

Optimización del proceso de registro y legalización de líneas prepago en la empresa

Claro comunicaciones S.A.

Killiam Andrés Puentes Cala

Trabajo de grado presentando para optar por el título de Ingeniero en Telecomunicaciones

Asesor

Carlos Enrique Montenegro Narváez



Universidad Santo Tomás, Bogotá D.C.

Ingeniería de Telecomunicaciones

2024

Contenido

1.	Introducción	9
1.1.	Planteamiento del problema.....	9
1.2.	Pregunta Problema.....	10
2.	Justificación	10
3.	Objetivos	12
3.1.	Objetivos General	12
3.2.	Objetivos Específicos	12
4.	Marco Teórico.....	13
4.1.	Estado del arte.....	13
4.2.	Proceso.....	13
4.2.1.	Estandarización de un proceso	14
4.3.	Mejora Continua	14
5.	Legalización líneas prepago.....	16
5.1.1.	Análisis actual	16
5.1.2.	Propuesta Situación ideal	17
5.1.3.	Implementación Ágil	17
5.1.4.	Medición de Resultados	18
5.1.5.	Socializar con las áreas.....	18

5.2. Ciclo de mejora en claro	19
5.2.1. Análisis y Priorización	19
5.2.2. Ejecución de Acciones Correctivas (TAC)	20
5.2.3. Verificación del Plan de Acción y Seguimiento de Cumplimiento.....	20
5.2.4. Validación de la Implementación y Ajustes	20
5.3. TAC.....	21
5.3.1. Análisis de Cifras o Problemas	22
5.3.2. Realización de TAC (Todos a la Calle).....	22
5.3.3. Verificación del PDA y Cumplimiento de Fechas	23
5.3.4. Validación de la Efectividad de la Implementación.....	23
5.3.5. Elementos Clave del Proceso TAC:	23
5.5. Situación actual.....	24
5.6. Tipos de Activaciones línea prepago	25
5.6.1. Activación vía Whatsapp.....	25
5.6.2. WEB.	26
5.6.3. Canal Presencial (CAV).	27
5.6.3.1. Línea Sin Registrar	27
5.6.3.2. Línea en uso.....	30
5.7. Proceso para legalizar la línea en los diferentes canales	31
5.8. Proceso Actual.	33
5.8.1. Hallazgos y dolores SAC	35

5.8.2. Hallazgos y dolores WhatsApp	37
5.9. Entendimiento del cliente	39
6. Solución Problema.	41
6.1. Propuesta TOBE:	41
6.2. Propuesta a corto plazo	43
6.2.1. Propuesta de Solución y mejora Línea SAC:	43
6.2.2. Propuesta Solución IBR	43
6.2.3. Propuesta de Solución y mejora Línea WhastApp:.....	44
6.3. Propuesta a largo plazo	44
7. Conclusiones	51
Referencias.....	52

Índice de figuras:

Tabla 1: Promedio de casos de líneas prepago para asesores de SAC.....	36
Tabla 2: Registro de líneas sept-nov 2024.	49

Índice de figuras:

Figura 1: Paso a Paso Mejoras Agiles Fuente: Claro Comunicaciones	16
Figura 2: Gestión Experiencia. Fuente: Claro Comunicaciones	21
Figura 3: Visitas TAC. Fuente: Claro Comunicaciones.....	22
Figura 4: Activación Via Whatsapp. Fuente: Propia	25
Figura 5: Activación Vía Presencial. Fuente: Propia	28
Figura 6: Validación Dactilar-1. Fuente: Propia.....	29
Figura 7: Validación Dactilar-2. Fuente: Propia.....	29
Figura 8: Validación Facial. Fuente: Propia	30
Figura 9: Viaje del Asesor. Fuente: Propia	32
Figura 10: Viaje del Cliente. Fuente: Propia.....	33
Figura 11: Flujo AS IS. Fuente: Propia.....	34
Figura 12: Registrar línea Whatsapp. Fuente: Claro Comunicaciones	37
Figura 13: Registrar Línea Whatsapp 2. Fuente: Claro Comunicaciones	37
Figura 14: Journey del cliente. Fuente: Propia.....	39
Figura 15: Nuevo Proceso Fuente: Propia.	42
Figura 16: Propuesta flujo To Be. Fuente: Propia.....	42
Figura 17: Beneficio por registro. Fuente: Claro Comunicaciones.....	45
Figura 18:Regalo por registro de línea. Fuente: Claro Comunicaciones.	45
Figura 19: Bono de regalo una vez registrada la línea. Fuente: Propia.....	46
Figura 20: Menú principal de app miclaro. Fuente: Propia	47
Figura 21:Redimir puntos por usar apps. Fuente: Propia.....	47
Figura 22: Selección de puntos. Fuente: Propia.....	48

Figura 23: Activación de regalo. Fuente: Propia.	48
---	----

Resumen

El proyecto tiene como meta principal optimizar el proceso de legalización de líneas prepago en Claro. A través de incentivos, automatización y mejoras en la experiencia del cliente, se espera incrementar significativamente la tasa de registro, garantizando el cumplimiento normativo y la eficiencia operativa

Claro ofrece diversos canales para el registro, como Whatsapp, la app MiClaro, el call center, la web y los CAV; sin embargo, la falta de socialización efectiva, la desactualización de herramientas (como el código USSD *255#) y los pasos manuales hacen que el proceso sea lento y poco práctico. Los usuarios pueden usar los servicios sin registrar la línea, lo que disminuye la percepción de urgencia y lleva a omitir el registro.

La propuesta se centra en diseñar un proceso optimizado que automatice la legalización de líneas prepago, integrando mejoras en los principales canales de atención (WhatsApp, CAV, app MiClaro, y call center). Además, se busca motivar a los usuarios mediante incentivos como bonos de datos, descuentos en recargas y un programa de fidelización basado en puntos.

Con estas estrategias, se espera incrementar la tasa de registros legales en un 13% semanal, reduciendo el tiempo promedio del proceso de un día a solo 30 minutos. Este enfoque no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también fortalece la posición de Claro en el cumplimiento normativo y la optimización operativa, garantizando beneficios sostenibles tanto para la empresa como para sus usuarios.

Keywords: Proceso, mejora, optimización, líneas prepago, automatización, incentivos, beneficios.

1. Introducción

1.1. Planteamiento del problema

Claro enfrenta un desafío con la falta de registro de líneas móviles, ya que es un problema crítico tanto para los usuarios como para la empresa Claro. Para los usuarios, la ausencia de registro conlleva la pérdida de control sobre sus líneas, lo que puede derivar en la interrupción de servicios esenciales, como billeteras digitales, pérdida de registros asociados al número o contactos. Las líneas no registradas representan un desafío significativo para Claro, ya que permanecen vinculadas a la compañía, lo que dificulta la reasignación de numeración y afecta la disponibilidad de los números asignados por MinTIC. Esta situación genera pérdidas operativas y económicas sustanciales, limitando la capacidad de la empresa para gestionar de manera eficiente sus recursos numéricos, lo que a su vez genera costos adicionales. La falta de registro también implica un descontrol en la gestión de los números otorgados, lo que se traduce en un incremento de los gastos operativos, ya que Claro debe destinar más recursos para manejar estas líneas no registradas. Además de las pérdidas económicas y los costos adicionales, esta problemática pone en riesgo el cumplimiento de los estándares regulatorios establecidos, lo que podría exponer a Claro a sanciones legales y a la pérdida de futuras asignaciones de numeración.

