

2023

RE02-PR21AI01 / Ed 16



Informe de Auditoría

1. Resumen Ejecutivo

Esta auditoria es relativa a la Gerencia Producto y Comercialización y Planificación Calidad e Innovación patrocinador y gestor del proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital.

El proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital busca construir un modelo de relacionamiento con los afiliados, mediante productos y servicios que generen una experiencia memorable a los clientes, por lo que resulta relevante evaluar el avance, cumplimiento y contribución al desempeño de objetivos estratégicos de BN Vital.

BN Vital gestiona el proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital, de acuerdo con metodología para la evaluación de experiencia al cliente del CFBNCR y procedimientos internos de gestión y seguimiento de proyectos.

El proyecto presenta oportunidades de mejora relacionadas a 3 macro tareas que presentan atrasos con respecto a la fecha de finalización.

BN Vital requiere alinear el proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital con el Plan estratégico vigente y en lo sucesivo garantizar que los proyectos e iniciativas sean revisados y actualizados en función del Plan Estratégico vigente. Elaborar una evaluación integral al cierre del proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital. Además, BN Vital requiere cumplir con la atención de las recomendaciones relacionadas con la gestión de proyectos incluidas en el estudio corporativo AG-F-47-2021 Gestión de Proyectos a Nivel de Conglomerado.

Satisfactorio: Los resultados demuestran que la gestión y desempeño de las actividades evaluadas son apropiados y efectivos para proporcionar una seguridad razonable de que están gestionando los riesgos y que ayudan a cumplir los objetivos y metas institucionales.



José Luis Arias Zúñiga
Auditor Interno
BN Vital OPC S.A.

Yalile Mora Badilla
Supervisora
Auditoría Interna, BN Vital

Ismael Cabezas Barrientos
Asistente de Auditoría
Auditoría Interna, BN Vital

Según el artículo 9 de la Ley 8454: "Los documentos y las comunicaciones suscritos mediante firma digital, tendrán el mismo valor y la eficacia probatoria de su equivalente firmado en manuscrito".

2. Información general

La auditoría se realiza de conformidad con:

- El Marco Internacional para la Práctica Profesional de la Auditoría Interna.
- Las Normas Generales de Auditoría para el Sector Público.
- Las Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna en el Sector Público.
- El Manual de Operaciones de las AI-CFBNCR.

1. Origen	<i>Programa Anual de Trabajo de la Auditoría Interna de BN Vital OPC, S.A. del año 2023, y del Artículo 22 de la Ley General de Control Interno.</i>	
2. Alcance	<i>El presente estudio consiste en evaluar los procesos GA-S01 Gestión con el Afiliado, PL-S01 Planificación y control gerencial, SC-S02 Evaluación de la satisfacción al cliente interno y afiliado y TI-S01 Soporte de la Infraestructura Tecnológica, a cargo de la Gerencia de producto y comercialización, Planeación, Calidad e Innovación, Gerencia de Gestión Integral del Afiliado y Gerencia de TI, al 31 de marzo del 2023.</i>	
3. Metodología	<i>Verificación del avance, cumplimiento y contribución a los objetivos propuestos del proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital, mediante la verificación del cumplimiento del cronograma de actividades, utilizando la documentación que respalda la gestión de proyectos e información de las áreas involucradas.</i>	
4. Objetivos de la auditoría	<i>1. Evaluar la efectividad del cumplimiento de las tareas del proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital, de acuerdo con la metodología para la evaluación de experiencia al cliente CFBNCR, demás normativa vigente y mejores prácticas. 2. Verificar el aporte del proyecto Modelo de Gestión de la Experiencia al Cliente y Estrategia de Transformación Digital en el cumplimiento de los objetivos estratégicos: Brindar una experiencia de cliente memorable, Impulsar la digitalización de los clientes y Mejorar el desempeño de los procesos de operación, alineado a la experiencia del cliente.</i>	
5. Riesgos relevantes	<p>1 Planificación estratégica, operativa y presupuestaria de la Operadora desarrollada de forma incorrecta o con deficiencia en el seguimiento.</p> <p>2 Proyectos tramitados sin estar acorde a lo establecido.</p> <p>3 Proyectos de I+D+i: Investigación, Desarrollo e Innovación tramitados de forma deficiente.</p> <p>4 Canales para atención de afiliados no disponibles.</p> <p>5 Satisfacción de las necesidades de afiliados y/o partes externas gestionadas de forma inoportuna.</p> <p>6 Actualización de Aplicaciones Web y Objetos realizada de manera incorrecta.</p>	<p>Apetito</p> <p>Tolerancia</p> <p>Apetito</p> <p>Capacidad</p> <p>Apetito</p> <p>Apetito</p>