



EDUCACIÓN EN EL USO DE LOS CANALES VIRTUALES A LOS CLIENTES DE LA
OFICINA GIRÓN DEL BANCO DAVIVIENDA

Modalidad: Práctica Empresarial

LAURA JULIANA GONZÁLEZ OROZCO
CC 1.099.373.770

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de Ciencias Socioeconómicas
Tecnología en Banca y Finanzas
Bucaramanga, 30/01/2020



EDUCACIÓN EN EL USO DE LOS CANALES VIRTUALES A LOS CLIENTES DE LA
OFICINA GIRÓN DEL BANCO DAVIVIENDA

Modalidad: Práctica Empresarial

LAURA JULIANA GONZÁLEZ OROZCO
CC 1.099.373.770

**Informe de práctica para optar al título de
TÉCNOLOGO EN BANCA Y FINANZAS**

DIRECTOR

ROSA MILENA ARENAS MARTINEZ

MILI MORENO MEZA

Directora Comercial, Of. Girón

Grupo de investigación – I&D FINANCIERO

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Socioeconómicas

Tecnología en Banca y Finanzas

Bucaramanga 30/01/2020

Nota de Aceptación

Firma del Evaluador

Firma del Director

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas a las que me gustaría agradecer por su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida y mi carrera.

Sin importar donde estén o si alguna vez llegan a leer estas líneas, quiero darles las infinitas gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones:

A Dios, porque me regala la vida y porque nunca me ha desamparado.

A mi mamá, porque trabaja incansablemente por y para mí.

A mi nonita Lilia, por sus consejos, su dirección y porque sus manos desgastadas siempre me brindan un plato de comida.

A mi Directora de proyecto, Rosa Milena Arenas, por su completa disposición y ayuda brindada en el desarrollo de mi trabajo de grado.

A mis compañeros de oficina del Banco Davivienda-Girón, por su paciencia y enseñanzas en todo el transcurso de mi pasantía;

Y por último, pero no menos importante, gracias a Esneyder Guerrero, Karen Gualdrón y German García, por su apoyo incondicional y porque sé que mi felicidad es también su felicidad.

¡Mil gracias!

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>7</u>
<u>1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA O COMUNIDAD</u>	<u>8</u>
<u>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	<u>9</u>
2.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	9
2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA.....	9
2.3. OBJETIVOS.....	10
2.3.1 OBJETIVO GENERAL	10
2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
2.4 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	11
<u>3 MARCO REFERENCIAL</u>	<u>14</u>
<u>4 DESARROLLO DE LA PRÁCTICA</u>	<u>22</u>
<u>5 RESULTADOS</u>	<u>25</u>
<u>6 CONCLUSIONES</u>	<u>27</u>
<u>7 RECOMENDACIONES.....</u>	<u>27</u>
<u>8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>28</u>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Antecedentes de las Fintech.....	13
Figura 2. Descripción para el desarrollo de la práctica en el Banco Davivienda Of-Girón	25

INTRODUCCIÓN

La banca ha sido uno de los sectores que ha sufrido importantes cambios en los últimos años; en este contexto, la inversión en tecnologías de la información en la banca ha sido notablemente superior a la de la mayoría de industrias, como puedan ser las telecomunicaciones, la sanidad o los seguros. En los últimos años, las entidades bancarias se han ocupado de cumplir con una regulación cada vez más exigente, mejorar su eficiencia y llevar a cabo procesos de fusiones que les permitieran crecer y ganar masa crítica, así como de buscar nuevas fuentes de ingresos. Todo ello se ha facilitado a través de una importante inversión tecnológica que tiene su cenit en la denominada “banca digital. La tecnología, además, ayuda a incrementar la eficiencia de los procesos bancarios, a su mecanización y a reducir el número de personas en tareas que no aportan valor añadido, en un momento en el que los ingresos recurrentes de la banca son difíciles de obtener (Soley, s.f).

La banca y la tecnología son dos realidades que, pese a haberse desarrollado de manera independiente, han llegado a compatibilizar en muchos aspectos. Hoy en día es impensable plantearse la actividad bancaria sin un nivel adecuado de tecnología, por lo tanto, es muy importante que los usuarios de los servicios financieros se eduquen en materia de tecnología y aprendan a utilizar los medios virtuales que las entidades bancarias poseen.

Es por ello, que se pretende brindar educación digital a los clientes y usuarios del Banco Davivienda-Girón, de forma que ellos puedan aprovechar al máximo todas las herramientas virtuales que ofrece el Banco, lo que se traduce en ahorro de tiempo, mayor eficiencia y aumento en la satisfacción de los clientes y usuarios.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA O COMUNIDAD

Davivienda es un banco colombiano que desde 1972 presta servicios a personas, empresas y al sector rural. Actualmente pertenece al Grupo Empresarial Bolívar y es la tercera entidad de su tipo en el país. Su símbolo principal es la Casita Roja, que se ha convertido en parte de la vida cotidiana de los colombianos. En Colombia, el banco se identifica como una banca innovadora y sólida. Su misión es generar valor para sus accionistas, clientes, colaboradores y terceros relacionados, apoyándose en las siguientes destrezas: conocimiento del cliente, manejo del riesgo, tecnología y procesos, innovación, sinergia empresarial, conocimiento del negocio y manejo emocional de las relaciones. El reto, ahora, es ofrecer un completo servicio de banca digital, acorde con las urgencias que demandan las nuevas generaciones; tecnología de vanguardia y creatividad unidas para brindar soluciones tan sencillas como seguras.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción de la problemática

Muchas personas prefieren ir a un dentista que hacer fila en un banco y este es precisamente uno de los mayores problemas que presentan las entidades financieras. En Davivienda en la oficina ubicada en Girón, la mayor insatisfacción de los clientes está en el área de Información, donde las personas se quejan continuamente de los largos tiempos de espera y esto se evidencia cuando, por ejemplo, el asesor marca el turno siguiente y las dos o tres personas que seguían ya se han ido porque se cansaron de esperar. La demora se debe a que algunos productos, como los créditos, consumen más tiempo que otros, ya que se requieren papeles, firmas, autorizaciones, etc. Por otro lado, a la oficina llegan muchos clientes con necesidades sencillas, como consultas, certificaciones, extractos, paz y salvo y aperturas de cuentas, las cuales se pueden hacer por medio de los canales virtuales y muchas veces, los clientes prefieren esperar largos minutos para que los atiendan, solo porque no conocen la existencia de estos canales o por desconfianza a la tecnología. De no atacarse esta situación, la imagen del banco puede decaer en cuanto a servicio al cliente y esto genera que clientes potenciales no hagan uso de sus servicios y que sus clientes actuales puedan cancelar los productos que tienen con el banco. Por lo expuesto anteriormente ¿Qué estrategias se pueden utilizar para educar y conducir a los clientes hacia los canales virtuales, mostrándoles sus ventajas y todas las transacciones que pueden realizar incluso desde sus casas?

