



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Canales digitales pensados en y para los clientes
Scotiabank Colpatria

Nicole Alexandra Gomez Ruiz

Universidad Santo Tomás
Facultad de Negocios Internacionales
Estudiante Negocios Internacionales
Bogotá, D.C
2020

Canales digitales pensados en y para los clientes
Scotiabank Colpatría

Nicole Alexandra Gomez Ruiz

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Negociadora Internacional

Docente:
Jack Torres

Universidad Santo Tomas
Facultad de Negocios Internacionales
Estudiante Negocios Internacionales
Bogotá, D.C
2020

Resumen

En este documento se comprenden todas las funciones actuales que maneja la banca virtual actual de los clientes pymes de Scotiabank Colpatria, su proceso de vinculación, proceso de validación de credenciales y soporte que reciben, en este plan de mejora se implementaran nuevos procesos que faciliten el manejo de esta plataforma y así mismo que permita generar una ventaja competitiva sobre las otras entidades financieras, este plan de mejora busca que esta aplicación sea un factor clave para las PYMES que desean tener nuestros servicios, lo cual les permita facilitar sus labores y sea un apoyo para el manejo y funcionamiento de sus compañías en todos los ejes que se puedan comprender dentro de ellas.

Agradecimientos

Agradezco infinitamente a Dios por haberme puesto en este camino, por llenarme de ilusión y determinación frente a este gran sueño, a mi abuelita Inés y a mi mamá Bertha por siempre confiar en mí y en mis capacidades, por vivir y luchar junto a mí por este sueño, por superar junto a mí cada obstáculo que se presentó en el camino y por siempre llenarme de ánimo frente a cada adversidad, a mis hermanos Felipe y Mariana por llenarme de fuerza para no desistir y ser el mejor ejemplo para ellos, a mi primo Oscar por darme la mano y ayudarme a cumplir este sueño, a mis familiares que siempre estuvieron en todo este trayecto apoyándome y a mis amigos y compañeros de carrera y de vida por ser parte de cada proyecto, de cada ilusión y por aportar alegría y enseñanzas a este lindo viaje.

Nicole Alexandra Gomez Ruiz

Introducción

La misión de Scotiabank Colpatria es lograr ser un banco claro y sencillo que le brinda soluciones financieras flexibles, fáciles y rápidas a sus clientes, siempre generando un valor agregado en el servicio que se presta.

El modo de negocio se basa en brindar soluciones financieras a todos los usuarios, esto con el amplio portafolio que se tiene a disposición de nuestros clientes, la captación y colocación de dichos productos son la base del óptimo funcionamiento del banco.

Actualmente Scotiabank Colpatria cuenta con un sistema de medición de servicio para todos los clientes, con esto el banco se ha podido renovar y tener un contacto mas cercano con los clientes naturales y jurídicos y así ir transformando el servicio en pro de la satisfacción de los clientes, esta métrica es muy importante para todos, ya que actualmente este es uno de los principales focos basado en el servicio al cliente y la referenciación que estos generan.

Contenido

Resumen y agradecimientos

Introducción

PARTE I – LA EMPRESA

1.La empresa

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión, Visión y valores

1.1.2 Ubicación Geográfica

1.1.3 Estructura Organizativa

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la practica

1.1.4.1 Análisis DOFA

PARTE II – PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales

2.3 Objetivo General del informe de prácticas profesionales

2.3.1 Objetivos Específicos

PARTE III- CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de Mejora

3.2 Conclusiones

3.3 Bibliografía.

3.4 Anexos

PARTE IV- SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

4.1.1 Cumplimiento de objetivos

4.1.1.1. Ciclos

Parte I – La empresa

Scotiabank Colpatria The Bank of Nova Scotia (“Scotiabank”)

Se estableció inicialmente en Colombia en el año 2010 como Scotiabank Colombia S.A., establecimiento bancario a través del cual se ofrecía a los clientes locales una amplia gama de servicios de Banca Corporativa e Inversiones, Mercado de Capitales y servicios de Cuentas de Gestión de Saldos de Inversión e Intercambio Comercial.

