

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 37

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA

Nombre del estudiante	Juan Manuel Sastoque Rengifo
Programa académico	Administración Financiera
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Banco de Occidente
NIT.	890300279-4
Dirección	Edificio Porvenir carrera 43A N° 1 Sur 230- Poblado
Teléfono	605 20 20
Dependencia o Área	Experiencia del cliente
Nombre Completo del jefe del estudiante	Paula Andrea Varela Lozano
Cargo	DISEÑADOR ESTRATEGICO - CDC EXPERIENCIA DEL CLIENTE
	Profesional en entrenamiento

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 37

Labor que desempeña el estudiante	
Nombre del asesor de práctica	Carlos Alberto Jaramillo Agudelo
Fecha de inicio de la práctica	20/07/2023
Fecha de finalización de la práctica	19/12/2023

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 3 de 37

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Introducción

La satisfacción del cliente es una medida importante del éxito de cualquier negocio y, en el caso de los bancos, es importante porque los clientes confían en que administran su dinero y les brinden servicios financieros.

Para Kimball y Ross, autores de "The Data Warehouse Toolkit": En su libro sobre data warehousing, estos autores mencionan que un dashboard es "una interfaz gráfica de usuario que muestra la información clave necesaria para que los usuarios tomen decisiones basadas en datos".

En el contexto de la banca, un dashboard se refiere a una interfaz gráfica que proporciona información crítica y relevante para la gestión y supervisión de operaciones financieras y bancarias. Estos dashboards son utilizados por ejecutivos, gerentes y analistas para tomar decisiones informadas y monitorear el rendimiento de una institución financiera y de esta forma mejorar la experiencia del cliente.

Según Alicia Ontaneda "En el sector bancario, una relación empática con el cliente es especialmente importante, ya que la gente espera poder confiar en los responsables de sus finanzas. Cuanto mejor sea la experiencia de un cliente, más probable será que permanezca fiel a una marca o institución, lo que significa que la CX (Customer Experience) tiene el poder de mejorar la retención de clientes". (Narvaez, 2023). Además, los clientes satisfechos también son

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 37

más propensos a recomendar el banco a amigos y familiares, lo que puede ayudar a atraer nuevos clientes y aumentar los ingresos.

1.1 Centro de práctica.

Banco de Occidente

Contexto organizacional

El Banco de Occidente es una entidad financiera colombiana perteneciente al Grupo Aval Acciones y Valores, con sede principal en la ciudad de Cali, ciudad donde se fundó el 3 de mayo de 1965 y desde entonces ha cumplido con un compromiso de desarrollo en el país, respondiendo a la confianza de la comunidad, de sus clientes y de sus accionistas.

Según Banco de Occidente (BdO) en su página web oficial expresa que “El banco tiene una amplia trayectoria y experiencia, bajo una cultura de liderazgo, innovación, oportunidad y efectividad que ha contribuido a generar relaciones a largo plazo con los clientes. Por otro lado, actualmente cuenta con una red de más de 180 oficinas, 25 credicentros y más de 3.200 cajeros automáticos en Colombia, además de filiales en Panamá y Barbados. El Banco de Occidente tiene como propósito hacer realidad el desarrollo de las personas, el crecimiento de los negocios y la transformación del País.” (occidente, s.f.)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 37

Misión:

Según Banco de occidente (BdO) en su página web oficial expresa que “Su misión es ser el líder en la prestación de servicios financieros, de transacciones y medios de pago, asegurando la satisfacción de las necesidades de los clientes, la máxima rentabilidad para sus accionistas, el desarrollo integral del equipo humano y la contribución al bienestar de la comunidad.” (occidente, s.f.)

Visión:

Según Banco de Occidente (BdO) tiene como visión ser la mejor Entidad Financiera del país. (occidente, s.f.)

Ejes estratégicos de transformación:

Según Banco de Occidente (BdO) los diferentes ejes estratégicos con los que busca sobresalir con respecto al resto son: (occidente, s.f.)

- **Somos distintivos para nuestros clientes:** Tendremos ofertas diferenciadoras, que le agreguen valor a nuestros clientes y así lograr una posición relevante en el mercado." (occidente, s.f.)
- **Nos transformamos digitalmente:** Mantenemos el sendero de transformación digital.
- **Somos productivos:** Seremos productivos con todos los recursos que manejamos, desde los físicos, el capital, hasta nuestros procesos. (occidente, s.f.)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 37

- **Tomamos decisiones ágiles y efectivas:** Seremos rápidos en la toma de decisiones, sin que esto implique desmejorar la calidad de estas. (occidente, s.f.)
- **Sostenibilidad:** Consolidaremos a nuestro banco como una organización sostenible en aspectos de Compromiso Corporativo, Desarrollo de las personas, las regiones y el país; Cuidado del medio ambiente y Crecimiento de los negocios.

Objetivo de la práctica empresarial.

Poner en práctica las habilidades, destrezas y competencias aprendidas en la carrera universitaria, para fortalecer las competencias en finanzas y mejorar la preparación laboral adquiriendo experiencia y nuevos conocimientos para la vida.

Además de conocer las actividades de la banca de empresa, conocer todos los productos empresariales que se manejan en ella, fortalecer el conocimiento en el aspecto financiero específicamente en el área y mejorar la capacidad y destreza en la toma de decisiones.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 37

1.3 Funciones

Funciones	Frecuencia
Capacitar al personal sobre el concepto de experiencia del cliente.	3 veces al mes
Creación de tips, con el motivo de sensibilizar e informar sobre una buena experiencia.	Semanal
Realizar informe de INS (Índice Neto de Satisfacción) oficinas.	Quincenal
Actualización de datos de base para estudio relacional	Mensual
Validar cumplimiento del protocolo de llamada del estudio relacional Banca empresas	Ocasionalmente
Realizar inducciones a colaboradores	3 veces al mes
Enviar cartas SAC	Ocasionalmente
Cargar evidencias SAC	Ocasionalmente
Realizar el informe del SAC	Ocasionalmente
Modificar kit ENSI	Ocasionalmente

(Elaborado por Juan Manuel Sastoque Rengifo)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 37

Justificación de la práctica empresarial.

Un administrador es la persona que se ocupa de realizar la tarea administrativa por medio de la planificación, organización, dirección y control de todas las tareas dentro de un grupo social o de una organización para lograr los objetivos mediante el uso eficiente de los recursos, como en este caso se trata de una entidad como el Banco de Occidente; su trabajo debe estar enfocado en el desarrollo de las personas, el crecimiento de los negocios y la transformación del País. De igual forma, Un gerente financiero debe ser capaz de desarrollar alternativas que permitan una gestión eficiente de los recursos y aumenten el desempeño organizacional. Es por esto, que en el presente trabajo se plasma todo el desarrollo del proyecto “Automatización del análisis del estudio relacional”. Según John N. Warfield, la automatización es el proceso de diseñar sistemas o procesos para que se realicen automáticamente, sin necesidad de intervención humana.

