

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30

**BN SOCIEDAD CORREDORA DE SEGUROS, S. A.**

**N.º 295**

Costa Rica, martes siete de diciembre del dos mil veintiuno, a las ocho horas.

**SESIÓN ORDINARIA**

- Asistencia:
- Directivos:
- Sra. Ruth Alfaro Jara, presidenta  
Sra. Jeannette Ruiz Delgado, vicepresidenta  
MBA. Rosaysella Ulloa Villalobos, secretaria  
Sr. Mario Carazo Zeledón, tesorero  
Sra. Andrea Vindas Lara, vocal  
Lcda. Jessica Borbón Guevara
- Fiscal:
- Gerente General: Lic. José Alfredo Barrientos Solano  
Auditoría Interna: M.Sc. Gabriela Sánchez Quirós  
Asesor Legal de la Junta Directiva  
General del BNCR: Lic. Rafael Brenes Villalobos  
Subsecretaria General: Lcda. Sofía Zúñiga Chacón

**ARTÍCULO 1.º**

Se dejó constancia de que, dada la declaratoria de estado de emergencia nacional emitida por el Gobierno de la República, ante la situación sanitaria provocada por la Covid-19, la presente sesión se desarrolló vía la herramienta Microsoft Teams, garantizando la simultaneidad, interactividad e integralidad entre la comunicación de todos los participantes.

**ARTÍCULO 2.º**

La presidenta de este directorio, señora Ruth Alfaro Jara, sometió a votación el orden del día de la presente sesión ordinaria número 295 de BN Sociedad Corredora de Seguros, S. A.

Los directores mostraron su anuencia en aprobarlo.

**Resolución**

**POR VOTACIÓN NOMINAL Y UNÁNIME SE ACORDÓ: aprobar** el orden del día de la presente sesión ordinaria 295 de BN Sociedad Corredora de Seguros, S. A.

(R.A.J.)

**ARTÍCULO 3.º**

La directora señora Ruth Alfaro Jara sometió a aprobación las actas de las sesiones ordinarias número 293 y 294 celebradas el 10 y 23 de noviembre del 2021, respectivamente.

**Resolución**

**POR VOTACIÓN NOMINAL Y UNÁNIME SE ACORDÓ: aprobar** las actas de las sesiones ordinarias número 293 y 294, celebradas el 10 y 23 de noviembre del 2021, respectivamente, las cuales incorporan las observaciones de forma remitidas, de previo, por doña Gabriela Sánchez Quirós.

(R.A.J.)

**ARTÍCULO 6.º**

En relación con el artículo 4.º, sesión 287 del 17 de agosto del 2021; artículo 4.º, sesión 290 del 5 de octubre del 2021 y artículo 6.º, sesión 291 del 19 de ese mes, relativos a la participación de las directoras Andrea Vindas Lara, Rosaysella Ulloa Villalobos, la fiscal Jessica Borbón Guevara y la Gerencia General de BN Corredora de Seguros, S. A., en el ***XXI Congreso Regional Copaprose México 2021***, efectuado en México del 3 al 5 de noviembre del 2021, el gerente general, señor José Alfredo Barrientos Solano presentó el resumen ejecutivo del 2 de diciembre del 2021, al que se adjunta el oficio BNCS-DC-209-2021 de la misma fecha, suscrito por el señor Antonio Mora Alfaro, director comercial de la sociedad (quien también participó en el evento), el cual contiene un informe sobre los principales temas tratados en el citado Congreso.

Con la venia de la Presidencia, se integró a esta sesión virtual el señor Mora Alfaro, con el fin referirse al respecto.

Inicialmente, el señor Barrientos Solano dijo que en este Congreso se conocieron una serie de situaciones referentes a lo que sucede en el mercado en cuanto a la pandemia y postpandemia, así como a lo que se considera disruptivo y las limitaciones de la industria. Añadió que en este Congreso participaron varios miembros de la Junta Directiva y de la Administración (doña Rosaysella, doña Andrea, doña Jessica, don Antonio Mora y él), que hicieron *networking* y procesos de capacitación.