El proceso de adquirir una línea prepago se ha vuelto extremadamente accesible para los usuarios, el usuario simplemente inserta la SIM en su dispositivo móvil para empezar a utilizar los servicios sin ninguna restricción. Solo basta con ir a puntos oficiales de las compañías como Centros de Atención al Cliente (CAV), tiendas presenciales o las famosas “tropas”, hasta incluso desde tenderos, dueños de negocios o aliados. Sin embargo, esta facilidad ha llevado a que muchos usuarios no le den importancia al registro de la línea, ya que suelen utilizarla únicamente por

motivos de agilidad, sin considerar la necesidad de legalizarla. Además, este proceso no está respaldado por una orientación adecuada sobre la importancia del registro, lo que provoca que los usuarios olviden o desconozcan la obligatoriedad de realizar este trámite una vez adquirida la línea. La falta de registro de la línea puede generar un gran malestar en el usuario, especialmente si pierde su número. Al no estar legalizado, el proceso de recuperación se vuelve complejo y frustrante, afectando directamente su experiencia como cliente. Esta situación puede motivar al usuario a cambiar de operador, lo que representa una doble pérdida para Claro: la imposibilidad de reasignar ese número durante al menos dos meses y el riesgo de perder al cliente de forma definitiva (*¿El Operador Puede Quitarme Mi Número de Celular Si Dejo de Usar Mi Línea y No Hago Recargas?*, n.d.).

El proyecto busca resolver estas deficiencias optimizando el proceso de registro de líneas y fomentando la concientización de los usuarios sobre la importancia de este trámite, promoviendo que el usuario legalice su línea.

1.2.Pregunta Problema

¿Cómo optimizar la legalización de líneas prepago en Claro Comunicaciones para que el usuario pueda recuperar su línea en caso de pérdida y que claro cumpla con lo establecido según la ley?

2. Justificación

La legalización de las líneas prepago en Colombia es un requisito obligatorio establecido por las normativas regulatorias, cuya finalidad es garantizar tanto los derechos de los usuarios como la eficiencia operativa de los operadores de telecomunicaciones. Según la **Resolución CRC 5111 de 2017**, los operadores deben registrar el nombre completo, documento de identidad y número de línea en el momento de la activación del servicio (Artículo 2.1.3.3). Este procedimiento es clave

para proteger los derechos de los usuarios, controlar de manera eficiente las numeraciones asignadas y prevenir problemas asociados con la falta de identificación de los titulares de las líneas (Disposiciones Analizadas Por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©, n.d.).

Desde la perspectiva del usuario, la legalización de las líneas representa un beneficio directo al garantizar el acceso a derechos fundamentales, como presentar peticiones, quejas o reclamos (PQR), recibir compensaciones por fallas en el servicio y proteger sus datos personales, tal como lo establece la **Resolución CRC 5050** y sus modificaciones. Asimismo, este registro facilita la recuperación del número en casos de pérdida o robo, minimizando obstáculos administrativos y protegiendo a los usuarios frente a fraudes y suplantaciones de identidad al vincular la línea con una identidad específica. Estos beneficios no solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también promueven la confianza en los servicios ofrecidos por la compañía (Disposiciones Analizadas Por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©, n.d.).

Por otra parte, este proyecto garantiza el **cumplimiento de normativas legales clave**, como la **Ley 1266 de 2008** y la **Ley 1581 de 2012**, que regulan la protección de datos personales en Colombia. Estas leyes establecen obligaciones claras para los proveedores de servicios de telecomunicaciones en cuanto al manejo seguro y responsable de la información de los usuarios. La legalización de las líneas permite a Claro cumplir con estas normativas, asegurando la privacidad de los datos de los clientes y fortaleciendo la transparencia en el manejo de la información (Disposiciones Analizadas Por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©, n.d.).

A nivel empresarial, la falta de claridad en los procesos de registro y las deficiencias en la legalización de las líneas afectan directamente el cumplimiento de la misión de Claro es: *"Lograr que los colombianos tengan acceso a productos y servicios de la más avanzada tecnología en telecomunicaciones, a precios asequibles, con la finalidad de acercar cada día más a las*

personas" (Quiénes Somos Para Claro, n.d.). Sin embargo, la falta de claridad en los procesos de registro y la deficiencia en la legalización de líneas están obstaculizando el cumplimiento de esta misión. Estas limitaciones impiden garantizar a los usuarios el servicio de calidad que se propone brindar, afectando tanto la experiencia del cliente como la efectividad operativa de la empresa.

Adicionalmente, la **Ley 1341 de 2009** refuerza la importancia de estas acciones al definir que los servicios de comunicaciones son esenciales y deben prestarse con eficiencia, asegurando la protección de los derechos de los usuarios. Este proyecto, por lo tanto, no solo responde a exigencias legales, sino que también busca optimizar las operaciones internas de Claro, alinear sus procesos con las normativas vigentes y fortalecer la confianza y fidelidad de sus usuarios.

Finalmente, la falta de legalización de las líneas prepago representa un problema crítico para Claro. De los aproximadamente 27 millones **de líneas prepago-activas**, se estima que un **60%** (alrededor de **16 millones**) no cumplen con los requisitos de registro establecidos por la normativa generando que sean posibles líneas a perder.

3. Objetivos

3.1.Objetivos General

- Diseñar un proceso que permita automatizar e incentivar el registro de líneas prepago para optimizar la legalización de líneas y mejorar la experiencia de los clientes de Claro Comunicaciones.

3.2.Objetivos Específicos

- Examinar el proceso actual de registro de líneas para comprender los puntos claves y sus posibles fallas.
- Identificar los requisitos necesarios del registro de líneas para construir las especificaciones del nuevo proceso.

- Formular un nuevo proceso para el registro y legalización de líneas para mejorar el proceso.

4. Marco Teórico

4.1. Estado del arte

El estado del arte en la mejora de procesos implica el análisis de enfoques previos y contemporáneos que han sido adoptados para optimizar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. En este contexto, se revisan modelos establecidos como la mejora continua, la estandarización de procesos y la implementación de metodologías ágiles. Estas prácticas permiten a las organizaciones adaptarse a un entorno empresarial dinámico, garantizando la competitividad y la mejora constante en la calidad de sus productos o servicios.

4.2. Proceso

Un proceso se define como un conjunto de actividades interrelacionadas que transforman insumos en productos o servicios de valor, ya sea para clientes internos o externos. En este sentido, un proceso no solo es un conjunto de acciones, sino un sistema que, mediante el uso adecuado de recursos humanos, tecnológicos y de información, genera resultados de calidad, que a su vez pueden convertirse en insumos para otros procesos. (Castillo Jarrin, n.d.).

- **Input (entrada):** Se refiere a los productos, recursos, o información que cumplen con criterios específicos y que provienen de otros procesos internos o externos.
- **Proceso:** Conjunto de actividades que transforma el input usando recursos humanos, tecnológicos y de información en un método definido, asegurando calidad y entregas controladas. Un sistema de control mide y monitorea este proceso para mejorarlo.
- **Output (salida):** Es el producto o servicio resultante, cumpliendo con los estándares de calidad esperados por el cliente, y que a su vez puede ser input para otros procesos.

4.2.1. Estandarización de un proceso

La estandarización implica la documentación y unificación de procedimientos para garantizar la coherencia y la repetibilidad de los resultados. Es una herramienta clave para reducir la variabilidad, optimizar recursos y mejorar la eficiencia. A través de la estandarización, se busca lograr los siguientes beneficios (Castillo Jarrin, n.d.):

Para su eficacia, los procesos deben tener:

- Un responsable designado para asegurar su correcto funcionamiento.
- Indicadores gráficos para visualizar su evolución.
- Cumplimiento del ciclo de mejora continua PDCA (Plan, Do, Check, Act) según Deming.

Para lograr la efectividad en la estandarización de los procesos, es necesario contar con ciertos elementos clave:

- Responsabilidad asignada: Es importante que cada proceso tenga un responsable que supervise su correcto funcionamiento y avance.
- Indicadores visuales: El uso de indicadores gráficos permite visualizar la evolución de los procesos, facilitando la toma de decisiones.
- Ciclo de mejora continua (PDCA): La aplicación del ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PDCA), basado en la teoría de Deming, asegura la constante optimización y ajuste de los procesos.