2.2. Justificación de la práctica

En la actualidad, el uso de la tecnología hace parte del diario vivir de las personas y el sector bancario no es ajeno a esta situación. Según un estudio realizado por la firma Customer Index Value (CIV) sobre satisfacción del cliente, arrojó que los consumidores financieros calificaron la banca tradicional colombiana con un puntaje de 81,6 sobre 100. Entre los motivos para que los colombianos estén tan satisfechos con el sistema está la transformación digital, pues cerca de 45% de los clientes realiza operaciones a través del sitio web o de la app, lo que ha agilizado las transacciones y les ahorra tiempo a los usuarios. Además, la mejora de las plataformas digitales ha disminuido el flujo de personas en las oficinas y ha optimizado la atención en los canales (La República, 2019). Sin embargo, aun y cuando la tecnología ha ido incrementando su presencia y uso en el mundo de los usuarios, muchos de estos, por desconfianza, siguen optando por mantener su

relación con los servicios financieros mediante los canales tradicionales, ya que desconocen cómo usar de forma correcta los canales virtuales por falta de asesoría en este tema. A medida que las entidades financieras se digitalizan, logran ofrecer servicios más completos y, por ende, brindar mejores experiencias a sus usuarios en diversos niveles. Por un lado, el cliente tiene la posibilidad de poder conectar con el servicio bancario en cualquier momento, pero más allá de esto, hoy en día también puede acceder desde cualquier lugar y por medio de dispositivos que gran parte de la población posee y utiliza en su día a día. Además, este servicio virtual logra erradicar la necesidad del usuario de visitar diversas oficinas bancarias. Asimismo, y por si fuera poco, este tipo de servicios también permiten al usuario realizar sus propios movimientos, operaciones o transacciones sin tener que recurrir a intermediarios (Sandoval, 2019).

Las nuevas tecnologías aumentarán la digitalización y reducirán el costo de la prestación de servicios financieros. Pero todo esto no sucedería si los clientes no hacen uso de los canales digitales; es por esta razón que resulta muy importante que los clientes del banco Davivienda de Girón aprendan a usar los servicios financieros virtuales y así poder disfrutar de los beneficios que estos canales les ofrecen.

2.3. Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Establecer estrategias de educación a los clientes del Banco Davivienda Oficina Girón en el uso de la tecnología en los servicios financieros a través de los canales virtuales para satisfacer las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico sobre el uso de los canales virtuales en las transacciones financieras de los clientes de la Oficina Davivienda Girón a través de la observación, para definir estrategias de mejoramiento.
- Definir las estrategias de educación a los clientes en el uso de las Fintech para optimizar las inversiones realizadas, mejorar el servicio y descongestionar la oficina, teniendo en cuenta los parámetros y filosofía del Banco Davivienda.
- Aplicar las estrategias de educación en el uso de las Fintech, resolviendo las dudas por parte de los clientes de seguridad y funcionamiento.

2.4 Antecedentes de la Empresa

En el presente, los bancos están experimentando en general una gran presión competitiva que los está obligando a revisar sus métodos y herramientas utilizadas para proporcionar sus servicios bancarios. La globalización, que ha introducido a los mercados nuevos competidores, junto con la liberalización de la actividad bancaria, es uno de los factores que ejerce presión para bajar los costos y brindar, a la vez, mejores servicios. Afortunadamente, la industria bancaria cuenta hoy en día con diversos recursos y soluciones disponibles; y esto gracias al desarrollo reciente de la tecnología y las comunicaciones. Es sabido que el negocio bancario, por manejar grandes bases de datos, de clientes, cuentas, cotizaciones, transferencias, fondos y otros está ligado estrechamente con la información, lo que le hace propicio liderar innovaciones constantes (Herrera, Jara y Jerez, 2005). Este avance ha dado lugar al nacimiento de las empresas Fintech (Financial Technologies). Este término se ha utilizado para describir el conjunto de actividades y servicios que van desde gestión de finanzas personales y empresariales hasta educación financiera, pagos, créditos, FIC o aplicaciones para instituciones financieras, entre otros. En la figura 1 se describen los principales aspectos de la evolución de las Fintech.

Cuando las *Financial Technologies* (fintech) comenzaron a tener gran incidencia en el mercado, fueron percibidas como una amenaza para el sistema financiero tradicional. Sin embargo, hoy, lejos de ser catalogadas como un enemigo, estas iniciativas se han convertido en la puerta de acceso a la transformación de la banca y sus aliadas. No obstante, dicha evolución no solo implica una migración hacia los modelos digitales, sino que también es necesario un cambio de mentalidad en la industria para cumplir las exigencias de los usuarios actuales y futuros. Precisamente, en medio de este acelerado crecimiento, las fintech han llegado para reestructurar el ecosistema financiero y convertirse en la respuesta a la necesidad de inclusión financiera que tiene el país. En Latinoamérica el negocio de las tecnologías financieras sigue en ascenso, ya que además de crecer anualmente a una tasa promedio del 40%, cada vez son más los recursos privados que se invierten para apoyar los emprendimientos que buscan crear nuevos productos y servicios. Así lo confirmó un estudio de la firma KPMG, el cual revela que durante 2017 se invirtieron US\$31.000 millones, de los cuales 711 negocios en América recibieron US\$19.000 millones (63,9%).

Colombia no le ha dado la espalda a esta tendencia. La tasa de crecimiento de esta industria ya alcanzó el 60% durante el último año (20 puntos porcentuales más sobre la media regional). Además, se ubicó como el tercer país de la región

que lidera la actividad fintech. Durante 2017, el 53% de los colombianos dejó de visitar las sucursales físicas de su banco para realizar diferentes transacciones desde su celular o computador, según muestran los reportes de la Superintendencia Financiera. Sin embargo, gracias a la rápida penetración de internet, se prevé un acceso significativo a este tipo de servicios para los próximos siete años, con un incremento de 721% (más de 15 millones de usuarios) (Colombia Fintech, 2019).

De esta manera, no es de extrañarse que la mayoría de bancos cuenten con aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas. Un ejemplo de esto, es el Banco de la República, que lanzó en el 2016 una aplicación móvil disponible para sistemas operativos iOS y Android que tiene como objetivo consultar los elementos de seguridad de la nueva familia de billetes. Davivienda, Citibank, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banco AV Villas, Banco Caja Social o Banco de Occidente son apenas algunas de las firmas que se han unido en los últimos años a las listas de bancos que ofrecen soluciones móviles para sus clientes.

“Bbva cuenta con una app transaccional llamada ‘Bbva Móvil’, que tiene altos estándares de seguridad y ofrece a los clientes la posibilidad de realizar la mayoría de transacciones que una persona necesita hacer con su dinero: pagos de servicios, de obligaciones, transferencias, consultas sobre sus productos. Adicionalmente, ofrece a los clientes la posibilidad de contratar planes desde su teléfono móvil, como es el caso de ‘CDT On Line’. Es decir, permite acceder a cupos preaprobados de créditos de consumo y a la opción de adelantos de nómina, un producto lanzado por Bbva recientemente, que ofrece a los clientes de nómina la posibilidad de realizar adelantos de su salario. Por eso, nuestra aplicación la usan hoy más de 450.000 clientes cada mes. Este número viene creciendo a tasas mayores al 50% anual”, afirmó Tatiana Nogales, directora de Consumer Care de Bbva Colombia. Según datos de Bancolombia, 68,8% de los usuarios del banco utiliza los canales digitales como medio para acceder a sus productos y servicios financieros. Además, en 2016 los montos transados a través de esta aplicación fueron de \$17,1 billones, con un crecimiento del 75% frente al 2015, que registró \$9,7 billones a través del mismo medio. Sin embargo, las ventajas no se limitan a los usuarios de cuentas de ahorro de los bancos. Las empresas también hacen parte de los clientes beneficiados de los desarrollos tecnológicos y en entidades como Bancolombia las firmas pueden acceder a operaciones de consulta y aprobación de transacciones, realizar pagos de nómina, facturas, hacer transferencias de fondos a otras cuentas, entre otros servicios. También, se está implementando en algunas de las entidades la modalidad de ‘billetera móvil’, que permite hacer compras en establecimientos comerciales usando el celular y haciendo a un lado efectivo y plásticos (Sarmiento, 2017).