Warfield fue pionero en la ingeniería de sistemas y la toma de decisiones, y sus ideas sobre la automatización se centran en crear sistemas capaces de operar eficientemente y efectiva sin depender de la intervención humana, lo que puede mejorar la productividad y la calidad de los procesos. Además, Peter Checkland se refiere al estudio relacional como una metodología utilizada en la investigación y la resolución de problemas, especialmente en la ciencia de la gestión y la ingeniería de sistemas. Peter Checkland es conocido por desarrollar el enfoque de la Metodología de Sistemas Blandos (Soft Systems Methodology o SSM), que se centra en comprender y mejorar sistemas humanos complejos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 37

En el estudio relacional, Checkland aboga por considerar las relaciones entre las partes involucradas en un sistema y cómo estas relaciones afectan a la percepción del sistema y a su funcionamiento. Este enfoque se basa en la idea de que los sistemas no solo se componen de componentes físicos y técnicos, sino también de elementos sociales y culturales. Por lo tanto, el análisis relacional busca comprender cómo las personas interactúan con el sistema y entre sí, y cómo estas interacciones influyen en la forma en que se define y se aborda un problema.

En este orden de ideas, el plan de mejora prevé como principal beneficiado al área de experiencia del cliente del banco; sin embargo, para comprender completamente el propósito de la propuesta, primero se describe el contexto de la organización, resaltando aspectos como historia, misión, visión, principios y valores, lo que a su vez permite establecer la conexión con el área en cuestión.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 37

Equipo de trabajo.

Paula Andrea Varela Lozano	DISEÑADOR ESTRATEGICO - CDC EXPERIENCIA DEL CLIENTE
Carolina Ceballos Núñez	Especialista SAC
Juan José Uribe Restrepo	Analista Experiencia del Cliente
Bryant Ruge Celis	Analista Experiencia del Cliente
Juan Manuel Sastoque	Profesional en entrenamiento

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 37

PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICA

TITULO DE LA PROPUESTA

AUTOMATIZACIÓN DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO RELACIONAL

CONTEXTO DEL ÁREA

Objetivo del área

Inspirar la transformación de experiencias centradas en el cliente, contribuyendo al crecimiento rentable del Banco de Occidente y filiales, para ser reconocidos por brindar la mejor experiencia del país.

Estructura de área

Experiencia del cliente se divide en banca personas, banca empresas, digital, ENSI (encuesta de satisfacción cliente interno) y SAC (sistema de atención al consumidor financiero), además de que pertenece a la dirección de gerencia, en consecuencia, a nivel interno se procura reducir las cargas operativas, de tal modo que las funciones y actividades mantengan su enfoque estratégico. Experiencia del cliente, es un área transversal; busca integrar a todas las partes de la organización para garantizar que los clientes perciban atención y servicio de calidad en los puntos de interacción entre la empresa y los consumidores de productos financieros. Esto asociado con la visión del área, que es lograr que el Banco de Occidente sea la marca más recomendada por las personas y empresas del país.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 12 de 37

Principales indicadores usados en el área:

NPS: Net Promoter Score/ indicador de recomendación; este mide la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones.

INS (Índice Neto de Satisfacción): Mide el nivel de satisfacción del cliente.

CES: Customer Effort Score o indicador de esfuerzo del cliente, es una métrica que calcula el grado de dificultad que implica para el cliente resolver un problema o lograr su objetivo, cada vez que interactúa con la empresa. (Da silva, 2022)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 37

Justificación.

PROPUESTA DE MEJORA PARA EL ÁREA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

BANCO DE OCCIDENTE

Partiendo del concepto que nos propone Joseph Pine y James Gilmore, autores del libro "The Experience Economy", la experiencia del cliente se refiere a "los momentos memorables que una empresa crea para el cliente, y que son únicos e intangibles". Asimismo, De acuerdo con Brian Solís, autor del libro "X: The Experience When Business Meets Design", la experiencia del cliente se trata de "las percepciones y emociones que los clientes tienen con respecto a la marca y la interacción con ella, en todos los puntos de contacto". Entonces, el área de experiencia del cliente del BdO tiene como objetivo idear estrategias para brindar experiencias centradas en el cliente, contribuyendo al crecimiento rentable del Banco y filiales. Considerando el enfoque estratégico del área, se prevé optimizar el análisis de los indicadores y las voces de los clientes, recopiladas en la encuesta del estudio relacional, para liberar capacidad operativa y profundizar en la planeación de iniciativas de transformación. Esto será posible mediante la creación de una herramienta en Excel (Dashboard) que además de reducir los esfuerzos en actividades operativas, permitirá automatizar el informe relacional, ser más oportunos con la entrega de información a áreas clave y desarrollar análisis integrales que le generen mayor valor a BdO.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 14 de 37

La herramienta buscará relacionar lo siguiente:

A continuación, se mencionarán todos los componentes que harían parte de la herramienta (Dashboard), donde se hace énfasis en qué consiste cada uno y su propósito.

NPS (Net Promoter Score), INS y CES (Customer Effort Score) por segmentos:

Gobierno: Según Philip Kotler un influyente autor en el campo del marketing podría considerar el "segmento gobierno" como parte de la segmentación de mercado. En su enfoque, el segmento gobierno podría incluir agencias gubernamentales, departamentos y organismos gubernamentales que tienen necesidades y requisitos específicos a los que se puede dirigir una estrategia de marketing. Esto implica comprender las regulaciones gubernamentales, los procesos de adquisición, los procedimientos de licitación y otros aspectos relacionados con la interacción con el sector público.

Corporativo: Según Michael E. Porter, un renombrado experto en estrategia empresarial que ha realizado contribuciones significativas al campo de la estrategia competitiva y la gestión empresarial. Aunque Porter se ha centrado en analizar las fuerzas competitivas y crear valor en la industria, no se le atribuyen opiniones específicas sobre el concepto de "segmento corporativo" en cuanto a la segmentación de clientes.

Sin embargo, en su trabajo, Porter ha enfatizado la importancia de la estrategia de enfoque, que se relaciona con la idea de identificar y atender de manera efectiva segmentos específicos de

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 37

mercado, incluyendo el mercado corporativo. Porter ha sostenido que una estrategia de enfoque exitosa implica comprender las necesidades y características únicas de un grupo de clientes o segmento y adaptar la oferta de una empresa para satisfacer esas necesidades de manera más efectiva que la competencia.

NPS, INS y CES por gerencia comercial:

Todas las gerencias comerciales que componen al Banco de Occidente

NPS, INS y CES por Ciudad:

Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, y demás ciudades del país.

