

Política de Servicios

2025

Cuprum_{afp}
Una compañía  Principal®

Índice de contenidos

| | |
|------------------------------------|----|
| 1. Introducción..... | 3 |
| 2. Objetivo..... | 3 |
| 3. Alcance | 3 |
| 4. Estrategia de Cuprum: | 4 |
| 5. Definiciones y conceptos..... | 4 |
| 6. Roles y Responsabilidades | 5 |
| 7. Manejo de versiones. | 9 |
| 8. Control del documento. | 10 |

1. Introducción

Es importante establecer la forma integral en la que se abordarán a nivel compañía todos los aspectos que involucran el servicio que entregamos a clientes. Nuestros clientes constituyen parte central de la estrategia de la compañía por lo que uno de nuestros pilares culturales establecidos es el estar “Centrados en el Cliente”.

2. Objetivo

En esta política se definirán los lineamientos generales del servicio que AFP Cuprum otorga a sus clientes, entendiéndose por ellos a nuestros afiliados, beneficiarios, clientes de productos voluntarios y empleadores. Este servicio está basado en brindarles la más completa, oportuna y transparente información de la que se disponga, velando en lo posible por la mayor personalización que podamos otorgar. Para entregar dicho servicio se privilegiará el uso de herramientas digitales de asesoría y de distintos medios de comunicación remota, de manera que quede a elección del cliente el canal por el cual se quiera atender, adaptando nuestros procesos internos para poder cumplir con ese importante propósito. No obstante lo anterior, para aquellos clientes que opten por la atención presencial, también les entregaremos la mejor experiencia, intentando introducirlos en el mundo remoto y de auto gestión con la finalidad de mejorar su calidad de vida.

De esta forma nuestro objetivo es lograr que nuestros clientes tengan información integral y personalizada, de acuerdo a las diferentes realidades de cada uno, con el propósito que puedan tomar las mejores decisiones previsionales.

3. Alcance

Esta política aplica a todos los trabajadores de la compañía, incluyendo a aquellas áreas que no están en contacto directo con clientes.

4. Estrategia de Cuprum:

La finalidad de Cuprum es trabajar con el firme propósito de ayudar a nuestros clientes a alcanzar la mejor pensión que puedan lograr. Para conseguirlo, la estrategia de la compañía se basa en abordar diferentes dimensiones dentro de las cuales el servicio constituye un pilar fundamental. Todos los años, se elaborará un Plan Anual de Servicios, el cual incluirá las diferentes iniciativas que permitan cumplir anualmente con la estrategia de la compañía. Este será elaborado de acuerdo al formato establecido por la Superintendencia de Pensiones.

Los objetivos estratégicos contenidos en dicho plan, deberán asegurar la entrega de nuestro servicio a los clientes, de la forma como se indica en esta política.

5. Definiciones y conceptos

Son muchas las áreas de negocio directamente involucradas en la entrega del servicio a clientes, y habitualmente la gestión de un canal depende de más de un área por lo que se designa como responsable al área de mayor injerencia:

| Servicio | Gerencia principal responsable |
|----------------------------------|---|
| Sitio Web y APP | Comercial (Gerencia de Marketing y Experiencia/Gerencia de Ventas y Sucursales) |
| Canal respuestas escritas | |
| Canal telefónico | |
| Asesores Comerciales | |
| Sucursales y Centros de Servicio | |
| Servicios Digitales | Gerencia de Servicios Digitales |
| Operaciones fundamentales | Operaciones |
| Producción de servicios | Tecnología |
| Redes Sociales | Asuntos Corporativos (Marca) |

Las áreas de negocios involucradas indirectamente en la entrega de servicio corresponden a la Gerencia de Inversiones, Cumplimiento, Legal, Auditoría Interna, Tecnología, Riesgos, Personas, Asuntos Corporativos y Sostenibilidad, y Finanzas.

6. Roles y Responsabilidades

A continuación, se detallan los principales roles y responsabilidades asociados a esta política:

1. Directorio de AFP Cuprum

Responsable de velar por el adecuado cumplimiento del objetivo detallado en esta política, para lo cual deberá:

- Revisar y aprobar periódicamente la política de servicio.
- Evaluar al menos cada dos años la concordancia de esta política con los objetivos estratégicos de la compañía.
- Aprobar el plan de trabajo anual de servicio.
- Aprobar las metas de asesoría a los afiliados y los indicadores para monitorear el servicio entregado.
- Revisar los resultados de los indicadores y de los estudios efectuados para monitorear los servicios entregados y relacionados a la experiencia de los clientes.
- Promover al interior de AFP Cuprum el cumplimiento de todas las leyes, normas y políticas de la compañía que estén relacionadas con la entrega del servicio a nuestros clientes.
- Monitorear las desviaciones de los indicadores que estén asociados a la medición del servicio, y en el caso que se encuentren fuera de los rangos tolerados, el Directorio efectuará una revisión exhaustiva de los motivos, con la finalidad de solicitar la definición y aplicación de medidas correctivas que sean necesarias.
- Revisar y cuando se requiera, sobre los resultados obtenidos en las auditorías internas que se realicen a las diferentes áreas de la compañía relacionadas con la entrega del servicio.
- Solicitar y controlar la definición e implementación de planes de mejora respecto del servicio entregado.

