

**Diseñar un mejor sistema de atención al usuario en las oficinas
del banco
BBVA para el año 2022**

Nombre de los estudiantes

Laurens Isabella De la hoz Hamburguer

CC: 1045749504

Código estudiantil: 201511465333

Correo institucional: ldelahoz47@unisimonbolivar.edu.co

Profesor
Pulido Rojano Alexander

RESUMEN:

Este proyecto se desarrolla en compañía financiera Banco BBVA, específicamente en las oficinas de la ciudad de Barranquilla, con el propósito, de dar a conocer de manera específica sobre el origen, estado y la oportunidad de mejoramiento en el sistema de atención de usuarios del Banco BBVA, siendo entonces el objetivo de investigación: diseñar un sistema de atención al usuario que vaya enfocado a brindar un servicio oportuno de alta calidad, que contribuya de manera beneficiosa a la entidad y permita la consolidar y fidelizar clientes en las oficinas del banco BBVA enfocado en la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente durante el año 2022. Para mejorar un sistema de atención al usuario o cualquier dependencia de una entidad, área en relación a los procesos que se requieren para llevar a cabo la interacción en esta área, se debe identificar primero sobre éste, de ahí que se pretende hablar sobre el origen del banco y se busca aportar detalles que seguro se desconocían sobre las oficinas y demás servicios. Por lo tanto, se delimitó la presente investigación para el año 2022 para delimitarla un poco y poder abarcar el terreno de una mejor manera, sin embargo, se tiene la total seguridad que la realización del presente proyecto de investigación podrá servir y estará en uso para los siguientes años siempre que su aplicabilidad sea efectiva. Las variables de estudios enfocadas serán BBVA como entidad financiera, sobre todo en los elementos y herramientas que se puedan aplicar en el contexto de la calidad en atención y sobre todo el percibir una excelente satisfacción de los clientes, para dar desarrollo a esta investigación se consolidará a través de comentarios, bases informativas, informe financiero del año 2022 de la entidad, entre otros aspectos que sirvan para retroalimentar esta investigación.

Antecedentes:

El Banco BBVA cuenta con presencia en países como España, Argentina, México, Perú, Venezuela, Uruguay y Turquía para principios de este año contaba con activos 675 millones de euros, siendo la tercera entidad financiera española por volumen de activos en el mundo. Esa misma fecha, contaba con 6.071 oficinas, 111.402 empleados y 82,9 millones de clientes «BBVA Informe Financiero 1T 2022» De acuerdo con este aporte, es simplemente una relación contextual de lo que es el Banco en general.

el Banco BBVA Colombia S.A., es considerado como una entidad bancaria de primer nivel con un claro y ambicioso proyecto empresarial. Es importante tener en cuenta que representa y está conformada por un grupo financiero global, así como también tener presente que es una empresa diversificada que se dedica al ofrecimiento de servicios financieros direccionado para más de 30 países cercano en un total a tener 53 millones de usuarios y/o clientes. La entidad financiera BBVA, se ha posicionado como uno de los primeros bancos que se encuentra en estos momentos en la eurozona con un buen índice de rentabilidad con efectividad; siendo entonces la primera entidad financiera mexicana que con un sólido nivel de posicionamiento en España y posee unas franquicias que se han consolidado y tienen un liderazgo en América del Sur, también tiene buena representación en Sunbelt Estados Unidos. Además, se ha podido identificar que tiene presencia en Asia, y que posee unas posiciones importantes en la China y en Turquía,

mediante el diseño de estrategias y alianzas que van de acuerdo con el CITIC Group y Garanti Bank, respectivamente.

Objetivos:

Objetivo general:

Diseñar un sistema de atención al usuario en las oficinas del banco BBVA que permita reducir los tiempos de espera

Objetivos específicos:

Analizar el nivel de satisfacción de manera segmentada de los en las oficinas del Banco BBVA en Barranquilla.

