

PROYECTO PRACTICAS PROFESIONALES SCOTIABANK COLPATRIA

AUTOR

LAURA VIVIANA PATARROYO ACOSTA

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TITULO DE
NEGOCIANTE INTERNACIONAL**

DOCENTE

ANDRÉS RICARDO SAMPER FAJARDO

EMPRESA

SCOTIABANK COLPATRIA

BOGOTÁ

JUNIO 2020

RESUMEN

Este es un plan de mejora que está enfocando en como la tardanza de los tiempos de entrega de productos financieros a clientes nuevos, que actualmente, se está tardando entre 1 a 5 meses para que el usuario pueda hacer uso del producto, ha afectado el área directa de TMK Open a la cual pertenezco y esto ha conllevado un mayor esfuerzo y baja optimización en las ventas directas y también que haya una pérdida de clientes mensual del 60%; donde los asesores debemos aumentar la carga operacional, para garantizar cumplir las métricas establecidas por el banco. Lo anteriormente mencionado, ha perjudicado a la entidad por varios factores que entraremos a determinar en el desarrollo de este plan de mejora y lo que se pretende es que la entidad a futuro pueda reevaluar invertir en su propia área de entrega, que esté vinculada directamente con la fidelización del cliente y donde se vele por el aumento de la rentabilidad para Scotiabank Colpatría.

En este plan de mejora contamos con los siguientes objetivos, los cuales son: Identificar cuáles son las principales problemáticas que se ha evidenciado en el tiempo transcurrido de la práctica y hacer el enfoque de una para que, con la práctica profesional, se desarrolle un análisis en el planteamiento de estrategias que mejoren la rentabilidad y eficiencia de las áreas de ventas y servicio al cliente. Por último, concluyendo la viabilidad y los retos que se enfrentaría el banco al desarrollar lo planteado.

AGRADECIMIENTOS

Ha sido un gran logro en mi vida llegar a este punto de realización personal y profesional, no solo para mí; sino para todas las personas que han creído y me han apoyado en cada etapa de mi vida. Es por eso que me gustaría agradecer en primera instancia a Dios, porque por él estoy donde estoy y luego a mis padres por cada esfuerzo que han hecho por mí para poder culminar mi carrera profesional de Negocios Internacionales.

Me gustaría agradecer a la empresa ScotiaBank Colpatria, por haberme dado la oportunidad de realizar mis prácticas laborales; donde he podido compartir mis conocimientos aprendidos y he contado con el apoyo de mi jefe y compañeros para realizar mis funciones de una manera eficiente.

Agradezco a la Universidad Santo Tomas por proporcionar el acompañamiento y el conocimiento para realizar mis prácticas y por último, me gustaría agradecerles a mis tutores de la universidad por su acompañamiento para completar mi trabajo satisfactoriamente.

¡Muchas gracias a todos!

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto está enfocado en el mejoramiento de un proceso interno de la compañía Scotiabank Colpatria, en donde se desarrolló mi práctica profesional por sus altos tiempos en las entregas de productos que nos ha afectado directamente a los asesores por el aumento de carga operacional para el cumplimiento de las métricas.

La característica principal del trabajo es identificar y sugerir un plan de mejora en los tiempos de entrega de los productos financieros que el banco da a sus clientes y determinar cuáles son los principales desafíos al que se enfrenta.

Para analizar el problema es necesario tener claro que, en la entrega de productos financieros a los nuevos clientes de la empresa, tiene un proceso bastante extenso porque esta función no es ejercida directamente por el banco; sino que es subcontratada por Asecofin y la demora de entrega en los productos, está generando sobrecarga operacional para nosotros los asesores de TMK Open, pérdidas bastante altas para la entidad y un descontento notorio por parte de los clientes.

De aquí radica el interés de analizar a fondo a qué se debe este inconveniente y cuales estrategias el banco podría implementar para mejorar este proceso y volverlo optimo; todo con el fin de replantear una nueva área de entregas (que aún no ha sido creada), donde haya un crecimiento exponencial en la rentabilidad, un menor tiempo al que actualmente se maneja y un refuerzo de marca, para que el banco se pueda posicionar frente a su competencia y mejorar la experiencia en la que se ha estado prestando el servicio de fidelización y satisfacción al cliente.

