

**DISMINUIR EL CRECIMIENTO EN LAS CIFRAS E INCIDENCIAS DE PQR EN
CENTRALES DE RIESGO EN EL ÁREA DE MERCADEO Y EXPERIENCIA DEL
CLIENTE DEL BANCO MUNDO MUJER EN LA CIUDAD DE POPAYÁN POR
MEDIO DE LA FORMULACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA EL PERIODO DE
AGOSTO A DICIEMBRE DEL 2019**



YEFERSON ALEXANDER RENDON NARVAEZ

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**POPAYÁN CAUCA
2019**

**DISMINUIR EL CRECIMIENTO EN LAS CIFRAS E INCIDENCIAS DE PQR EN
CENTRALES DE RIESGO EN EL ÁREA DE MERCADEO Y EXPERIENCIA DEL
CLIENTE DEL BANCO MUNDO MUJER EN LA CIUDAD DE POPAYÁN POR
MEDIO DE LA FORMULACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA EL PERIODO DE
AGOSTO A DICIEMBRE DEL 2019**



PROYECTO DE GRADO- PRÁCTICA EMPRESARIAL

PRESENTADO POR:

YEFERSON ALEXANDER RENDON NARVÁEZ

ASESOR EMPRESARIAL:

MAGALI YANETH CAMPO PAZ

JEFE DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

ASESOR ACADÉMICO:

MG. CARLOS DANILLO MILLÁN DIAZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN CAUCA

2019

TABLA DE CONTENIDO

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO	8
1.1. Problematización	8
1.2. Formulación del problema	9
1.3. Justificación	9
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10
CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	11
2.1. Marco teórico	11
2.1.1. Definición del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC	11
2.1.2. Importancia del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC	13
2.1.3. Aplicación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC	13
2.2. Marco contextual	15
2.2.1. Historia del banco	15
2.2.2. Sedes y distribución geográfica	16
2.2.3. Características organizacionales	16
2.2.4. Plataforma estratégica del banco	17
2.2.5. Productos y Servicios	18
2.3. Marco legal	19
CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA	20
3.1. Enfoque metodológico	20
3.2. Tipo de metodologías	21
3.3. Técnicas metodológicas	22
CONTEXTUALIZACIÓN VALORATIVA	23

4.1.	Contribución del trabajo.....	23
4.2.	Limitaciones.....	23
4.3.	Resultados esperados.....	23
	CONTEXTUALIZACION ADMINISTRATIVA	24
5.1.	Cronograma de actividades.....	24
	DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL	25
6.1.	Capítulo 1.....	25
6.1.1.	Recopilación de información.	31
6.1.2.	Procesamiento de la información.	31
6.2.	Capítulo 2.....	40
6.2.1	Definición de estrategias y actividades para la formulación del plan de acción.	40
6.3.	Capítulo 3.....	50
6.3.1	Estrategias propuestas en caminadas al cumplimiento de unos objetivos.	51
6.3.2.	Evaluación de estrategias propuestas.....	51
6.3.3.	Interpretación de resultados.....	52
6.4.	Capítulo 4.....	54
6.4.1.	Control y seguimiento.....	56
	CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	60
7.1	Conclusiones	60
	REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características organizacionales.	16
Tabla 2 Marco legal	19
Tabla 3 Cronograma de actividades a realizar en el transcurso de la práctica profesional.....	24
Tabla 4 Quejas recibidas por producto y motivo año 2016 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia.....	36
Tabla 5 Quejas Principales recibidas en los años (2016,2016 y 2017) Fuente Superintendencia Financiera de Colombia.....	37
Tabla 6 Reporte años (2016-2017-2018 y 2019) elaboración propia, datos fuente Banco Mundo Mujer.	37
Tabla 7 Causas PQR en centrales de riesgo, elaboración propia, datos Banco Mundo Mujer	38
Tabla 8 Causas principales PQR en centrales de riesgo, elaboración propia, datos Banco Mundo Mujer	39
Tabla 9 Visualizaciones en YouTube, videos sobre centrales de riesgo.....	41
Tabla 10 Reacciones comentarios y veces que se compartido la información sobre Centrales de Riesgo en la página de Facebook del Banco Mundo Mujer.	42
Tabla 11 Objetivo Y Estrategias propuestas. Fuente elaboración propia	51
Tabla 12 Matriz estrategias a evaluar, Fuente elaboración propia	52
Tabla 13 Diagrama de Gantt Plan de Acción. Fuente elaboración propia	55
Tabla 14 Estado de la actividad. Fuente elaboración propia	57
Tabla 15 Tabla para el seguimiento del plan de acción. Fuente elaboración propia	58

