



FISCALIZACIÓN

AG-F-34-2020

AG-F-34-2020 Capacidad atención virtual de clientes

Proceso	Comercial Bancas de Desarrollo y Personas y Empresarial; Soporte al Negocio y Comunicación.
Subproceso u actividades	Canales digitales y alternos.
Dependencias que participan	Inteligencia Comercial Empresarial, Gestión Canales, Soporte Operativo Canales Físicos, Medios Electrónicos de Pago y Adquirencia y Dirección General de Relaciones Institucionales.
Muestra visita a puntos de venta u otros	BN Internet Banking Personas y Corporativo (Web y Móvil); BN Móvil (Celular); Centro de Contacto (Call Center); Centro Especializado de Tarjetas; Dirección Corporativa de Relaciones Institucionales.
Período de evaluación	El periodo de evaluación comprende de enero a junio del 2020. El alcance no considera el cumplimiento de metas del Plan Comercial 2019 y 2020.
Generalidad	<p>Generalidad: El estudio examina la capacidad del Banco para atender la demanda de transacciones, trámites bancarios y financieros, y las consultas de los clientes mediante sus canales de Internet Banking, Centro de Contacto, Centro Especializado de Tarjetas y las redes sociales; en la coyuntura de las medidas sanitarias restrictivas tomadas por el Gobierno de la República para contener la transmisión del virus Sars-CoV 2 (COVID 19).</p> <p>La existencia y aplicación de metodologías para medir la calidad del servicio brindado. Las acciones emprendidas por las áreas comerciales para incorporar funcionalidades que permitan al Banco mantener la excelencia en el servicio al cliente y por lo tanto, la competitividad en el mercado nacional.</p>
Objetivo(s) del Estudio	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Determinar el grado de cumplimiento del Banco en la atención de las transacciones de los clientes mediante los canales digitales y alternos de acuerdo con los parámetros establecidos por las Subgerencias Generales de Desarrollo y Personas y Empresarial e Institucional entre enero y junio del 2020. ➔ Determinar el grado de cumplimiento del Banco respecto de los parámetros de la calidad del servicio al cliente de acuerdo con lo establecidos en la Metodología Indicador Llave Experiencia Superior al Cliente entre enero y junio del 2020. ➔ Verificar si las Subgerencias Generales de Banca de Desarrollo y Personas y Empresarial e Institucional implementan tendencias tecnológicas internacionales y nacionales en los canales digitales y alternos de atención a los clientes que brinden al Banco ventajas competitivas con respecto a la oferta de los competidores del mercado financiero nacional.
Objetivos Institucionales relacionados	Superar la experiencia del cliente a través del liderazgo digital.
Principales Hallazgos	
Se detallan los hallazgos del estudio realizado:	
<ul style="list-style-type: none"> ➔ El Banco cumple con el 100% de la atención de la demanda transaccional y de los servicios requeridos por los clientes en los canales Internet Banking Personal y Corporativo, web y móvil, así como en sus canales alternos según los parámetros establecidos. El impacto en el servicio que presentan el Centro de Contacto y el Centro Especializado de Tarjetas obedece en su 	

mayoría a las situaciones críticas que genera la presencia del COVID 19 en el país, factores externos que entre marzo y abril inciden en el servicio al cliente, no obstante, esas dependencias toman medidas para continuar y a partir de mayo presentan tendencia de recuperación de las metas de atención establecidas.

La oportunidad de mejora en el área comercial está en el monitoreo transaccional por segmento de los canales digitales lo que puede permitir el planteamiento de tácticas comerciales y de una oferta de valor para incentivar en los clientes su afiliación y uso. El establecimiento de un seguimiento utilizando los reportes mensuales de la Dirección de Planeación y Control, Subgerencia General de Desarrollo y Personas, sobre la cantidad de transacciones, afiliaciones y clientes activos, referentes al Internet Banking Personal, además, de establecer los datos relevantes para extraer información, se constituyen en factores importantes en la administración del canal digital que ayude a la promoción, afiliación y mejora continua del servicio al cliente.

- ➔ *El Banco no cumple con los parámetros de servicio al cliente, excepto el Centro Especializado de Tarjetas, establecidos en la Metodología Indicador Llave Experiencia Superior al Cliente para los canales digitales entre enero y junio del 2020.*

Los planes de acción para solventar las debilidades señaladas en las evaluaciones de servicio al cliente están sujetas a los proyectos como el de Omnicanalidad y Experiencia del Servicio al Cliente que se encuentran en sus etapas iniciales y las mejoras se implementarán en largo plazo, sin embargo, mejorar la capacidad de respuesta del IB en las horas pico y en facilitar la aplicación del PAS a los clientes empresariales es una medida que debe solucionarse debido al impacto que tiene en la imagen del servicio del Banco; por lo tanto, el planteamiento de actividades para mejorar los atributos que presentan calificación inferior al mínimo establecido.

- ➔ *Las Subgerencias Generales de Desarrollo y Personas y Empresarial e Institucional implementan tendencias tecnológicas internacionales y nacionales en los canales digitales de atención a los clientes, que brinden condiciones comparativas o ventajas competitivas con respecto a la oferta de los competidores del mercado financiero nacional.*

El Banco tiene iniciativas para competir con las funcionalidades que se ofrecen en las aplicaciones bancarias a nivel local y está alineado con la tendencia de la banca digital con los proyectos de experiencia cliente, Omnicanalidad relacionado con la simplicidad digital que incluye la integración de los canales móviles, el plan de modernización tecnológica de los canales electrónico y la Visión BNDIGIT@L 4.0. El Banco ofrece canales digitales como Internet Banking Personal y Corporativo, con productos y servicios que se comparan con la oferta de los competidores.