4.3.Mejora Continua

La mejora continua es una filosofía orientada a optimizar y elevar la calidad de productos, procesos o servicios. Aunque se aplica especialmente en la industria manufacturera para reducir costos sin sacrificar la calidad, también es útil en otros sectores. Dado que los recursos son limitados y la

competencia en costos es constante, las empresas necesitan sistemas que permitan mejorar y optimizar de manera continua.

Este enfoque se basa en la idea de que nada está completamente terminado o mejorado de forma definitiva. Todo proceso es dinámico y siempre susceptible de mejoras. La mejora continua sigue un ciclo en el cual se identifica un área a mejorar, se planifica e implementa el cambio, se verifican los resultados y se actúa en función de ellos, ya sea ajustando desvíos o planteando nuevos objetivos. Esta práctica permite adaptarse al entorno cambiante, contribuyendo al progreso, a la renovación y a satisfacer mejor las necesidades de clientes y usuarios (Peláez, 2016).

5. Legalización líneas prepago

Pasos para la metodología mejoras ágiles



Figura 1: Paso a Paso Mejoras Agiles

Fuente: Claro Comunicaciones

La metodología ágil es un enfoque flexible que prioriza la adaptabilidad y la rápida implementación de cambios. A continuación, se describen las fases clave de este enfoque:

5.1.1. Análisis actual

En esta etapa, se lleva a cabo un análisis detallado de los procesos actuales utilizando las metodologías establecidas por Claro Comunicaciones. Esto incluye la evaluación de cifras de transacciones y la revisión integral del proceso de extremo a extremo (E2E). Además, se identifican los puntos críticos donde los clientes experimentan insatisfacción, conocidos como "dolores del cliente". Con esta información, se diseña el flujo AS-IS (estado actual) y se realiza un análisis de causa raíz para identificar oportunidades de mejora y optimización en los procesos existentes.

- Análisis de cifras de transacciones: Si existen varias tipologías dentro de una transacción, puedo desglosarlas y tomar como punto de partida las transacciones más representativas.

- Revisión del proceso E2E (de principio a fin): Realizo TAC (herramienta TAC), entrevistas y validación de volúmenes con los asesores.
- Identificación de los dolores del cliente: Puedo solicitar al COE de Experiencia información sobre los dolores de los diferentes procesos o tomar los que encuentro en campo.
- Elaboración de flujo ASIS y análisis de causa raíz: Utilizo la metodología Lean (5 Porqués) y validación con las áreas que intervienen en el proceso.
- Validación de impacto y esfuerzo/iniciativas similares: Analizo volumen, tiempos e iniciativas trabajadas por el área o flujos de Valor (Mejoras, automatización).
- Benchmarking (si aplica) o consulta de mejores prácticas del mercado: Tomo como punto de referencia empresas del mismo sector o de servicios. Propuesta de la situación ideal, se llevan los pasos de este proceso en tiempos

5.1.2. Propuesta Situación ideal

En esta fase, se propone un diseño de proceso mejorado, donde se buscan eliminar ineficiencias y redundancias. La homologación de procesos es clave para garantizar que todos los canales de atención ofrezcan una experiencia consistente al cliente.

Diseño del Estado Deseado (Flujo To Be)

- Homologación: Se busca estandarizar los procedimientos para todos los canales de atención, garantizando una experiencia consistente para el cliente.
- Flujo To Be: Se crea un nuevo modelo de proceso que representa la forma ideal en que se deberían realizar las tareas, eliminando ineficiencias y redundancias.

5.1.3. Implementación Ágil

Se ejecutan las acciones definidas en el flujo TO-BE de manera rápida y flexible. La agilidad es crucial para adaptarse rápidamente a los cambios y optimizar los procesos de manera continua.

- Acciones concretas: Se identifican y ejecutan acciones específicas para transformar el estado actual en el estado deseado.
- Agilidad: Se prioriza la flexibilidad y la adaptación a los cambios, implementando soluciones de forma rápida y eficiente.

5.1.4. Medición de Resultados

Se miden los beneficios de las mejoras implementadas, utilizando indicadores clave como el tiempo, los costos y la satisfacción del cliente. Estos datos se analizan para evaluar el impacto de las mejoras y tomar decisiones informadas sobre futuras acciones.

- Cuantificación de beneficios: Se evalúa el impacto de las mejoras en términos de tiempo, costos, satisfacción del cliente y otros indicadores clave.
- Análisis de datos: Se utilizan datos para medir el progreso y tomar decisiones basadas en evidencia.

5.1.5. Socializar con las áreas

Acción de **compartir información, ideas o propuestas** con un grupo de personas, en este caso, con las diferentes áreas de una organización. Es un proceso de comunicación bidireccional que busca generar consenso, obtener feedback y alinear a todos los involucrados hacia un objetivo común. Junto con una **presentación en dirección de experiencia y presidencia** es una exposición formal dirigida a los altos directivos de una empresa. El objetivo principal es **comunicar una propuesta, un proyecto o un resultado** de manera clara, concisa y persuasiva, buscando obtener la aprobación y el apoyo de la dirección.

5.2.Ciclo de mejora en claro

La optimización de procesos debe centrarse en la **experiencia del cliente**. Este enfoque coloca las percepciones y necesidades del cliente como el punto central de la mejora continua, asegurando que cada cambio realizado esté alineado con sus expectativas.

La empresa fundamenta su optimización de procesos en la experiencia y las percepciones del cliente. Esto significa que cada mejora y ajuste se realiza con base en cómo los clientes viven y sienten cada interacción con la empresa. La experiencia del cliente se convierte en el punto central del proceso de optimización: se busca no solo cumplir con sus expectativas, sino también anticiparse a sus necesidades y mejorar continuamente cada punto de contacto. Así, el objetivo es generar experiencias más satisfactorias, eficientes y alineadas con los valores y expectativas de los clientes, fortaleciendo su vínculo con la empresa y promoviendo una relación de largo plazo.

5.2.1. Análisis y Priorización

En esta primera fase, se identifican las cifras y problemas críticos para la organización, priorizándolos con base en criterios de información y el impacto o esfuerzo necesario. La clasificación de temas incluye el análisis de KPIs y volumetrías, permitiendo una priorización clara de las áreas o temas a abordar. A partir de esta información, se desarrolla un flujo de alto nivel que resalta las áreas involucradas. Para probar la viabilidad de este flujo, se realiza una prueba preliminar de escritorio, y finalmente se elabora un cronograma de visitas, garantizando la correcta secuencia y orden de las actividades. Esta fase asegura un enfoque dirigido hacia los aspectos más relevantes, optimizando el uso de recursos.

5.2.2. Ejecución de Acciones Correctivas (TAC)

En esta segunda fase, conocida como TAC, se registran todos los hallazgos en una aplicación específica. Estos hallazgos se socializan a través de informes compartidos con las áreas involucradas. Se asignan responsables específicos para cada área de mejora, y se priorizan las acciones correctivas. Las mejoras se organizan en dos enfoques: aquellas que pueden implementarse en el corto plazo (1-2 meses) y aquellas que deben priorizarse en el backlog de la célula de trabajo. Durante esta fase, se elabora un diagrama que representa la situación actual (AS IS) y la situación deseada (TO BE), acompañado de cifras, problemas y hallazgos. Se llevan a cabo sesiones de trabajo para validar los planes de acción, y una vez que estos planes están aprobados, se comunican los resultados a los equipos y áreas responsables.

5.2.3. Verificación del Plan de Acción y Seguimiento de Cumplimiento

En la tercera fase, se verifica el cumplimiento del PDA y las fechas establecidas para cada tarea. A través de un sistema de autogestión, se realiza un seguimiento de los avances, generando reportes que informan el estado de los hallazgos a las áreas de negocio y al Comité de Experiencia. Estos reportes clasifican el avance en diferentes estados: sin iniciar (0%), en curso (30-70%), pendiente de verificación de finalización (90%) y finalización verificada (100%). Esta fase asegura la transparencia y permite a todos los involucrados visualizar claramente el progreso de las acciones correctivas, manteniendo la alineación con los objetivos de mejora continua.