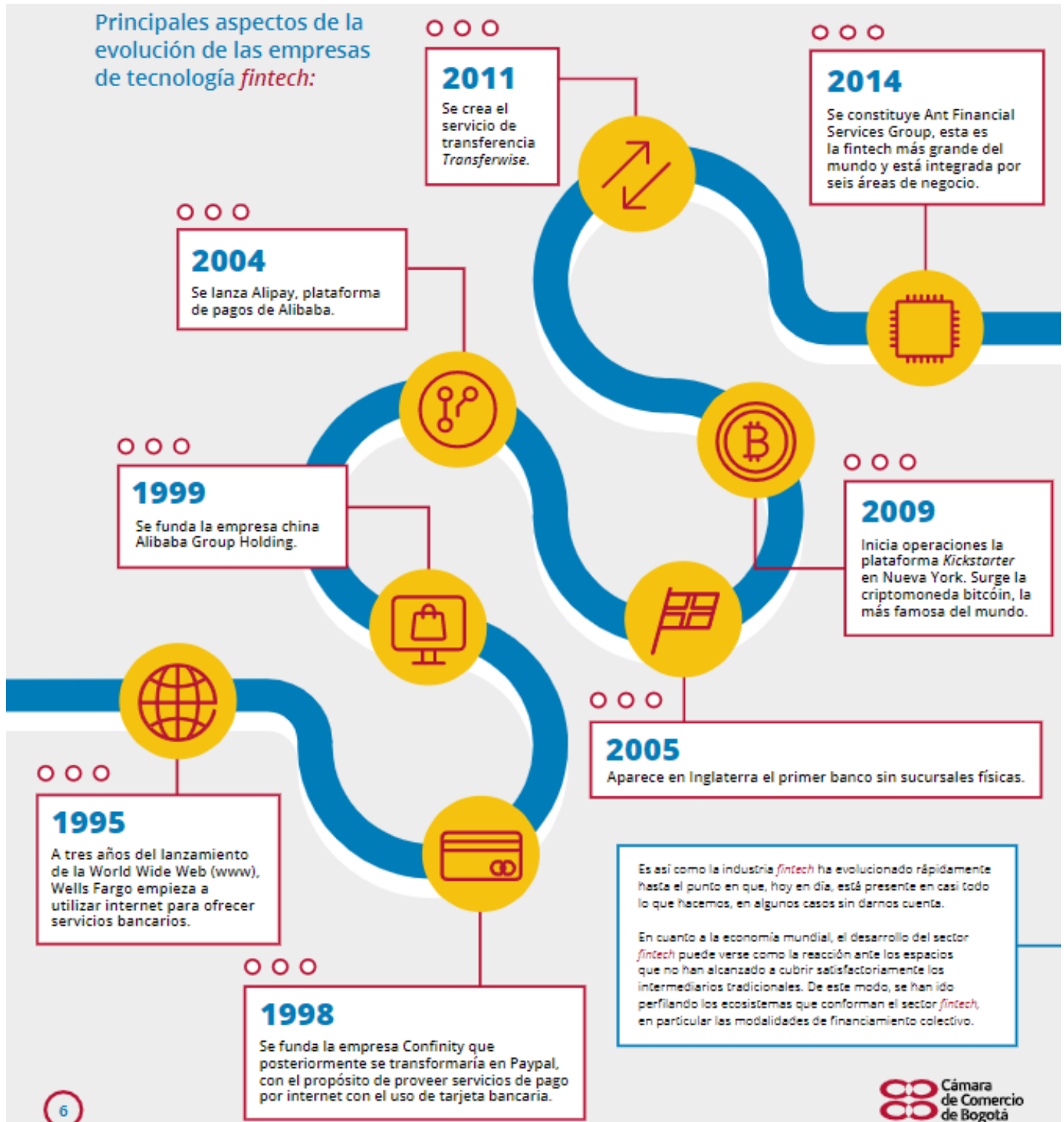


Fig. 1 Antecedentes de las Fintech. Fuente <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22726>

3 MARCO REFERENCIAL

3.1. MARCO TEÓRICO

En un mundo globalizado donde el Internet ha transformado la manera de hacer negocios, el sistema financiero no podía quedarse atrás. Se incorporan nuevas tecnologías de información en los servicios bancarios, que están alterando las definiciones tradicionales de producto, mercado y cliente, y que han cambiado la banca global, desarrollándose la banca por Internet, como un medio de comunicación entre los bancos y sus clientes ya sean personas naturales o jurídicas, para realizar transacciones en línea a un menor tiempo y costo para sus usuarios, optimizando mejor sus recursos. Las actividades bancarias del Internet han reducido perceptiblemente las barreras a la entrada, acelerando la desintermediación bancaria. Actualmente, los estudios comprueban que el sector que más está usando las tecnologías de la información en el mundo es el sector financiero (Herrera, Jara y Jerez, 2005).

Existen dos conceptos de banca por Internet:

- a. “Un banco que sólo existe en Internet y carece de oficinas”. En este caso las operaciones se realizan exclusivamente desde Internet.
- b. “Un banco cuyas oficinas existen físicamente y que cuentan con un canal de distribución de productos y servicios que opera en Internet”. Este caso es de momento el más habitual.

La inteligencia artificial, la automatización de procesos, el blockchain y la computación en la nube, son solo algunas de las tendencias tecnológicas que hoy ponen contra la pared al sector financiero tradicional. Hoy, tendencias globales como el crowdfunding (financiación colaborativa), las plataformas de préstamo peer-to-peer (P2P) o las criptomonedas, están cambiando la relación entre los usuarios y los servicios financieros a nivel mundial. Toda esta transformación hace parte de algo que los expertos han denominado como ‘Fintech’, que en términos básicos no es más que poner la innovación tecnológica al servicio del sector financiero (Dinero, 2017).

3.1.1. ¿QUÉ SIGNIFICA FINTECH?

Fintech es una palabra que surge de la unión de dos términos en inglés: Finance y Technology (en español, tecnología financiera). Se trata de empresas que ofertan a sus clientes productos y servicios financieros innovadores, mediante la utilización de las tecnologías de las TIC's. Estas startups utilizan la tecnología

financiera como medio para abaratar costes y simplificar procesos, dando como resultado un servicio eficiente en internet para el usuario, a la vez que generan menores comisiones en relación a los sistemas tradicionales (Economía TIC, 2018).