INDICE

2. EMPRESA 7

2.1 Aspectos generales 7

1.1.1 Visión 7

Misión..... 7

Valores 7

2.1.2 Ubicación geografica..... 8

2.1.3 Estructura organizativa..... 9

2.1.4 Departamento en el que se desarrolla la practica profesional 9

2.1.4.1 Analisis dofa..... 9

2.1.4.2.1 Fortalezas..... 10

2.1.4.2.2 Oportunidades 10

2.1.4.2.3 Debilidades..... 11

2.1.4.2.4 Amenazas 12

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICA PROFESIONALES
..... 12

3.1 Planteamiento central del informe de prácticas
profesionales.....12

3.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo en las practicas profesionales 13

3.3 Objetivos generales 14

3.3.1 Objetivos especificos..... 14

CONTENIDO PLAN DE MEJORA.....15

4.1 Propuesta de mejora 15

4.2 Conclusiones 15

4.3 Bibliografia..... 17

SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL.....17

5.1. Programacion de actividades realizadas en la organización..... 17

5.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes..... 18

5.1.1.1 CICLO 1 18

5.1.1.2 CICLO 2 18

5.1.1.3 CICLO 3 19

5.1.1.4 CICLO 4..... 19

PARTE II

2. LA EMPRESA

2.1 Aspectos Generales

2.1.1 Misión, Visión y Pilares.

Visión

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

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

Misión

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.

Valores

Libertad con responsabilidad social: El Banco está comprometido en generar en el desarrollo de su actividad comportamientos socialmente aceptables dentro y fuera del país; esto significa que en el diseño y desarrollo de sus productos y servicios se garantizará a clientes y consumidores el respeto por sus garantías constitucionales, especialmente el derecho a la intimidad y a la información. Incluirá seguridad y el control continuo de los mismos.

Confianza: El Banco reconoce que hay que recuperar con urgencia la confianza en la banca colombiana. Ciertamente, la falta de credibilidad no resulta ser la carta de triunfo en el mundo de los negocios, y la confianza ha venido convirtiéndose explícitamente en un valor empresarial.

2.1.2 Ubicación Geográfica

Ubicación de la Torre Colpatría

La Torre Colpatría está ubicada en el centro de la ciudad de Bogotá, capital de Colombia, donde se cruzan la Calle 26 con la carrera Séptima. Su dirección es Carrera 7 No. 24 - 79. ¹

Dirección donde se ejercen las prácticas: Calle 13 No. 65-71, Zona Inn. Bogotá.

Scotiabank Colpatría cuenta con una red mundial donde establece oficinas en las principales ciudades y cuenta con una red de sucursales en todo el país.



¹ Para ver más direcciones de sucursales, pulse en el siguiente link: <https://www.scotiabankcolpatria.com/oficinas>