Identificar las principales causas, que ocasionan los tiempos perdidos en el momento de operación o servicio al usuario

Generar un plan de acción enfocado en la principal causa, que permita aumentar el nivel de satisfacción al cliente en las oficinas del Banco BBVA en Barranquilla

Materiales y Métodos:

Para realizar el presente proyecto investigativo se elaboró una encuesta la cual permitió, identificar las causas de la problemática, para ello se formuló de la siguiente forma:

Encuesta realizada

Pregunta: ¿Cuál consideras que es el proceso más demorado en la oficina?

- A. Vinculación de clientes
- B. Activación de productos
- C. Solicitud de créditos
- D. Compra de seguros

Segundo planteamiento.

Se realizó la siguiente pregunta a 20 colaboradores de las distintas oficinas del banco y estos fueron los resultados: Pregunta: ¿Considera usted que en las oficinas del banco BBVA en barranquilla se cuenta con un valor agregado?

Respuestas:

- A. Si
- B. No
- C. Un poco, pero se puede mejorar

Se tomó una muestra de una de las oficinas, registrando el ingreso de las personas al banco durante 10 días.

Rangos de edad:

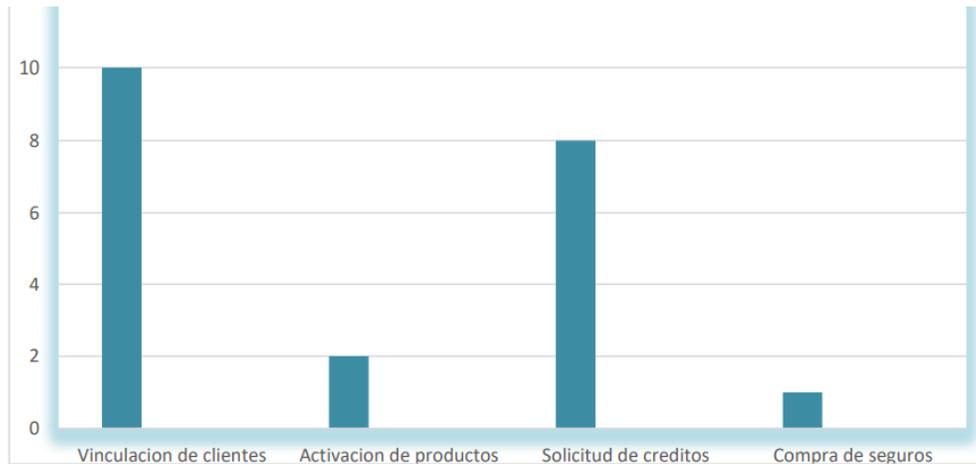
- De 20 – 30 años
- De 31 – 40 años
- De 41 – 50 años
- Mayor a 50

Horario de 8:00 a 11:00 am

Número de registros por día: 20

Resultados:

Gráfica 1. ¿Cuál consideras que es el proceso más demorado en la oficina?