De seguido, el señor Mora Alfaro expresó que, como lo decía don José, la experiencia que se pudo obtener en este Congreso fue muy rica. Resaltó el cambio de formato que tuvo el evento para el 2021, donde, más que una exposición, eran conversatorios de personas con mucha experiencia; no obstante, lo más valioso, fue sin duda la exposición y el *networking* que se puede generar en esos espacios. Luego, comentó que en el día uno fue de *networking* y un repaso general de Copaprose, el cual es uno de los eventos más importantes en que se reúnen brókeres y personas de mucha

1 experiencia, que han hecho cosas muy valiosas para el mercado, por lo que se  
2 pueden aprovechar esos conocimientos, además de la oportunidad de conversar y  
3 crear alianzas estratégicas que han funcionado a través del tiempo. A continuación,  
4 externó que en el día dos se vio lo relativo al panorama general de la economía  
5 mundial y del mercado de seguros en Hispanoamérica durante la pandemia y  
6 postpandemia, los seguros paramétricos (cómo, cuándo y dónde); el reaseguro,  
7 tendencias y oportunidades. De igual manera, indicó que el día tres se vio la  
8 preocupación por todo lo referente al RC ambiental; tecnologías en los seguros  
9 (alcances y oportunidades), situación actual de la venta de seguros en la nueva  
10 realidad y fianzas y seguros como instrumentos de garantía. Posteriormente,  
11 especificó que el día uno, que fue de *networking*, se aprovechó bastante, por cuanto  
12 tuvieron la oportunidad de relacionarse con toda la operación, por lo menos a nivel  
13 de *call center*, que tiene Qualitas en México. Señaló que esta compañía está en  
14 Costa Rica y México es su casa matriz, donde tiene más de cuatro millones de  
15 unidades de vehículos aseguradoras, dado que se especializa en el aseguramiento de  
16 automóviles, lo cual hace que sea un líder en el mercado mexicano y en Costa Rica  
17 pelea mercado principalmente con el INS. Agregó que se tuvo una sesión con  
18 representantes Interprotección, que es un bróker que también tiene una figura  
19 biseguro que es sumamente innovadora, creativa y disruptiva. Destacó que una de  
20 las conclusiones que tiene de este Congreso es que, definitivamente, las corredoras  
21 de seguros que quieren realmente ganar mercado o estar en las primeras posiciones  
22 tienen que darse cuenta de que ya no se venden los seguros tradicionales, sino más  
23 bien hoy son soluciones que deben acompañar a las diferentes empresas y personas  
24 en sus distintos proyectos de vida y profesionales.

25 El señor Barrientos Solano acotó que algo muy importante que mencionaba don  
26 Antonio es que ese primer día se tuvo la oportunidad de ver toda la operación, que  
27 es mucho más madura que las operaciones en Costa Rica, del *call center* de  
28 Qualitas. Manifestó que ellos les brindaron un espacio para explicarles las  
29 herramientas y sugerencias sobre estas, aspectos de tiempos de respuesta,  
30 prontitud en el servicio y la parte de cliente-céntrico, lo cual cambia la perspectiva  
31 de lo que se está haciendo hoy en el mercado local costarricense, que a veces se  
32 preocupa mucho en regularse y, al final de cuentas, no da ese paso a hacerlo algo  
33 más sencillo de ejecutar. Expresó que fueron a una empresa completamente actual y  
34 moderna, inclusive en su forma de atención, que es InterSeguros y sus oficinas  
35 tienen un concepto muy similar al de Google: actual, moderno, con espacios cerrados  
36 y abiertos, y áreas conversacionales para generación de ideas e innovación. Indicó  
37 que de ahí se trajeron una serie de aspectos y productos, así como una relación para  
38 poder efectuar una alianza comercial de algún tipo o estratégica, que permita hacer  
39 algo innovador aquí. Mencionó que dentro de los productos está el de seguros de  
40 uso. Subrayó que, definitivamente, el seguro tradicional, en el que le debe pasar  
41 algo a la persona para que pueda o necesite utilizar el seguro, quedó en el pasado.  
42 Adicionó que la relación de crear producto nuevo y seguros en banca nueva debe