En el año 2012, Scotiabank adquirió una participación mayoritaria del Banco Colpatria[†], el sexto grupo financiero más importante del país[‡], con una red a escala nacional de más de 178 oficinas y más de 316 Cajeros Automáticos. Con 4.900 empleados y presencia en 35 ciudades, Colpatria presta sus servicios a más de 1.000 clientes de la cúpula comercial y corporativa, así como a otros 2.600.000 clientes en Colombia.

Con el fin de construir una presencia bancaria más fuerte en el país, en junio de 2013, Scotiabank Colombia S.A. se fusionó con el Banco Colpatria, integrando así su idoneidad a una entidad con sólidos recursos propios y excelentes productos y servicios.

También, a través de Banco Colpatria[†], Scotiabank promociona y publicita productos y servicios financieros innovadores, experticia industrial de vanguardia e inteligencia de mercado a las empresas locales y a las internacionales que operan en Colombia. Con el respaldo de Scotiabank, que cuenta con un equipo de especialistas ubicados en los mercados

internacionales claves, a lo largo y ancho de América Latina se ofrecen, a través del Banco Colpatria, soluciones financieras acordes a las necesidades y alcance global.¹

Misión

La misión de Scotiabank Colpatria es:

*“Ser reconocido como un Banco claro y sencillo que brinda soluciones financieras flexibles, fáciles y rápidas a los colombianos trabajadores y a las medianas y pequeñas empresas para su continuo crecimiento”*²

Visión

Scotiabank Colpatria S.A. tiene como visión el siguiente postulado:

*“Cumpliremos la obligación de satisfacer las expectativas de nuestros clientes con el concurso de un excelente equipo humano.”*³

Valores

- **Honradez en el servicio:**

Los funcionarios del Banco deberán ser siempre veraces, transparentes, íntegros, rigurosamente fieles a los principios éticos y a las normas jurídicas; honrar a cabalidad los

¹ <https://www.scotiabankcolpatria.com/corporativo/quienes-somos/acerca-de/historia-en-colombia>

² <https://www.scotiabankcolpatria.com/acerca-de/inversionistas/gobierno/cultura-organizacional>

³ <https://www.scotiabankcolpatria.com/acerca-de/inversionistas/gobierno/cultura-organizacional>

compromisos adquiridos con el Estado, con los clientes, con la institución, con los compañeros, con la familia, con los amigos y con la comunidad.

- **Cooperación por la que conjuntamente aspira a la calidad:**

B Los funcionarios del Banco deberán cumplir diligentemente sus obligaciones y corresponsabilizarse de ellas; el propósito común es obtener que la cooperación tome el lugar del conflicto y la corresponsabilidad el de la apatía.

- **Espíritu de riesgo y libertad con responsabilidad:**

El Banco invita a ser cautelosos en las decisiones de riesgo, firmes en las responsabilidades y comprometidos con el logro de los resultados propuestos, para lo cual deben tomarse determinaciones prudentes y moralmente justas.

- **Vocación y profesionalismo:**

El trabajo que realizan tanto los directivos como administradores y funcionarios del Banco es y seguirá ejecutándose con vocación, más que como un empleo, una ocupación o una actividad de inversión.⁴