5.2.4. Validación de la Implementación y Ajustes

La última fase del ciclo de mejora continua es la validación de la efectividad de las implementaciones realizadas. Si se identifican escenarios o problemas no cubiertos por las

acciones correctivas, se realiza un nuevo análisis de causa raíz para identificar los motivos de estos puntos pendientes. Esto reinicia el ciclo de mejora, asegurando que la organización siga adaptándose a las necesidades y que todas las áreas y temas relevantes reciban la atención adecuada. Este enfoque garantiza que las mejoras sean sostenibles y que la organización mantenga una cultura de perfeccionamiento constante.



Figura 2: Gestión Experiencia.

Fuente: Claro Comunicaciones

5.3.TAC

La empresa utiliza la herramienta TAC (Todos a la Calle), diseñada para comprender el proceso desde la primera interacción del cliente, como una llamada al call center, hasta la experiencia completa del servicio. Esta herramienta permite analizar el proceso en profundidad y ajustarlo,

enfocándose en cada punto crítico que el cliente atraviesa. El TAC se desarrolla en varias fases detalladas que garantizan una mejora continua orientada al cliente y una optimización que impacta directamente en la percepción del cliente.



Figura 3: Visitas TAC.

Fuente: Claro Comunicaciones

5.3.1. Análisis de Cifras o Problemas

El proceso comienza identificando y analizando los principales puntos de fricción (dolores) o áreas de mejora, basándose en indicadores clave y datos cuantitativos. Para esto, se clasifican y priorizan los temas con criterios de información, impacto y esfuerzo. Esta clasificación toma en cuenta KPIs y otros datos de volumetría, estableciendo prioridades que se reflejan en un flujo de alto nivel que considera todas las áreas involucradas. Se realiza una prueba de escritorio preliminar para evaluar viabilidad, y finalmente se diseña un cronograma de visitas de manera organizada.

5.3.2. Realización de TAC (Todos a la Calle)

La fase de TAC implica un análisis profundo y práctico de la experiencia real del cliente. Los hallazgos se registran en una aplicación, donde se documentan y socializan con las áreas involucradas en un informe. Se asignan responsables para cada área de mejora y se priorizan las soluciones en dos líneas de acción: iniciativas de rápida implementación (1-2 meses) y mejoras a incluir en el backlog de la célula de trabajo. Además, se crean diagramas AS IS/TO BE para mapear el proceso actual y la situación futura deseada, incluyendo cifras, hallazgos y problemas. Para validar y ajustar las soluciones, se realizan sesiones de trabajo; tras su aprobación, se comunica el plan de acción a las áreas correspondientes.

5.3.3. Verificación del PDA y Cumplimiento de Fechas

En esta etapa, se monitorean los avances y se realiza un seguimiento continuo del estado de los hallazgos. Este seguimiento incluye la generación de reportes de avance que se comparten con las áreas de negocio y el Comité de Experiencia, permitiendo visualizar el estado de cada acción en categorías como: sin iniciar (0%), en curso (30-70%), finalización pendiente de verificación (90%) y final verificado (100%).

5.3.4. Validación de la Efectividad de la Implementación

Finalmente, se evalúa la efectividad de las mejoras implementadas. En caso de que se identifiquen problemas o áreas no cubiertas, se reinicia el ciclo de mejora a través de un nuevo análisis de causa raíz. Este enfoque iterativo garantiza que el proceso de mejora se mantenga alineado con las necesidades y expectativas del cliente, logrando un impacto sostenible y una experiencia optimizada.

5.3.5. Elementos Clave del Proceso TAC:

La herramienta TAC se apoya en varios principios esenciales para asegurar el éxito: conocimiento profundo del cliente, iteración constante para ajustes y mejoras, co-creación con los clientes para

soluciones relevantes, y medición del impacto de cada mejora en términos de experiencia y satisfacción. Estos elementos, junto con los indicadores y un cronograma estructurado, forman la base de un proceso de mejora continua centrado en el cliente, en el cual la empresa se compromete a optimizar cada punto de interacción.

5.4. Legalización líneas prepago

Consiste en la vinculación de datos personales de quienes adquieren una tarjeta SIM o un chip telefónico es un proceso que facilita la regulación de diversos aspectos vinculados a las telecomunicaciones. Este proceso de legalización de líneas prepago busca, entre otros objetivos, asegurar la calidad del servicio, conocer el volumen de usuarios de cada compañía, y proteger contra el fraude y la suplantación de identidad. Además, es una herramienta clave en la prevención y persecución de delitos, ya que permite al Estado vincular cada línea telefónica móvil a su usuario y, en algunos casos, acceder a los metadatos o al contenido de las comunicaciones, reforzando la seguridad y el control en el sector (*Registro Obligatorio de Tarjetas SIM - Hiperderecho*, n.d.).

5.5. Situación actual.

Claro enfrenta una situación crítica, ya que, 16 millones de usuarios activos en prepago, solo el 40% tiene su línea legalizada, mientras que el 60% restante aún no ha completado este proceso. Esta falta de legalización no solo afecta el control sobre sus clientes, sino que también presenta un riesgo tanto para los usuarios como para la empresa. A pesar de ofrecer múltiples canales para la legalización, el proceso está olvidado y dejado de lado por los usuarios.

El reciente cambio de la app MiClaro a la SuperAPP y la desactualización de herramientas como el proceso USSD (*255#) han complicado aún más la situación. El impacto de este retraso es significativo: para los usuarios, no tener su línea registrada implica la pérdida permanente de

acceso a servicios importantes, como billeteras digitales. Para Claro, la falta de registros también genera pérdidas al no poder reasignar líneas no registradas, lo que afecta el inventario de números asignados por MinTIC.

Es urgente implementar una estrategia que impulse la legalización de líneas, proporcionando más información clara y accesible a los usuarios, facilitando el proceso de registro y evitando futuras pérdidas tanto para los clientes como para la empresa.

5.6. Tipos de Activaciones línea prepago

5.6.1. Activación vía Whatsapp



Figura 4: Activación Via Whatsapp.

Fuente: Propia

1. Ingresa a nuestra línea de servicio certificada de Claro Colombia 311 2 000 000 Escribe la palabra Hola, una vez interactúes con el Bot, te listará el menú correspondiente a la línea con la que ingresaste.

2. Si aún no tienes tu línea legalizada, te mostraremos el siguiente mensaje invitándote a actualizar tus datos.
3. Selecciona la opción SI en el texto "¿Deseas actualizar tus datos?".
4. El BOT te solicitará actualizar los datos de tu línea Prepago para realizar consultas y transacciones sobre tus servicios; una vez hayas pinchado en el botón de "Actualizar Datos" se mostrará el mensaje de tratamiento de datos personales.
5. Una vez Aceptes el tratamiento de datos personales, se solicitará al usuario qué tipo de documento tiene.
6. Una vez se indique que tipo de documento tiene el usuario se le solicita que digite su número de documento.
7. A continuación, te pediremos que ingreses fecha de expedición del documento.
8. Notificaremos la actualización de los datos exitosamente

5.6.2. WEB.

Generalmente este canal de activación se usa cuando el asesor de whatsapp remite al usuario para legalizar la línea. La URL proporciona múltiples beneficios para los usuarios, ya que no consume datos al acceder, permite la legalización de la línea prepago, y facilita la actualización de los datos del cliente asociado a la línea. Además, si la línea está a nombre de un tercero, ofrece la opción de cambiar la titularidad de la línea en una única ocasión. También permite acceder a promociones Nx1, conforme a las condiciones comerciales, y recibir campañas dirigidas específicamente a los clientes.

