

SOLICITUD DE TARJETA DEBITO POR PAGINA WEB

Ávila, Cortes, Díaz, Herrera

Universidad Escuela Colombiana de Carreras Industrial, Facultad de Ingeniería Industrial

Resumen

En este artículo veremos la problemática que actualmente tiene una entidad financiera, buscando demostrar el interés por agilizar los trámites de los clientes y con la finalidad de ampliar su mercado actual en productos de captación de dinero con tarjetas débito. Se ha fortalecido sus estrategias virtuales, incursionando en la apertura de cuentas de ahorros, vía Web (pagina de internet), basado en estas circunstancias, se han derivado algunos inconvenientes en medio de la gestión. De acuerdo al análisis realizado, se identificaron algunos factores que contribuyen a crear una mala imagen de la entidad financiera y de paso minimizan la cantidad de clientes nuevos, los cuales tienen mejores expectativas del servicio que les espera. En este sentido se busca minimizar tiempos de entrega, mejorando procesos en los que se tenía la demora y se generaba la pérdida.

Palabras claves

Financiera, Clientes, Tarjetas débito, virtual, captación de clientes

Abstract

In this article we look at the problems that currently has a financial entity, seeking to demonstrate interest expedite the process of customers and in order to expand its current market products to attract money debit cards. Has strengthened its virtual strategies, dabbling in opening savings accounts, via Web (Web page), based on the circumstances, they have derived some drawbacks among management. According

to the analysis , some factors contributing to create a bad image of the financial institution and incidentally minimize the amount of new customers , which have better service expectations awaiting them were identified. In this sense it seeks to minimize delivery times, improving processes in which the delay had and the loss was generated.

Keywords

Financiera, Customer, debit cards , virtual, customer acquisition.

Introducción

Este trabajo esta centrado en la inclusión del internet en las solicitudes de productos del sector financiero, como lo es las tarjetas debito, cuyo proceso es innovador para este sector. Este es un sistema nuevo que se implemento el día 23 de abril de 2016 en el Banco Colpatria, desde ese entonces, se ha hecho la promesa al cliente que una vez genere interacción con la plataforma virtual, el banco tiene 36 horas para establecer contacto con el usuario, hasta el momento esta promesa no se ha incumplido, se ha venido estableciendo comunicación con el cliente, en promedio a un día de la interacción con la plataforma, pero por alguna razón no fue posible ser ubicados (no contesta, teléfono equivocado).

Por otra parte, como aspecto fundamental a ser evaluado, se encuentran el total de días que se demora el proceso, entre la solicitud del cliente y la entrega del canal de distribución para la ciudad de Bogotá D.C., se tienen los días que se demora el canal de distribución, desde la solicitud del cliente hasta la entrega de los documentos en el banco para radicación, en ese momento finaliza el proceso de legalización.

En general lo que afecta el proceso y se considera como problemática son los días, que demora el banco para entregar la Tarjeta Debito ya que este momento oscila sobre los 6 y 8 días, y el tiempo empleado para la radicación de los documentos es entre 8 y 10 días actualmente, adicionando los reprocesos que pueden ocurrir durante la gestión. Se busca establecer acciones que permitan mejorar los tiempos de entrega de tarjeta debito WEB, disminuyendo los días de entrega de 6 a 3 días, adicionalmente disminuir los tiempos de entrega de documentos aptos para su radicación de 8 a 4 días e identificar los puntos críticos que afectan la gestión, analizando cuáles son las acciones correctivas que se pueden aplicar, para mejorar los puntos críticos y poder rediseñar el proceso de apertura WEB minimizando los focos que afectan el buen funcionamiento de las actividades, implementando el nuevo proceso WEB. (Que se necesita, parte logística, económica, mano de obra, etc.) y elaborar un plan de acción que permita validar cuales son las opciones más viables para controlar el proceso (que tipo de controles se pueden establecer, KAMBAN).