1.1.2 Ubicación Geográfica

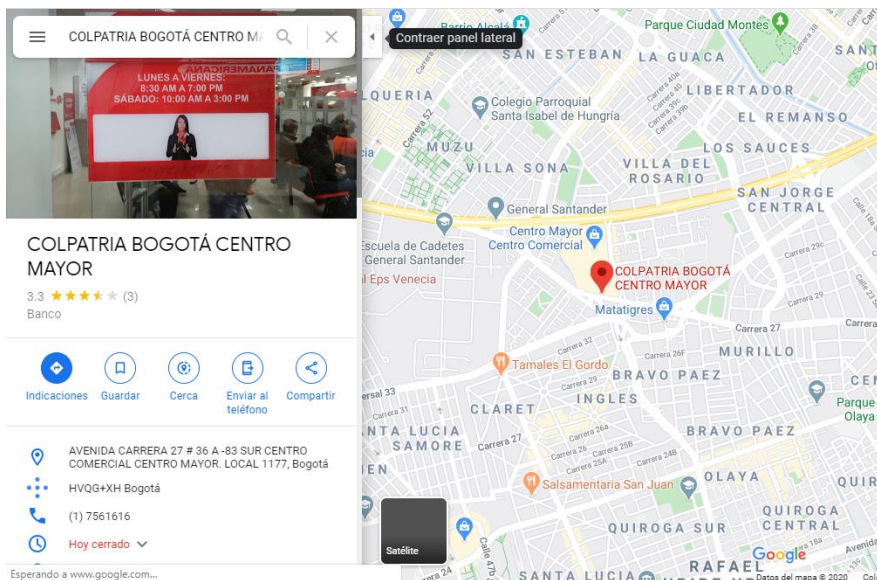
Scotiabank es una de las principales instituciones financieras de América del Norte y el banco más internacional de Canadá. Con más de \$791 billones en activos[†] a nivel global,

⁴ <https://www.scotiabankcolpatria.com/acerca-de/inversionistas/gobierno/cultura-organizacional>

también es uno de los bancos más estables del mundo. Contando con más de 86.000 empleados, *Scotiabank* y sus filiales prestan sus servicios a aproximadamente 21 millones de clientes, en más de 55 países alrededor del mundo.⁵

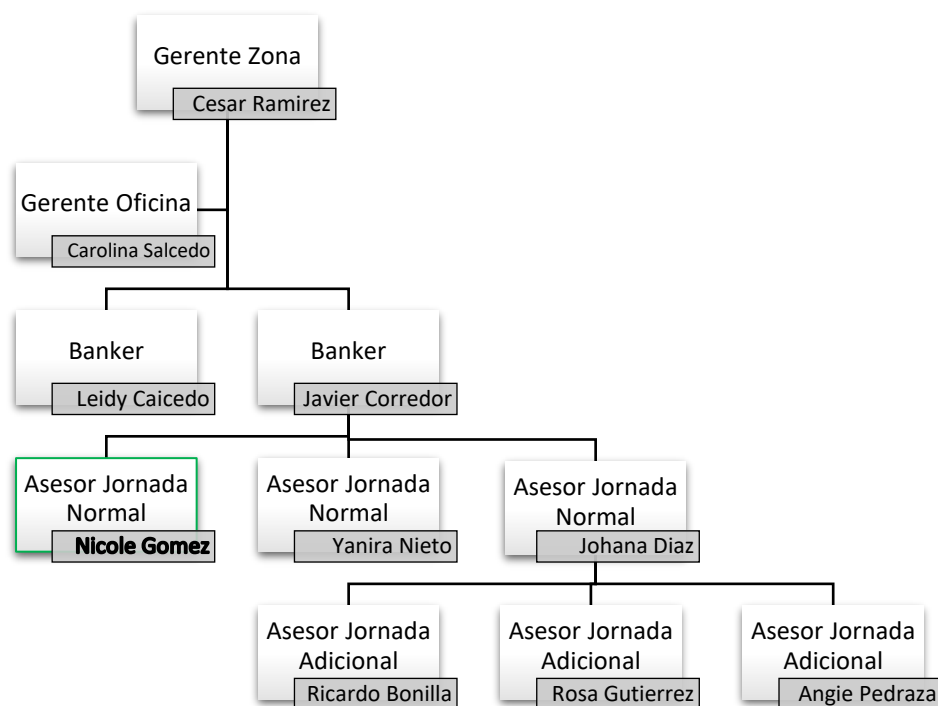


El lugar donde se va a realizar la práctica es en Bogotá, Colombia; en la sucursal de centro mayor en la dirección Kr 27 #36^a- 83 Sur local 1177 ubicada dentro del centro comercial Villa Mayor, en el sur de la ciudad de Bogotá.