1 pasar por algo de uso, como lo es la telemedicina y las asesorías legales. Externó  
2 que les hablaron mucho de acompañamiento en aspectos de índoles de salud, como  
3 nutricionales; pero, no por tener la cobertura, sino desarrollarlo como una  
4 estrategia preventiva. Dijo que eso le llamó poderosamente la atención, porque, a  
5 ellos les ha ido muy bien desde el punto de vista de la utilidad, dado que colocan  
6 una cantidad enorme de productos. Apuntó que eso es parte de la estrategia que BN  
7 Corredora podría seguir. Luego, indicó que se reunieron con el CEO de la empresa  
8 Addiuva, que es experta en dar servicios accesorios al seguro; pero, lo desarrollan  
9 con el seguro. Comentó que es muy importante ese canal o esa red que ellos tienen,  
10 para poder ponerlo al servicio de los clientes y esto va a cambiar el método o la  
11 forma en la que BN Corredora lo siga haciendo. Acotó que estas tres experiencias se  
12 enlazarán, inclusive, con lo que se vio anteriormente en la presentación de don José  
13 Mariano sobre planificación estratégica y en el plan comercial que se conocerá en la  
14 próxima sesión; es decir, se incluirán en el proceso constructivo que se empezará a  
15 crear a partir del año 2022.

16 La directora Alfaro Jara señaló: “Muchas gracias, don José”.

17 El señor Mora Alfaro expresó: “Justo lo que decía José, definitivamente, nosotros  
18 tenemos que cambiar el chip de poder vender estas soluciones de otra manera y  
19 dejar de pensar en el seguro estructurado que nosotros vendíamos para asegurar la  
20 riqueza de las personas. También, esa es otra limitación, nosotros tratábamos de  
21 asegurar la riqueza y ya no está creciendo. La economía no está creciendo en los  
22 márgenes que nosotros quisiéramos y tampoco es porcentual el incremento del  
23 seguro acompañado como va creciendo la riqueza. Entonces, en lugar de enfocarnos  
24 en la riqueza de las personas, tenemos que enfocarnos en acompañar a cada  
25 proyecto y es un aprendizaje muy interesante y una visión diferente que traemos  
26 para seguir avanzando más en el mercado”.

27 La directora Ruiz Delgado expresó: “Me encanta eso que acaba de decir Antonio,  
28 porque yo creo que ese es el gran aprendizaje a futuro del sector asegurador, en el  
29 sentido de que tenemos que ser solidarios con la gente, para eso existe el seguro.  
30 Entonces, el que podamos enfocarnos en ser un acompañante en cualquier proceso  
31 productivo o de cualquier tipo, me parece que es precisamente la razón de ser  
32 nuestra y, en la medida en la que logremos hacer que eso se comprenda, vamos a  
33 lograr tener una mayor penetración de seguros. Aquí es donde el concepto de seguro  
34 cambia completamente y ya se convierte en un acompañante solidario. Incluso, yo  
35 pensaría, José, que hasta una campaña en esa línea podríamos hacer, por ejemplo,  
36 somos su acompañante solidario, su apoyo, su soporte. Ese tipo de cosas, porque es  
37 lo que realmente nos da razón de ser. Muchas gracias. Me encanta esa visión”.