2.1.3 Estructura Organizativa

Organigrama Scotiabank Colpatría

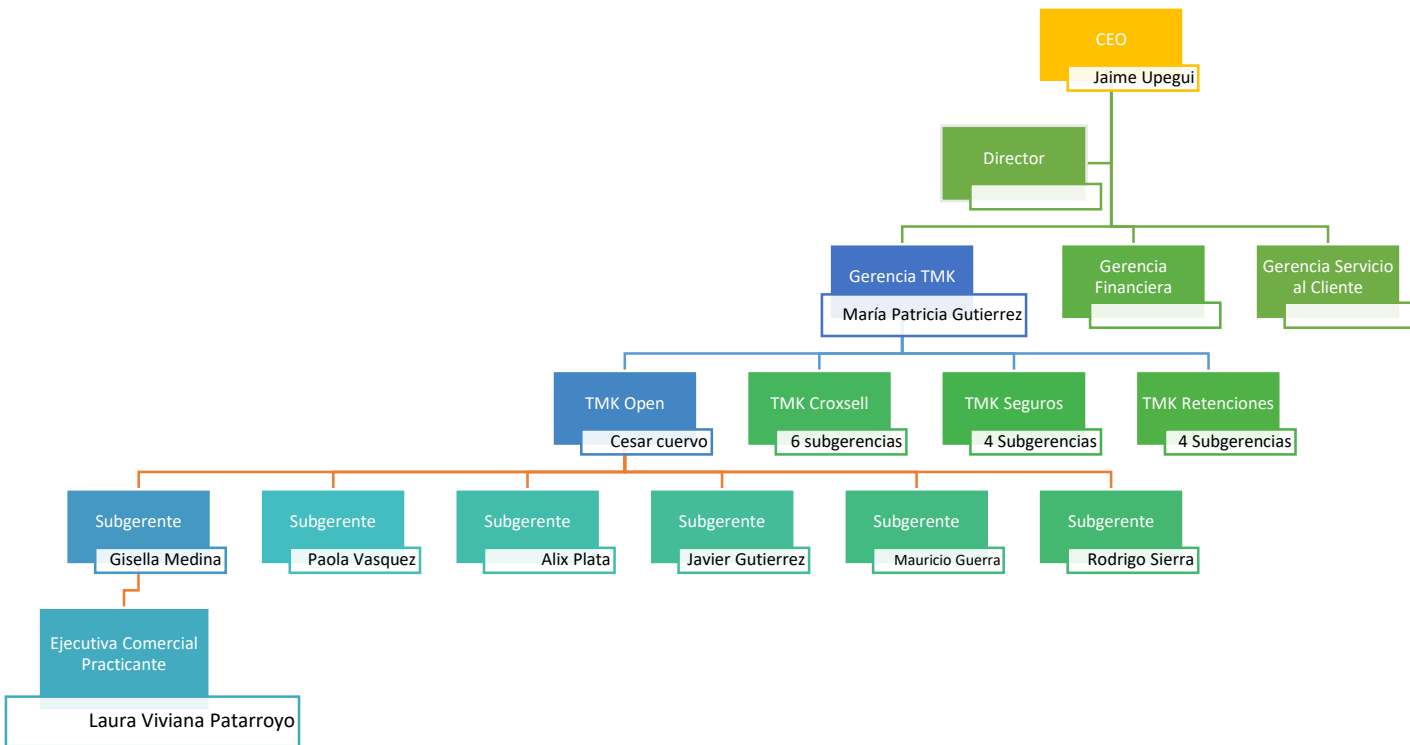


Tabla 1. Estructura organizacional área TMK. Elaboración propia.

2.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica

El departamento en el que estoy desarrollando las practicas es en el área comercial, específicamente en el canal Retail (banca personas) de Scotiabank Colpatría- TMK Open; donde su foco de concentración se basa en captar clientes nuevos por diversas oportunidades financieras para abrir mercado al banco y posteriormente iniciar con el proceso de fidelización y mis funciones son las de contactar a los clientes por medio de una base de datos que el banco proporciona para cerrar la mayor cantidad de oportunidades de clientes. El principal objetivo es lograr vender tarjetas de

crédito, créditos de consumo, seguros, cuentas o créditos rotativos y una vez se cierra la venta de un producto financiero que en su gran mayoría son productos en estado de pre-aprobación, el siguiente paso es que la empresa tercerizadora Asecofin, que se encarga de entregar o hacer llegar al cliente los plásticos o las tarjetas para que puedan hacer uso de sus cupos o productos financieros.

Se debe dar cumplimiento a las metas comerciales establecidas para el canal donde cada asesor tiene un compromiso mensual de garantizar la venta y entrega de 60 tarjetas de crédito, 10 cuentas de ahorro, \$200.000.000 millones de pesos desembolsados entre créditos de libre inversión, créditos rotativos y compras de cartera y un recaudo de pólizas de seguro de \$920.000 pesos en una paleta de seguros respaldados por la aseguradora CARDIF quien es un importante aliado del banco.