2. Comité de Riesgos y Auditoría

Su principal responsabilidad es apoyar al Directorio en la gestión de los riesgos que podrían afectar los servicios entregados. Para cumplir esta función, deberá:

- Velar por una adecuada gestión de los riesgos que podrían afectar los servicios entregados.
- Reportar al Directorio las situaciones de riesgo relevantes que impacten en los servicios entregados.
- Revisar y emitir una opinión, cuando se requiera, sobre los resultados obtenidos en las auditorías internas que se realicen a las áreas de servicio.
- .

3. Comité de Experiencia y Comunicación al Afiliado

- Supervisar la calidad del servicio que la Administradora está entregando a sus afiliados y clientes y adoptar las medidas necesarias para adecuar la oferta de servicios al estándar definido. Informar al directorio sobre estrategia e iniciativas que se lleven a cabo relacionados con servicio, experiencia y comunicación con nuestros afiliados.

- Revisar reportes de evaluación de percepción de servicios, experiencia y marca por parte de nuestros afiliados.
- Supervisar y recomendar acciones necesarias para mejorar el servicio, experiencia y comunicación con nuestros afiliados.
- Entregar recomendaciones sobre estudios y análisis para mejorar entendimientos de nuestros clientes.
- Participar en definiciones estratégicas de marca.
- Recomendaciones para campañas masivas de marca.

4. Roles transversales de las áreas de servicio

- Velar por el adecuado funcionamiento de los servicios entregados a nuestros clientes.
- Cumplir las leyes, normativas o cualquier regulación relacionada con los servicios entregados.
- Informar a las áreas de segunda línea y a las instancias que correspondan sobre errores o riesgos, materializados, potenciales o emergentes, que tengan un impacto financiero, en la imagen o impliquen un incumplimiento normativo.
- Mantener planes de continuidad del servicio en los distintos canales.
- Confeccionar procedimientos e instructivos en los cuales se dicten los lineamientos de los procesos necesarios para ejecutar la adecuada entrega del servicio.

A nivel de servicios, la Gerencia Comercial considera; gerencia de marketing y experiencia, gerencia de ventas y sucursales.

5. Gerencia Comercial

a. Gerencia de Marketing y Experiencia

Su principal responsabilidad es proponer, definir e implementar un completo plan que aborde la experiencia del cliente en su globalidad, considerando todos los puntos de contacto y necesidades que los afiliados tienen en su interacción con la compañía a lo largo de su ciclo de vida.

Para ello deberá:

- Definir estudios periódicos de manera de detectar necesidades y oportunidades de mejora para los servicios entregados. Desarrollar planes para cubrir aspectos relevantes de los estudios realizados.
- Proponer y ejecutar un plan de comunicación anual con clientes que aborde de manera proactiva sus principales necesidades, de manera de mantener un flujo de información constante con ellos.
- Proponer, evaluar e implementar nuevos servicios a clientes que mejoren su experiencia.
- Desarrollar y poner a disposición de los clientes herramientas digitales de información y asesoría que permitan la autogestión y la obtención de información personalizada, de acuerdo a situaciones particulares de cada cliente.
- Entregar respuestas escritas a clientes, no clientes, empleadores, entidades reguladoras; de forma oportuna, completa y veraz.
- Promover constantemente la innovación y desarrollo de herramientas que permitan a los

distinto canales en contacto entregar asesoría personalizada y oportuna de acuerdo a los requerimientos de nuestros clientes.

- Monitorear niveles de experiencia de todos los canales disponible para clientes, auto atendido y asistidos.
- Monitorear el cumplimiento de los niveles mínimos de atención y servicio en el canal telefónico y presencial (sucursales)
- Confeccionar procedimientos e instructivos para la suscripción de trámites en agencias y centros de servicios, ya sea de forma presencial o remota.
- Medir y monitorear indicadores, tanto de riesgo como de desempeño, relacionados con la atención y asesoría.

b. Gerencia de Ventas y Sucursales

Su principal responsabilidad es ejecutar los procesos de comercialización de producto obligatorio, voluntario y pensiones, sobre la base de la aplicación de las políticas aprobadas por el Directorio.

Para ello deberá:

- Definir el plan anual de capacitación y evaluación de conocimientos para todos los Consultores de Beneficios, Asesores de Inversión y Jefaturas, con el fin de velar por una adecuada asesoría hacia nuestros clientes.
- Proponer, evaluar e implementar nuevos servicios que permitan una mejor experiencia para nuestros clientes.
- Contar con dotación adecuada para atender la demanda de atención en sucursales de manera presencial o remota, y para el cumplimiento de las metas comerciales de la compañía.
- Procurar la capacitación adecuada de sus colaboradores para mantenerlos constantemente informados respecto de los cambios de cualquier índole que afecten la información que se debe entregar a nuestros clientes.