Fuente: información obtenida por parte de la encuesta dirigida oficina

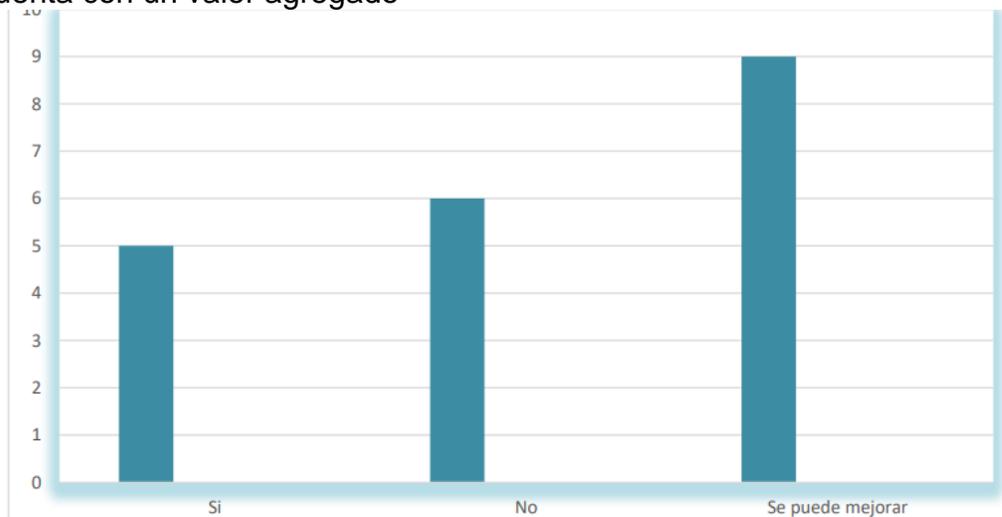
Tabla 1. Relación de las respuestas

FUNCIÓNARIO	RESPUESTA
FUNCIÓNARIO 1	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 2	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 3	Solicitud de crédito
FUNCIÓNARIO 4	Activación de productos
FUNCIÓNARIO 5	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 6	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 7	Solicitud de crédito
FUNCIÓNARIO 8	Solicitud de crédito
FUNCIÓNARIO 9	Solicitud de crédito
FUNCIÓNARIO 10	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 11	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 12	Vinculación de clientes
FUNCIÓNARIO 13	Solicitud de crédito

FUNCIONARIO 14	Activación de productos
FUNCIONARIO 15	Activación de productos
FUNCIONARIO 16	Solicitud de crédito
FUNCIONARIO 17	Vinculación de clientes
FUNCIONARIO 18	Solicitud de crédito
FUNCIONARIO 19	Vinculación de clientes
FUNCIONARIO 20	Vinculación de clientes

Fuente: información obtenida a través de formato de encuesta

Gráfica 2. ¿Considera usted que en las oficinas del banco BBVA en Barranquilla se cuenta con un valor agregado



Fuente: información obtenida a través de encuesta

Tabla 2. Respuesta de los funcionarios

FUNCIONARIO	RESPUESTA
FUNCIONARIO 1	Si
FUNCIONARIO 2	No
FUNCIONARIO 3	No
FUNCIONARIO 4	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 5	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 6	No
FUNCIONARIO 7	No
FUNCIONARIO 8	Si
FUNCIONARIO 9	Si
FUNCIONARIO 10	Si
FUNCIONARIO 11	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 12	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 13	No
FUNCIONARIO 14	No

FUNCIONARIO 15	Si
FUNCIONARIO 16	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 17	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 18	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 19	Se puede mejorar
FUNCIONARIO 20	Se puede mejorar

Tabla 3. Rango de tiempo de atención

<i>Día Registrado</i>	<i>Rango de edad</i>			
	20-30	31-40	41-50	Mayor de 50
<i>Día 1</i>	2	2	6	10
<i>Día 2</i>	4	2	4	10
<i>Día 3</i>	1	5	5	9
<i>Día 4</i>	4	5	3	8
<i>Día 5</i>	3	0	5	12
<i>día 6</i>	1	3	7	9
<i>día 7</i>	4	5	6	5
<i>día 8</i>	5	2	5	8
<i>día 9</i>	4	7	3	6
<i>día 10</i>	3	4	7	6

Fuente: información obtenida en el área de atención al cliente

Tabla 6. Totales por rango de edad

20 a 30	31
31 a 40	36
41 a 50	51
Mayores de 50	74

Fuente: información obtenida en el área de atención al cliente

Conclusiones:

El alto nivel de servicio se ve afectado de manera relevante por el tiempo de respuesta de tal manera, se pudo evidenciar el sistema actual de atención bancario

requiere una restauración, para mejorar su servicio de atención, el lead time como clave en el servicio, la satisfacción al cliente requiere de un enfoque más objetivo, es por eso que la apuesta por nueva tecnología que ya está siendo probada en países asiáticos debe ser vista con buenos ojos, el sistema reconocimiento facial el cual fue probado con éxito en tiendas modernas como Amazon.go, y app bancarias, eso no deja a un lado los desafíos que tiene actualmente, como:

Es importante tener en cuenta las características que tiene el software digital, el cual de alguna manera permite automatizar la captura de las imágenes faciales, en donde su objetivo central es analizar la transmisión del fotograma en tiempo real. Como se evidencia a través de la captura de imágenes se pueden activar de forma automática al momento en el que se están verificando los principales detalles del enfoque, así como el posicionamiento facial, la iluminación y otras capturas de imágenes que deben cumplir con los estándares de la calidad.

Siendo entonces de importancia que la imagen se vuelve a analizar optimizándose luego de la captura. La escalada automática, la rotación, el recorte, el brillo y las mejoras de contraste optimizan la calidad de una imagen que, de otro modo, debería tomarse nuevamente.

Dentro del contexto que se ha dado a través de la criminalística, se ha podido detallar que los estafadores han desarrollado estrategias para que en el momento en que intentan falsificar un algoritmo de reconocimiento facial con videos digitales que no son en vivo e imágenes obtenidas en línea se puedan suplantar. Es por esto que los algoritmos de detección de signos vitales evidencian una notable diferenciación entre una imagen facial impresa, digital, un video y una imagen en vivo.

Según este procedimiento relativo con la detección de signos vitales pasivos lo que busca es tener en cuenta mediante los indicadores de imágenes el tener presente que éstos no son en vivo como características incompatibles entre el primer plano y el fondo. Se utilizan diferentes técnicas de reconocimiento para que de esta manera se puedan buscar los artefactos en una imagen como lo son los cortes, máscaras, piel, textura, bordes y otras características diferentes que ayudan a determinar una representación falsa del rostro de un usuario. Este procedimiento no es reconocido e invisible para el usuario, complicando entonces el trabajo que pueden realizar los estafadores al momento de omitirlo.

Palabras clave: Atención al cliente, mejora, procesos, bancos, entidades financieras, satisfacción, servicio.

ABSTRACT

This project is developed in the financial company Banco BBVA, specifically in the offices of the city of Barranquilla, with the purpose of making known specifically about the origin, status and the opportunity for improvement in the Bank's user service system. BBVA, being then the research objective: to design a user service system that is focused on providing a timely service of high quality, which contributes in a beneficial way to the entity and allows the consolidation and loyalty of customers in the offices of the BBVA bank focused in improving the quality of service and customer satisfaction during the year 2022. To improve a user service system or any dependency of an entity, area in relation to the processes that are required to carry out the interaction in this area, it must be identified first about it, hence the intention is to talk about the origin of the bank and seek to provide details that are sure to be discovered. They knew about the offices and other services. Therefore, the present investigation was delimited for the year 2022 to delimit it a little and to be able to cover the land in a better way, however, there is total certainty that the realization of this research project will be able to serve and will be in use for the following years as long as its applicability is effective. The study variables focused on will be BBVA as a financial entity, especially in the elements and tools that can be applied in the context of quality of care and, above all, the perception of excellent customer satisfaction, to develop this research will be consolidated through comments, information bases, financial report for the year 2022 of the entity, among other aspects that serve to provide feedback for this investigation

Background:

Banco BBVA has a presence in countries such as Spain, Argentina, Mexico, Peru, Venezuela, Uruguay and Turkey. At the beginning of this year, it had assets of 675 million euros, making it the third largest Spanish financial institution in the world by volume of assets. On that same date, it had 6,071 branches, 111,402 employees and 82.9 million customers «BBVA Financial Report 1Q 2022» According to this contribution, it is simply a contextual relationship of what the Bank is in general.