. Análisis DOFA

Como vamos a ver a continuación el banco tiene variedad de fortalezas, pero así mismo también podemos identificar una serie de oportunidades y puntos a mejorar para convertirse en una entidad fuerte y sólida, bastante competitiva en el mercado financiero:

2.1.4.2.1 Fortalezas.

Abarcan gran parte del sector financiero

Al ser una fusión el banco tiene gran músculo de mercado abarcado, por lo que cuenta con la banca de clientes de persona en consumo de Colpatria y de Citibank.

Tienen un nuevo portafolio de servicios

Los productos fueron reinventados para tener un nuevo portafolio de servicios propios, donde encontramos los productos ONE REWARDS que traen variedad de innovaciones y particularidades como beneficios en cara al cliente.

Trabajan para todos los segmentos y perfiles

Así como tiene un variado segmento de mercado abarcado como medio masivo, también tienen perfiles elite, donde intenta darles trato preferencial perteneciendo a la banca Premium de Scotiabank.

2.1.4.2.2 Oportunidades.

Confusión en la información en las nuevas políticas y valores de la fusión:

Al haberse fusionado el banco, no se han establecido políticas y valores propios, que identifiquen a los trabajadores con un sentido de pertenencia de Scotiabank Colpatría.

Información no alineada entre áreas

Se han recibido muchas quejas con respecto a la información que se entrega en las sucursales, por la línea de atención al cliente y por cada red comercial que tiene el banco en cara al cliente. Por lo tanto, se evidencia la falta de capacitación para los nuevos procesos de colocación de consumo sobretodo del portafolio de servicios.

El costo anual de mantenimientos de los productos no compite en el mercado financiero

Al final de año es obligatorio enviar un reporte de costos de cada producto a cada persona que tenga relación comercial con el banco, sin embargo, los costos en general que entrega el banco, son demasiado elevados en comparación a su competencia.

2.1.4.2.3 Debilidades.

Clientes insatisfechos con la unificación de Citibank con Colpatría

Muchas personas pertenecientes a la banca de consumo de personas Citibank, recibían una atención personalizada y preferente, por lo que era conocido como uno de los bancos elite a nivel mundial. Al fusionarse su banca de consumo de personas con la de Colpatría que se denomina una banca de manera masiva, muchos clientes demostraron desacuerdo e inconformidad porque el servicio ya no era el mismo y la atención habría desmejorado.

No se respeta la oferta de valor de los productos

Actualmente el banco se encuentra adelantando una serie de ferias financieras para lograr captar la mayor cantidad de porción del mercado financiero y cada persona aplica para una

campana y oferta diferente donde se le aseguran una serie de beneficios específico. Pero lo que se ha logrado determinar de acuerdo a comentarios por parte de clientes y personal de servicio es que el banco recibe una gran cantidad de quejas al respecto por no respetar las características inicialmente pactadas y promesas sin cumplimiento.

Perdida de Perfil Elite y Alto Merchandising

Las personas con altos perfiles financieros y con excelentes historiales financieros ya no quieren trabajar con Scotiabank porque consideran que ya no es un banco exclusivo y todos pueden acceder a sus tasas y productos. También al ser un banco masivo, ha perdido estatus y ya no se maneja trato VIP.

2.1.4.2.4 Amenazas

Problemas con las plataformas digitales

Al realizar una fusión de dos empresas, las plataformas tecnológicas no soportan el nivel de clientes de cada entidad; por lo que han invertido en una nueva plataforma tecnológica que está todavía en prueba y error.

Problemas con la entrega de productos

Se realizó una licitación para determinar cuál de las empresas que prestaban servicio a cada banco se quedaba con el proceso de entrega de plásticos. La licitación la ganó Asecofin, una empresa que tiene varias oportunidades de mejora, pues incrementaron tanto el nivel de entregas que se prometen 5 – 7 días hábiles para entrega puerta a puerta de los productos financieros y se están demorando hasta dos meses para concluir la entrega de los plásticos. Esta amenaza afecta a todos los departamentos comerciales del banco pues no solamente se ve afectada el área a la que actualmente pertenezco (TMK OPEN) sino que también el area de Bank At Work (Asesores comerciales externos), Branches (Oficinas y sucursales) y Vendors (Call Centers especializados en ventas de tarjetas marca compartida).