38 La directora Alfaro Jara acotó: “Pensé exactamente en lo mismo, porque siempre se  
39 pensó en que los seguros eran para asegurar la riqueza de las personas y ahora  
40 tiene que ser el acompañamiento de proyectos durante toda su vida. Además, los  
41 seguros, a menos de que hablara de un seguro de vida, siempre era algo como muy  
42 temporal. Yo creo que eso también es parte del cambio cultural y de esa cultura de

1 seguros que debemos replicar. Muy interesante es nueva visión. Estoy  
2 completamente de acuerdo con doña Jeannette. Hay que explotar ese lema”.

3 El señor Mora Alfaro manifestó: “Muchas gracias, doña Ruth y doña Jeannette.  
4 Definitivamente, yo creo que en ese acompañamiento es en el que nosotros también  
5 tenemos la tarea de poder impactar el propio mercado asegurador. Hoy, no es  
6 posible que nosotros queramos vender una póliza todo riesgo y cuando nos la envían  
7 tiene 20 páginas de todas las exclusiones, entonces, es también cómo ir impactando  
8 al mercado para poder realmente dar ese acompañamiento, porque, al final, cuando  
9 uno compra un seguro es porque tiene la necesidad de asegurar algo contra todos los  
10 riesgos posibles; sin embargo, ahí es cuando perdemos la fe, cuando nos cuesta tanto  
11 hacer cultura, porque un cliente compra algo bajo una promesa y lo que recibe es  
12 una serie de exclusiones. La póliza todo riesgo debería ser un documento de una  
13 página en la que realmente sea eso: un seguro todo riesgo, y eso definitivamente va  
14 a ampliar la cultura y vamos a regresar a obtener esa credibilidad y esa cultura de  
15 mercado”. Luego, don Antonio continuó la presentación explicando que el segundo  
16 día del Congreso también analizaron lo referente a los seguros paramétricos.  
17 Destacó que en la Corredora se está trabajando con dos aseguradoras en esta  
18 materia para poder implementarlo. Resaltó que algunas de las características más  
19 importantes de estos seguros es que pueden cubrir aspectos que previamente se  
20 consideraban no asegurables como, por ejemplo, deducibles, incremento de  
21 sublímites, así como abarcar cualquier tipo de bienes que de otra manera estarían  
22 excluidos. Dijo que les comentaron que eso ha abierto una gran oportunidad de  
23 nuevas ventas en el sector de seguros en México y en los seguros paramétricos  
24 relacionados con el agro tienen un porcentaje importante subvencionado por el  
25 Gobierno de ese país, lo que es un gran impulso para todos los clientes que están  
26 inmersos en la parte agrícola. Manifestó que, a raíz del proyecto que se está  
27 trabajando con la Sugese, han tenido diversas sesiones con personeros del Instituto  
28 de Desarrollo Rural e investigaron que existe un subsidio que tiene el Instituto  
29 Nacional de Seguros, en el que hay, aproximadamente, \$15.000 millones destinados  
30 a un proyecto para subsidiar a los agricultores del seguro agrícola. Añadió que están  
31 ahondando más en eso, a fin de hacer alguna alianza y poder ofrecerle ese subsidio  
32 a todos los clientes que lo requieran. Indicó que ese mismo día les expusieron acerca  
33 del reaseguro, tendencias y oportunidades. Enfatizó en que una de las principales  
34 tendencias que tiene el reaseguro es como se demuestra la baja rentabilidad en los  
35 seguros generales y la apuesta a los seguros de personas; además, es un hecho que  
36 en los próximos meses se avecinan grandes aumentos en todas las líneas de seguro.  
37 Luego, se refirió a los temas desarrollados el tercer día en el Congreso. Indicó que  
38 conversaron sobre el seguro RC Ambiental y le llamó mucho la atención porque  
39 cuando estaban hablando sobre las iniciativas del plan comercial de la Corredora  
40 fue una de las acciones que propusieron en el documento por la afectación que  
41 tienen los grandes desarrollos tanto para ríos, aire, suelo y mar. Agregó que la idea  
42 es que ese tipo seguros tengan los montos muy bien definidos por el riesgo que esos