NPS, INS y CES por producto:

Leasing: Según Alfred Rappaport y Michael Mauboussin en su libro "Expectations Investing" destacan que el leasing es un "método de financiamiento que permite a las empresas adquirir activos sin tener que inmovilizar grandes cantidades de capital en la compra directa de esos activos".

Cartera ordinaria: Según la Superintendencia Financiera de Colombia, la cartera ordinaria es "la cartera de crédito otorgada por las entidades y las cooperativas financieras a sus clientes, como parte de su actividad financiera habitual". Según esto, se refiere a la cartera de crédito y consiste en préstamos a personas o empresas. Estos préstamos pueden ser de diferentes tipos, como créditos de consumo, hipotecarios, empresariales, entre otros, y se generan como resultado de la actividad crediticia de la entidad financiera.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 16 de 37

Libranza: término que se usa en finanzas y bancos, y suele referirse a un tipo específico de crédito o préstamo que se descuenta directamente del salario o ingresos de una persona antes de recibir su salario. Según la Ley 1527 de 2012, la libranza es "un mecanismo de descuento de los créditos otorgados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, a través de una retención por parte del empleador del deudor, para efectuar el pago de las obligaciones derivadas de los créditos y el traslado a las entidades acreedoras". En este contexto, la libranza permite que los empleadores retengan automáticamente una parte del salario del empleado para pagar préstamos o deudas contraídas con entidades financieras.

NPS por edad: Entre los 25 a 60 años en promedio.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 17 de 37

NPS ciclo de vida:

El ciclo de vida del cliente es un concepto fundamental en marketing y gestión de clientes que describe las etapas por las que un cliente típico pasa a lo largo de su relación con una empresa. Según Roger Martin y A.G. Lafley en su libro "Playing to Win", Martin y Lafley, ex CEO de Procter & Gamble, abordan el ciclo de vida del cliente desde la perspectiva de la estrategia empresarial. Argumentan que las empresas deben centrarse en tres etapas clave: ganar en el mercado, construir lealtad y maximizar el valor del cliente.



Adquisición: Esta es la etapa inicial donde un cliente potencial se convierte en un cliente real del banco. En esta etapa, el banco se enfoca en atraer nuevos clientes a través de marketing y publicidad, y en proporcionar información detallada sobre sus productos y servicios.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 37

Activación: Una vez que un cliente se ha registrado y ha abierto una cuenta bancaria, la siguiente etapa es la activación de la cuenta. En esta etapa, el banco verifica la información del cliente y activa su cuenta para que pueda comenzar a utilizar los servicios bancarios.

Uso: Durante esta etapa, el cliente utiliza los productos y servicios bancarios de forma regular y comienza a establecer una relación con el banco. El cliente puede utilizar una variedad de productos bancarios, como cuentas de ahorro, cuentas corrientes, tarjetas de crédito, préstamos, inversiones, entre otros.

Retención: En esta etapa, el banco se enfoca en retener al cliente y en mantener una relación a largo plazo. El banco puede ofrecer incentivos y programas de recompensas para fomentar el uso continuo de sus servicios y para garantizar la satisfacción del cliente.

Fidelización: En esta etapa, el cliente se convierte en un cliente leal y puede incluso referir a otros clientes al banco. El banco se enfoca en mantener una relación sólida con el cliente y en proporcionar servicios personalizados para satisfacer sus necesidades específicas.

Desactivación: En esta etapa, el cliente puede decidir cerrar su cuenta bancaria debido a diversos motivos. El banco intentará comprender los motivos de la desactivación para mejorar sus servicios y para evitar que otros clientes se retiren.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 37

NPS, INS Y CES por conocimiento del Gerente de relación:

El gerente comercial tiene la responsabilidad de liderar y gestionar todas las actividades comerciales de la entidad. Algunas de las funciones principales son el desarrollo y ejecución de estrategias comerciales, gestión del equipo de ventas, análisis de datos, gestión de relaciones con clientes, desarrollo de nuevos productos y servicios y gestión de presupuesto.

INS por canales:

Según Guillermo Westreicher en su artículo de internet “Canal de distribución bancaria” habla sobre los distintos medios a través de los cuales los clientes pueden acceder a los servicios y productos financieros que ofrecen las entidades bancarias". Entonces, estos se dividen en:

Canal presencial: Es el medio más tradicional para asistir al público. Se refiere al servicio brindado en la ventanilla de todas las oficinas de los bancos. (Westreicher, 2019)

Agente: Son puntos de atención instalados en distintos comercios que no pertenecen a la entidad financiera, por ejemplo, un supermercado. Así, los clientes no necesitan trasladarse hasta la oficina del banco. En cambio, se dirigen al agente más cercano para realizar diversas operaciones. (Westreicher, 2019)

Cajeros automáticos: Son máquinas de autoservicio desde donde pueden efectuarse varias transacciones, principalmente transferencias bancarias y retiros de efectivo. Incluso, existen algunos cajeros que reciben depósitos. Una de sus principales ventajas es que funcionan las 24 horas de manera ininterrumpida. (Westreicher, 2019)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 20 de 37

Banca telefónica: El banco pone a disposición del público un número de atención al cliente." (Westreicher, 2019) Usualmente, contesta un buzón de voz que da opciones de acuerdo con la operación o consulta deseada. De ser necesario, se contacta al usuario con un asesor. Este canal suele ser útil, por ejemplo, en caso de extravío o robo de la tarjeta débito o crédito, ya que se puede iniciar la llamada desde cualquier sitio y el horario de atención normalmente abarca las 24 horas del día.

Banca online o en línea: Las entidades financieras han diseñado plataformas virtuales para realizar una gran variedad de transacciones." (Westreicher, 2019). Esto, desde el ordenador y en cualquier lugar con conexión a Internet. Para ingresar a la banca en línea, suelen requerirse más filtros de seguridad en comparación a otros canales. Por ejemplo, puede solicitarse el uso de una clave adicional a la que el cliente ya asignó a su tarjeta. De esa forma, se busca evitar el fraude.

Banca móvil: los clientes pueden acceder a sus cuentas bancarias a través de una aplicación móvil, lo que les permite realizar transacciones en cualquier momento y lugar.

Banca por correo: los clientes pueden realizar transacciones bancarias enviando un email al banco.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 37

Oferta de valor del banco por segmentos:

(**Corporativo y Gobierno**) la oferta de valor del banco incluye servicios bancarios básicos, flexibilidad en las opciones de pago, programas de recompensas, servicios de seguridad financiera, servicio al cliente de calidad y acceso a una red de sucursales y cajeros automáticos.

Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo general:

Ahora que conocemos los conceptos básicos del banco y en qué consiste cada uno, se han identificado algunas necesidades donde son posibles las siguientes:

- Desarrollar un tablero o Dashboard en Excel que integre y muestre de manera clara y concisa la información de diversas bases de datos internas relacionadas con la experiencia del cliente bancario entre 2021 y 2023 para brindar a los tomadores de decisiones una herramienta efectiva para identificar oportunidades de mejora y optimización de los procesos internos del banco.