La deficiencia de Asecofin se debe a que anteriormente dicha empresa prestaba sus servicios de entrega de plásticos únicamente al banco Colpatria, el 1 de noviembre de 2019, oficialmente Colpatria fusiona departamentos, clientes, aplicativos, empleados, productos, sedes y demás, con el banco Citibank, para acoger el nombre de Scotiabank Colpatria y

donde es claro que su trabajo de entrega ahora se duplicaría al tener dos entidades prestadoras de servicios bancarios en espera de la entrega de sus plásticos para poner a funcionar sus productos.

Asecofin decide no contratar más personal y se empieza a generar una cifra de incumplimiento en los tiempos de entrega de las tarjetas, donde se pierde la gestión comercial de los asesores de todas las áreas comerciales del banco y además se pierde un porcentaje alto de clientes nuevos pues se inicia la relación de estos clientes con una queja y un descontento

Fraudes se Asecofin por ventas de TMK en pre ofertados

Se evidencio que cuando un asesor de Asecofin entrega una tarjeta de crédito, hay un mayor riesgo de fraude en que se quede con el código de seguridad CVV de las tarjetas y así poder vender o hacer compras online con los 16 dígitos de la tarjeta más el código de seguridad.

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

3.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Después de evidenciar grandes demoras en la entrega de los productos financieros a clientes nuevos, se decide implementar el plan de mejora enfocado en la construcción una nueva área de entregas, propia del banco, especializada en la entrega de los plásticos en los tiempos acordados inicialmente con cada cliente y donde se busca poder fidelizar a los clientes ampliando nuestra oferta de la paleta de servicios bancarios con la inclusión de pólizas de seguro al momento de entregar cada tarjeta y donde sería un asesor experto del banco quien se encargue de visitar a los clientes y asegurarse de la correcta recepción de los plásticos.

Todo con el fin de asegurar más de un 80% de entregas de productos a clientes a tiempo y una mayor rentabilidad en venta cruzada de seguros; ya que, al ser personalizada, el mismo asesor puede entregar un contrato de firma de póliza, que le genere al banco un mayor rendimiento mensual en ingresos de seguros, ya que esto afecta directamente el P Y G del banco.

3.2 Importancia, limitaciones y alcances

La importancia está enfocada en que para una entidad de tal magnitud como Scotiabank Colpatria, sus procesos deben ser ordenados y bien elaborados, desde que inicia hasta que termina su proceso. Es por esto que es primordial que el banco, maneje de manera simétrica toda la información pertinente en el desarrollo de la operación y no deje el cuidado de sus clientes en manos de empresas que su finalidad no es fidelizarlas, sino prestar el servicio contratado de entregar plásticos sin importar el tiempo que empleen e hacerlo. También es de vital importancia que Scotiabank Colpatria, emplee en el menor tiempo posible una solución pronta al proceso de entrega de sus plásticos, para que en primera instancia nosotros los asesores de TMK podamos cumplir con lo que prometemos en el contrato telefónico de ventas y no se genere un descontento por el incumplimiento de términos que se pactan con los clientes, donde se asegura que en un transcurso de 5 a 7 días hábiles el cliente estaría recibiendo en su dirección de correspondencia los plásticos para poder hacer uso de sus productos financieros y adicionalmente se vea afectada la meta comercial exigida todos los meses por el departamento de rentabilidad de cada área. Segundo, para que el banco en un menor tiempo pueda recibir ingresos por intereses que se cobran de los productos financieros y mejore la experiencia de cada cliente nuevo, se puede concluir que una atención personalizada al inicio del proceso con el cliente incrementa la probabilidad de que este quiera trabajar con el banco y tome sus servicios.