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Pasos del SAC, fuente página web Banco Mundo Mujer	14
Ilustración 2 Logo Banco Mundo Mujer	15
Ilustración 3 Sedes en Colombia. Fuente: Portal Institucional del Banco Mundo Mujer	16
Ilustración 4 Ilustración 3 Imagen promocional portal mi Datacrédito	25
Ilustración 5 Quejas recibidas EV, DFC, SFC 2016 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia.....	31
Ilustración 6 Quejas recibidas EV, DFC, SFC 2017 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia.....	32
Ilustración 7 Quejas recibidas EV, DFC, SFC 2018 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia.....	33
Ilustración 8 Quejas recibidas por sectores EV, DFC, SFC 2016. Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia	34
Ilustración 9 Quejas recibidas por sectores EV, DFC, SFC 2017. Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia	34
Ilustración 10 Quejas recibidas por sectores EV, DFC, SFC. 2018 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia	35
Ilustración 11 Publicación sobre permanencia en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer	43
Ilustración 12 Publicación sobre reporte negativo en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer	44
Ilustración 13 Publicación sobre tipos de reporte en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer	44
Ilustración 14 Publicación sobre Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer	45
Ilustración 15 Publicación sobre cómo funcionan las Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer	45
Ilustración 16 Publicaciones ¿Qué son las Centrales de Riesgo? Fuente: página de Facebook Banco Mundo Mujer	46
Ilustración 17 Ejemplo de caso centrales de riesgo. Fuente: página de Facebook Banco Mundo Mujer	46
Ilustración 18 Representación gráfica diagrama de Gantt con periodos de tiempo, plan de acción Banco Mundo Mujer. Fuente elaboración propia.	56

INTRODUCCIÓN

La excelencia de una organización viene marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos y cada uno de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando dicha organización aprende de sí misma, y de otras organizaciones, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta que el entorno que la envuelve es cambiante y el conjunto de fortalezas y debilidades que la establecen. La planificación de su estrategia es el principal modo de conseguir un salto cualitativo en el servicio que presta a la sociedad. Para ello es necesario realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentra El Banco Mundo mujer. Una vez realizado es relativamente sencillo determinar la estrategia que debe seguirse para que el destinatario de los servicios perciba, de forma significativa, la mejora implantada. Apoyarse en las fortalezas para superar las debilidades es, sin duda la mejor opción de cambio.

Se hace necesario identificar las cifras según las causas por las cuales se ha dado como resultado el incrementado de las PQR en específico relacionado con las centrales de riesgo para poder elaborar un plan de acción que mitigue y disminuya este incremento, logrando ser permanente en el transcurso del tiempo.; En el primer capítulo: se contextualiza el trabajo especificando la problematización, la justificación y los objetivos necesarios para el desarrollo del procedimiento.; En el segundo capítulo: se realizará la contextualización teórica, marco conceptual, legal, referencial y aspectos generales del Banco Mundo Mujer.; En el tercer: se elaborará la contextualización metodológica que especifica cómo se desarrollará el Análisis Sectorial y las fuentes de información necesarias.; Finalmente: en el sexto capítulo, Se establecen estrategias y actividades a seguir por medio de la formulación del plan de acción.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

En esta primera parte del anteproyecto de la práctica profesional, se dará a conocer la esencia del trabajo que se realizará en el Banco Mundo Mujer en la ciudad de Popayán. Este capítulo se divide en cuatro partes, las cuales se presentan así: en la primera parte se realiza una introducción acerca del contenido del proyecto; en el segundo ítem se expone una descripción y definición del problema a examinar con el fin de proporcionar una solución; seguidamente se esboza una justificación basada en argumentos organizacionales y, por último, se exponen los objetivos a desarrollar a lo largo del presente trabajo.