Objetivos específicos:

- Identificar las fuentes de información actualizada de los clientes activos del banco que han diligenciado encuestas de experiencia del cliente entre el año 2021 y 2023.
- Integrar las diferentes bases de datos en una única fuente de información mediante la utilización de herramientas de integración de datos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 22 de 37

- Validar el Dashboard con los responsables de la toma de decisiones de experiencia del cliente en el banco para asegurarse de que se cumplen sus necesidades y expectativas.
- Proporcionar formación y soporte adecuado a los usuarios del Dashboard para asegurar su correcta utilización y maximizar su eficacia.

Diseño Metodológico.

Investigación cuantitativa: Es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se hace con herramientas estadísticas y matemáticas para cuantificar el problema de investigación. (Ortega, s.f.)

Investigación cualitativa: Es el método científico de observación para recopilar datos no numéricos. Se suelen determinar o considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas al experimento. Es decir, entrevistas, encuestas, grupos de discusión o técnicas de observación y observación participante. La investigación cualitativa recoge los discursos completos de los sujetos para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología. Se usa principalmente en ciencias sociales. Pero, también, se ha empezado a emplear en el campo educativo de manera significativa. (Wikipedia, s.f.)

La elección de la metodología de investigación para crear el Dashboard con información de la experiencia que han vivido los clientes con el banco se acomoda a la mixta ya que combina la investigación cualitativa y cuantitativa, para obtener una visión más completa de la información de los clientes. Al utilizar una metodología mixta, se pueden recopilar y analizar datos

cuantitativos como los niveles de satisfacción en la experiencia vivida con el banco (INS) y cualitativos como la opinión de los clientes sobre sus experiencias, para proporcionar una perspectiva más holística.

2.6 Cronograma de Actividades.

Mediante un diagrama de Gantt se representó el tiempo de dedicación previsto para las diferentes tareas y actividades a lo largo del periodo total determinado para el proyecto (fase inicial)



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 24 de 37

Recursos

Físicos:

- Computador

Programas:

- Microsoft Excel
- Plataforma con bases de información experiencia del cliente (CCX)

Personal:

- Capacitado en el uso de Excel.

Dificultad presentada:

Al principio encontré desafíos cuando no sabía cómo crear un tablero en Excel (Dashboard); Así que tuve que empezar a ver el tutorial para descubrirlo y, a veces, la información no era lo suficientemente clara, por lo que me tomó un tiempo comprender cómo funcionan algunas de las herramientas del programa para que la segmentación cruzada funcione de manera precisa según la dinámica y los filtros.

Posibles riesgos:

Las herramientas de automatización de análisis de investigación relacional se envían como archivos compartidos a las partes interesadas, lo que significa que varias personas pueden manipular la información, para evitar cambios en el funcionamiento del panel de control, se bloqueará el acceso para modificar archivos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 25 de 37

Otro riesgo que se puede detectar es que la herramienta falle debido al tamaño de la base de datos y que el archivo se cargue durante horas o se cierre.

Logros obtenidos:

Se realizó un estudio para comprender las percepciones de los miembros del equipo y los requisitos para realizar ejercicios de procesamiento de bases de datos y análisis relacional antes y después de que se identificara la integración de herramientas; los resultados son los siguientes:



**Teniendo las bases de datos de cruce: edad, ciclo de vida, zonales*

Por tanto, se puede demostrar que el tiempo dedicado al análisis de la investigación relacional se redujo significativamente (93,8%) gracias al uso de esta herramienta, permitiendo redirigir los esfuerzos hacia procesos formativos que impulsan experiencias del cliente memorables y el crecimiento rentable del banco.

Resultados

PRINCIPALES INDICADORES DE EXPERIENCIA													
Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de NPS													
		Cuenta de NPS2											
Detractores	12	5,18%	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Recomendación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Detractores</td> <td>5,2%</td> </tr> <tr> <td>Pasivos</td> <td>16,3%</td> </tr> <tr> <td>Promotores</td> <td>77,8%</td> </tr> <tr> <td>NPS</td> <td>72,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Recomendación		Detractores	5,2%	Pasivos	16,3%	Promotores	77,8%	NPS	72,7%
Recomendación													
Detractores	5,2%												
Pasivos	16,3%												
Promotores	77,8%												
NPS	72,7%												
Pasivos	39	16,98%											
Promotores	180	77,82%											
Total general	231	100,00%											
n	1												
NPS otros bancos													
Etiquetas de fila <input checked="" type="checkbox"/> Cuenta de NPS otros bancos													
		Cuenta de NPS otros bancos 2											
Detractores	3	2,10%	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Recomendación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Detractores</td> <td>2,1%</td> </tr> <tr> <td>Pasivos</td> <td>21,2%</td> </tr> <tr> <td>Promotores</td> <td>76,8%</td> </tr> <tr> <td>NPS</td> <td>74,5%</td> </tr> </tbody> </table>	Recomendación		Detractores	2,1%	Pasivos	21,2%	Promotores	76,8%	NPS	74,5%
Recomendación													
Detractores	2,1%												
Pasivos	21,2%												
Promotores	76,8%												
NPS	74,5%												
Pasivos	30	21,28%											
Promotores	108	76,60%											
Total general	141	100,00%											
n	141												
Tiene servicios con otros bancos													
Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Cuenta de Tiene servicios con otros bancos													
		Cuenta de Tiene servicios con otros bancos2											
No	37	14,29%	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>No</td> <td>14,3%</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>85,7%</td> </tr> </tbody> </table>	No	14,3%	SI	85,7%						
No	14,3%												
SI	85,7%												
SI	198	85,71%											
Total general	231	100,00%											

El banco de occidente es:													
Tiene servicios con otros SI <input checked="" type="checkbox"/>													
Etiquetas de fila <input checked="" type="checkbox"/> Cuenta de Consideras que el Banco de Occidente es:													
		Cuenta de Consideras que el Banco de Occidente es:2											
SI	7	4,86%	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>NS/NR</td> <td>4,8%</td> </tr> <tr> <td>Igual</td> <td>95,8%</td> </tr> <tr> <td>Mejor</td> <td>13,2%</td> </tr> <tr> <td>No hay diferencia</td> <td>6,3%</td> </tr> <tr> <td>Peor</td> <td>18,1%</td> </tr> </tbody> </table>	NS/NR	4,8%	Igual	95,8%	Mejor	13,2%	No hay diferencia	6,3%	Peor	18,1%
NS/NR	4,8%												
Igual	95,8%												
Mejor	13,2%												
No hay diferencia	6,3%												
Peor	18,1%												
Igual	80	95,80%											
Mejor	19	13,19%											
No hay diferencia	12	8,33%											
Peor	26	18,06%											
Total general	144	100,00%											
Qué deberíamos mejorar													
Tiene servicios con otros SI <input checked="" type="checkbox"/>													
Etiquetas de fila <input checked="" type="checkbox"/> Cuenta de Asesor típica de acuerdo al comentario del cliente (no preguntar)													
		Cuenta de Asesor típica de acuerdo al comentario del cliente (no preguntar)2											
SI	13	9,03%	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>NS/NR</td> <td>9,0%</td> </tr> <tr> <td>Interacción</td> <td>43,8%</td> </tr> <tr> <td>Marca</td> <td>3,8%</td> </tr> <tr> <td>Nada</td> <td>14,8%</td> </tr> <tr> <td>Producto</td> <td>29,2%</td> </tr> </tbody> </table>	NS/NR	9,0%	Interacción	43,8%	Marca	3,8%	Nada	14,8%	Producto	29,2%
NS/NR	9,0%												
Interacción	43,8%												
Marca	3,8%												
Nada	14,8%												
Producto	29,2%												
Interacción	63	43,75%											
Marca	5	3,47%											
Nada	21	14,58%											
Producto	42	29,17%											
Total general	144	100,00%											