3.1.1.1. TIPOS DE FINTECH

- Financiación de particulares y empresas: Se trata de una serie de empresas cuyo trabajo primordial se basa en la asesoría y el apoyo financiero a pequeñas y medianas empresas mediante páginas web especializadas.
- Asesoramiento financiero y en inversiones: También conocido como el Robo Advisor. La tecnología utilizada por diversas Fintech en esta área, ha permitido automatizar los procesos de asesoramiento financiero a PYMES, startups, usuarios privados, etc. La reducción de costes y la eliminación de comisiones por asesoramiento, ha abierto un campo extenso a inversores con menos recursos. En otras palabras, no pierdes tiempo y sólo pagas cuando contratas un servicio.
- Pagos y cobros a través de Smartphone y dispositivos móviles: La utilización de aplicaciones móviles para transferir y recibir dinero de forma más rápida y sencilla, sin necesidad de ir a algún establecimiento bancario es una práctica que se ha extendido en los últimos años.
- Inversión: Plataforma donde cualquier individuo puede invertir recursos económicos en negocios o empresas que hagan uso de este medio para financiarse.
- Finanzas Personales: Suelen funcionar a través de apps y su misión es facilitar el entendimiento de las cuentas por parte de los usuarios: Ingresos y gastos, tesorería, domiciliaciones, etc. Información actualizada de las cuentas y los movimientos realizados.
- Distribución de Productos Financieros: Estas Fintech se basan en agregar la oferta que se encuentran en internet. Su función consiste en presentar la información de manera simple, para examinar de una forma más intuitiva los pros y los contras de la oferta que se encuentra en el mercado en función de una serie de parámetros comunes (Economía TIC, 2018).

3.1.2. CANALES VIRTUALES EN DAVIVIENDA

3.1.2.1. APP DAVIVIENDA MÓVIL

Davivienda Móvil es una aplicación de descarga gratuita desde dispositivos móviles, que permite realizar consultas y transacciones. Este servicio está disponible tanto para clientes Davivienda, como usuarios. Sus principales características son (Davivienda, s.f):

- Consulta de Productos
- Transferencias entre cuentas Davivienda, Daviplata y a otros Bancos.
- Pagos de productos Davivienda y de servicios públicos.
- Recargas a celulares en Colombia.
- Avances.
- Activaciones y Bloqueos de productos.
- Activar o desactivar las compras virtuales e internacionales.
- Encontrar oficinas y cajeros más cercanos.

Además tiene funcionalidades como:

- Pagar Fácil, en donde podrá encontrar la opción de escanear código la cual le permitirá al usuario realizar pagos de servicios públicos y privados tan fácil como tomar una foto; hacer pagos a través de códigos QR generados por otros clientes y la posibilidad de generar sus propios códigos para realizar cobros a otros clientes que también utilicen la aplicación Davivienda Móvil.
- Retiros sin tarjeta, que le permitirá realizar retiros de dinero en efectivo sin necesidad de tener su tarjeta débito a la mano. Lo único que necesitará es programar un retiro por el valor deseado y listo. La aplicación le enviará un mensaje de texto el cual contiene un código que usted deberá ingresar en el cajero electrónico al momento de realizar el retiro en efectivo. Así de fácil.
- Abrir “bolsillos” que permiten ahorrar dinero de forma automática.
- Tener acceso al servicio atención en línea, en la cual podrás acceder a una sección de preguntas frecuentes y podrás también hablar con un asesor a través de chat (Restrepo, 2018).

Sus principales beneficios son:

- Acceso a la banca online, para realizar consultas y operaciones.
- Mayor portabilidad y movilidad para acceder a la información de los productos 24 horas al día los siete días de la semana.
- Se podrá hacer uso de las funciones del dispositivo, como cámara, GPS, correo electrónico para algunas opciones.
- Utiliza medidas de seguridad, que garantizan la confidencialidad, integridad y conservación de la información.

3.1.2.2. DAVIPLATA

DaviPlata es un producto que le permite manejar su plata desde el celular de forma fácil, rápida y segura. Puede activarse desde cualquier operador disponible

en Colombia (Claro, Tigo, Uff y Movistar). Se puede activar de dos formas, a través de la App DaviPlata o a través de la SIM CARD. Los principales beneficios de DaviPlata son (DaviPlata, s.f):

- Sin cobro del 4x1.000
- Sin cuenta de banco o tarjeta débito.
- Activación inmediata sin trámites ni documentos.
- Monto máximo de 3 smmlv.
- Sin cuota de manejo.
- Recargar minutos a sus familiares y amigos sin importar si tienen otro operador.
- Hacer el pago de sus servicios públicos o privados con tan solo tomarle una foto al código de barras de la factura.
- Consultar sus movimientos en línea y enviarlos directamente a su correo electrónico.
- Recibir giros nacionales directamente en su celular.
- Recibir giros internacionales a cualquier hora del día.

3.1.2.3. DAVIPAY

DaviPay es un APP que le permite realizar pagos desde el celular de una manera fácil y segura. Está disponible para dispositivos iPhone y Android. Con DaviPay puede convertir el celular en una billetera digital donde podrá tener todas sus tarjetas de crédito sin necesidad de llevarlas físicamente. Permite realizar pagos en diferentes establecimientos, bajo las siguientes modalidades (Davivienda, 2016):

- Escoger, pagar y reclamar sus productos sin hacer filas.
- Pagar sin tarjetas a través de un código OTP (One- Time Password).
- Pagar con Davipuntos.

3.1.2.4. APP COMPRAS DAVIVIENDA

Con la aplicación Compras Davivienda usted tendrá a la mano las mejores ofertas y productos para comprar y a la vez podrá administrar sus tarjetas de crédito del Banco Davivienda de una forma fácil y segura.

En la aplicación Compras Davivienda usted podrá:

- Realizar compras Online en el mall Compras Davivienda.
- Consultar promociones vigentes para compras con tarjeta de crédito, personalizadas según sus gustos e intereses.

- Realizar pagos y consultas de sus tarjetas de crédito.
- Realizar solicitudes de nuevas tarjetas de crédito.
- Realizar solicitudes de compras de cartera con tarjeta de crédito.
- Trasladar cupos entre sus tarjetas de crédito.
- Rediferir el saldo de su tarjeta de crédito (Davivienda, s.f).

3.1.2.5. TELÉFONO ROJO

Es un servicio cómodo, fácil, rápido y seguro que permite realizar consultas, pagos, transferencias, bloqueos y activaciones por teléfono. Además, brinda acceso a servicios especiales que facilitan las transacciones 24 horas todos los días, desde cualquier ciudad del país (Davivienda, s.f).

Las líneas de atención son:

Bogotá 3383838

Resto del país 018000 123 838

3.1.3. MARCO CONCEPTUAL

La revolución digital ha llegado a los bancos para quedarse. Las entidades bancarias son cada día más tecnológicas y ofrecen productos y servicios online que en la actualidad representan un valor añadido para los clientes. Al principio puede resultar complicado valorar unas ofertas frente a otras, debido al ritmo al que los bancos se están transformando. Los millennials tienen muy claro que cuantos más trámites puedan hacerse desde el teléfono móvil, mejor. Y cuantas menos veces tengan que desplazarse hasta una oficina física, mejor. Por tanto, la banca digital supone una nueva forma de relacionarse con el banco, del que esperan transparencia y sencillez a la hora de contratar nuevos productos, hacer cualquier tipo de trámite o consultar al gestor personal para resolver una necesidad. Y todo ello a distancia y a cualquier hora del día, sin horarios (Gorris, 2018).

Los bancos que migraron al mundo digital encontraron todo un escenario nuevo: las tecnologías actuales permiten ofrecer servicios que no existen en el mundo analógico, y ayudan a llegar con mayor eficiencia a un número mayor de clientes. El fenómeno fintech es la evidencia más clara: bancos que residen por completo en los teléfonos móviles, y un ecosistema de medios de pago realmente novedosos, que van desde manillas y gadget del llamado “Internet de las cosas”, hasta botones de pago incrustados en las redes sociales para que los clientes realicen transacciones dentro de su ambiente nativo de interacción digital. El

fenómeno fintech es todavía pequeño en Colombia y aun en el mundo, pero su curva de crecimiento indica que podría copar el 30 por ciento del negocio bancario en la próxima década. Y aunque las iniciativas fintech nacieron como emprendimientos alternativos a los bancos, en realidad es el sector financiero el que los ha adoptado y los incuba con cada vez mayor interés. En Colombia, algunos de los principales bancos crearon o están en proceso de hacerlo, laboratorios de innovación, o establecen alianzas con las startups más prometedoras, que les proveen esos servicios ingeniosos que los colombianos han empezado a recibir en el último par de años (Colombia Fintech, 2019).