1.1. Problematicación

Mundo Mujer tiene una responsabilidad directa con sus consumidores financieros y es su deber trabajar con excelencia, transparencia y respeto, buscando incrementar la satisfacción del cliente con un enfoque de seguridad y calidad, dando cumplimiento a la normatividad de protección al consumidor financiero, las políticas internas y los estándares comerciales y de servicio al cliente.

Mundo Mujer ha establecido un sistema de administración de PQR, que garantiza una adecuada administración durante la recepción, procesamiento y respuesta a los reclamos, solicitudes y peticiones, sugerencias y comentarios positivos, que presenten nuestros consumidores financieros.

Entre el periodo de años 2016, 2017 y 2018 hubo un incremento de las quejas sobre centrales de riesgo del Banco Mundo Mujer, por parte de los consumidores financieros a pesar de que se tiene un proceso de educación financiera.

1.2. Formulación del problema

Cuál será la mejor manera de disminuir el incremento de PQR (Petición, Quejas, Reclamos) que se vienen presentado en las centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer. Con el fin de identificar y mejorar las actividades o procesos que tiene el banco en relación con el cliente actual y potencial en cuanto a los productos del pasivo y del activo, y así poder seguir siendo el banco de la comunidad.

1.3. Justificación

El Banco Mundo Mujer es una organización que pertenece al sector financiero, la cual atiende a comunidades de estratos 1,2 y 3, en el sector de las microfinanzas, por medio de 165 agencias a nivel nacional; ofrece al mercado productos y servicios de crédito (agropecuario, para negocio, pequeña empresa, libre inversión), ahorro (cuenta de ahorro con tarjeta débito, cuenta de ahorro chikiteens, cuenta tu meta, cuenta de ahorro gratis, CDT Progrese Renta Más) y seguros (de deuda y de familia protegida).

El Defensor del Consumidor Financiero es el vocero de los consumidores financieros ante el Banco Mundo Mujer y busca defender sus derechos, resolver de forma objetiva, imparcial y gratuita los requerimientos y conflictos que el cliente considere no han sido atendidos adecuadamente por el Banco Mundo Mujer.

Por consiguiente, la importancia del presente trabajo que está en caminado a cumplir con lo reglamentado por el defensor del consumidor financiero, elaborando un plan de acción orientado a disminuir el incremento de PQR (Petición, Quejas, Reclamos) que se vienen presentado en las centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer. Con el fin de identificar y mejorar las actividades o procesos que tiene el banco en relación con el cliente

actual y potencial en cuanto a los productos del pasivo y del activo, y así poder seguir siendo el banco de la comunidad.

En el desarrollo del presente trabajo se encuentra articulada la Universidad del Cauca en un proceso empresarial que permite responder a las necesidades de ella y contribuir al proceso de elaboración de dicho plan que se requiere en el Banco con miras de fortalecer los procesos, potenciar los conocimientos y crear un accionar para la educación del cliente financiero sobre todo lo concerniente en centrales de riesgo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general.

➤ Disminuir el incremento de PQR (Petición, Quejas, Reclamos) que se vienen presentado en las centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer por medio de la formulación de un plan de acción que impactara entre los meses de agosto a diciembre del 2019.

1.4.2. Objetivos específicos.

➤ Conocer las razones por las cuales han incrementado las quejas en centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer con el fin de tener una base para desarrollar un plan de acción.

➤ Establecer estrategias que mitiguen el alza en quejas presentadas por centrales de riesgo.

➤ Identificar la mejor manera de llegar al consumidor financiero, concientizándolo sobre el tema de reglamentación relacionado con centrales de riesgo.

➤ Diseñar un plan de acción para el periodo de agosto a diciembre del 2019.

CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

En el presente capítulo se muestra lo referente al marco teórico, donde se explican los diversos conceptos que se aplicarán y servirán como apoyo para el desarrollo del trabajo. En el marco conceptual se pondrá en contexto los términos y/o definiciones aplicadas en el trabajo de la práctica profesional.

2.1. Marco teórico

2.1.1. Definición del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC.

De acuerdo con lo establecido por la ley 1328 de 2009, el Sistema de Atención al Consumidor (SAC) tiene como objeto establecer los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Deberá contener como mínimo políticas, documentación procedimientos y estructura organizacional, infraestructura, educación financiera, capacitación a funcionarios y al consumidor financiero.

Definiciones:

- **Reclamo:** Es una manifestación de insatisfacción o inconformidad del Consumidor Financiero respecto de un producto o servicio adquirido, ofrecido o prestado por el Banco, puesta en conocimiento de este, y relacionado con la afectación negativa de la cuenta o transacciones, o en la cual se expresa pérdida de sumas de dinero por parte del Consumidor Financiero, y que generalmente implica un ajuste económico.
- **Queja:** Es una manifestación de insatisfacción o inconformidad del consumidor financiero, motivada por la percepción negativa en cuanto al servicio, actitud, asesoría, calidad,

oportunidad) de un servicio, producto, canal, colaborador de la organización o proveedor estratégico. Implica un incumplimiento de la promesa de servicio. Ejemplo: demoras en la entrega del producto, demoras en trámites, disponibilidad de canales, actitud y asesoría inadecuadas.

- **Solicitud de Información o Petición:** Es una manifestación del consumidor financiero de conformidad con la cual se solicita por el cliente un documento o soporte de sus productos, transacciones o movimientos. Adicionalmente, en virtud de dicha solicitud, el consumidor financiero puede requerir un ajuste en las condiciones o características de su producto, no atribuible a un error de la organización.
- **Sugerencia:** Es una manifestación del consumidor financiero por medio de la cual brinda ideas para establecer oportunidades de mejoramiento en productos, canales o servicios. Ejemplo: Ampliación de horarios, mayor cobertura de canales, modificación y/o creación de un producto.
- **Aclaración:** Es una manifestación del consumidor financiero cuyo objetivo es resolver inquietud sobre el producto, canal o servicio, que no deriva en un ajuste o corrección de este. Ejemplo: Forma de liquidar los intereses de un producto, reporte en centrales, nombre de la persona o beneficiario de un pago, entrega correcta de extractos.
- **Consultas:** Es una manifestación del consumidor financiero cuyo objetivo es obtener una información específica sobre el producto, canal o servicio, que puede ser consultada por otro medio brindado por la organización, como el extracto, consultas de la sucursal virtual, página web, etc. Ejemplo: Valor del pago mínimo del crédito o tarjeta de crédito, Fecha de corte de la tarjeta de crédito, fecha límite de pago, saldo del producto, etc.) **Servicios:** Aquellas actividades conexas al desarrollo de las correspondientes operaciones y que se suministran a los Consumidores Financieros.)

- SAC: (Sistema de Atención al Consumidor)
- Solución en Primer Contacto: Consiste en entregar una respuesta inmediata a los consumidores financieros con el fin de disminuir el tiempo de atención y solución de sus requerimientos.
- Terceros Vinculados o Aliados Estratégicos: Personas naturales o jurídicas con las cuales el banco tiene relación contractual o comercial para proveer servicios, bienes y/o para desarrollar alianzas estratégicas que permitan ofrecer productos y/o servicios financieros a los clientes o usuarios, y que por su naturaleza tienen relación con los consumidores financieros.
- Usuario: Es la persona natural o jurídica quien, sin ser cliente, utiliza los servicios del banco.

2.1.2. Importancia del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC.

Es importante para la organización definir las directrices de obligatorio cumplimiento e involucrar a todos sus colaboradores en el desarrollo de actividades de promoción y prevención, para mejorar las relaciones entre las entidades financieras, el consumidor financiero. lo que permite alcanzar una mayor satisfacción entre los mismos, y, por tanto, aumentar la productividad y calidad de los productos y servicios que ofrece la organización.