Participación otros bancos																											
Tiene servicios con otros SI <input checked="" type="checkbox"/>																											
Etiquetas de fila <input checked="" type="checkbox"/> Cuenta de Participación en otros bancos																											
		Cuenta de Participación en otros bancos 2																									
Bancolombia	87	43,94%	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Participación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bancolombia</td> <td>43,9%</td> </tr> <tr> <td>Banco de Occidente</td> <td>27,3%</td> </tr> <tr> <td>Banco de Bogotá</td> <td>10,1%</td> </tr> <tr> <td>Otro</td> <td>7,1%</td> </tr> <tr> <td>Davivienda</td> <td>4,0%</td> </tr> <tr> <td>Banco AV Villas</td> <td>2,0%</td> </tr> <tr> <td>BSVA</td> <td>2,0%</td> </tr> <tr> <td>Banco Caja Social</td> <td>2,0%</td> </tr> <tr> <td>Colpatia</td> <td>0,5%</td> </tr> <tr> <td>Citi Bank</td> <td>0,5%</td> </tr> <tr> <td>ITAU</td> <td>0,5%</td> </tr> </tbody> </table>	Participación		Bancolombia	43,9%	Banco de Occidente	27,3%	Banco de Bogotá	10,1%	Otro	7,1%	Davivienda	4,0%	Banco AV Villas	2,0%	BSVA	2,0%	Banco Caja Social	2,0%	Colpatia	0,5%	Citi Bank	0,5%	ITAU	0,5%
Participación																											
Bancolombia	43,9%																										
Banco de Occidente	27,3%																										
Banco de Bogotá	10,1%																										
Otro	7,1%																										
Davivienda	4,0%																										
Banco AV Villas	2,0%																										
BSVA	2,0%																										
Banco Caja Social	2,0%																										
Colpatia	0,5%																										
Citi Bank	0,5%																										
ITAU	0,5%																										
Banco de Occidente	54	27,27%																									
Banco de Bogotá	20	10,10%																									
Otro	14	7,07%																									
Davivienda	8	4,04%																									
BEVA	5	2,53%																									
Banco AV Villas	4	2,02%																									
Banco Caja Social	3	1,52%																									
Citi Bank	1	0,51%																									
Colpatia	1	0,51%																									
ITAU	1	0,51%																									
Total general	198	100,00%																									

Categorías NPS Bdo

Etiquetas de fila	Cuenta de NPS	Cuenta de NPS2	Recomendación	Total gr
BUEN SERVICIO Y ACCI	42,86%	93	BUEN SERVICIO Y 43%	
SATISFACCIÓN CON C/	9,98%	23	SATISFACCIÓN C 10%	
AGILIDAD EN PROCES	9,52%	22	AGILIDAD EN PFR 10%	
PASIVO SATISFECHO	6,08%	14	PASIVO SATISFE 8%	
ATENCIÓN DEFICIENTE	3,90%	9	ATENCIÓN DEFIC 4%	
NO APLICA	3,48%	8	NO APLICA 3%	
Promotor con oportuni	2,60%	6	Promotor con ope 3%	
SATISFACCIÓN CON LC	2,60%	6	SATISFACCIÓN C 2%	
Satisfacción con product	2,60%	6	Satisfacción con p 2%	
DEMORAS EN RESPUE	2,16%	5	DEMORAS EN RE 2%	
INCONFORMIDAD CON	2,16%	5	INCONFORMIDAD 2%	
TASAS COMPETITIVAS	1,73%	4	TASAS COMPETI 2%	
DIFFICULTAD CON LOS F	1,73%	4	DIFFICULTAD CON 2%	
COSTOS ALTOS POR SI	1,30%	3	COSTOS ALTOS H 1%	
NO HA TENIDO INCONV	1,30%	3	NO HA TENIDO IN 1%	
INCONFORMIDAD EN C	1,30%	3	INCONFORMIDAD 1%	
Tasas altas	0,87%	2	Tasas altas 1%	
BUEN SERVICIO Y ACC	0,87%	2	BUEN SERVICIO 1%	
INFORMACIÓN DEFICIE	0,87%	2	INFORMACIÓN D 1%	
SEGURIDAD DE LOS PF	0,87%	2	SEGURIDAD DE L 1%	
INCUMPLIMIENTO DE L	0,43%	1	INCUMPLIMIENTO 0%	
Inconformidad en canal	0,43%	1	Inconformidad en 0%	
AGILIDAD EN PROCES	0,43%	1		
Total general	100,00%	231		

NIVEL DE CONFIANZA "La marca del banco de occidente es importante para su entidad y le genera confianza"

Etiquetas de fila	Cuenta de Marca	Cuenta de Marca2	Importancia de ma
De acuerdo	59	25,54%	
Neutral	4	1,73%	
NS/R	1	0,43%	
Totalmente de acuerdo	67	22,29%	
Total general	231	100,00%	97,84%

PERMANENCIA

Etiquetas de fila	Cuenta de Permanencia	Menos de 1 año	3,8%
1 año	5,19%	1 año	5,2%
2 años	3,90%	2 años	3,8%
Más de 3 años	82,88%	Más de 3 años	82,7%
Menos de un año	3,90%	NS/R	4,3%
No sabe no responde	4,33%		
Total general	100,00%		

INS- portafolio de soluciones financieras que te ofrece Bdo

Etiquetas de fila	Cuenta de INS portafolio soluciones financieras	Cuenta de INS portafolio soluciones financieras2	INS
Insatisfechos	5	2,16%	Insatisfechos 2,2%
Neutros	17	7,36%	Neutros 7,4%
Satisfechos	192	83,12%	Satisfechos 83,1%
Sin respuesta	17	7,36%	INS 81,0%
Total general	231	100,00%	