⁵ <https://www.scotiabankcolpatria.com/corporativo/quienes-somos/acerca-de/presencia-global>

1.1.3 Estructura organizativa



1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la practica

El banco se encuentra segmentado según el área de negocio, la práctica se llevará a cabo desde el área de Retail- Red de Oficinas, desde esta área se podrá analizar mucho a mas fondo las necesidades de los clientes, en este caso el foco será el área jurídica, donde el foco será el servicio digital ofrecido a las PYMES vinculadas a la organización.

1.1.4.1 Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• El banco cuenta con una adecuada área de negocio que soporta y abastece de manera ágil y segura las plataformas digitales. • Las áreas de control y riesgo permiten que la vinculación de los clientes sea mucho más ágil y seguras, tanto para el banco como para los clientes. • El reconocimiento que durante el tiempo ha generado confianza y buena aceptación por parte de los clientes.	• Para los clientes jurídicos les es muy difícil tener atención pronta, ágil y eficiente. • Las áreas de soporte son limitadas y de difícil acceso. • Los productos y servicios ofrecidos para este tipo de clientes no se manejan de manera efectiva por todas las áreas de negocio. • Incremento y variación en los costos. • Los procedimientos y matrices no se manejan de manera uniforme por todas las áreas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Mejorar el servicio y soporte a los clientes PYME, para así poder solucionar de manera ágil los problemas, inconvenientes y solicitudes que estos tengan. • La tecnología permite que de manera más ágil y eficiente se genere retroalimentación sobre las fallas en los procesos. • Mejorar la profundización en el segmento jurídico. • Potencializar la vinculación y colocación de los productos y servicios para este segmento.	• Variación en los indicadores de inversión del país. • Constantemente se evidencia que llegan nuevos competidores al mercado. • Potencialización y mejora de los servicios y productos que ofrecen nuestros competidores. • Desistimiento de nuestros clientes.

Parte II- planteamiento de plan de mejora

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

IMPLEMENTACION DE BANCA VIRTUAL PYME INTERACTIVA

Actualmente Scotiabank Colpatria maneja una sofisticada plataforma en la cual los clientes pueden consultar, validar y manejar sus productos financieros desde allí, esta banca virtual tuvo un cambio significativo en los últimos dos años, pero desafortunadamente este impacto se vio reflejado en la banca de personas naturales, allí tienen diversas funciones las cuales les facilita sus transacciones y genera agrado utilizarla, desafortunadamente la banca pyme no tuvo los cambios necesarios para ser atractiva e innovadora para los usuarios, esto se debe a que los productos y servicios que se manejan son totalmente diferentes, pero aun así , la banca virtual para las pyme es realmente básica, donde las funciones son limitadas, no se tiene soporte en línea ni se le permite acceder a nuevos productos o servicios. Lo que se busca es implementar una banca virtual mucho mas interactiva, funcional y agradable para este tipo de clientes y sus portafolios.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

Para el óptimo funcionamiento del banco , es necesario que exista una interrelación entre todas las áreas para así poder brindar un buen servicio, desafortunadamente el desconocimiento de los procesos para los clientes jurídicos no es el mejor, ya que en muchas ocasiones se ve afectado el cliente por la falta de manejo de muchos procesos y servicios que ofrece el banco para este segmento , esto ha generado que muchos clientes desistan de sus productos y migren hacia otros bancos, ya que no se da solución rápida ni efectiva por los canales ofrecidos por el banco.

Es de vital importancia conocer al cliente, sus necesidades e inconvenientes para así poder brindar soluciones optimas a lo que se llegue a presentar o necesitar por parte del banco.

