

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 promueve la inclusión financiera mediante contenidos educativos en redes sociales orientados a fortalecer el conocimiento y los hábitos financieros de nuestros usuarios. Abordamos temas como la construcción de un buen historial crediticio, el ahorro y la gestión responsable de las finanzas personales. Asimismo, utilizamos a Llama Cash como recurso didáctico para acercar conceptos financieros de manera sencilla y cercana.		

Pregunta 2

	SI	NO
¿La empresa cuenta con iniciativas de educación financiera dirigidas a sus usuarios?	X	
Explique sobre las iniciativas desarrolladas EXPLICACION: Brindamos orientación personalizada a los clientes de acuerdo con los resultados de su evaluación, explicándoles oportunidades de mejora y promoviendo mejores hábitos financieros. Asimismo, capacitamos a la red de agencias sobre los distintos productos y casuísticas, con el objetivo de fortalecer la orientación al cliente. Complementamos estas acciones con contenidos audiovisuales en redes sociales, donde compartimos recomendaciones de educación financiera de manera sencilla y cercana, incluyendo contenidos con Llama Cash.		

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: Contamos con indicadores de desempeño digital para medir el impacto de nuestros contenidos de educación financiera, como alcance, impresiones e interacciones. A la fecha, este tipo de contenidos ha alcanzado a más de 100 mil personas, 15 k interacciones. Además, contamos con Llama Cash, personaje utilizado para comunicar conceptos financieros de manera didáctica y cercana, con contenidos desarrollados según distintas temporadas, como "El equilibrio financiero en el Circo de Llama Cash".		

Pregunta 4

	SI	NO
¿La empresa involucra a sus colaboradores en las iniciativas de educación financiera que desarrolla?	X	
EXPLICACIÓN: Sí. Desarrollamos campañas internas orientadas a fortalecer la educación financiera de nuestros colaboradores, mediante contenidos y recomendaciones que promueven mejores hábitos financieros y generan interés por alternativas de ahorro e inversión. Estas iniciativas se complementan con campañas e incentivos que buscan motivar a los colaboradores a tomar decisiones que contribuyan a un mejor equilibrio financiero.		

TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Pregunta 5

	SI	NO
¿La empresa realiza esfuerzos por identificar las necesidades de información de sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Contamos con un equipo de Experiencia al Cliente que realiza investigaciones y encuestas focalizadas para identificar las necesidades y principales puntos de dolor de los clientes. Esta información se complementa con el feedback recogido a través de los canales de atención y la red de agencias. Los hallazgos se comparten con el equipo Comercial para identificar oportunidades de mejora y reforzar la gestión. Asimismo, contamos con políticas internas y capacitaciones que fortalecen este proceso.		

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: Sí. Trabajamos la claridad y accesibilidad de la información desde diferentes frentes, buscando simplificar el lenguaje y facilitar la comprensión de las características y condiciones de nuestros productos. Equipo Comercial: contamos con un comité mensual donde se refuerzan las políticas, condiciones de los productos y campañas vigentes. Asimismo, los gerentes regionales desarrollan espacios semanales de role play con los asesores para fortalecer la calidad de atención y la correcta explicación de los productos. Marketing y Experiencia al Cliente: contamos con dashboards de seguimiento de NPS Banco y NPS Agencia, que permiten identificar puntos de dolor y oportunidades de mejora en la atención. A partir de estos hallazgos, se coordinan capacitaciones y acciones de refuerzo con los equipos involucrados. Adicionalmente, incorporamos un contrato en formato de audio digital para facilitar el acceso a la información a personas con dificultad visual.		

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: Contamos con un flujo de revisión y aprobación previo a la publicación de cada pieza publicitaria: Brief de Producto → desarrollo de la pieza por Marketing → validación de Producto → revisión de Conducta de Mercado (CDM) → publicación. Este proceso permite verificar previamente la claridad, consistencia y cumplimiento de los lineamientos aplicables antes de comunicar la información al cliente.		

Pregunta 8

	SI	NO
¿La empresa incorpora en su publicidad las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación?	X	
EXPLICACIÓN: Sí. Las piezas publicitarias se desarrollan y revisan considerando los lineamientos internos y las disposiciones establecidas en los mecanismos de autorregulación aplicables, como parte del flujo de validación previo a su publicación. Este control busca asegurar que la comunicación sea clara, consistente y alineada con las buenas prácticas del sector financiero.		