Paso a Paso:

1. Cliente Recibe SMS con [URL](#) para actualizar datos
2. Ingresar:

- Primer Apellido
 - número de línea prepago
 - Tipo de documento
 - Número de documento
 - Fecha Expedición
3. Ingresar Código de verificación.
 4. Completar la información solicitada
 - Teléfono
 - Fecha De nacimiento
 - dirección
 - correo

5.6.3. Canal Presencial (CAV).

El usuario puede adquirir una línea prepago a través de diversos canales de atención, como Centros de Atención al Cliente (CAV), en este medio de atención al usuario se le pide adquirir un plan para obtener la línea y ahí si se genera el proceso de registro, a este registro se tiene dos opciones cuando el usuario ya tiene la línea y desea registrarla y el segundo escenario es cuando se hace el registro a una línea nueva.

5.6.3.1.Línea Sin Registrar



Figura 5: Activación Vía Presencial.

Fuente: Propia

1. preguntas de validación:
 - ¿Hace cuánto tiempo tiene su línea celular?
 - ¿Cuáles son los números elegidos registrados?
 - ¿Cuándo hizo la última recarga?
 - ¿Qué valor o qué promedio de recarga realiza?
 - ¿Qué saldo aproximado de recarga tiene la línea?
 - ¿Cuál o cuáles son los últimos números marcados?
2. validación de tendencia con base a la billeteras virtuales
 - a. Simula el envío de un peso a la billetera virtual
3. Selección tipo de biometría.
 - a. Dactilar

VALIDACION DACTILAR

4.1.1 BIOMETRIA DACTILAR.

4.1.2 INGRESA A CONECTADOS:

1. HERRAMIENTAS

2. POLIEDROS CAV

4.1.3 DIGITA USUARIO Y CONTRASEÑA. EL SISTEMA ENVÍA UN CÓDIGO OTP MEDIANTE MENSAJE DE TEXTO.

4.1.4 DIGITAR EL CÓDIGO Y LUEGO DARLE EN INGRESAR

4.1.5 AUTORIZACIÓN DEL TRATAMIENTO DE DATOS.

1. OPCIONES DE ACTIVACION.

2. ACTIVACION VENTA DIGITAL

4.1.6 DAR CLICK EN AUTORIZACIÓN-CONSULTA CREDITO

4.1.7 1. SE ABRE LA SELECCIÓN DE ACTIVACIÓN Y AUTORIZACIÓN.

2. INFORMACIÓN DE VENTA > CAMBIO ICCID > CLIENTE > (SELECCIONE TIPO DE DOCUMENTO Y RELLENE LOS DATOS)

3. CONTINUAR

4.1.8 SE ABRE EL TRATAMIENTO DE DATOS Y SE LE DA CLICK EN ACEPTO.

4.1.9 INFORMA AL CLIENTE DEL TRATAMIENTO DE DATOS. RECONFIRMA LOS DATOS

Figura 6: Validación Dactilar-1.

Fuente: Propia

VALIDACION DACTILAR

4.1.10 ANUNCIO PROCESO EXITOSO

4.1.11 VALIDACIÓN BIOMETRICA.

1. VALIDACIÓN DE IDENTIDAD

2. VALIDACIÓN BIOMÉTRICA

4.1.12 1. SE ABRE LA SELECCIÓN DE ACTIVACIÓN Y AUTORIZACIÓN.

2. INFORMACIÓN DE VENTA > CAMBIO ICCID > CLIENTE > (SELECCIONE TIPO DE DOCUMENTO Y RELLENE LOS DATOS)

3. CONTINUAR

4.1.13 GUIE AL CLIENTE CON LAS HUELLAS

CLICK OBTENER RESPUESTA

4.1.14 SE HABILITA LA TOMA DE HUELLAS DEBE TENER EL NÚMERO DE IDENTIDAD DEL CLIENTE.

4.1.15 REALIZAR LA TOMA DE LA HUELLA QUE INDICA EL SISTEMA SI FALLA APARECE MENSAJE DE PONER HUELLA DE NUEVO

4.1.16 VALIDAR LA CAPTURA DE LA HUELLA EN VALIDAR RNEC

4.1.17 VERIFICAR LOS DATOS Y HUELLA

Figura 7: Validación Dactilar-2.

Fuente: Propia

b. Facial

VALIDACION FACIAL

4.2.1 VALIDACIÓN FACIAL.

SI EL CLIENTE O USUARIO NO LE ALCANZA ABRIR AL BACK DE GRAFOLOGOS

- SOLO PARA CAMBIO DE SIM CARD O VENTA MINTIC.
- EL APLICATIVO SOLO LO TENDRA EL **COORDINADOR O SUPERVISOR**
- AGENTES COMERCIALES DEBEN HACER DOBLE VALIDACIÓN DE IDENTIDAD SEGUN LA POLÍTICA.
- CAV: SE ENCUENTRA HABILITADO BOTON **ESCANER BACK**.
- ALIADOS COMERCIALES

4.2.2 INGRESA A EL LINK DE INICIO

4.2.3 HAZ CLIC EN ACEPTO AUTORIZACIÓN DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Y LUEGO EN INICIAR PROCESO.

4.2.4 SIN ABRIR EL ENLACE DA CLIC EN **ACEPTAR**

4.2.5 INFORMALE AL CLIENTE QUE RECIBIRA POR **CORREO O SMS, UN ENLACE PARA GARANTIZAR SU IDENTIDAD**

4.2.6 ORIENTA AL CLIENTE EN LOS PASOS CUANDO LE LLEGA EL ENLACE.

1. INGRESAR AL ENLACE Y DAR PERMISOS DE CAMARA
2. EL CLIENTE DEBE TENER ILUMINACIÓN ADECUADA
3. TIEMPO ENTRE 1-2 MIN.
4. DEBE CUMPLIR CON LOS RETOS QUE PIDE LA APP.
5. INDICARLE AL CLIENTE QUE SIGA LAS INSTRUCCIONES.
6. TOMAR FOTO AL DOCUMENTO. DECIR AL CLIENTE QUE DEBE HACER QUE CUADRE EL DOCUMENTO CON EL CUADRO DEL ENLACE.
7. DEBE INICIAR POR LA PARTE QUE TIENE LA FOTOGRAFIA.



Figura 8: Validación Facial.

Fuente: Propia

5.6.3.2. Línea en uso

Primero, se debe verificar si el asesor requiere realizar una biometría. Esta es una tarea inicial para determinar si es necesario llevar a cabo una verificación biométrica del cliente. Si se requiere, el asesor valida la identidad del cliente en los casos de venta de hogares y personas. Si no se necesita biometría, el asesor pasa al siguiente paso.

Luego, el asesor debe ingresar un código captcha. Esto asegura que la interacción esté siendo realizada por un humano y no por un bot, añadiendo una capa de seguridad al proceso.

A continuación, el asesor solicita el número de SIM Card al cliente. En este punto, debe ingresar el número de la tarjeta SIM que se está registrando. Luego, se procede a validar si la SIM tiene una línea asociada y registrada. Si la línea está registrada, el asesor notifica al cliente y recibe la confirmación de la notificación. En caso contrario, si la línea no está registrada, se verifica si el

cliente tiene facturación recurrente. Si el cliente no tiene facturación recurrente, el asesor valida en el repositorio si hay información disponible sobre el cliente y consulta si el cliente está restringido para realizar transacciones debido a alguna lista de seguridad (ONU, OFAC, o FBI). Si el cliente aparece en alguna de estas listas, se genera una alarma. Además, el asesor consulta el producto con la información biográfica del cliente; si la información coincide con el número de identificación, se sigue adelante, de lo contrario, se muestra la inconsistencia y se solicita al cliente registrar los datos nuevamente. Si el cliente cuenta con facturación recurrente, se actualizan los datos con la información obtenida, y en caso de no encontrarse en bases de datos como TCRM o repositorios, se crea un nuevo registro validando la dirección y guardando el porcentaje de confiabilidad.