2.3 Objetivo General del informe de prácticas profesionales

Incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes pyme, para así poder afianzar y fortalecer las relaciones comerciales y vínculos que podamos crear con las pequeñas, medianas y grandes empresas que estén vinculadas a la banca pyme de Scotiabank Colpatria, esto mejorando la banca virtual que actualmente se tiene a su disposición en cuanto a aplicativos, nuevas funcionalidades e interacción, es importante posicionar al banco en el mercado como una entidad innovadora, estratega y competente frente al mercado esto para poder generar una mejor experiencia en el cliente, generando un valor agregado frente a los productos y servicios ofrecidos.

2.3.1 Objetivos Específicos

- Modificar e implementar nuevos aplicativos a la banca virtual pyme, para así poder facilitar las necesidades y solicitudes de los clientes, generando una oferta de valor mucho más interesante para las empresas, donde la relación con ellos permita afianzar los vínculos comerciales.
- Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes para así lograr un referenciación y recomendación optima, y así alcanzar un mayor nivel de vinculación de nuevas empresas al banco.
- Diversificar los productos y servicios ofrecidos a los clientes, para tener un valor agregado sobre la competencia.

Parte III- contenido plan de mejora

3.1 Propuesta de Mejora

Banca Virtual Scotiabank Colpatria PYME

La aplicación reúne varias alternativas y mejoras que permitirán mejorar de manera notable la relación entre el usuario y el banco, dentro de las funciones principales que se van a ver es que los clientes podrán tener acceso a la banca virtual desde su dispositivo móvil y desde allí podrán utilizar todas las nuevas funciones que se van a implementar , a continuación se van a mencionar y a detallar cada una de las nuevas funciones que se van a tener a disposición de los clientes:

- **Tecnología:** Esta ampliación va a manejar tecnología de alta calidad, junto con el equipo de helpdesk, se va a brindar rapidez, eficiencia y soporte para que los usuarios no presenten ningún tipo de inconveniente con la aplicación.
- **Seguridad:** Para el banco es muy importante proteger la información, los recursos y productos que tienen los clientes, esto para brindar tranquilidad y seguridad a todas las empresas que utilicen la app.
- **Soporte:** Una de las mayores problemáticas que viven los clientes PYME es que en los momentos que tienen fallas con su banca virtual, el tener soporte puede tardar días para así lograr contactarse con los ingenieros encargados en tiempo real.
- **Networking:** Este ítem será totalmente nuevo en la app, por aquí nuestros clientes podrán fortalecer su línea de negocio y vínculos comerciales con nuevos proveedores y socios los cuales son clientes que ya pertenecen al banco y que para su vinculación

tuvieron un proceso de validación lo cual le brindara tranquilidad y seguridad a aquellas personas que deseen adelantar negociación por medio de este ítem.

- **Contactpyme:** Este ítem será nuevo, en este se solucionará uno de los problemas mas frecuentes de los clientes que es el lograr contacto con su ejecutivo asignado; hoy en día genera mucho conflicto la relación y contacto entre el ejecutivo y el cliente (esto sucede ya que los ejecutivos rotan), por ende, en este ítem el cliente podrá contactar en tiempo real a su ejecutivo de cuenta, esto permitirá afianzar los lazos comerciales, fortalecer la relación con los clientes, crear un portafolio mucho más robusto y completo, esto llevara a aumentar la productividad y colocación de nuevos productos.
- **Moneda extranjera:** Por medio de este ítem nuestros clientes podrán enviar y recibir dinero a cualquier parte del mundo, sin necesidad de contactarse con las líneas telefónicas y sin tener que dirigirse a las oficinas a legalizar dicho proceso, esto les ahorra tiempo y les dará beneficios en cuanto a tasas y tarifas .Las PYME desde aquí podrán interactuar con sus productos, con sus empleados, proveedores, prestadores de servicio y con las áreas de servicio del banco, donde podrán hacer todo desde la comodidad de su casa, pagos de nómina, pagos a proveedores, pagos de contratistas, pago de impuestos ,pagos de productos del banco y de otras entidades, consulta de saldos, control y seguimiento de los movimientos, negociación de divisas, solicitud de nuevos productos, tener contacto con nuevas empresas, conocer y crear nuevos vínculos comerciales , encontrar nuevos proveedores y empleados según el perfil de su interés, configuración de tokens y soporte en línea.