INS- documentación solicitada por el Banco de Occidente

Etiquetas de fila	Cuenta de INS documentación	Cuenta de INS documentación2	INS
Insatisfechos	4	1,73%	Insatisfechos 1,7%
Neutros	16	6,93%	Neutros 6,8%
Satisfechos	198	85,7%	Satisfechos 85,7%
Sin respuesta	13	5,53%	INS 84,0%
Total general	231	100,00%	

INS- proceso para realizar el pago

Etiquetas de fila	Cuenta de INS pago de obligaciones	Cuenta de INS pago de obligaciones2	INS
Insatisfechos	7	3,07%	Insatisfechos 3,4%
Neutros	10	4,8%	Neutros 4,8%
Satisfechos	191	91,83%	Satisfechos 91,8%
Total general	208	100,00%	INS 88,5%

INS proceso para acceder al producto

Etiquetas de fila	Cuenta de INS proceso de aprobación de productos	Cuenta de INS proceso de aprobación de productos 2	INS
Insatisfechos	5	2,16%	Insatisfechos 2,2%
Neutros	8	3,46%	Neutros 3,5%
Satisfechos	201	87,0%	Satisfechos 87,0%
Sin respuesta	17	7,36%	INS 84,8%
Total general	231	100,00%	

INS- El portal transaccional OcciRed

Etiquetas de fila	Cuenta de INS OcciRed	Cuenta de INS OcciRed2	
Sin respuesta	26		11,26%
Satisfechos	192		78,79%
Neutros	21		9,09%
Insatisfechos	2		0,87%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0,9%
Neutros	9,3%
Satisfechos	78,8%
NS/NR	11,3%
INS	77,9%

Solución oportuna a los PQRS

Etiquetas de fila	Cuenta de INS solución a PQRS	Cuenta de INS solución a PQRS 2	
Insatisfechos	4		2,33%
Neutros	14		8,14%
Satisfechos	154		89,53%
Total general	172		100,00%

INS	
Insatisfechos	2,3%
Neutros	8,3%
Satisfechos	89,5%
INS	87,2%

conocimiento del banco sobre las necesidades específicas del negocio

Etiquetas de fila	Cuenta de INS conocimiento sobre las necesidades específicas del negocio	Cuenta de INS conocimiento sobre las necesidades específicas del negocio2	
Insatisfechos	6		2,83%
Neutros	19		8,96%
Satisfechos	107		88,21%
Total general	132		100,00%

INS	
Insatisfechos	2,8%
Neutros	9,0%
Satisfechos	88,2%
INS	89,4%

Nivel de emociones con respecto a la experiencia con BdO

Etiquetas de fila	Cuenta de Nivel de emociones con respecto a la experiencia con BdO	Cuenta de Nivel de emociones con respecto a la experiencia con BdO2	
Muy negativas	2		0,87%
Muy positivas	77		33,33%
Negativas	10		4,33%
Positivas	142		61,47%
Total general	231		100,00%

EMOCIONES	
Muy negativas	0,9%
Muy positivas	33,3%
Negativas	4,3%
Positivas	61,5%

INS Gerente de relación

Etiquetas de fila	Cuenta de INS gerente de relación	Cuenta de INS gerente de relación2	
Neutros	7		3,2%
Satisfechos	211		96,79%
Total general	218		100,00%

INS	
Insatisfechos	0%
Neutros	3,2%
Satisfechos	96,8%
NS/NR	0%
INS	96,8%

¿Sientes que el gerente de relación cumple con tus expectativas?

Etiquetas de fila	Cuenta de ¿Sientes que el gerente de relación cumple con tus expectativas?	Cuenta de ¿Sientes que el gerente de relación cumple con tus expectativas?2	
No	8		3,67%
Si	210		96,33%
Total general	218		100,00%

cumplimiento de espec	
No	3,7%
Si	96,3%

La disponibilidad cuando lo has necesitado

Etiquetas de fila	Cuenta de Disponibilidad GR	Cuenta de Disponibilidad GR2	
Neutros	8		3,46%
Satisfechos	210		90,9%
Sin respuesta	13		5,63%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0%
Neutros	3,5%
Satisfechos	90,8%
NS/NR	5,6%
INS	90,9%

La transparencia de la información ofrecida sobre los productos y/o servicios

Etiquetas de fila	Cuenta de Transparencia info	Cuenta de Transparencia info2	
Neutros	3		1,30%
Satisfechos	214		92,84%
Sin respuesta	14		6,06%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0%
Neutros	1,30%
Satisfechos	92,64%
NS/NR	6,06%
INS	92,6%

El cumplimiento de los tiempos y/o los acuerdos pactados

Etiquetas de fila	Cuenta de Nivel de cumplimiento	Cuenta de Nivel de cumplimiento2	
Insatisfechos	1		0,43%
Neutros	3		1,30%
Satisfechos	214		92,84%
Sin respuesta	13		5,63%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0,4%
Neutros	1,3%
Satisfechos	92,6%
NS/NR	5,6%
INS	92,2%

El apoyo en la construcción del plan estratégico de tu empresa

Etiquetas de fila	Cuenta de Apoyo plan estrategico	Cuenta de Apoyo plan estrategico2	
Insatisfechos	4		1,73%
Neutros	9		3,80%
Satisfechos	176		76,19%
Sin respuesta	42		18,19%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	1,7%
Neutros	3,8%
Satisfechos	76,2%
NS/NI/R	18,2%
INS	74,5%

Te brinda asesoría experta en productos y servicios que se ajustan a tus necesidades

Etiquetas de fila	Cuenta de Asesoría experta	Cuenta de Asesoría experta2	
Insatisfechos	1		0,43%
Neutros	3		1,30%
Satisfechos	206		89,18%
Sin respuesta	21		9,09%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0,4%
Neutros	1,3%
Satisfechos	89,2%
NS/NI/R	9,1%
INS	88,7%

Relación comercial cercana

Etiquetas de fila	Cuenta de Relación comercial cercana	Cuenta de Relación comercial cercana2	
Insatisfechos	8		3,46%
Neutros	202		87,45%
Sin respuesta	21		9,09%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	0%
Neutros	3,5%
Satisfechos	87,4%
NS/NI/R	9,1%
INS	87,4%

Información asociada a los beneficios de valor

Etiquetas de fila	Cuenta de información asociada a los beneficios	Cuenta de información asociada a los beneficios 2	
Insatisfechos	2		0,87%
Neutros	5		2,16%
Satisfechos	200		86,96%
Sin respuesta	24		10,33%
Total general	231		100,00%