Después, se informa al cliente el número MIN asociado a su línea. Esto incluye enviar un mensaje al cliente con el número MIN y recibir la confirmación de que el cliente lo ha recibido. Luego, se cierra la interacción, documentando y finalizando la iteración. Si la interacción fue presencial, se realiza una evaluación de satisfacción del usuario.

Una vez completados los pasos anteriores, se registra la legalización de la línea prepago, lo cual implica que el proceso de registro se ha realizado formalmente. A continuación, se confirma que la línea ha sido legalizada y está lista para el uso del cliente.

Finalmente, se entrega el número de identificación MIN al cliente, completando de esta manera el proceso. Para concluir, se genera y envía la solicitud formal de legalización de la línea prepago, asegurando que todo esté documentado y que el cliente pueda utilizar su línea sin inconvenientes.

5.7.Proceso para legalizar la línea en los diferentes canales

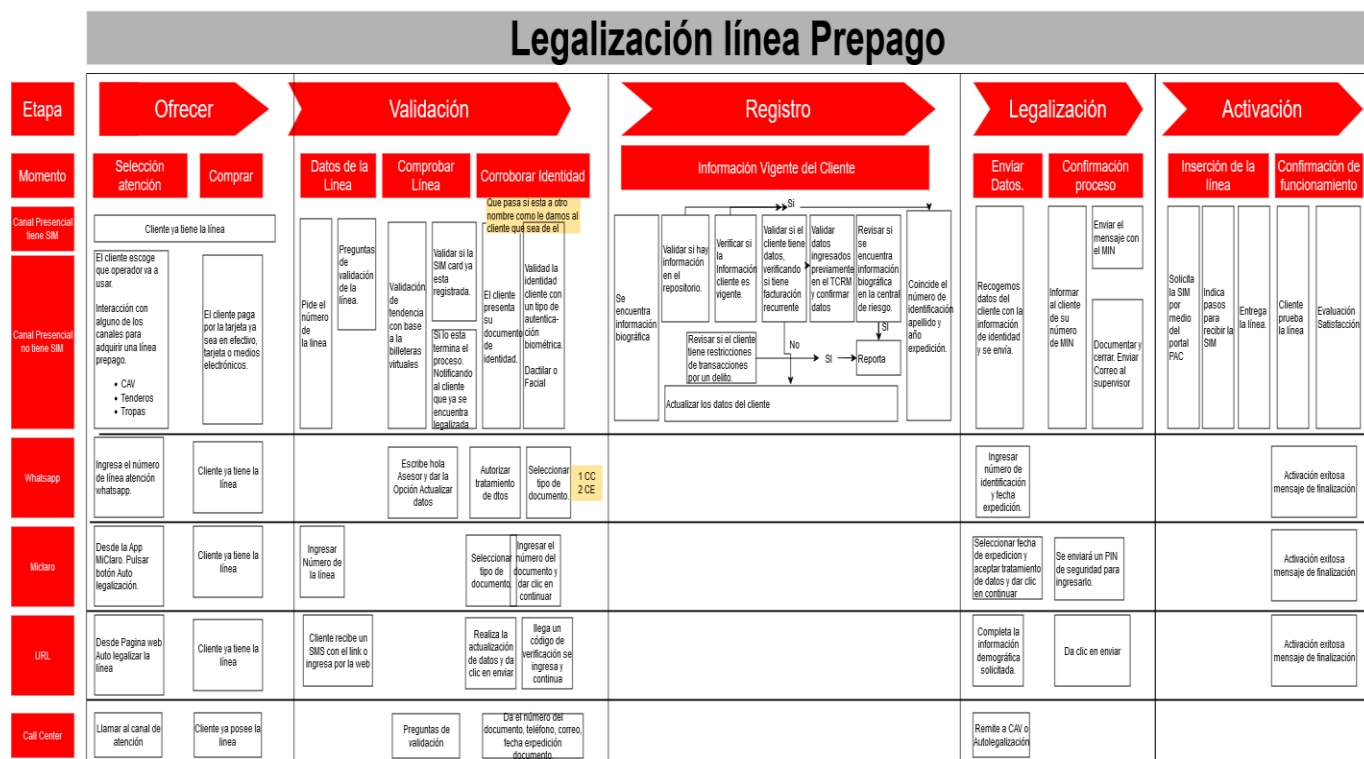
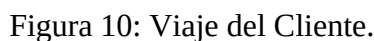


Figura 9: Viaje del Asesor.

Fuente: Propia



Fuente: Propia.

5.8.Proceso Actual.

AS IS

Se ha mapeado el proceso "AS IS" y se han identificado los puntos críticos donde los clientes enfrentan dificultades. El proceso comienza con la adquisición de la SIM card y la inserción de la tarjeta, seguido por el paso de legalizar la línea mediante medios guiados. Sin embargo, en varios casos, los usuarios necesitan proporcionar información adicional (como sus datos), lo que lleva a ser redirigidos a diferentes canales para completar el proceso de legalización.



Figura 11: Flujo AS IS.

Fuente: Propia

Este mapeo visual del flujo "AS IS" permite identificar áreas de mejora, particularmente en los momentos en que el cliente no está seguro de qué hacer, lo que puede causar que se detenga el proceso y se pierdan oportunidades de legalización eficiente.

Se identificaron los siguientes dolores:

- **Remisión al CAV:** Los usuarios son enviados al Centro de Atención al Cliente (CAV) cuando los asesores no pueden ayudarlos, lo que genera una duplicidad en el proceso.
- **Falta de interés en la auto legalización:** En el proceso de auto legalización, muchos usuarios no muestran el interés necesario para completar la acción, lo que interrumpe la eficiencia del proceso.

- **Confusión en atención por WhatsApp:** Algunos usuarios no entienden claramente las indicaciones proporcionadas, lo que retrasa aún más la legalización de la línea y genera frustración.

5.8.1. Hallazgos y dolores SAC

De los 10 asesores del SAC entrevistados, el 50% reportó recibir llamadas relacionadas con el proceso de legalización de línea. Todos los asesores, sin embargo, señalaron que el procedimiento habitual es remitir a los usuarios que desean legalizar su línea a un Centro de Atención al Cliente (CAV). Sin embargo, cada uno estuvo de acuerdo en querer tener un papel más activo en la asesoría del proceso. Además, Los asesores proporcionaron información sobre los datos más comunes que solicitan a los clientes para validar su autenticación durante la llamada, los cuales incluyen:

- Número de celular
- Nombre
- Tipo de documento
- Cédula y correo
- En algunos casos, la fecha de expedición del documento

Aunque solicitar esta información es un requisito obligatorio, el hecho de redirigir posteriormente a los clientes hacia la autogestión o al CAV hace que el proceso sea percibido como tedioso y poco eficiente, tanto para los asesores como para los usuarios.

Promedio casos de legalización:

Dado que el sistema de soporte trabaja 24/7, se recopiló información sobre el promedio de casos de clientes que buscan legalizar su línea prepago, con base en los asesores encuestados. En los últimos dos meses, se identificó lo siguiente:

Tabla 1: Promedio de casos de líneas prepago para asesores de SAC.

Asesor	Promedio del día	Promedio Semana
1	0	0
2	0	0
3	0	0
4	0	0
5	5-6	38
6	4-5	35
7	2-3	21
8	0	0
9	2-3	21
10	2-3	20
Total	19	135

El total de clientes que van para legalización de línea prepago en el SAC para cada 10 asesores es de 19 por día y 135 en una semana. De estos 135 a todos se les remite el proceso a CAV para que logre hallar una solución.