1 desarrollos representan. Añadió que las aseguradoras deben tener un grado de  
2 especialización bastante bueno para poder determinar y medir los impactos y la  
3 contaminación que pueden generar esos progresos al ambiente. También, dijo que  
4 hablaron sobre la tecnología en los seguros, específicamente en los alcances y  
5 oportunidades. Explicó que hay segmentos muy diferenciados en el mercado y por  
6 ende los gustos son distintos y parte de dar valor a los segmentos es poder utilizar  
7 la tecnología para darle la oportunidad de que las personas escojan la forma de  
8 cómo quieren ser acompañados, contactados, cómo quieren comprar sus seguros,  
9 cómo quiere que sea la experiencia de compra, el canal y la tecnología que mejor se  
10 adapte. Posteriormente, puntualizó que hablaron sobre la situación actual de venta  
11 de seguros en la nueva realidad. Externó que el mercado ha cambiado, la venta de  
12 seguros es completamente diferente, hay nuevos riesgos emergentes, la gente está  
13 cansada de los documentos y del contacto tradicional. Recalcó que sin duda es una  
14 necesidad transformar el producto si quieren hacer una penetración. Indicó que no  
15 solo es vender seguros, sino soluciones y servicios y eso va a cambiar la manera de  
16 como los clientes van a ver a la Corredora. Externó que los seguros al final son una  
17 promesa y tienen que hacerla realidad a través de una buena asesoría en la venta  
18 del producto y una buena gestión a la hora de hacer el reclamo. En cuanto a las  
19 fianzas y seguros como instrumentos de garantía, apuntó que hay un gran mercado  
20 no solo en México, sino en Costa Rica también. Mencionó que quieren darle la  
21 oportunidad a muchas pymes que están participando en diferentes contrataciones  
22 administrativas a través de Sicop. Mencionó que la idea es que esa empresa en  
23 lugar de tener que utilizar la liquidez para tener una garantía y poder participar en  
24 un proyecto lo puede hacer a través de una caución de cumplimiento donde ellos  
25 también puedan ser un participante más y no tener que verse afectado por las  
26 finanzas. Seguidamente, se refirió a los seguros de gastos médicos y vida, acotó que  
27 en el mundo se muestra un crecimiento en la colocación de seguros personales, los  
28 incrementos son originados por la preocupación que se ha venido generando por la  
29 pandemia y la preocupación de las personas en no quedarse sin acceso a la red de  
30 salud (pública o privada). Asimismo, señaló que en la parte del seguro de vida hubo  
31 un incremento en el costo asociado por la preocupación de los fallecimientos  
32 provocados por la Covid 19. Por otro lado, comentó que, dentro de lo analizado en el  
33 foro, las aseguradoras indican el incremento de la siniestralidad, la cual ya es  
34 preocupante a nivel mundial, porque están provocando reacción en cadena, en  
35 aspectos completamente negativos en materia de seguros ya que aumentan  
36 reservas, primas y se dan efectos adversos asociados a la salud financiera. Dijo que  
37 para este 2022 planean hacer campañas de salud; sin embargo, recalcó que no  
38 pueden forzar al cliente, por ejemplo, a correr en La Sabana, eliminarle el cigarro o  
39 la cerveza; pero, sí pueden hacerle conciencia de la importancia de hacerse  
40 exámenes preventivos. Por último, citó las siguientes conclusiones: i) que hoy en día  
41 se cuenta con muchas oportunidades, retos y una serie de riesgos emergentes por  
42 afrontar en el 2022 y destacó que la Corredora cuenta con la capacidad de hacerle



1 frente a esas situaciones, además de que está preparada para darle soluciones a  
2 aquellos clientes que lo necesitan; ii) que la tecnología va a ser vital para mejorar la  
3 experiencia de los clientes, y iii) que los seguros obligatorios son necesarios para  
4 crear esa conciencia en la población costarricense para mejorar la cultura del  
5 seguro, con el propósito de que los clientes sientan la necesidad y la función del  
6 seguro en la vida cotidiana.