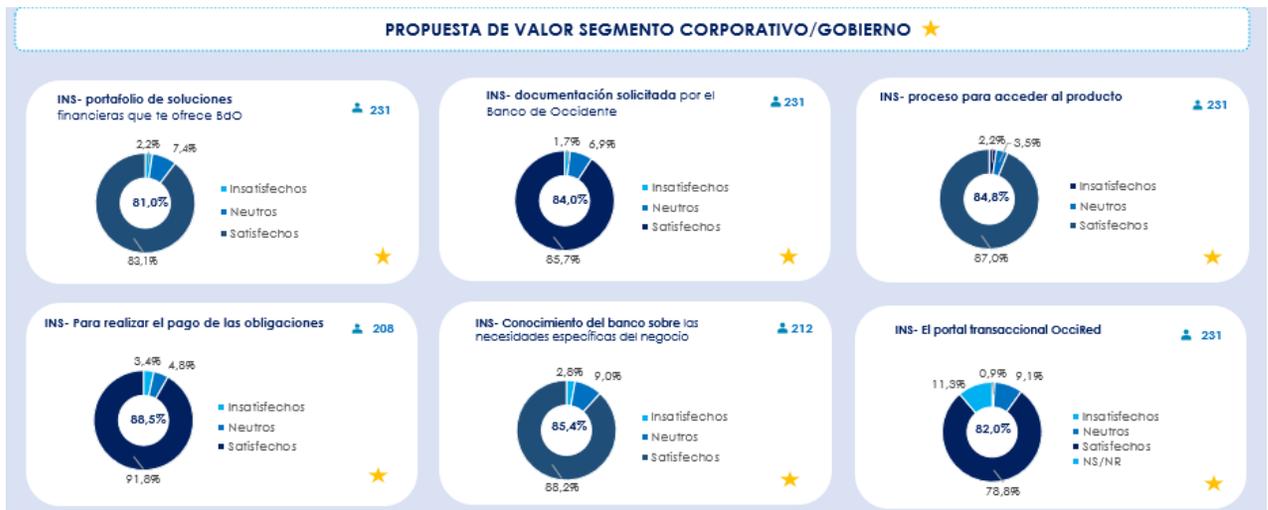
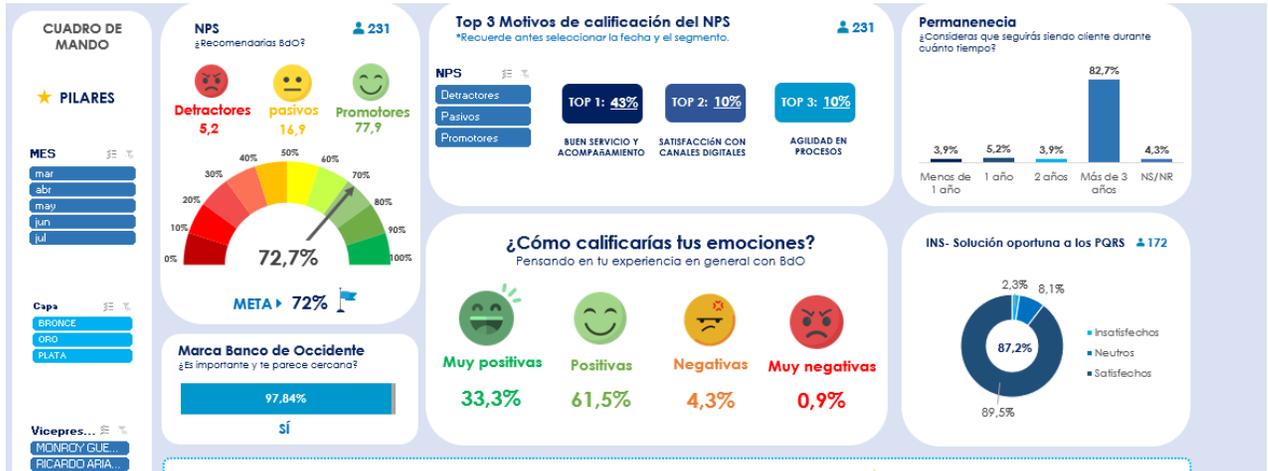
INS	
Insatisfechos	0,9%
Neutros	2,2%
Satisfechos	86,6%
NS/NI/R	10,4%
INS	85,7%

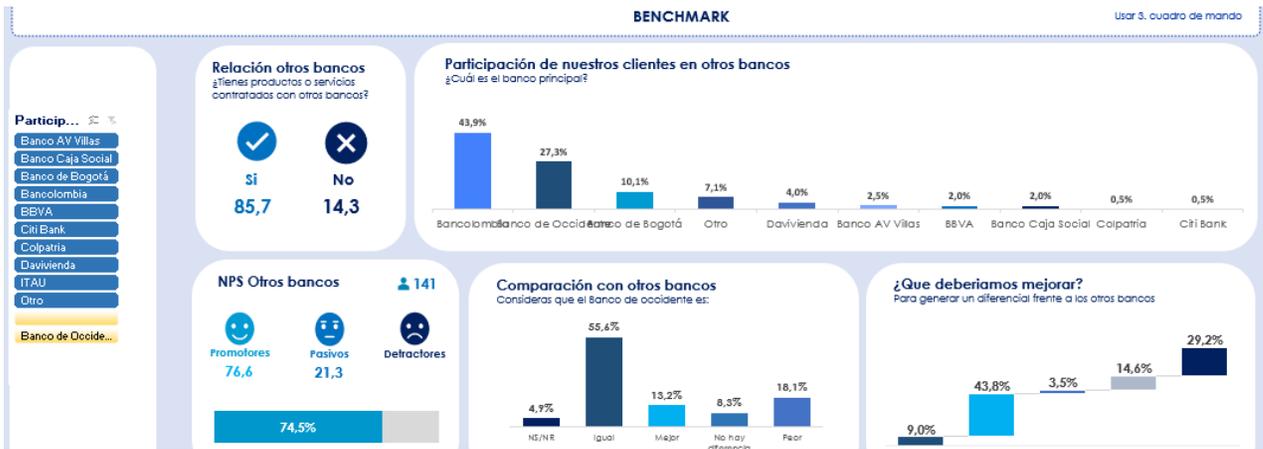
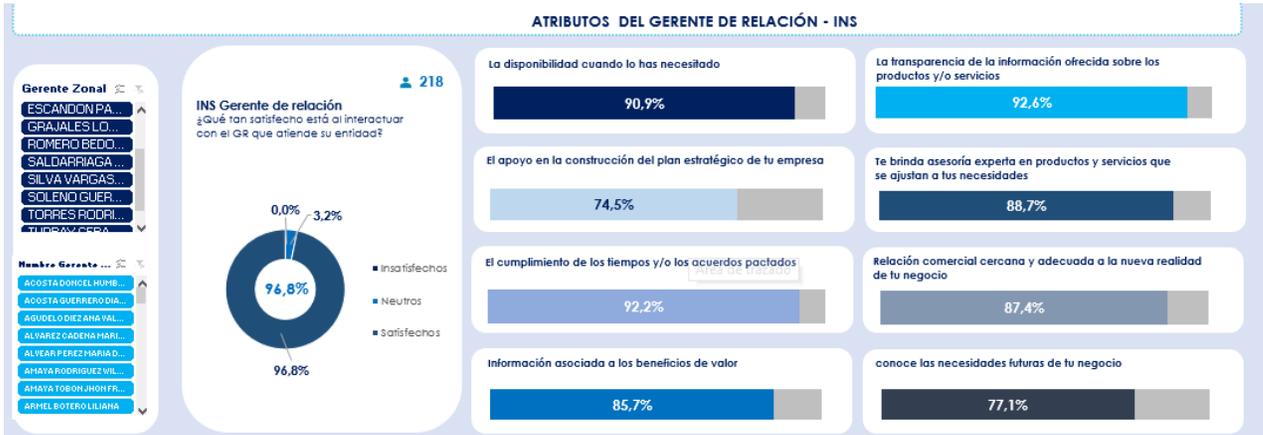
conoce las necesidades futuras de tu negocio