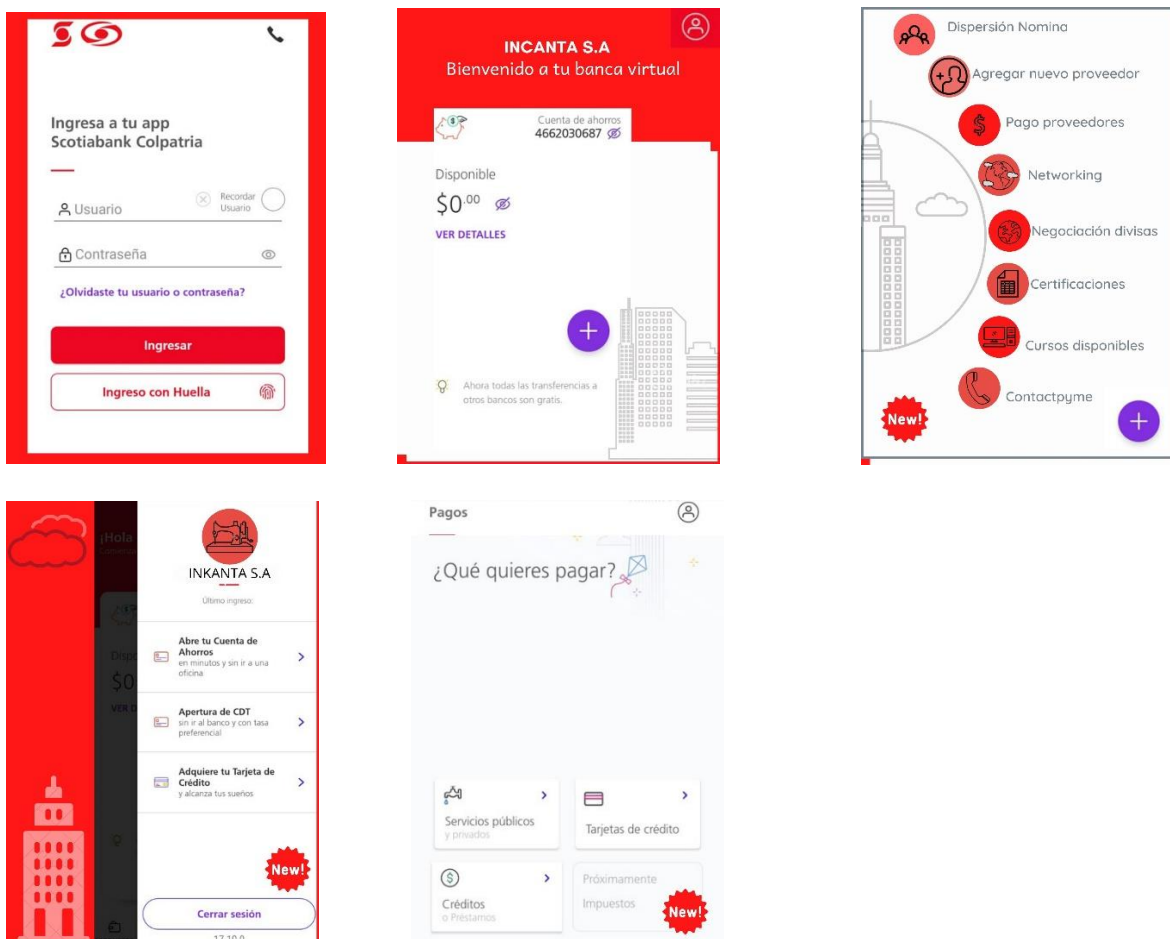
3.2 Conclusiones

Esta banca virtual será mucho más cómoda, segura y eficiente para los clientes, esto le permitirá al banco transformarse y ser mucho más competitivo en el mercado, ofrecer un valor agregado a los servicios que se prestan, generar nuevas estrategias de ventas y fortalecer los lazos con los clientes, es muy importante siempre tener ese contacto y relación con las personas con las que el banco realiza negociaciones a diario, es importante que los clientes sientan que no están solos y que para la entidad es importante su comodidad y satisfacción.