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: Sí. Contamos con un enfoque de Voz del Cliente (VOC) que permite realizar seguimiento continuo a la experiencia a través de indicadores como NPS Banco y NPS Agencia, investigaciones y encuestas focalizadas. Los hallazgos permiten identificar puntos de dolor y oportunidades de mejora, a partir de los cuales se coordinan acciones de refuerzo, capacitaciones y mejoras con las áreas involucradas.		

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:		

Actualmente contamos con el WhatsApp oficial del Banco, disponible las 24 horas, los 7 días de la semana, donde los clientes pueden realizar consultas e interactuar con nuestro canal digital. Cuando requieren una atención más personalizada, pueden ser derivados a un asesor humano. Asimismo, difundimos este canal mediante material POP en nuestra red de agencias, facilitando que los clientes conozcan y utilicen una alternativa de atención digital sin necesidad de acudir al Banco.

Pregunta 11

	SI	NO
¿La empresa verifica si sus colaboradores están capacitados para atender a sus usuarios?	X	
EXPLICACIÓN: Los equipos Comercial y de Capital Humano realizan capacitaciones periódicas para asegurar que los colaboradores cuenten con los conocimientos necesarios para atender adecuadamente a los usuarios. Asimismo, se realiza seguimiento a la asistencia, participación y retroalimentación de cada capacitación, lo que permite identificar necesidades de refuerzo y fortalecer continuamente la calidad de atención.		

Pregunta 12

	SI	NO
¿La empresa adopta medidas para que su personal ofrezca al usuario un trato cordial, respetuoso y no discriminatorio?	X	
EXPLICACIÓN: Sí. Desde Experiencia al Cliente contamos con el Protocolo Sonríe, mediante el cual reforzamos el propósito del Banco y los lineamientos de atención que deben considerarse en la interacción con nuestros clientes. El protocolo promueve una atención proactiva, cordial, respetuosa, inclusiva y no discriminatoria, y se complementa con acciones de capacitación y refuerzo a los equipos de atención.		

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: Alfin Banco cuenta con diversos canales de atención de fácil acceso para la presentación de reclamos, tales como la Red de Agencias, Banca Telefónica y la página web institucional, permitiendo a los usuarios acceder a mecanismos de atención tanto presenciales como virtuales. Asimismo, el área de Reclamos realiza seguimiento continuo de la gestión mediante controles operativos, monitoreos periódicos e indicadores internos orientados a procurar la atención de los reclamos en plazos menores a los establecidos por la normativa vigente		

Pregunta 14

	SI	NO
¿La empresa atiende todos los aspectos de los reclamos en forma comprensible y sencilla?	X	
EXPLICACIÓN: Alfin Banco procura que las respuestas emitidas atiendan integralmente los aspectos planteados por los usuarios, utilizando un lenguaje claro, sencillo y comprensible. Asimismo, las comunicaciones buscan proporcionar información suficiente, coherente y sustentada, facilitando la comprensión de los resultados obtenidos y de las acciones realizadas durante la atención del reclamo.		

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: Alfin Banco realiza el seguimiento permanente de las principales tipologías de reclamos presentadas por los usuarios. Adicionalmente, de manera trimestral se efectúan análisis de causa raíz a fin de identificar oportunidades de mejora en productos, procesos, canales y servicios. Los resultados son compartidos con las áreas involucradas para la implementación de acciones correctivas y preventivas orientadas a reducir la recurrencia de reclamos y fortalecer la experiencia del cliente.		

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: La empresa identifica las necesidades y expectativas de sus clientes a través de consultas, solicitudes y la retroalimentación recibida mediante los distintos canales de atención. Con base en la información recopilada, se diseñan, evalúan y mejoran los productos y servicios ofrecidos. Asimismo, se realizan encuestas de no contratación y de precancelación con el objetivo de comprender los motivos que influyen en las decisiones de los clientes e identificar oportunidades de mejora en los productos. En el ámbito de los seguros, antes del lanzamiento de un nuevo producto se analizan las necesidades del mercado y de los clientes para asegurar que la oferta responda a sus requerimientos. Por ejemplo, actualmente se evalúa la implementación de un Seguro Multirisgo que cubra daños por desastres naturales a nivel de contenido, considerando la coyuntura asociada al fenómeno de El Niño. De igual manera, se ofrecen seguros de salud orientados a brindar una atención oportuna y ágil a los clientes.		