En esta era digital es indispensable asesorar al cliente día a día en la gestión de sus finanzas sin obligarlo a acudir a oficinas y trámites engorrosos es lo que los expertos denominan una banca centrada en las personas. Las tendencias tecnológicas de mayor adopción para lograrlo son la plataformización, es decir, la provisión de infraestructuras de servicios por parte de terceros, que la banca aprovecha para adaptarse a los nuevos escenarios digitales; así como la banca abierta y la banca móvil, entre otros conceptos en términos generales. Los bancos del futuro se parecerán poco a los que conocemos hoy y lo negativo será el desempleo que generan estas tendencias digitales pero existirá un confort de todos nosotros, hay términos nuevos que no parecen en el idioma español y que se van a volver muy cotidianos o virales (Colombia Fintech, 2019).

3.1.4. MARCO LEGAL

- Proyecto de decreto para consolidación del ecosistema de pagos digitales: El uso de la tecnología y la innovación financiera han generado profundos cambios en el sector de pagos, permitiendo que las transacciones en el mundo se realicen de forma digital e inmediata, en condiciones cada vez más competitivas e interoperables. Con el fin de evaluar el esquema regulatorio de los Sistemas de Pago de Bajo Valor en Colombia (como Credibanco, Redeban, ACH, etc.) y servir de soporte para la construcción de propuestas regulatorias tendientes a impulsar un mayor desarrollo de la industria de pagos, la URF publicó en julio de 2018 un documento técnico para ser estudiado por la industria y recibir los comentarios de esta. Con base en las conclusiones de las mesas de discusión llevadas a cabo con la industria, durante 2019 el regulador realizará la expedición del nuevo decreto del sistema de pagos de bajo valor y conformará una mesa de trabajo con otras autoridades para adelantar una revisión de los demás aspectos requeridos para promover el ecosistema de pagos digitales en el país.

- Estudio de Open Banking e identidad digital: Dado el proceso de transformación y digitalización de la banca, la URF construirá un estudio técnico con el fin de revisar las tendencias regulatorias que se han venido adoptando en el mundo para promover la identidad digital y la apertura de información financiera entre entidades financieras y otras sociedades especializadas en un entorno seguro y eficiente. La adopción de un estándar regulatorio, operativo y tecnológico frente a la identidad digital facilita el proceso de simplificación de vinculación de clientes a los diferentes servicios financieros. Al mismo tiempo, la creación de un ambiente de información digital colaborativo, redundando en beneficios para el consumidor en la medida en que se facilita la prestación de servicios personalizados y para las entidades financieras al incentivar la innovación y facilitar la identificación de necesidades particulares de los consumidores. El estudio descrito permitirá definir los pasos necesarios para avanzar en estos frentes.
- Estudio para la revisión del concepto de captación masiva y habitual: En Colombia la actividad de captación de dineros del público de forma masiva y habitual ha tenido una especial vigilancia para proteger el dinero del público y salvaguardar la estabilidad del sistema financiero del país. Es por esto que el Estado, mediante el Decreto 1981 de 1988, estableció las situaciones en las cuales se presenta la captación de dineros del público en forma masiva y habitual y creó una fuerte estructura normativa para aquellas entidades autorizadas. Dichas entidades deben cumplir exigencias regulatorias específicas tales como, capital mínimo para operar, márgenes de solvencia, reporte de información a las autoridades de supervisión, modelos de administración de sus riesgos. De esta manera, el marco regulatorio actual no permite que se capten recursos en forma masiva a través de entidades diferentes a las autorizadas por la Superintendencia Financiera. Quien así lo haga, incurre en una actividad delictiva consagrada en el Código Penal.

Ahora bien, la innovación financiera en el área de pagos electrónicos y en general el surgimiento de nuevos modelos de negocio para la prestación de productos y servicios financieros, ha evidenciado la necesidad de revisar los supuestos establecidos en el marco normativo para la captación de recursos del público. Un ejemplo de estos servicios novedosos, son los esquemas de pago anticipado de bienes o servicios, en los cuales un tercero, distinto al vendedor o proveedor directo del bien o el servicio, recibe un valor monetario, que mediante cualquier canal o instrumento puede ser utilizado posteriormente exclusivamente para hacer compras en una red de comercios.

La Unidad adelantará un estudio que revise las mejoras prácticas internacionales y las necesidades regulatorias, con el fin de dotar de seguridad jurídica a los diferentes actores del sistema y a la vez brinde flexibilidad para la creación de nuevos modelos de negocio.

- Estudio del crédito de bajo monto: Gran parte de los esfuerzos en materia de acceso al sistema financiero se han centrado en los productos de depósito, mediante la creación de las cuentas de ahorro y los depósitos electrónicos de trámite simplificado. Esto ha llevado a que hoy el 75,6% de los adultos del país tengan al menos un producto de depósito, lo cual contrasta con el indicador de inclusión de financiación, según el cual el 44% de la población adulta tiene al menos un producto de crédito, de acuerdo cifras de Banca de Oportunidades.

Por lo anterior, es importante promover desde la regulación la creación de productos crediticios simplificados y ajustados a las necesidades de la población, especialmente la de menores ingresos, la cual debe recurrir a instituciones no vigiladas y prestamistas informales (gota a gota) para cubrir sus necesidades de crédito.

En esa línea, la URF realizará un estudio técnico para identificar los avances y barreras que existen para ampliar la originación de préstamos de consumo de bajo monto para la población, incluida una revisión al decreto 2654 de 2014.

- Proyecto de decreto de Corresponsales: Uno de los pilares esenciales de la inclusión financiera es contar con una cobertura amplia de canales de atención del sistema financiero, que permita a la población realizar sus operaciones en un ambiente seguro y de fácil acceso. Hoy el 100% de los municipios del país tienen al menos un punto de contacto del sistema financiero, en buena parte gracias al modelo de corresponsales. Es necesario seguir aumentando la densidad y calidad de la cobertura financiera utilizando las nuevas tecnologías e innovaciones, especialmente en las zonas rurales en donde los costos de la operación bancaria suelen incrementarse. Con ese propósito, la URF revisará la regulación vigente sobre los corresponsales con el fin de simplificar los requisitos de infraestructura físicos y de conexión hoy previstos en la regulación con el fin de profundizar el uso de este canal y demás, para ampliar la capilaridad del sistema financiero especialmente en las zonas más alejadas del país.
- La Circular Externa 052 de 2007 adicionó el Capítulo Décimo Segundo al Título Primero de la Circular Básica Jurídica (Circular Externa 007 de 1996),

impartió algunos “requerimientos mínimos de seguridad y calidad en el manejo de información a través de medios y canales de distribución de productos y servicios para clientes y usuarios”, sin embargo, dicho instructivo fue objeto de reforma por parte de la Circular Externa 042 de octubre 4 de 2012, mediante la cual se realizaron algunas modificaciones al referido capítulo en materia de requerimientos mínimos de seguridad y calidad para la realización de operaciones; cambios que responden precisamente a distintos factores como la masificación del uso de los dispositivos móviles, la disminución de la brecha digital, la irrupción de las tecnologías de la información en las facetas cotidianas de la vida, entre otros motivos.