Hay una gran variedad de limitaciones para desarrollar este proyecto, ya que hablamos de la creación de un nuevo departamento, lo que implicaría una gran inversión por parte del banco y donde tenemos que contar con la autorización de diferentes personas que se encargan de determinar la rentabilidad y nivel de riesgo de cualquier proyecto en la compañía, para esto el banco debe hacer una fuerte inversión y gracias a lo que está aconteciendo actualmente en el mundo por el COVID-19, la atención del banco está centrada en darle una pronta solución de alivio a sus clientes y en desarrollar estrategias que mitiguen las pérdidas por las que atraviesa el banco.

El alcance que se necesita para desarrollar este plan de mejora requiere de varios permisos por parte de diferentes departamentos y debido a la emergencia sanitaria el banco ha decidido entrar en estado de FRIZZ donde congela cada decisión o cambio hasta no soliviar y estabilizar su REVENUE anual.

3.3 Objetivo General:

Resaltar con la práctica profesional, un plan de mejora en el que se sugiera sustituir la tercerización de entrega de productos con la empresa Asecofin; ya sea con el desarrollo de una nueva área de entregas o licitar nuevamente con empresas que tengan gran cobertura de entrega y estén comprometidas con el cumplimiento de los tiempos que el banco ofrece a sus clientes. Es importante poder encontrar una mercerización y comunicación integral con respecto al cambio de nombre del banco por causa de la fusión y el conocimiento de los clientes de la nueva empresa.

Con esto buscamos que las métricas que se toman de las ventas diarias, puedan coincidir también con el número de plásticos entregados y así mismo generar ingresos superiores, ya que encontramos una armonía entre las ventas y las entregas de cada producto.

3.3.1 Objetivos específicos

1. Conocer y aprender sobre la compañía, las áreas que desarrollan la operación y el manejo de las herramientas para desarrollar mis funciones.
2. Identificar cuáles son las principales oportunidades de mejora evidenciadas en mi cargo de ejecutiva comercial.
3. Identificar la problemática directa evidenciada durante el tiempo ejercido en el cargo de ejecutiva comercial y plantear posibles soluciones, buscando la autorización para hacer un estudio de costos para poder abrir esta nueva área de entrega de plásticos que cumpla con las expectativas de entrega al 100%.
4. Incrementar el porcentaje de aceptación con la experiencia adquirida día a día para poder sobre cumplir con mis metas comerciales y ser un funcionario rentable para la entidad.
5. Garantizar con seguimiento continuo el número de entregas que se pactan con cada cliente, para poder identificar cuáles son las regiones en las que podemos ejercer un control más riguroso e ir incrementando el porcentaje de entregas exitosas.

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

4.1 Propuesta de Mejora

La propuesta de mejora que se plantea en el banco es la creación de una nueva área de entregas, que se encargaría de cumplir con los tiempos de entrega pactados en contrato con los clientes y donde sería un asesor con conocimientos integrales el que se encargara de garantizar la entrega de los plásticos y adicionalmente ofrecerá a cada cliente nuevo una póliza de seguros y explicara las tasas de interés de compra de cartera para garantizar un uso de tarjeta inmediato y que el banco pueda recibir ganancia sobre intereses de estos clientes rápidamente.

De esta forma se mitigarán riesgos de fraudes, se garantizará el cumplimiento de los términos pactados desde el inicio de la relación de nuevos clientes con el banco y de paso se abrirán nuevas ofertas de empleo ofrecidas por Scotiabank, donde tendría un mayor porcentaje de inclusión de clientes y se facilitaría el cumplimiento de las metas comerciales de cada área y de paso se vería afectado directamente la rentabilidad de la organización

4.2 Conclusiones

Para identificar y desarrollar el plan de mejora que se planteó, es importante dejar claro mis funciones como ejecutiva financiera de TMK Open. En primera instancia debo contactar a los clientes por medio de una base de datos que el banco nos proporciona, donde debo intentar conseguir el mayor porcentaje de aceptación de los productos, ya que son en modalidad de pre-aprobados y no se necesitan documentos soporte para la entrega, luego de esto, debo hacer un seguimiento para revisar a cuántos de esos clientes que aceptaron el producto ya fue entregado el plástico para que puedan hacer uso de los mismos, es aquí donde identifiqué que de cada 100 clientes en promedio que aceptaron la oferta, solo 40 poseen el plástico.