6. Gerencia de Servicios Digitales

Su principal responsabilidad es desarrollar y mantener plataformas y productos digitales de vanguardia para nuestros clientes, ejecutivos de venta y ejecutivos de servicio, con foco en buscar constantemente mejoras en la experiencia de nuestros clientes y nuestra eficiencia operativa, creando una experiencia omnicanal, segura y basada en datos de todas las interacciones de nuestros clientes.

Su principal responsabilidad es:

- Gestionar el portfolio de iniciativas de los canales y productos a cargo: Sitio Web, App, Salesforce Herramientas de Asesoría, Canales Asistidos, Herramientas de Autenticación, Venta digital.
- Promover constantemente la innovación y desarrollo de herramientas que permitan a los distintos canales de contacto, entregar una experiencia de excelencia y, una asesoría personalizada y oportuna de acuerdo a los requerimientos de nuestros clientes.
- Monitorear cumplimiento de los niveles de servicio de las plataformas tecnológicas utilizadas

por nuestros afiliados.

-

7. Gerencia de Operaciones

Su principal responsabilidad es la ejecución de los distintos procesos que nos permiten entregar los diversos servicios que ofrece la compañía a nuestros clientes, para lo cual debe mantener un adecuado control y así contribuir continuamente la experiencia de nuestros clientes.

Para dar cumplimiento a aquello, deberá:

- .
- Implementar mejoras continuas en los procesos, para de esta forma agregar valor a la experiencia de nuestros clientes.
- Asegurar la continuidad de los procesos frente a distintas situaciones adversas que pueden ocasionar alguna interrupción en la ejecución de los mismos.
- Actuar de manera coordinada y oportuna, con las distintas áreas de la compañía, frente a situaciones que pueden ir en perjuicio de nuestros clientes, logrando así de manera conjunta tomar las mejores decisiones.
- Comprometer el mejoramiento continuo de los tiempos en la gestión y resolución oportuna de las solicitudes de nuestros clientes y tomar las acciones para facilitar el acceso a la información que permita a los canales de atención dar una adecuada respuesta en el menor tiempo posible.
- Establecer indicadores que permitan monitorear la entrega correcta de los servicios.

8. Gerencia de Tecnología

Su principal responsabilidad es asegurar y mantener las plataformas tecnológicas disponibles, buscando la mejora continua.

Para dar cumplimiento aquello, deberá:

- Asegurar niveles mínimos de servicio de sitio web, App y plataformas operacionales.
- Mantener en todo momento el sitio web, App y sistemas tecnológicos disponibles a nuestros clientes, a excepción de las mantenciones programadas.
- Velar porque los procesos de negocios críticos de la compañía y los sistemas / aplicaciones de Tecnología de la Información (TI) cuenten con planes de contingencia desarrollados que permitan la continuación efectiva de los servicios críticos en caso de un incidente disruptivo.
- Contar con un plan de continuidad y plan de recuperación ante desastres.
- Monitorear nuestra infraestructura y sistemas / aplicaciones, con el fin de tomar acciones y mejorar nuestra calidad de servicio y disponibilidad.

9. Gerencia de asuntos corporativos:

Su responsabilidad a nivel de servicio es:

- Lineamientos y aprobaciones de comunicaciones para mitigar impactos reputacionales
- Aprobación de comunicaciones de acuerdo a la política de divulgación y transparencia

a. Área de marca:

- Lineamiento de comunicaciones en redes sociales
- Mantener un monitoreo constante de redes sociales, con la finalidad de identificar oportunamente situaciones que afecten la imagen de la compañía.
- Supervigilar la aplicación de la estrategia de marca, que sea implementada correctamente a nivel de servicio.

Función de segunda línea de defensa

Asistir a los responsables de la entrega de los servicios, en gestionar adecuadamente los riesgos que puedan afectar los objetivos establecidos. Para ello deberá:

- Apoyar en la identificación, evaluación y respuesta a los riesgos de los servicios entregados.
- Velar por el cumplimiento de la seguridad de la información en todos los canales de servicio.
- Monitorear indicadores de riesgo relacionados con los servicios entregados.
- Reportar al Comité de Directores el estado de los riesgos relacionados con servicios, de cómo están siendo gestionados y de los incidentes o fallas significativas.

El resto de las funciones de segunda línea se ajustan según lo establecido en la Política de Gestión Integral de Riesgos.

Función de tercera línea de defensa

Auditar el cumplimiento de la presente política, así como de los procedimientos relacionados con los servicios entregados.

7. Manejo de versiones.

| Versión | Fecha Vigencia | Fecha última Actualización | Modificaciones |
|---------|----------------|----------------------------|--|
| V1.0 | 23/02/2021 | 23/02/2021 | Creación de la Política. |
| V2.0 | 09/02/2023 | 09/02/2023 | Sin Cambios |
| V3.0 | 01/02/2025 | 01/02/2025 | Modificación por cambios de estructura |

8. Control del documento.

| | |
|----------------------|---|
| Elaborado por | <i>Sebastián Reyes – Gerente de marketing y experiencia</i> |
| Revisado por | Comité de Riesgo y Auditoría. |
| Aprobado por | Directorio |
| | |