Elementos del trabajo y metodología

Inicialmente se fue necesario determinar cuáles son los puntos críticos que afectan el buen desarrollo del proceso, con el fin de brindar alcance al proyecto y saber en qué punto se va atacar, a la vez que se determina como hacerlo. Los puntos críticos más relevantes son los siguientes:

- TRF (tarjeta de registro de firmas), dobladas por mitad, afectan el buen estado del papel y no es posible identificar la información que contienen.
- Falta de contacto con los clientes una vez han hecho la interacción con la plataforma, causando inconformidad.
- Falta de capacitación de los asesores acerca de cómo diligenciar los documentos, palpable en la cantidad de inconsistencias que se presentan en la gestión.
- Dificultades en la gestión logística, en su gran mayoría en la costa norte Colombiana, implicando demora en la devolución de los documentos para culminar la radicación.

Posteriormente el paso a seguir, fue analizar cuáles son las opciones más viables para brindar solución a estos puntos críticos. Para ello se estableció cuáles son las causas y los efectos de la problemática y se aplico Ishikawa (Método espina de pescado) véase figura 1.

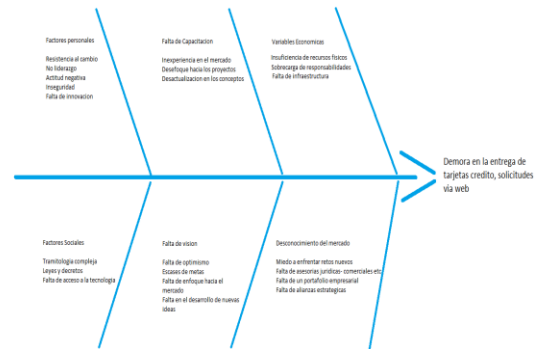


Figura. 1

Resultados

- Se identificó que al empacar las TRF por la contextura de su papel, al ser una cartulina resultaba muy fácil quebrarla o dañarla; se estaba incrementando el inconveniente al ser empacadas de forma vertical esto lo hacían con el fin de poder empacar las tarjetas débito en los bolsos que utilizan para transportar las tarjetas (véase figura 2).



Figura 2.

- Observando la actividad que estaban realizando los asesores, se estableció una mejora, la cual consistió en realizar el empaque de las tarjetas de forma horizontal, lo que implicó la protección de la TRF con la misma tarjeta debito

disminuyendo las devoluciones que se presentaban por este hecho.

- Se identificó que los clientes no eran contactados a tiempo después de la interacción con la plataforma. Por esta razón se implementó un control para esta actividad, se están haciendo dos cortes, uno a las 8 am y el otro a las 3 pm, en la mañana se envía el corte de las 3 pm del día anterior y el primero de las 8 am del día actual, esto con el fin de contactar al cliente lo más pronto posible, una vez ha hecho la interacción con la plataforma, se mantienen controles duales; los cuales consisten en que, cuando llega la base de data-crédito, se revisa los clientes aprobados y se valida que no tengan más cuentas con el banco, luego se crea una base y se envía, una vez llega al distribuidor, realiza la gestión de contacto, luego devuelve una base donde relaciona los clientes contactados y los que no, el banco mantiene un control y envía reportes diarios para agilizar la gestión con los clientes que tienen más de (3) tres días y no han podido ser contactados.
- Se da inicio al plan de capacitación de asesores, con personal directo del banco, al ser expertos en los campos requeridos para legalizar una cuenta, son las personas más indicadas para llevar a cabo una capacitación en cuanto al tema. Anteriormente se dejaba la capacitación en manos del distribuidor, aun así se presentaban muchas inconsistencias, adicionalmente hace poco se realizó un cambio de formatos, entonces fue el punto de partida, para realizar una capacitación general.
- Por último se implementaron controles, como verificar cuantos clientes son aprobados, cuantos salen en realce y compararlos.
- Se mantiene un control semanal para validar cuales clientes reportados como entregados por parte del distribuidor, no se han recibido documentos hasta el momento y se envía un reporte para validar que ocurrió al respecto.