Si pudiéramos garantizar el 100% de las entregas se verían afectadas con una gran mejoría varias áreas del banco, pues habría muchos más clientes nuevos, las metas comerciales serían alcanzadas con mayor facilidad y así mismo el banco afectaría de manera positiva los ingresos que tienen por costo y mantenimientos de sus productos bancarios.

Me llevo una gran enseñanza pues considero que el banco invierte una gran suma de dinero en pagar por los servicios profesionales de cada asesor y donde se pierde un alto porcentaje de esfuerzo, ya que todas las ventas que son cerradas día a día, deben ser descartadas ya que falla una parte fundamental del proceso de inclusión de cliente nuevos y es la entrega de las tarjetas.

En conclusión, este proceso es una unidad, es la suma de varias funciones y departamentos, todo tiene que ir engranado y funcionando de manera sistemática y armoniosa, pues si alguna de las partes falla el trabajo de todos se verá afectado, por lo tanto, sería mejor que el banco no tercerice una función tan fundamental como esta, ya que interviene directamente en sus ingresos, en su efectividad en las bases de datos.

4.3 Bibliografía

- <https://normasapa.com/formato-apa-presentacion-trabajos-escritos/>
(Normas Apa, 2020)
- <https://www.scotiabankcolpatria.com/>
(Scotiabank Colpatria, 2020) Scotiabank Colpatria Colombia

PARTE V

SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL

Programación de actividades realizadas en la organización

Como ejecutiva financiera TMK Open, área que se encarga de conseguir clientes nuevos o abrir mercado, debo tener amplio conocimiento en los aplicativos que me permitan desarrollar las prácticas laborales. Estos aplicativos que por ahora temporales y demos, son los siguientes: CRM (software que muestra la información y los leads de cada cliente), Web Asistido (plataforma donde los asesores podemos poner o abrir tarjetas de crédito), AS400 (pantalla negra que se maneja solo

por comandos y códigos para subir y consultar productos), Datacrédito (consulta de historial financiero de los clientes), Unifed Dialer Aspect (aplicativo donde se conecta la base de datos para la entrada y salida de llamadas) y One Bank (es la unificación de todo pero aún se está desarrollando y se cree que para junio del 2020 ya empiece a correr).

Mis funciones en el cargo, son las siguientes:

Contactar al cliente: El sistema arroja una base de datos, donde se le debe ofrecer productos financieros como tarjetas de crédito, libranzas, compras de cartera, créditos de libre inversión, cuentas corrientes y cuentas de ahorro.

Concretar venta: Se debe garantizar un mínimo de productos vendidos, para cumplir con la meta de tarjetas de crédito, créditos de libre inversión, compras de cartera y venta de seguros.

Después de hacer la venta de cualquiera de los productos, el cliente necesita del plástico hacer uso del mismo y el banco terceriza este servicio de entrega por medio de Asecofin, quien se encarga de entregar los productos en un tiempo determinado.

5.1.1 Cumplimientos de objetivos trazados por mes

5.1.1.1 CICLO I

En el primer ciclo de las prácticas profesionales, se desarrolló del 5 de junio del 2019 hasta el 25 de junio del 2019, donde se realizó una inducción de cómo trabaja Scotiabank Colpatria, como están divididas cada área, se visitó cada piso de las oficinas para conocerlas y hubo un proceso de capacitación de 10 días hábiles sobre las funciones a desarrollar en el área TMK Open.

Los objetivos que se trazaron para el primer mes de prácticas es conocer y aprender sobre el banco, sobre las áreas directamente vinculadas con la operación.

5.1.1.2 CICLO 2

Durante el segundo ciclo de la práctica profesional, ya con los conocimientos adquiridos, pero aun sin pulirlos por completo, se brinda más confianza para el desarrollo de las actividades, por lo cual se comienza a desarrollar las diferentes funciones de una manera más autónoma pero siempre con el acompañamiento de mi jefe directo y compañeros para la revisión del trabajo realizado.

