con manual de supervisión para los encargados de los ejecutivos de cobranza Campo en donde se encargan constantemente del acompañamiento para el cumplimiento de la normativa.		