7 La directora Alfaro Jara dijo: “Muchas gracias, Antonio. Excelente toda tu  
8 recapitulación. Me encantó el tema de que no podemos vender solo seguros, sino que  
9 estamos haciendo una venta de soluciones. Lo de la promesa yo creo que eso lo has  
10 venido diciendo en varias participaciones cuando haces tu reporte comercial; pero,  
11 creo que el tema de la promesa de calidad eso ya existe; pero, con seguros,  
12 definitivamente hay que darle otro enfoque, no podemos seguir añorando el pasado.  
13 Creo que es importante hacer conciencia a los reguladores y a los que manejan los  
14 temas de políticas y normativas de que hay que hacer cambios de raíz en la forma  
15 que somos supervisados, porque si no, no se va a lograr mucho en este campo,  
16 tenemos que usar otras formas de venta y siempre estamos contralados. Si no se  
17 hace conciencia en los reguladores también nos vamos a ver limitados de una u otra  
18 forma, aunque ya tengamos claro que tenemos que hacer negocios de maneras  
19 distintas. También, la parte de la pandemia ayudó; pero, creo que sí hay que hacerlo  
20 más humano, porque realmente todas las circunstancias a eso es lo que nos lleva. El  
21 tema que doña Jeannette hablaba de la solidaridad cuando hablamos de seguros  
22 paramétricos de esto es que se trata, de pensar que un desastre nos pone  
23 vulnerables a todos y en una posición donde no podemos dar por sentado que no nos  
24 va a ocurrir, entonces, cuando uno lo presenta de esa forma la gente o el cliente se  
25 siente diferente. Creo que me había pedido la palabra, José, antes de dártela a vos,  
26 doña Andrea, entonces, voy a darle la palabra a doña Andrea y, luego, sigue don  
27 José”.

28 La directora Vindas Lara comentó: “La actividad de México, al igual que la mayoría  
29 de los congresos, nos genera información de lo que están haciendo personas que son  
30 líderes en nuestro campo de seguros. Uno de los temas que creo que también es de  
31 preocupación es el tema de las tarifas y el de la siniestralidad o el no aumento de la  
32 tarifa, a pesar de que han aumentado las siniestralidades. Entonces, este es un  
33 tema de las aseguradoras; sin embargo, todo el tema de calidad de seguro es desde  
34 que se atiende al cliente, desde la proforma, contemplando las tres opciones de  
35 seguro, hasta que nunca uso el seguro ya queda en manos de ese asegurador, de ese  
36 tercero. Entonces, en estos congresos vemos más el tema de nuevos productos de  
37 nuevas formas de llegarle al cliente; pero, para el cliente hay otra parte que es  
38 cuando hace el reclamo y que si es un seguro paramétrico es fácil decir; *sí pago o no*  
39 *pago*; pero, la mayoría no son paramétricos, de manera que el tema de cuan eficaz  
40 es el pago del asegurador al cliente ahí es donde está fuera de la Corredora el tema,  
41 porque es un tema de aseguradora; pero que, definitivamente nos impacta. Si hay  
42 escases de ingresos en una empresa lo que se hace es que se busca la forma de

1 recortar gastos o de hacer las erogaciones que tenga que hacer, de manera que si el  
2 seguro no responde como el cliente se ha imaginado, a veces se lo ha imaginado  
3 erróneamente, o uno esperaría ciertos parámetros de cumplimiento de calidad, de  
4 tiempos, de respuestas y no se cumple. Eso no nos favorece en el negocio, aunque no  
5 seamos nosotros los aseguradores; pero ¿qué es lo que sucede? Que la gente que usa  
6 un seguro si tiene una mala experiencia la va a contar. Posiblemente si tiene una  
7 experiencia muy positiva no necesariamente la divulga, de manera que en nuestro  
8 entorno de seguros esa es una parte que no depende de nosotros; pero, nos afecta y  
9 realmente como es una política interna de cada aseguradora sus tiempos de  
10 respuesta y su calidad de servicio al cliente no podemos hacer nada al respecto;  
11 pero, definitivamente son temas relevantes del negocio. La actividad de México, al  
12 igual que la mayoría, fue interesante y con cosas nuevas que nos genera muchas  
13 ganas de trabajar sobre nuevos productos y nuevas formas de atender al cliente.  
14 Gracias”.