2.1.3. Aplicación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC.

Para la aplicación del SAC, se tienen en cuenta unos pasos, etapas y unos principios los cuales se en cuentan establecidos de la siguiente manera:

Proceso de atención de PQR en 5 pasos:

1 Recepción y Radicación

En esta etapa se reciben los reclamos, solicitudes y peticiones o sugerencias y comentarios positivos a través de los canales que la institución pone a disposición de sus consumidores financieros:

- Red de Oficinas: donde será atendido por el Coordinador de Operaciones en la Agencia o por el Auxiliar de Operaciones en el PDA.
- Página Web: www.bmm.com.co
- Call Center: 018000 910 666.
- Defensor del Consumidor Financiero.

Para dar trámite adecuado a los reclamos, solicitudes y peticiones, sugerencias y comentarios positivos el consumidor financiero debe proporcionar como mínimo los siguientes datos:

- Nombre, dirección, teléfono de contacto y documento de identificación.
- Describir los hechos y causas que originan el PQR.
- Manifiestar la solución concreta que espera de la entidad.

De acuerdo al motivo del PQR presentado, se le solicitarán documentos o Información adicional para dar inicio al trámite de solución.

Una vez radicados los PQR, Mundo Mujer le responderá en los siguientes plazos:

Tipo de PQR	Plazo respuesta
Reclamo demora en la atención a una solicitud de crédito	10 días hábiles
Otro tipo de reclamos	15 días hábiles
Peticiones o solicitudes de documentos y de Información	10 días hábiles
Peticiones o consulta de Información por Centrales de Riesgos y Protección de Datos Personales	10 días hábiles
Otras Solicitudes y peticiones	15 días hábiles
Sugerencia y comentarios positivos	15 días hábiles

Los PQR que cuenten una regulación específica, serán atendidos en los tiempos establecidos en la ley.

Cuando no se pueda contestar en el término anteriormente establecido, Mundo Mujer le enviará una comunicación señalando los motivos de la demora y la fecha en la cual se le dará la respuesta.

El tiempo de atención para reclamos realizados a través del Defensor, puede consultarlos en la sección Consumidor Financiero/Defensor del Consumidor financiero/Reglamento del Defensor.

2 Clasificación y Asignación

Es la etapa en la que el área de Servicio al Cliente realiza la clasificación de las PQR y asigna un responsable para solucionar la PQR.

3 Solución y Respuesta

Clasificación y Asignación Es la etapa en la que el área de Servicio al Cliente realiza la clasificación de las PQR y asigna un responsable para solucionar la PQR. Solución y Respuesta Es la etapa en la que se investiga, se realizan las acciones correctivas cuando corresponda y se elabora la respuesta a las PQR.

4 Notificación de Respuesta

Corresponde a la etapa en la que se comunica al consumidor financiero la respuesta a la PQR. Los funcionarios autorizados para responder los PQR son:

- Gerente de Mercadeo y Servicio al Cliente.
- Jefe de servicio al cliente.
- Representante legal.

5 Seguimiento y Evaluación

Es la etapa en la que se generan estadísticas y se evalúa la gestión de los PQR para generar acciones preventivas o correctivas.

Ilustración 1 Pasos del SAC, fuente página web Banco Mundo Mujer

Etapas del SAC

1. Identificación de los eventos que afectan en el sistema.
2. Medición de la probabilidad de ocurrencia de los eventos identificados.
3. Control se establece planes de acción que mitiguen la ocurrencia de eventos.
4. Monitoreo seguimiento, medición a fin de determinar si los planes de acción fueron efectivos.

Principios

- Debida diligencia
- Libertad de elección
- Transparencia e información cierta suficiente y oportuna.

- Responsabilidad de las entidades en el trámite de quejas.
- Manejo adecuado de los conflictos de interés.
- Educación para el consumidor financiero.