5.8.2. Hallazgos y dolores WhatsApp

WhatsApp se ha identificado como uno de los canales de atención más críticos debido a su alta preferencia entre los clientes para legalizar líneas prepago. El proceso es sencillo y accesible: basta con escribir al número 311 200 0000, donde se puede iniciar la legalización de la línea. A través de este canal, el cliente acepta los términos y condiciones, ingresa el tipo y número de documento de identidad, proporciona la fecha de expedición, y finaliza confirmando la aceptación del proceso.



Figura 12: Registrar línea Whatsapp.

Fuente: Claro Comunicaciones



Figura 13: Registrar Línea Whatsapp 2.

Fuente: Claro Comunicaciones

Sin embargo, presenta diversos desafíos que dificultan la experiencia tanto del cliente como del asesor. los asesores dieron un estimado en el que 2 de cada 10 atenciones son para la legalización de líneas prepago, lo cual incluye el 20% de los clientes. Una vez que se encuentra con el asesor, los del CALL center indican que el cliente le explica el problema mandando imágenes o audios, esto hace que se le dificulte mucho más a el asesor el darle un mejor servicio debido a que solo puede escribir y no señalar donde debería hacer click, haciendo que el proceso sea más tardado.

Principales Problemas Detectados

1. Interrupción del Proceso de Autogestión:

En lugar de seguir los pasos de autogestión para completar la legalización, muchos usuarios optan directamente por escribir “Hola Asesor”, esperando atención personalizada.

2. Dificultades de Comunicación:

Una vez que los clientes son atendidos por un asesor, suelen enviar imágenes o audios para explicar su problema. Sin embargo, los asesores están limitados a responder únicamente con mensajes de texto, lo que les impide editar las imágenes o señalar de manera visual las acciones que el cliente debe realizar. Esto genera un proceso más lento y menos claro, complicando la experiencia del usuario.

3. Frustración del Usuario:

La confusión que genera no seguir los pasos de autogestión imposibilita completar el registro de la línea de manera autónoma. Esto no solo provoca frustración en los usuarios, sino que también aumenta la carga de trabajo en el soporte personalizado y prolonga los tiempos de resolución.

5.9. Entendimiento del cliente

Primero, entendemos al cliente y sus posibles puntos de dolor para diseñar una propuesta de mejora efectiva. Para ello, mapeamos el journey del cliente, identificando las etapas clave en el proceso de adquisición y legalización de la línea. Durante este recorrido, los mayores problemas surgen en los momentos en los que el cliente no tiene claridad sobre los pasos específicos que debe seguir ni la información que necesita proporcionar para completar el proceso de legalización de la línea. Este punto crítico es donde se concentra la mayor dificultad para el usuario, lo que afecta la experiencia general y ralentiza la adopción del servicio.

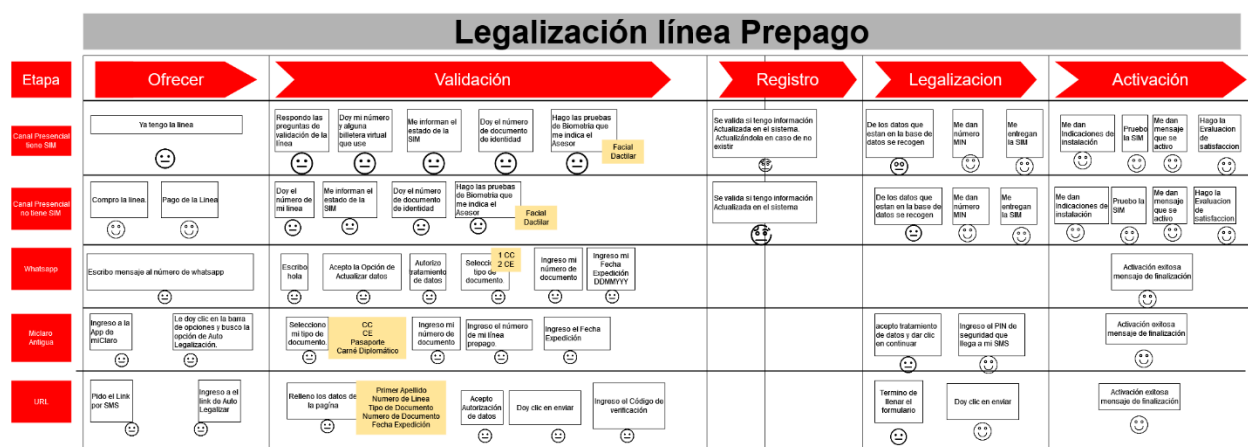


Figura 14: Journey del cliente.

Fuente: Propia

Los asesores también nos indican cómo transcurre el proceso de autogestión del cliente, que generalmente sigue este camino:

1. **Usuario autogestiona a través de la app MiClaro:** el cliente intenta realizar la legalización de su línea por sí mismo a través de la aplicación.

2. **Si la app falla, se remite al canal de WhatsApp:** en caso de que la app no funcione o no cumpla con las expectativas del usuario, se le indica que acceda al servicio de WhatsApp.
3. **WhatsApp redirige al enlace de la página web:** si el cliente sigue teniendo problemas, el canal de WhatsApp lo dirige al enlace correspondiente en la página web para continuar el proceso de legalización de la línea: Actualización de Datos.
4. **En última instancia, se remite a un Centro de Atención al Cliente (CAV):** si ninguna de las opciones anteriores resulta efectiva, el cliente es finalmente dirigido a un CAV donde podrá completar el proceso de legalización.

Este mapeo de procesos nos permite identificar las áreas de mejora en la experiencia del cliente y trabajar en soluciones que hagan más eficiente y clara la legalización de las líneas prepago.

6. Solución Problema.

6.1.Propuesta TOBE:

Para el nuevo flujo, se implementaron mejoras en los diferentes canales de atención:

- **Canal CAV:** Se incluirá una imagen o enlace QR que permita al usuario escanear y acceder a información clara sobre cómo realizar el proceso, facilitando la comprensión de los pasos siguientes.
- **Canal WhatsApp:** Se propone habilitar la edición de imágenes enviadas por los usuarios, para que puedan ser ajustadas en caso de errores. Si el usuario no logra comunicarse con un asesor o no comprende cómo legalizar la línea, se enviará una imagen explicativa con un paso a paso detallado.
- **Canal Call Center:** Se evitará remitir al usuario a procesos de autogestión. En su lugar, se usará un enlace directo para registrar la línea durante la llamada. Si el usuario solo desea la información, se le enviará un mensaje explicativo con instrucciones claras para completar el registro mediante el enlace.

Finalmente, en todos los canales, al completar el proceso se garantizará que la línea quede registrada, y se incentivará al usuario ofreciéndole un bono de datos como recompensa por realizar el registro.

6.2.Propuesta a corto plazo

6.2.1. Propuesta de Solución y mejora Línea SAC:

Envío mensaje explicativo:

Enviar al cliente un mensaje SMS con una plantilla predefinida que incluya un enlace directo a un video alojado en el canal de YouTube de la empresa. Este video explica de forma detallada y visual cada paso del proceso de legalización, permitiendo al cliente seguir el tutorial en cualquier momento y a su propio ritmo. Como alternativa, se puede enviar un mensaje personalizado acompañado de una imagen clara y explicativa que detalle el paso a paso del proceso. Este recurso visual está diseñado para guiar al cliente de manera rápida y sencilla, brindándole una solución inmediata y práctica. Ambas opciones ofrecen herramientas efectivas para facilitar el proceso y mejorar la experiencia del cliente.

Envío de URL para Autogestión

Compartir con el cliente un enlace directo a una página web que le permita realizar el proceso de manera autónoma por internet. La página ya está creada entonces solamente se usa el número telefónico y se exponen los beneficios de usar la pagina y hacer el registro por medio de esta.

6.2.2. Propuesta Solución IBR

Implementar un tono de llamada personalizado que se active al momento de la marcación del cliente, en el cual se le invite de manera clara y amigable a registrar su línea. El mensaje incluirá la indicación de que, al finalizar la llamada, recibirá un enlace para completar el proceso de registro de forma rápida y sencilla. Esta estrategia no solo fomentará el cumplimiento del registro, sino que

también mejorará la experiencia del cliente al proporcionarle información relevante durante la interacción.