Para la fecha de julio 2019 hasta octubre del 2019, se entró en un periodo de curva de aprendizaje, donde no me medían con las mismas métricas que a mis compañeros y donde mi meta

era la mitad de lo que pedían en ese momento a los ejecutivos que llevaban más tiempo en el banco. Para el 10 de octubre del 2019, nos indican que en el mes de noviembre el banco va a pasar por una transición, donde habrá una fusión entre Citibank y Colpatria y de ahí determinarán nuevas políticas y métricas para el cargo. Es importante recalcar y contextualizar que, en el 2018, Citibank Colombia decidió vender la banca de personas para solo dedicarse a vender banca empresarial y volver a convertirse en banco elite. La entidad canadiense Scotiabank decidió comprar la banca de personas de Citibank y también compró el grupo colombiano de banca Colpatria, lo que generó una fusión de los dos bancos y se denominó **Scotiabank Colpatria**.

El 1 de noviembre del 2019, se hizo oficial la fusión de los dos bancos y se realizaron varias licitaciones para determinar que empresas tercerizadoras seguirían prestando los servicios. Entre esas empresas tercerizadoras ganó Asecofin, empresa dedicada a la prestación de servicios de venta y entrega de productos financieros. Para esta fecha empezamos nuevamente a capacitarnos en los nuevos aplicativos hasta el 15 de diciembre del 2019.

5.1.1.3 CICLO 3

En el tercer ciclo de la práctica profesional, ya se han adquirido todos los conocimientos que tienen que ver con las tareas a realizar designadas para la práctica profesional, por este motivo ya hay un control sobre lo que se realiza y se debe tener total responsabilidad al momento de realizar: manejo de aplicativos, saber de memoria el speech, radicar correctamente documentación y cumplir con las métricas establecidas con la meta del banco. El 5 de enero en adelante, se empieza a evidenciar la problemática que se ha evidenciado en el desarrollo del plan de mejora y radica en que la empresa Asecofin empieza a tener retrasos en la entrega de los productos del banco y esto genera que el banco deba cambiar las métricas de ventas, donde solo se garantiza la entrega del 40% de los productos vendidos en el mes, lo que nos lleva a tener que trabajar el doble, para cumplir con lo establecido por Sctoiabank Colpatria. Es aquí donde surge el desarrollo del plan de mejora.

Para el 12 de febrero del 2020, se plantea la primera solución a mi jefe directa, Gisela Medina y consiste en determinar la viabilidad de generar una nueva inversión en una área, dedicada puntualmente a la entrega de productos por un asesor directo del banco, donde el asesor pueda brindar una atención especializada y personalizada a cada cliente nuevo, en el momento de hacer

la entrega; así garantizando que el producto sea entregado en un tiempo no mayor de 5 a 10 días después de vendido.

5.1.1.4 CICLO 4

En la fase final del proceso de prácticas, las labores cotidianas se dan con un mejor manejo tanto en tiempo como en la solución de las tareas asignadas, se vuelve un poco más rutinario, pero aun así se sigue aprendiendo constantemente, ya la mayoría de procesos se manejan de una manera más productiva.

Este ciclo está comprendido entre el 15 de febrero hasta el 5 de junio, que es la fecha en la cual culmina el proceso de prácticas profesionales en Scotiabank Colpatria, durante este periodo se siguen desarrollando las tareas cotidianas. Para el mes de abril del 2020, aconteció una situación que se salió de todos los parámetros planteados, donde entramos en un momento de coyuntura, debido a que en Colombia y en los países donde está el banco Scotiabank, se ha estado atravesando por una crisis sanitaria debido a la pandemia del Covid-19 y por ahora, Scotiabank Colpatria detuvo operación desde 20 de marzo hasta el 13 de abril y se retomó operación, trabajando diariamente 5 horas con turnos por la mañana y turnos por la tarde y esto dificultó un poco la obtención de datos estadísticos para terminar de desarrollar el plan de mejora.