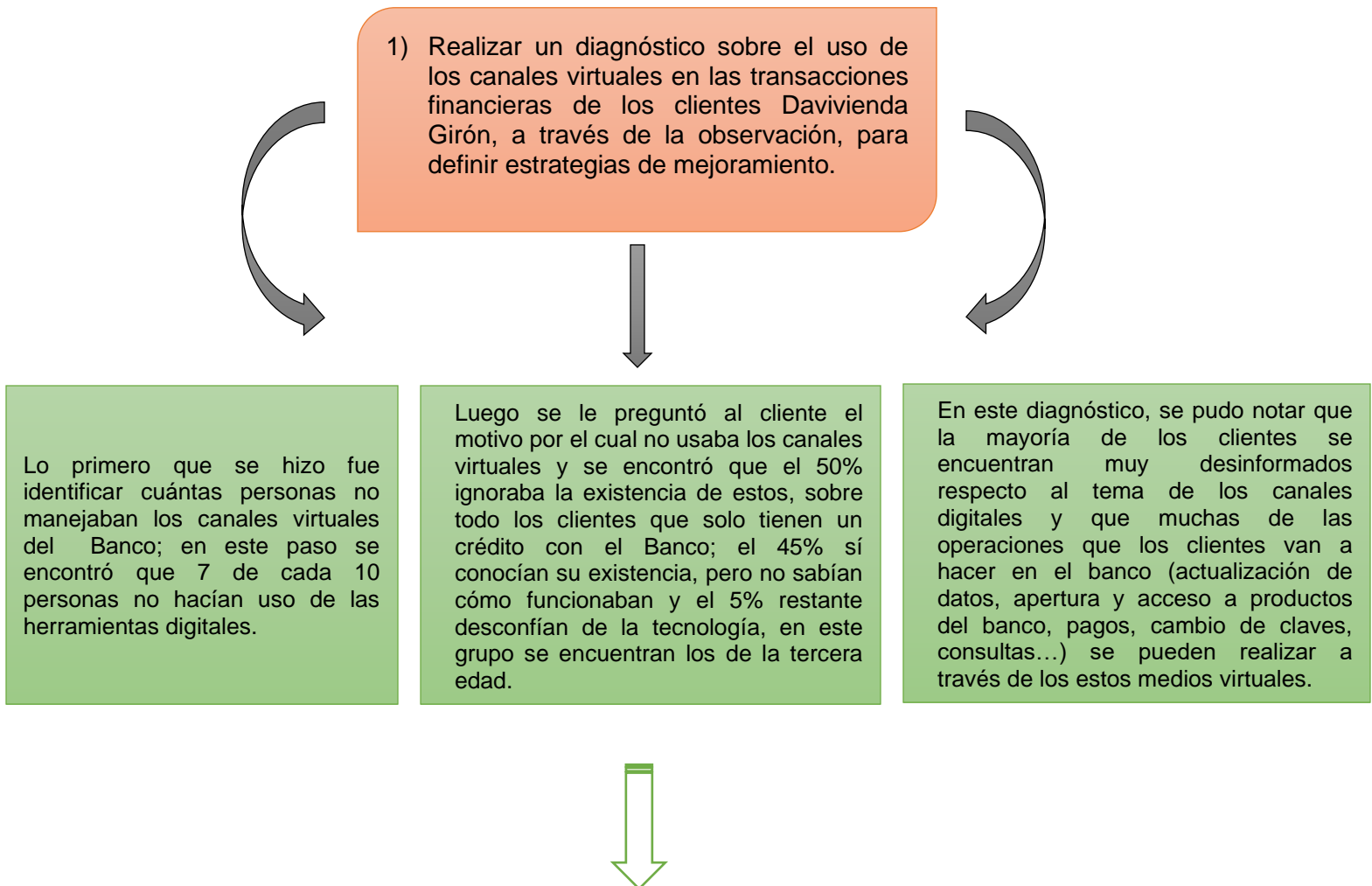
3.1.5. MARCO AMBIENTAL

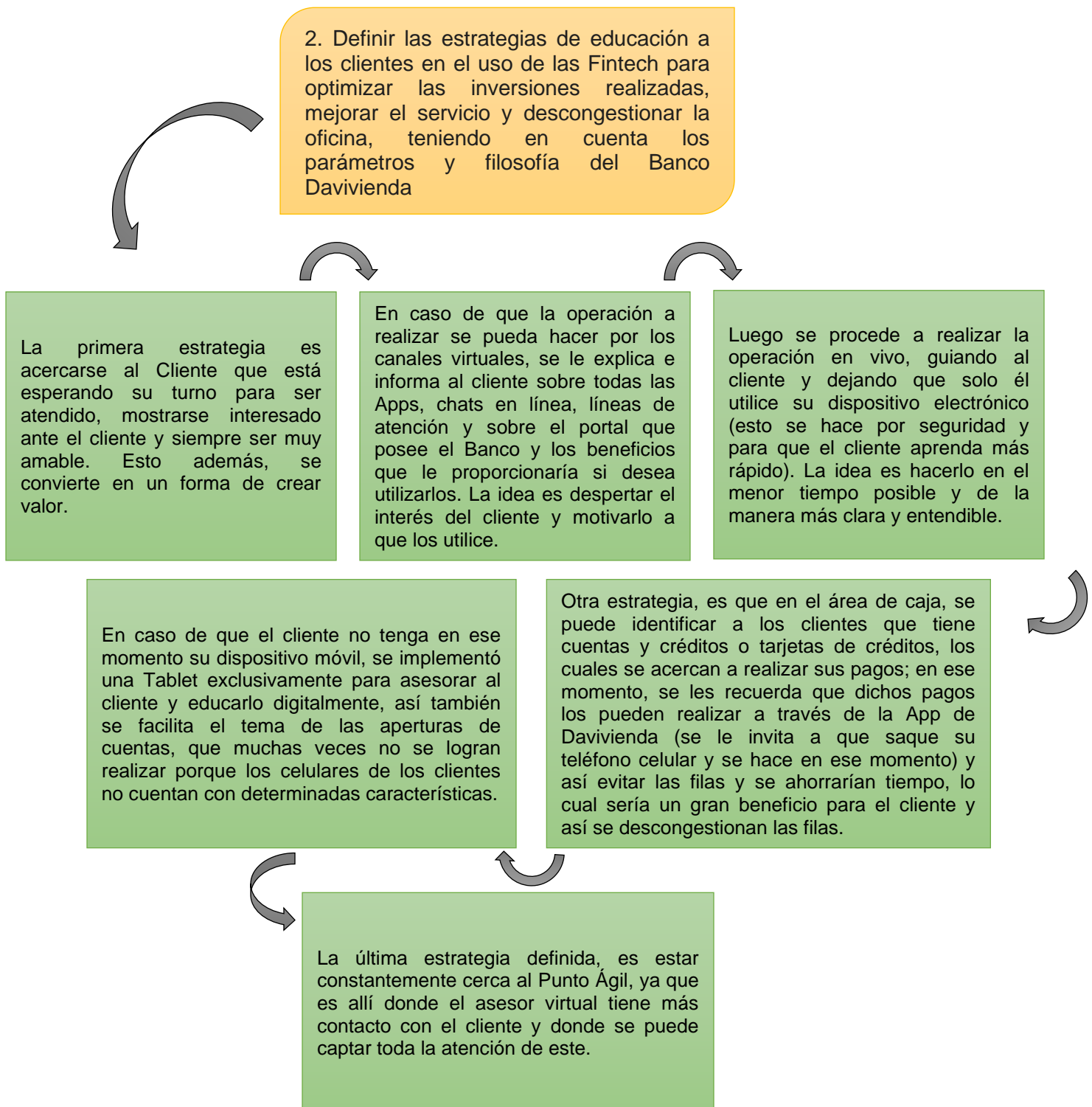
Las entidades bancarias tienen el poder de influir en los comportamientos de sus clientes. El impulso de la banca sostenible es crucial para llegar a una sociedad más amigable con el medioambiente. “Antes a la banca le importaba a quién le prestaba el dinero, pero no le interesaba qué hacían sus clientes con él. Hoy vivimos en un mundo conectado donde todo se sabe y en el que las nuevas generaciones son más conscientes de los temas ambientales”, dice María Camargo, consultora en banca sostenible. Antes la banca entendía la sostenibilidad como ecoeficiencia. “Sembremos árboles, ahorremos papel y otras acciones muy claras para disminuir el impacto del sector en el medioambiente”, dice Doris Arévalo, gerente de flujos globales de Bancóldex. Pero no bastaba con estudiar el riesgo financiero del cliente, es decir, la probabilidad de que tuviera dinero para pagar el préstamo, sino que también se debía medir el riesgo ambiental del proyecto para el cual se prestaban los recursos. No era solo una cuestión altruista sino estratégica. “Si el cliente no tenía bien contemplada la perspectiva ambiental, o no tenía sus permisos en orden, el proyecto podría fallar y el préstamo se perdería”, explica Arévalo (Semana, 2017).