3.3 Bibliografía

- Martha Heller (2012) “Be the Business: CIOs in the New Era of IT ”.
- Marcel Planellas y Anna Muni Anna(Conecta, 2015) “Las decisiones estratégica”.
- Frederic Laloux (Arpa y Alfil Editores, 2015) “Reinventar las organizaciones”.

3.4 Anexos



Parte IV- seguimiento práctica profesional

3.1 Programación de actividades realizadas en la organización

En los últimos seis meses del año 2019, se comenzó a realizar el plan de capacitación e integración de procesos entre todas las áreas encargadas y relacionadas con este proyecto, todo esto en pro de mitigar la fuga de clientes que se llegaron a ver afectados por este plan de adaptación y personificación de todos los nuevos procesos y productos del banco.

3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados

Ciclo 1

- 4 de junio de 2019- Comité de Negocios- Torre Colpatria, Bogotá, Colombia.
- 16 de junio de 2019- Rueda de Negocios – Torre Colpatria- Bogotá, Colombia
- 23 de junio de 2019- Capacitación Banca Virtual – Oficina Montevideo- Gerencia Zona6.
- 28 de junio de 2019- Reunión segmento pymes/centralizadoras- Torre Colpatria, Bogotá, Colombia

En el primer ciclo se revisó por primera vez toda la información del proyecto, se dieron a conocer los objetivos principales a cumplir en el 2019 y el nuevo modelo de banca virtual para pymes.

Ciclo 2

- 6 de septiembre de 2019- Comité de Negocios - Torre Colpatria, Bogotá, Colombia.
- 11 de septiembre de 2019- Capacitación banca retail pymes- Torre Colpatria, Bogotá, Colombia.
- 25 de septiembre de 2019- Pruebas Técnicas - Torre Colpatria, Bogotá, Colombia.

En el segundo ciclo, recibimos todas las capacitaciones pertinentes al nuevo modelo de la banca virtual, conocimos su modelo de negocios, funcionalidades, ventajas y desventajas, por primera vez se realizó la primera prueba para conocer sobre los factores a mejorar.

Ciclo 3

- 4 de diciembre de 2019- Pruebas Helpdesk - Torre Colpatria piso 26, Bogotá, Colombia.
- 16 de diciembre de 2019- Capacitación Retail - Torre Colpatria piso 26, Bogotá, Colombia.
- 20 de diciembre de 2019- Capacitación Servicio al Cliente -Torre Colpatria piso 14, Bogotá, Colombia.
- 21 de diciembre de 2019- Medición Servicio al Cliente- Torre Colpatria piso 20, Bogotá, Colombia.

Para el tercer ciclo se fijaron pruebas técnicas con el área encargada, se realizaron mediciones de tiempo de respuesta por parte de las áreas de retail y servicio al cliente en cuanto a la nueva plataforma y se comenzó a medir la satisfacción de los usuarios frente a la nueva app.

Ciclo 4

- 12 de febrero de 2019- LANZAMIENTO CENTRO DE EXPERIENCIA PYMES-Torre Colpatria piso 36, Bogotá, Colombia.

En este último ciclo se realizó el lanzamiento del centro de experiencia PYME, desde allí se comenzó a realizar todo el monitoreo sobre la nueva plataforma y sus nuevos ítems, vigilando, controlando e implementando mejoras a este nuevo proyecto, la medición de satisfacción del cliente y análisis de oferta de valor propuesta.