Discusiones

Teniendo en cuenta los resultados y lo indagado sobre la innovación y el uso de las tecnologías y citando a (Quiroga Parra, 2014) **“La innovación es considerada uno de los fenómenos más sobresalientes de la historia económica de la humanidad”** esta palabra clave está inmersa en todo lo desarrollado por las organizaciones, simplemente porque de la innovación partieron las más grandes revoluciones a través de la historia, para esta referencia en particular se dará a conocer como la innovación se presenta con mayor énfasis en las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Es por ello que no podemos bajar los índices de servicio tal como cita (López, 2002, págs. 2,3,4,5) **“Servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”** el autor hace referencia a los servicios teniendo en cuenta que las entidades bancarias que es nuestro punto central se dedica a la prestación de estos. También hace referencia a la calidad de su prestación, a su intangibilidad, además de hacer referencia en que son prestados por personas y existe una simultaneidad entre la ejecución del servicio y su consumo.

(Barrutia, Echebarria, 2001) **“Las entidades bancarias tradicionales reaccionan a su vez reinventando sus propuestas de valor y mostrándose muy activos en la nueva economía de la red.”** El progreso de la tecnología es evidente, la información esta siempre a la mano, los usuarios pueden realizar transacciones, desde un celular, Tablet, o un computador personal, por esta razón los bancos buscan estar conectados a sus clientes prestando sus servicios en todo momento y lugar.

(Almiron, 2005, pp. 126,127) **“Los subsectores del hardware, software, redes y medios de recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de la información ha supuesto toda una revolución en los más diversos ámbitos de la sociedad”** teniendo en cuenta lo planteado por el autor, pese a generar incalculables beneficios en todos los sectores

productivos, algunos actores de la industria se han visto afectados por el cambio con respecto a años anteriores como por ejemplo el sector financiero a causa de la globalización y el sector de las comunicaciones por los nuevos hábitos, las rutinas y nuevos modos de trabajo.

(Pineda Salgado, 2015)“Incrementar la capacidad de adaptarse a las necesidades de los usuarios de los servicios, esta metodología se centra en priorizar la acción, en buscar la perfección de manera continua y en dar un nuevo rol al personal operativo, la implementación de esta metodología lean es un proceso de cambio, que supone romper con el pensamiento tradicional , su objetivo principal es sin desperdicio, con esta metodología se busca que todo lo que el cliente quiere, en el momento que lo quiere y en el lugar que lo quiere.” Se implementa **SEIS SIGMA**, y significa “crear simultáneamente el diseño para un producto y también el proceso para producirlo de manera que los defectos en los productos y procesos no sean solo extremadamente raros, sino previsibles, incluso en el momento en que comienzan la producción a gran escala.” Llevando estas palabras al sector financiero, seis sigma busca crear procesos, donde se elimine o mejor se reduzca al mínimo los desperdicios, los procesos, y lograr satisfacer al cliente logrando mejores procesos donde estos continuamente adquieran un grado de perfección de sus productos y servicios. Esto se lograra con una inspección continua a sus procesos buscando hacer las cosas mejor con un procedimiento llamado **DMAIC** que es definir-medir-analizar-mejorar-controlar.

Conclusiones

- Al aplicar las herramientas de Lean, se evidenció reducción en los tiempos de entrega de las tarjetas débito de 2 días después de que el cliente las solicitara a entregar un 80% el mismo día de la solicitud.
- Se realizó una estandarización de procesos con el fin de obtener cambios en los usuarios internos que ejecutan los procesos, rompiendo paradigmas en donde se pensaba que las cosas solamente tenían una forma de hacerse.