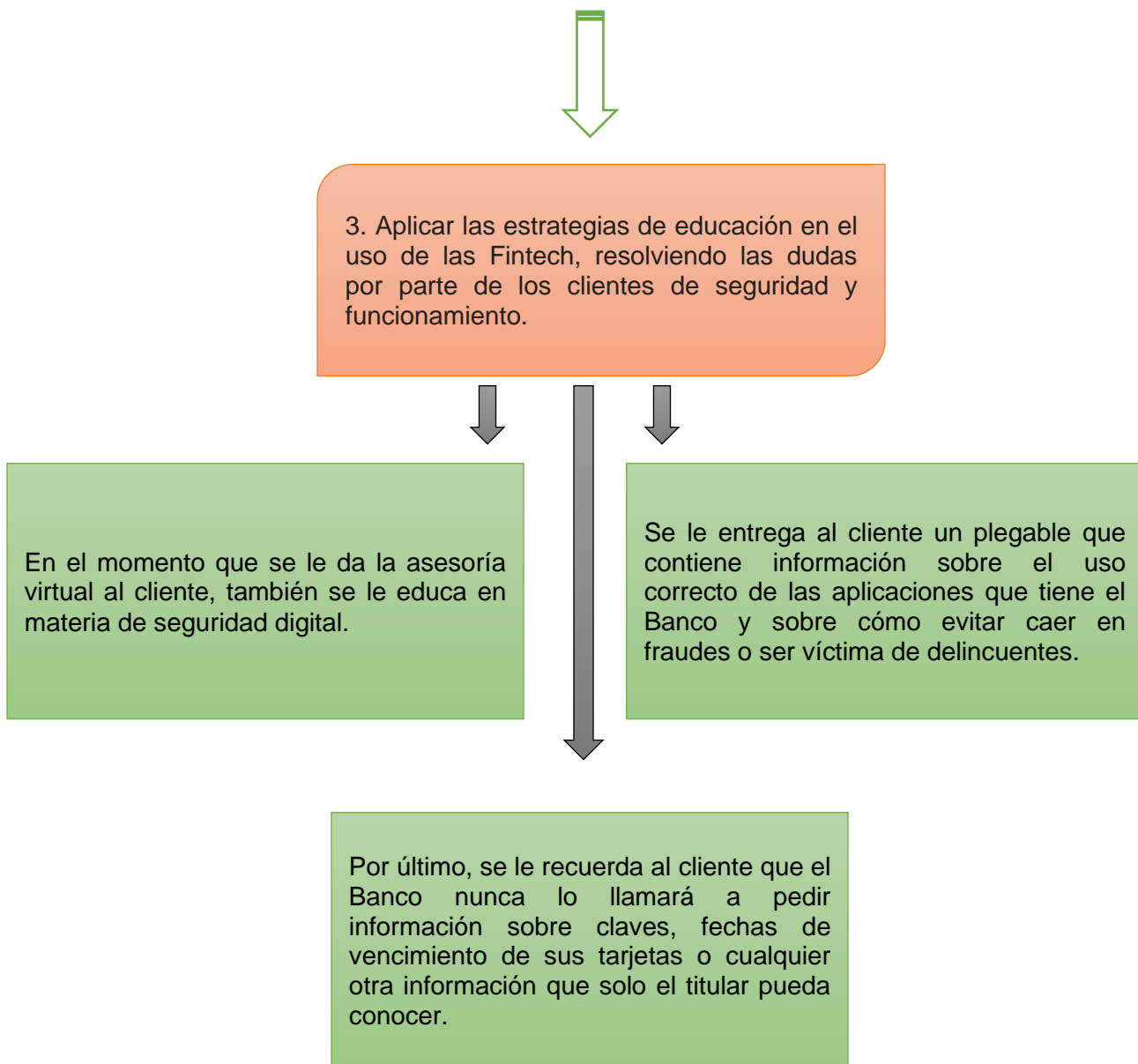
4 DESARROLLO DE LA PRÁCTICA

La metodología a utilizar en este proyecto es de tipo Exploratoria, Descriptiva y Aplicada. Exploratoria porque a través de la observación se verifica el uso que los clientes hacen de las plataformas digitales. Descriptiva, porque se hace un documento de diagnóstico del uso de las plataformas para establecer estrategias pertinentes que motiven al cliente a hacer un buen uso de las plataformas digitales, y Aplicada porque las estrategias definidas serán aplicadas para lograr los objetivos de Davivienda con las Fintech.

4.1. PASO A PASO PARA EL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA







*Fig. 2. Descripción para el desarrollo de la práctica en el Banco Davivienda Of-Girón.
Fuente: Autor*

5 RESULTADOS

- Aumento del uso del Punto Ágil ubicado en la oficina Girón. Esto se puede evidenciar cada que los clientes se acercan directamente a este punto e

ingresan con sus respectivas claves virtuales a imprimir certificados, extractos o simplemente a realizar sus consultas. En su mayoría lo hacen sin pedir ningún tipo de ayuda.