15 La directora Alfaro Jara acotó: “Así es, doña Andrea, son nuevas formas de atender  
16 al cliente. ¿Don José?”.

17 El señor Barrientos Solano expresó: “Aunado a lo que exponía Antonio, yo creo que,  
18 al final, se trata de abocarnos. Ya no estamos en el canal tradicional, todavía está  
19 en esa transición la parte de seguros de dejar la venta de maletín, que es la  
20 tradicional, que no hay que dejarla de hacer, porque representarse físicamente no es  
21 el problema, es la venta tradicional y el ser disruptivos con nuevas tendencias, como  
22 lo hemos venido haciendo en la Corredora. Realmente, hemos venido incorporando  
23 nuevas metodologías que han venido a apoyar y están implícitas también en el  
24 mapa estratégico; pero, yo creo que, al final, que el cliente vea el seguro como una  
25 experiencia para él va a ser algo que va a hacer la gran diferencia. Que ahí  
26 sabremos cómo ayudar al cliente en materia preventiva, en acompañamiento y en  
27 otras cosas más es como que la parte de seguros siempre esté más presente que lo  
28 que ha estado presente tradicionalmente, realmente no es solo vender, sino vender y  
29 acompañar. Eso cambiará mucho la forma y el enfoque de que los clientes se sientan  
30 acompañados. El seguro tiende a ser muy técnico a veces y tiende a ser aburrido,  
31 entonces, hay que explicarlo con un poco más de innovación, eso es parte de lo que  
32 uno aprende en estos foros”.

33 La directora Alfaro Jara agregó: “Así es, se trata de una innovación comercial.  
34 Bueno, muchas gracias. Muchas gracias, Antonio, lograste darnos las ideas  
35 principales de los tópicos de ese congreso. Que tengas muy buen día, encantada de  
36 verte”.

37 El señor Mata Solano externó: “Con todo gusto. Hasta luego”. De seguido, dejó de  
38 participar en la presente sesión virtual.

### 39 **Resolución**

40 **POR VOTACION NOMINAL Y UNÁNIME SE ACORDÓ: tener por**  
41 **presentado** el resumen ejecutivo, de fecha 2 de diciembre del 2021, al cual se  
42 anexa el oficio BNCS-DC-209-2021 de la misma fecha, suscrito por el señor Antonio



1 Mora Alfaro, director comercial de la sociedad, el cual contiene un informe sobre los  
2 principales temas tratados en el ***XXI Congreso Regional Copaprose México***  
3 ***2021***.  
4

## 6 ARTÍCULO 8.º

8 La auditora interna, señora Gabriela Sánchez Quirós, presentó el resumen ejecutivo  
9 de fecha 2 de diciembre del 2021, al cual se adjunta el oficio BNCS-AI-060-2021 de  
10 la misma fecha, suscrito por ella, que contiene los resultados de la auditoría de  
11 calidad, proceso y producto, aplicada por la Gerencia de Gestión y Servicios de la  
12 Auditoría General como parte del Programa de Aseguramiento y Mejora de la  
13 Calidad (PAMC).