Banco BBVA Colombia S.A. is considered a top-tier banking entity with a clear and ambitious business project. It is important to keep in mind that it represents and is made up of a global financial group, as well as to keep in mind that it is a diversified company that is dedicated to offering financial services addressed to more than 30 countries, close to a total of 53 million users. and/or clients. The financial institution BBVA has positioned itself as one of the leading banks currently in the eurozone with a good rate of profitability with effectiveness; Being then the first Mexican financial entity that with a solid level of positioning in Spain and has franchises that have been consolidated and have leadership in South America, it also has good representation in Sunbelt United States. In addition, it has been possible to identify that it has a presence in Asia, and that it has important positions in China and Turkey, through the design of strategies and alliances that are in accordance with the CITIC Group and Garanti Bank, respectively.

Objective:

General objective:

Design a user service system in BBVA bank offices that allows waiting times to be reduced

Specific objectives:

Analyze the level of satisfaction in a segmented manner of the BBVA Bank offices in Barranquilla.

Identify the main causes, which cause lost time at the time of operation or service to the user

Generate an action plan focused on the main cause, which allows increasing the level of customer satisfaction in the BBVA Bank offices in Barranquilla

Materials and Methods:

To carry out this research project, a survey was developed which allowed identifying the causes of the problem, for which it was formulated as follows:

Survey carried out

Question: What do you consider to be the most time-consuming process in the office?

- A. Customer engagement
- B. Product Activation
- C. Application for credits
- D. Purchase of insurance

Second approach.

The following question was asked to 20 collaborators from the different offices of the bank and these were the results: Question: Do you consider that the BBVA bank offices in Barranquilla have added value?

Answers:

So

b.not

C. A little, but can be improved

A sample was taken from one of the offices, recording the entry of people to the bank for 10 days.

Age ranges:

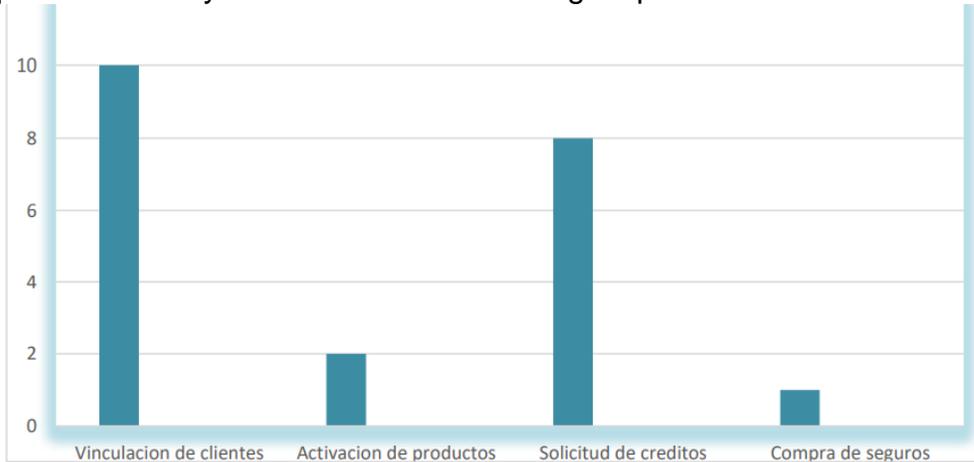
- 20 – 30 years old
- 31 – 40 years old
- From 41 – 50 years old
- Greater than 50

Hours from 8:00 a.m. to 11:00 a.m.

Number of records per day: 20

Results:

Graph 1. What do you consider to be the longest process in the office?