Etiquetas de fila	Cuenta de Conoce las necesidades futuras del negocio	Cuenta de Conoce las necesidades futuras del negocio2	
Insatisfechos	5		2,16%
Neutros	26		11,26%
Satisfechos	183		79,22%
Sin respuesta	17		7,36%
Total general	231		100,00%

INS	
Insatisfechos	2,2%
Neutros	11,3%
Satisfechos	79,2%
NS/NI/R	7,4%
INS	77,1%

En las anteriores tablas dinámicas se pueden evidenciar los factores más relevantes que estábamos buscando homologar en el Dashboard, como la satisfacción de los clientes sobre la oferta de valor del banco, satisfacción con los gerentes de relación y los principales indicadores de experiencia del cliente.





En las anteriores imágenes se pueden evidenciar los cuadros de mando del Dashboard, los cuales dan la facilidad de filtrar la información puntual que necesitemos asociada a la satisfacción de los clientes por año, vicepresidencia, gerencia zonal, gerente de relación, segmentación de los clientes, etc. Además, se resaltan los pilares del banco con una estrella, donde se está aportando el valor agregado como marca y la satisfacción de los clientes en la oferta de valor.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA</p> <p>PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 32 de 37</p>

Aprendizajes

La administración es un departamento responsable de planificar, organizar, dirigir y asignar eficazmente los recursos para lograr un objetivo específico. Por lo tanto, la función del director es administrar adecuadamente los activos de la empresa, que pueden incluir materias primas, mano de obra y capital; Sin embargo, es fundamental considerar un factor adicional: el “tiempo”, pues este factor también puede capitalizarse, ya que horas mal invertidas o excesivamente prolongadas en una actividad resultarán en una reducción de la productividad, afectando a las organizaciones empresariales.

De acuerdo con este criterio, se planteó la propuesta de automatizar el análisis de la investigación relacional para Banco de occidente, considerando que la integración de la optimización de procesos permite a la empresa ser más competitiva, maximizando la eficiencia, la productividad y la eficiencia pero para optimizar un proceso primero se debe hacer un análisis para identificar puntos de falla y encontrar soluciones, y esto se hace en el área de experiencia del cliente del Banco de Occidente.

Una dificultad percibida es que dedican mucho tiempo y esfuerzo a tareas operativas, lo que limita el nivel de dedicación a la parte estratégica, por lo tanto, no hay duda de que diseñar e integrar herramientas que simplifiquen los procesos traerá importantes beneficios a las empresas, y esta es exactamente la visión que debe tener un administrador, que busca la mejora continua en todos los campos en los que participa, de una manera que pueda trabajar para lograr objetivos,

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 33 de 37

pero también hacia la automatización, la innovación y la recursividad para garantizar un crecimiento rentable.

Finalmente, cabe repetir que para que una empresa se desarrolle de forma sostenible es necesario que los directivos y otros departamentos tengan fácil acceso a información (especializada) y, sobre todo, que la información sea fiable.

En este caso, la automatización es importante porque facilita que los colaboradores (en este caso, analistas y gerentes de experiencia del cliente) accedan a información sobre métricas relevantes y otras, proporcionando la base necesaria para tomar las decisiones correctas.

CONCLUSIONES

Para que un profesional en administración financiera destaque en el mercado laboral, debe de ser agente de cambio competitivo, aportar valor a la dinámica empresarial, brindar soluciones con una visión sostenible e innovadora y buscar ejercer un rol de líder transformacional. Es importante involucrarse en cada eje estratégico y operativo de la organización, para lograr conocer cómo funciona, evaluar el contexto y las prácticas institucionales para identificar oportunidades de mejora, para proponer alternativas que permitan potencializar los resultados de la empresa.

De igual manera, es pertinente que los administradores financieros velen porque las organizaciones están a la vanguardia del mercado, deben estar en la búsqueda de alternativas que optimicen los procesos, como la automatización de operaciones implementando recursos tecnológicos que permitan integrar la información empresarial para mejorar el control de los datos, incluyendo el flujo de trabajo, los recursos y la rentabilidad. Y es justamente lo que se logró hacer con el plan de mejoramiento

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 34 de 37

“automatización del análisis del estudio relacional” en el área de experiencia del cliente del Banco de Occidente, dado a que su implementación ha reducido las tareas estrictamente manuales y, en consecuencia, optimizó el tiempo de los analistas CX. Por lo que se puede concluir, que es fundamental estar constantemente evaluando el entorno y los procesos, además de tener un pensamiento crítico y ser propositivos; ya que esto permite identificar falencias para finalmente idear alternativas que faciliten las cosas y contribuyan a impulsar el nivel competitivo de la organización.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 35 de 37

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BIBLIOGRAFÍA

Da silva, D. (5 de Agosto de 2022). *Zendesk*. Obtenido de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/customer-effort-score-como-se-mide/>

Narvaez, M. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/experiencia-del-cliente-en-el-sector-financiero/#:~:text=La%20experiencia%20del%20cliente%20en%20el%20sector%20financiero%20consiste%20en,e%20incluso%20las%20redes%20sociales.>

occidente, B. d. (s.f.). *Banco de occidente - Quienes somos*. Obtenido de

<https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/portal/banco-de-occidente/bancodeoccidente/quienes-somos/quienessomos#/undefined3>

Ortega, C. (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20consiste%20en,resultados%20generales%20de%20poblaciones%20grandes.>

Westreicher, G. (9 de Abril de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-bancaria.html#:~:text=El%20canal%20de%20distribuci%C3%B3n%20bancaria,r emota%20y%20por%20v%C3%ADa%20electr%C3%B3nica.>

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 36 de 37

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Discusi%C3%B3n:Investigaci%C3%B3n_cualitativa

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 37 de 37



Firma del estudiante:



Firma del asesor:



Firma del jefe en el Centro de Práctica:

NOTA IMPORTANTE: Los informes presentados deben estar acorde con las normas APA