14 La señora Sánchez Quirós procedió a realizar una presentación al respecto. Inició  
15 explicando que dicho Programa es requerido por las Normas Internacionales y  
16 requiere de revisiones periódicas para garantizar el cumplimiento no solo de la  
17 normativa internacional, sino también de todo el ciclo de calidad de las Auditorías  
18 Internas, el cual mostró. Destacó que las Auditorías cuentan con un sitio de gestión  
19 de calidad en el que están todos los reglamentos, procedimientos y registros para  
20 trabajar de manera más estandarizada y apegados totalmente al bloque de  
21 legalidad todos los estudios, asesorías y acompañamientos que se brindan. Además,  
22 expresó que como parte del Sistema de Gestión de Calidad está el Manual de  
23 Operación de las Auditorías Internas, el cual contiene una sección específica  
24 enfocada en el aseguramiento de la calidad, en el que está la aplicación de las  
25 auditorías. Indicó que esta es la primera auditoría que se aplica con el enfoque de  
26 producto y proceso. De seguido, informó de que el objetivo fue identificar  
27 oportunidades de mejora en la implementación del proceso de aseguramiento ágil en  
28 un estudio de efectividad comercial con un enfoque de generación de valor y agilidad  
29 de los procesos internos. En cuanto a la metodología aplicada, resaltó la verificación  
30 y análisis en apego a los lineamientos del *PR21AI01 Aseguramiento Ágil* y de  
31 conformidad con las expectativas del *Product Owner* y las partes interesadas, para  
32 generar valor a la gestión. Con respecto a los resultados de la evaluación, destacó  
33 que en la auditoría que se aplicó, específicamente en el proceso, se obtuvo una  
34 calificación de 84% y de 87% en lo que respecta a la aplicación del producto.  
35 Enfatizó en que los funcionarios de la Auditoría del Banco reconocieron la calidad  
36 de este trabajo y solicitaron copia de los papeles de trabajo para utilizarlos de  
37 referencia en otras auditorías de calidad que practican en los otros departamentos  
38 de la Auditoría del Conglomerado. Posteriormente, doña Gabriela explicó  
39 ampliamente las siguientes principales recomendaciones de dicha auditoría: i)  
40 garantizar la aplicación de la metodología ágil; ii) relacionar la definición de los  
41 *sprint* a los objetivos del estudios y riesgos identificados; iii) retar a la  
42 Administración con recomendaciones que eleven el nivel de madurez del proceso; iv)

1 velar por la comunicación de los resultados de los *sprint* según la metodología; v)  
2 sustentar la opinión general con la categorización de los hallazgos positivos; vi)  
3 velar por la aplicación de la metodología en la categorización del riesgo de los  
4 hallazgos. Finalmente, informó de que todas las recomendaciones fueron aceptadas  
5 y los planes de acción ya fueron implementados.

6 La directora Alfaro Jara dijo: “Muchas gracias, doña Gabriela. Si no hay consultas  
7 ni comentarios, damos por recibida esta información”.

8 Los directivos se manifestaron de acuerdo.

9 La directora Alfaro Jara expresó: “Con este asunto damos por finalizada la sesión.  
10 Muchas gracias a todos”.

11 **Resolución**

12 **POR VOTACIÓN NOMINAL Y UNÁNIME SE ACORDÓ: tener por**  
13 **presentado** el resumen ejecutivo de fecha 2 de diciembre del 2021, al cual se  
14 adjunta el oficio BNCS-AI-060-2021 de la misma fecha, suscrito por la señora  
15 Gabriela Sánchez Quirós, auditora interna, que contiene los resultados de la  
16 auditoría de calidad, proceso y producto, aplicada por la Gerencia de Gestión y  
17 Servicios de la Auditoría General como parte del Programa de Aseguramiento y  
18 Mejora de la Calidad (PAMC).

19 **Comuníquese** a Auditoría Interna.

20 (G.S.Q.)  
21  
22

23 A las diez horas con cinco minutos se levantó la sesión.  
24  
25  
26

**PRESIDENTE**

**SECRETARIA**

\_\_\_\_\_  
Sra. Ruth Alfaro Jara

\_\_\_\_\_  
MBA. Rosaysella Ulloa Villalobos