- Se evidenció que al aplicar modelos de proyectos como PMP basado en el círculo Deming en donde es necesario mantener el orden lógico de las cosas o un ciclo organizado como son los procesos de inicio, planificación, ejecución, seguimiento y control y cierre de todas las fases de un proyecto como es la entrega de las tarjetas débito vía web, todos los hitos fluyen más fácilmente teniendo como prioridad el cliente.
- Nos dimos cuenta que la actitud y compromiso de todos los Stakeholder involucrados en el proceso es clave para llevar a buen término cada una de las etapas que constituyen la entrega del producto.
- La capacitación constantes de lo que tienes que hacer constituye en el éxito del proceso

Referencias

- Almiron, N. (2005). Banca y medios de comunicación en la sociedad de la información: el caso de los paraísos fiscales en El País. *Zer - Revista de Estudios de Comunicación*.
- ASOBANCARIA. (16 de Marzo de 2007). Asobancaria. *LAS TARJETAS: Un medio de pago que desarrolla la economía*, 596. Obtenido de <http://www.abcmicasa.com.co/portal/pls/portal/docs/1/4391073.PDF>
- Barroso, A. R. (1997). LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRAFICOS: ORIGEN Y PERSPECTIVAS. *Revista General de Información y Documentación*.
- Barrutia Legarreta, J., & Echevarria Miguel, C. (2001). Impacto de las nuevas tecnologías en las pautas de consumo de los clientes bancarios y en la propuesta de valor de las entidades. *DIALNET*(48). Recuperado el 20 de Julio de 2016, de <http://dialnet.unirioja.es/desgarga/articulo/717476.pdf>
- Cárdenas, E. R. (DICIEMBRE de 2004). Últimos retos para el derecho privado: las nuevas tecnologías de la información. *SCIELO*, 6, 430-500. Recuperado el 13 de Julio de

- 2016, de
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-05792004000200015
- Carrasco, A. C.-I. (15 de Noviembre de 2007). La incorporación de las nuevas. *Dialnet*, 25 - 39. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2486797>
- Instituto Politecnico Nacional. (24 de Agosto de 2012). Innovación en el Sector Financiero. *Instituto Politecnico Nacional*. Recuperado el 20 de Julio de 2016, de
<http://www.repositoriodegital.ipn.mx/handle/123456789/6575>
- LEANSIS PRODUCTIVIDAD. (2016). LOS 7 DESPERDICIOS DEL SECTOR BANCARIO. *LEAN MAGAZINE*. Recuperado el 20 de Julio de 2016
- López, R. L. (2002). LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS . *Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*.
- Olivieri, M. A. (2011). Fases y factores críticos de éxito en la evolución de una empresa innovadora de base tecnológica (EIBT): El caso de movil+ C.A. *SCIELO*, 28, 160-187. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de
<http://www.scielo.org.ve/pdf/ag/v28n54/art07.pdf>
- Pineda Salgado, K. S. (31 de 10 de 2015). Que impacto ha tenido la implementación del SGC en el crédito libre destino en el Banco Bogotá, *Universidad Militar Nueva Granada*. Recuperado el 29 de 07 de 2016, de Universidad Militar Nueva Granada:
<http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/7294>
- Productividad, I. (2016). *lean magazine*. Recuperado el 29 de 07 de 2016, de lean magazine:
<http://www.leansisproductividad.com/los-7-desperdicios-del-sector-bancario-lean-banking/>
- Quiroga Parra, D. (2014). La innovación de productos en las empresas. Caso empresa América Latina. *SCIELO*, 31, 63 - 85. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5184224&info=resumen&idioma=ENG>
- Vanessa, B. G.-P.-N. (30 de Abril de 2013). Diseño, construcción y ejecución de pruebas de regresión para monitoreo de rendimiento sobre infraestructura de aplicaciones virtualizadas en entidades bancarias. *revistas.udistrital.edu.co/*, 10, 1 - 12. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de
<http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/vinculos/article/view/4689/6411>