6.2.3. Propuesta de Solución y mejora Línea WhastApp:

- Dibujar sobre la imagen que las imágenes que el cliente haya enviado en la conversación.
- Actualizar el proceso de la Super APP para legalizar la línea en Conectados.
- Capacitar a los empleados de whatsapp acerca donde queda la opción para legalizar la línea del cliente en la SuperAPP, debido a que ya están acostumbrados a la versión antigua.

6.3. Propuesta a largo plazo

Además de las propuestas de solución enfocadas en optimizar el proceso de registro y socialización, se plantearon incentivos dirigidos a motivar a los usuarios a completar el registro de sus líneas. Estos incentivos buscan generar interés y facilitar la participación de los clientes, destacando los beneficios inmediatos y a largo plazo de la legalización. Entre los incentivos propuestos se encuentran:

Regalo de Datos o Minutos: Ofrecer un paquete de datos o minutos gratis al completar el registro de la línea dentro de los primeros 20 días.

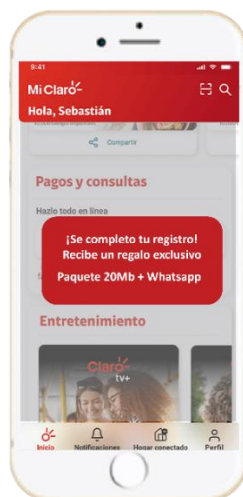


Figura 17: Beneficio por registro.

Fuente: Claro Comunicaciones

Descuento en Recargas: Proporcionar un descuento o bonificación en la primera recarga después de haber registrado la línea.

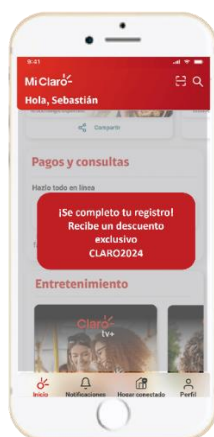


Figura 18:Regalo por registro de línea.

Fuente: Claro Comunicaciones.

Premios por fidelidad.

Implementar un programa de fidelidad diseñado para motivar a los clientes a completar su registro de línea. A través de este programa, los clientes podrán acumular puntos por completar el proceso, los cuales podrán ser canjeados posteriormente por productos, servicios exclusivos o descuentos atractivos.



Figura 19: Bono de regalo una vez registrada la línea.

Fuente: Propia.

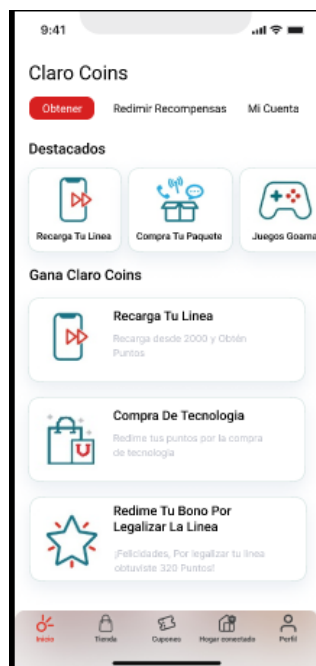


Figura 20: Menú principal de app miclaro.

Fuente: Propia



Figura 21: Redimir puntos por usar apps.

Fuente: Propia.



Figura 22: Selección de puntos.

Fuente: Propia.



Figura 23: Activación de regalo.

Fuente: Propia.

La propuesta consiste en implementar un programa de fidelidad basado en "Claro Coins", una moneda virtual exclusiva para clientes. Para participar, el cliente deberá completar el proceso de legalización de su línea, lo que le permitirá acceder al programa y recibir una bonificación inicial como recompensa por registrarse.

Una vez inscrito, el cliente podrá ganar más puntos interactuando con las apps oficiales de la compañía o realizando acciones específicas como recargas, pagos o participando en promociones. El camino para seguir podrá ser redimidos por diversas recompensas, como:

- **Paquetes de datos o minutos.**
- **Recargas de saldo.**
- **Descuentos en productos y servicios exclusivos.**

Este sistema no solo incentivará a los usuarios a completar su registro, sino que también fomentará el uso de las herramientas digitales de la compañía, mejorando la experiencia del cliente y fortaleciendo la relación con la marca.

6.4.Proyección

Se promedio que en los últimos tres meses se registraron líneas, la idea es que las propuestas de solución se implementen en el mes de enero de 2025, se tienen los datos de líneas registradas de septiembre de 2024 a noviembre de 2024, se hace un promedio por semana de registro de 211.300 registros a la semana.

Tabla 2: Registro de líneas sept-nov 2024.

	Sept	Oct	Nov
Mes	844.000	837.000	855.000

Semana	211.000	209.250	213.750
--------	---------	---------	---------

El proceso de automatización y los incentivos implementados no solo buscan resolver el problema inmediato de las líneas prepago no registradas, sino también sentar las bases para una estrategia de transformación digital a largo plazo. La integración de canales automatizados como WhatsApp, MiClaro y call center permitirá a Claro optimizar aún más la experiencia del cliente, fortaleciendo la fidelización y reduciendo costos operativos. Con el promedio alcanzado anteriormente se espera que 3 meses incrementen 330.000 líneas a legaliza es decir que por mes se tenga un incremento de 110.000 líneas por mes y que aproximadamente por semana se incrementen los registros un 13%.

7. Conclusiones

- Identificar que las líneas no legalizadas suelen estar asociadas a clientes efímeros, lo que afecta directamente la estabilidad financiera del operador al no generar ingresos sostenibles ni permitir una relación comercial duradera.
- Estimar que hasta 16 millones de líneas prepago podrían perderse debido al incumplimiento del proceso de legalización establecido en la Resolución CRC 5111 de 2017. Cumplir con este requerimiento no solo protege al operador frente a sanciones regulatorias, sino que también evita la pérdida de numeraciones asignadas y refuerza la base de usuarios activos.
- Implementar procesos más eficientes en canales guiados permitirá que los usuarios legalicen sus líneas en una sola interacción, reduciendo el tiempo necesario de un día a tan solo 30 minutos. Esta mejora incrementará la tasa de registro semanal en un 13%, permitiendo que en tres meses se recuperen hasta 330,000 líneas. Este enfoque no solo beneficia a la empresa, sino que también mejora la experiencia del cliente al simplificar y agilizar el trámite.
- Los parámetros requeridos para legalizar una línea sean claros y accesibles (cédula, nombre y fecha de expedición de la cédula), lo que simplifica el proceso y elimina posibles barreras para los usuarios.
- El nuevo proceso busca motivar a los usuarios a registrar sus líneas, ofreciendo recompensas claras y útiles, y garantizando que aquellos que necesitan asistencia guiada no sean remitidos a soluciones de autogestión, sino que puedan completar el proceso en una sola interacción. Esto fomenta la confianza en el servicio y asegura un mayor cumplimiento.

Referencias

Castillo Jarrin, M. R. (n.d.). *ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS “ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA EL MEJOR FUNCIONAMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA FOTO ESTUDIO PROAÑO.” Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial.*

Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©. (n.d.).

¿El operador puede quitarme mi número de celular si dejo de usar mi línea y no hago recargas? (n.d.). Retrieved November 25, 2024, from <https://www.crcom.gov.co/es/preguntas-frecuentes/operador-puede-quitarme-mi-numero-celular-si-dejo-usar-mi-linea-y-no-hago>

Pelaez, B. (2016). *Metodologías de mejoramiento e incremento de la competitividad.*

Registro obligatorio de tarjetas SIM - Hiperderecho. (n.d.). Retrieved November 25, 2024, from <https://hiperderecho.org/2019/06/registro-obligatorio-de-tarjetas-sim/>