- Todas las cuentas de ahorros para persona natural se abrieron desde un teléfono móvil, excepto las de extranjeros y la de aquellos cuyas huellas dactilares no eran leídas en los celulares. Las cuentas abiertas desde un celular inician con el número 4884 y gran parte de las consignaciones hechas a cuentas de ahorros iniciaban con este número indicando que eran cuentas móviles; esto se pudo notar en el momento que se estuvo en el área de caja, que fue los últimos dos meses.
- Disminución de la congestión en el área de “Información”. Al acercarse y preguntarle a los clientes qué información necesitaban, la mayoría iba por asignación/cambio de tarjetas, solicitud de productos y olvido de claves. Esto solo puede ser solucionado en la oficina, indicando que los demás clientes que normalmente iban por consultas de saldos, de número de productos, creación de claves virtuales, etc., lo estaban haciendo a través de los canales virtuales que tiene el Banco.
- Clientes que usan todos los canales digitales de forma segura bajo las indicaciones y recomendaciones dadas en el Banco.
- Ahorro de tiempo para los clientes que deben pagar sus productos, ya que esto lo hacen directamente desde la App Davivienda Móvil, pagando desde su cuenta de ahorros todos sus productos y los productos de terceros; de esta forma evitan ir al Banco y hacer fila.
- Aumento de la satisfacción de los clientes en temas de servicio, lo cual fue evidente en el mes de noviembre, donde la oficina obtuvo una alta calificación en esta área y sus funcionarios obtuvieron una bonificación.
- Durante el último mes (Diciembre-Enero) se le preguntaba a los clientes que se acercaban a la oficina si ya tenían clave virtual y 8 de cada 10, afirmaban que sí, lo cual indica un aumento en el uso de las Apps y del portal.
- Aproximadamente 5 créditos móviles aprobados, cuyos montos oscilaban entre \$1.000.000 y \$40.000.000. Además salieron aprobadas 2 tarjetas móviles, una de \$3.000.000 y otra de \$1.500.000

6 CONCLUSIONES

- Con el paso del tiempo y el avance de la tecnología, la Banca se hace cada vez más virtual.
- La población de la tercera edad prefiere los servicios tradicionales, mientras que la población más joven tiende a ser más digital.
- En Davivienda-Girón, el área de Caja es más movida, por lo tanto el enfoque para esta área fue educar a los clientes para que todos los pagos los hicieran a través de la App.
- La queja más común por parte de los clientes es el tiempo de espera en las filas, por lo tanto se le demuestra interés al cliente abordándolo e intentado solucionar su problema.
- La aplicación de las Fintech, permite aumentar la satisfacción de los clientes, ya que permiten que el cliente haga todo desde su teléfono y así evitar ir directamente al Banco.

7 RECOMENDACIONES

- Utilizar un dispositivo electrónico más actualizado, ya que la actual Tablet presenta errores de software.
- Ofrecer la asesoría digital de la forma más clara posible y en un tiempo mínimo, ya que normalmente los usuarios y clientes van al Banco con poco tiempo disponible.
- El asesor debe capacitarse primero que todo sobre el manejo de los canales digitales, ya que dichos canales tienen diversos detalles y es importante saber antes de enseñar.
- Siempre estar sonriente y no tomarse personal en caso de que algún cliente se exprese de mala manera.
- No manipular los teléfonos celulares de los clientes.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Colombia Fintech. (2019). Fintech: ¿la evolución de la banca tradicional en Colombia? Tomado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/fintech-la-evolucion-de-la-banca-tradicional-en-colombia>

Colombia FINTECH. (2019). Bancos digitales tendencias de la nueva era. Tomado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/bancos-digitales-tendencias-de-la-nueva-era>

Daviplata. (S.f). Tomado de https://www.daviplata.com/wps/portal/daviplata/Home/QueEsDaviPlata!/ut/p/z1/hY7BDolwEES_hQNXdgUU462gQY3R4EGhFwOmFkyhpFT4fWs8kWCc2-68mQxQSIE2eV_xXFeyyYW5M7q4BYmP28ifHWMSbTBBN9itLx5i7MP1H0CNjT9E0OTpBEIwPLvhp-DkTgKjjj1QLmTxnUuawltYoLo9mGLKeSznLrVuu5WNNg7D4HApuWDOXdY2TkVK2WIlxyS0dYrPuegPxLLElhg6wg!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/

Davivienda. (s.f). Recuperado de https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/canales_de_atencion/para_todos/app_m%C3%B3vil!/ut/p/z0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijS0CTfy8nlx8TfyDjA0cXcOcvclMg4z9Aw31C7ldFQEL4i1a/

Davivienda, (s.f). Teléfono Rojo. Tomado de https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/canales_de_atencion/para_todos/tel_rojo!/ut/p/z0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijS0CTfy8nlx8TfyDjA0cXcOcvclMg4z9z0C7ldFQHYoDkJ/

Davivienda. (2016). ¿Qué es DaviPay? Tomado de http://davivienda.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/647/~/%C2%BFqu%C3%A9-es-davipay%3F

Davivienda. (s.f). https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo_comprar_lo_que_deseo/compras_Virtuales/App%20Compras%20Davivienda/d14b88af-e073-45ca-85a7-8d13308652b7!/ut/p/z1/jZJLb4JAFIV_SxeuGpgXDNADELVVqVZLK7Mxw5uEVwAl_vsisU2a1LGzm8w558797gUM7AEr-SILeJdVJc-Hu8foQZm_rNCUbkx3bUFoWisX0SUicKOCz1FA9DfldWFhZzczCDQduLN

NY43gEgF2-3m-pGL_eo7_54c3jgnv-T-
AZwHvMbax21_DBN0yca2FuJpywYkxb3YSwGrepVJWxhXYB1VRN7w9nL
KmO_I8aoePsHtRQsEIXiQYyQoTZtpVIOjXG3hpN3mpw3acsqgHblk1xbBM
u0tiHWQh8FRshBzrvkQUA0kKV6jE_RBLgRFGBNHlhwECz99ERftn_0yPo
Ys88wu5DwoZyoRolKoK0XSDYoJH-mbpE32g30Rx1ESNfGyGHU-
7rm6fJnAC-
76Xk6pK8kgehjKBf1nSqu3A_rcS1IXruuVZYj7dTrd6_x6nuX4meWI-
PHwBE3psfQ!!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/

Dinero (2017). ¿Qué son las Fintech y por qué están revolucionando la banca?
<https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/que-son-las-fintech-y-por-que-estan-revolucionando-la-banca/249614>

FINANZAS PERSONALES. 2019. “Estos son los bancos con mejor servicio al cliente”. Tomado de <https://www.msn.com/es-co/dinero/noticias/estos-son-los-bancos-con-mejor-servicio-al-cliente/ar-BBUuHM2>

FINTECH (2019). “Pioneros de la banca digital en Colombia”. Tomado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/davivienda-y-strands-pioneros-de-la-banca-digital-en-colombia>

Gorris, S. 2018. Las claves de la banca digital en siete conceptos. Tomado de <http://cibergestion.com/co/las-claves-de-la-banca-digital-en-siete-conceptos/>

Herrera, J., Jara, M. y Jerez M. (2005). Los Bancos y las nuevas Tecnologías. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111497/Herrera,%20Juan%20S..pdf?sequence=1>

Restrepo, M. (2018). App Davivienda Móvil: en línea, consultar saldo y crédito <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3984829-app-davivienda-movil-linea-consultar-saldo-credito>

Sarmiento, D. (2017). El uso de apps móviles bancarias crece más de 50% al año. Recuperado de <https://www.larepublica.co/finanzas/el-uso-de-apps-moviles-bancarias-crece-mas-de-50-al-ano-2489011>

Semana. (2017). El poder de los bancos sobre el medio ambiente. Tomado de <https://sostenibilidad.semana.com/negocios-verdes/articulo/el-poder-de-los-bancos-sobre-el-medioambiente/36800>

R-DC-128

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO
EN MODALIDAD DE PRÁCTICA

VERSIÓN: 01

Soley, J. (S.f). Banca y Tecnología: dos realidades hermanadas. Tomado de
http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_120315.pdf