Source: information obtained from the survey conducted by the office

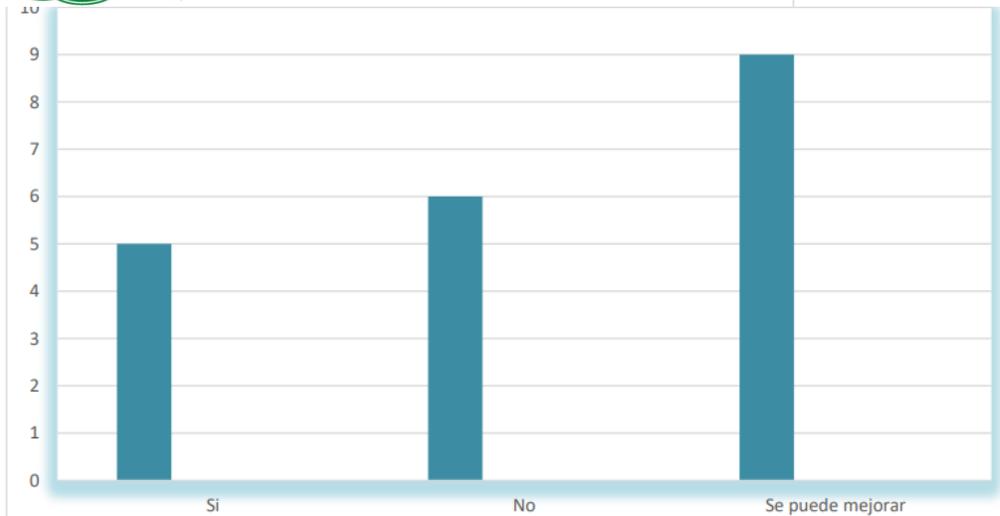
Table 1. Relationship of responses

OFFICIAL RESPONSE

- OFFICIAL 1 Customer relationship
- OFFICIAL 2 Customer relationship
- OFFICIAL 3 Credit application
- OFFICER 4 Product activation
- OFFICIAL 5 Customer relationship
- OFFICIAL 6 Customer relationship
- OFFICIAL 7 Loan application
- OFFICIAL 8 Loan application
- OFFICIAL 9 Loan application
- OFFICIAL 10 Customer relationship
- OFFICIAL 11 Customer relationship
- OFFICIAL 12 Customer relationship
- OFFICIAL 13 Loan application
- OFFICER 14 Product activation
- OFFICER 15 Product activation
- OFFICIAL 16 Loan application
- OFFICIAL 17 Customer relationship
- OFFICIAL 18 Loan application
- OFFICIAL 19 Customer relationship
- OFFICER 20 Customer relationship

Source: information obtained through survey format

Graph 2. Do you consider that the offices of the BBVA bank in Barranquilla have an added value



Source: information obtained through survey

Table 2. Officials' response

OFFICIAL RESPONSE

OFFICIAL 1 Yes

OFFICIAL 2 No

OFFICIAL 3 No

OFFICIAL 4 Can be improved

OFFICIAL 5 Can be improved

OFFICIAL 6 No

OFFICIAL 7 No

OFFICIAL 8 Yes

OFFICIAL 9 Yes

OFFICIAL 10 Yes

OFFICIAL 11 Can be improved

OFFICIAL 12 Can be improved

OFFICIAL 13 No

OFFICIAL 14 No

OFFICIAL 15 Yes

OFFICIAL 16 Can be improved

OFFICIAL 17 It can be improved

OFFICIAL 18 Can be improved

OFFICIAL 19 Can be improved

OFFICIAL 20 Can be improved

Table 3. Care time range.