Pregunta 17

	SI	NO
¿La empresa verifica que sus acciones de comercialización no induzcan a sus clientes a posibles errores?	X	
EXPLICACIÓN: La empresa verifica que la información utilizada para la comercialización de sus productos sea clara, suficiente y transparente. Asimismo, procura comunicar adecuadamente las características, condiciones, beneficios y restricciones de cada producto, garantizando que los clientes cuenten con la información necesaria para tomar decisiones informadas. Todas las comunicaciones comerciales son revisadas por las áreas correspondientes antes de su difusión, con el fin de asegurar su exactitud y cumplimiento normativo. Además, el proceso de venta exige que los canales de atención expliquen de manera detallada las condiciones aplicables a cada producto, las cuales también se encuentran reflejadas en la documentación contractual. Esta consistencia en la información se sustenta en que cada producto está configurado de acuerdo con reglas de negocio previamente, precios, coberturas y reglas de suscripción.		

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: Sí, en nuestras agencias y canales recaudadores.		

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: El Banco pone a disposición de sus clientes canales de atención presenciales para gestionar la cancelación de sus productos, procurando que el procedimiento, los requisitos y las condiciones aplicables sean comunicados de manera clara, oportuna y comprensible. Asimismo, la entidad garantiza que los clientes puedan solicitar la cancelación de todos sus productos, como mínimo, a través de los mismos canales mediante los cuales fue contratado, en cumplimiento de la normativa vigente.		

Pregunta 20

	SI	NO
¿La empresa promueve adecuadas prácticas comerciales y, de identificar alguna práctica comercial distinta, adopta las medidas correctivas correspondientes?	X	
EXPLICACIÓN: El Banco promueve buenas prácticas comerciales en todos sus canales de atención, con el objetivo de asegurar una gestión transparente y alineada con los intereses de los clientes. En caso de identificarse situaciones que		

no se ajusten a dichas prácticas, se adoptan las medidas correctivas correspondientes, en concordancia con los lineamientos establecidos por las áreas regulatorias y de control.

Asimismo, el desempeño del personal interno es objeto de evaluación permanente para verificar el cumplimiento de los estándares definidos por la organización. De igual manera, los operadores de venta están sujetos a obligaciones y mecanismos de control contemplados en sus contratos, los cuales incluyen la aplicación de penalidades ante eventuales incumplimientos.

Complementariamente, se realizan capacitaciones y visitas periódicas de supervisión para validar el cumplimiento de los flujos operativos y fortalecer las buenas prácticas comerciales. Estas acciones contribuyen a garantizar una adecuada comercialización de los productos, así como una correcta explicación de sus características, condiciones y beneficios a los clientes.

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: El Banco brinda a sus clientes recomendaciones y buenas prácticas para el uso seguro de sus productos y canales digitales, incluyendo medidas preventivas frente a fraude, phishing, suplantación y robo de credenciales.		

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 verifica el servicio de vigilancia y además, en comunicación directa con el centro de control del banco y con nuestro proveedor de monitoreo de alarmas, realizan pruebas mensuales de la operatividad de los dispositivos de seguridad electrónica instalados en nuestros locales. Respecto a los mecanismos de prevención de fraude, se realizan actividades continuas de análisis, así como revisiones periódicas de los controles implementados para la detección y mitigación de eventos potencialmente fraudulentos. Asimismo, se efectúa el seguimiento de incidentes reportados, la evaluación de indicadores de riesgo y la coordinación con las áreas involucradas para validar la efectividad de los controles e implementar mejoras continuas en el marco de la gestión del riesgo de fraude.		

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:		

El Banco dispone de un marco de Seguridad de la Información, Ciberseguridad, soportado por políticas, gestión de riesgos, controles de acceso, monitoreo, gestión de vulnerabilidades y mecanismos de prevención y respuesta ante incidentes.

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, en especial atendiendo lo indicado por el código de protección al consumidor ya sea en caso 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 Supervisor, quien a través de monitoreos 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 jefes inmediatos de los ejecutivos de cobranza campo, en donde se detalla la rutina de acompañamiento y apoyo para el cumplimiento de la normativa.		