<i>Día Registrado</i>	<i>Rango de edad</i>			
	20-30	31-40	41-50	Mayor de 50
<i>Día 1</i>	2	2	6	10
<i>Día 2</i>	4	2	4	10
<i>Día 3</i>	1	5	5	9
<i>Día 4</i>	4	5	3	8
<i>Día 5</i>	3	0	5	12
<i>día 6</i>	1	3	7	9
<i>día 7</i>	4	5	6	5
<i>día 8</i>	5	2	5	8
<i>día 9</i>	4	7	3	6
<i>día 10</i>	3	4	7	6

Source: information obtained in the customer service area

Conclusions:

The high level of service is affected in a relevant way by the response time in such a way, it was possible to demonstrate the current banking service system requires a restoration, to improve its service, the lead time as a key in the service, the Customer satisfaction requires a more objective approach, which is why the commitment to new technology that is already being tested in Asian countries should be viewed with good eyes, the facial recognition system which was successfully tested in modern stores such as Amazon. go, and banking apps, that does not leave aside the challenges that it currently has, such as:

It is important to take into account the characteristics of digital software, which in some way makes it possible to automate the capture of facial images, where its main objective is to analyze the transmission of the frame in real time. As evidenced through the capture of images, they can be activated automatically at the moment in which the main details of the focus are being verified, as well as facial positioning, lighting and other capture of images that must comply with the standards of the quality.

It is then important that the image is re-analyzed, optimizing itself after capture. Automatic scaling, rotation, cropping, brightness, and contrast enhancements optimize the quality of an image that would otherwise have to be taken again.

Within the context that has been given through criminalistics, it has been possible to detail that fraudsters have developed strategies so that at the moment they try to falsify a facial recognition algorithm with digital videos that are not live and images

obtained online they can be supplanted. This is why the vital signs detection algorithms show a remarkable differentiation between a printed facial image, digital, a video and a live image.

According to this relative procedure with the detection of passive vital signs, what is sought is to take into account, through the image indicators, keeping in mind that these are not live, as incompatible characteristics between the foreground and the background. Different recognition techniques are used so that in this way artifacts in an image can be searched for, such as cuts, masks, skin, texture, edges and other different characteristics that help determine a false representation of a user's face. This procedure is unrecognized and invisible to the user, thus complicating the work that fraudsters can do when bypassing it.

KeyWords:

Customer service, improvement, processes, banks, financial entities, satisfaction, service.

REFERENCIAS

- Aguilar, J & Vargas, J. (2010) Servicio al cliente. Red de Psicología Organización al.México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A
- Bitner (2002), “Redalyc Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente pag 9”
- Díaz, E. (2020). Los usuarios toman el control de sus datos: las lecciones que deja la histórica multa al BBVA. Fotógrafo, en:
https://www.elespanol.com/invertia/empresas/banca/20201216/usuarios-toman-control-datos-lecciones-historica-bbva/543945878_0.html
- Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM Publicado 15 abril 2020
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Gómez, E. (2009). ¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Cómo conservar más clientes

(la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Informe de Gestión (2021) Defensor del Consumidor Financiero BBVA Colombia pp. 22 de 25

Informe de Gestión 2021 Defensor del Consumidor Financiero BBVA Colombia p 4 de 25
Jasinski, J., (2022). Importancia de la capacitación en atención al cliente

López. M. (2013). Importancia de la Calidad del Servicio Al Cliente para el Funcionamiento de las Empresas. Instituto Tecnológico de Sonora, en: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf

Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. Pensamiento y gestión.

Moreno, M. (2005). La investigación cualitativa en marketing: el camino hacia una percepción social del mercado. Revista Colombiana de Marketing. Vol 4 (6). 68-85

Moreno, M. (2005). La investigación cualitativa en marketing: el camino hacia una percepción social del mercado. Vol 20. 165-193.
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

Montgomery, D. (2010). Control estadístico de la calidad. México D.F.: Limusa-Wiley.

Núñez, H. (2003). Servicio al cliente. México: Edamsa impresiones.

Revista Tecno Autos, (2021). En: <https://tecnoautos.com/actualidad/directorio/telefono-y-direccion-banco-bbva-sao-93-barranquilla-atlantico/>

Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente (pp.19-27). Colombia

Zendesk, (2021). 4 motivos que causan el decremento de clientes. En: Blog de Zendesk, <https://www.zendesk.com.mx/blog/decremento-clientes/>