2.2. Marco contextual

2.2.1. Historia del banco.



Ilustración 2 Logo Banco Mundo Mujer

Bajo la filosofía del Banco Mundial de Mujer, creada en los años 70 en Estados Unidos, nació en Popayán, capital del departamento del Cauca, la Fundación Mundo Mujer en el año 1985, como una Organización No Gubernamental –ONG–, que con el paso de los años se convirtió en la entidad de microcrédito con mayor desarrollo económico y beneficio social de esta región y del país.

Con una trayectoria de 29 años en el mercado atendiendo a las comunidades de estratos uno, dos y tres de Colombia al otorgar microcréditos de una manera fácil, rápida y oportuna y con atención personalizada, permitiendo la inclusión financiera, promover el empoderamiento, autoestima e independencia de la mujer, en aras de ofrecer nuevos productos a la comunidad.

Desde febrero de 2015, bajo la autorización de la Superintendencia Financiera de Colombia, opera como un banco, llamado Banco Mundo Mujer “El Banco de la Comunidad”, el cual a través de los años se ha ido expandiendo en varias zonas, y actualmente la entidad hace parte del mercado electrónico financiero más importante y representativo del país, donde convergen

diariamente los inversionistas institucionales, y además es considerado una fuente importante que contribuye a la generación de empleo y desarrollo para la región.

2.2.2. Sedes y distribución geográfica.

El Banco Mundo Mujer cuenta con 166 oficinas y 64 corresponsales en el territorio colombiano.

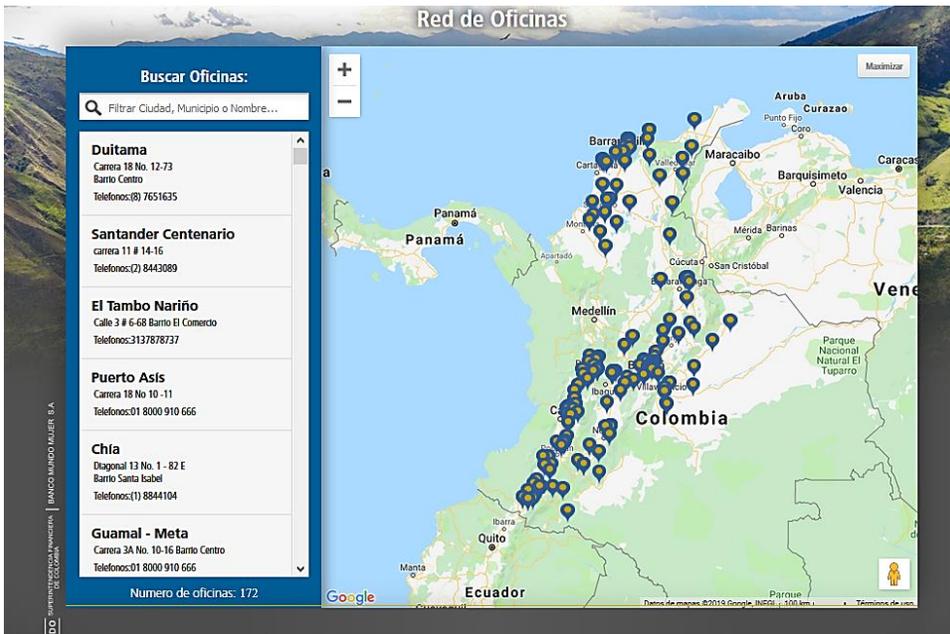


Ilustración 3 Sedes en Colombia. Fuente: Portal Institucional del Banco Mundo Mujer

2.2.3. Características organizacionales.

Tabla 1 Características organizacionales.

Razón social	Banco Mundo Mujer SA
NIT	900768933-8
Dirección principal	Carrera 11 # 5-56 Barrio Valencia
Ciudad y Departamento	Popayán – Cauca

Teléfono	8 39 99 00
Aseguradora de RL	Positiva Compañía de Seguros
Clase de riesgo laboral	Clase de riesgo 1
Código de la actividad económica. 1651201	Actividades de los bancos diferentes del banco central hace referencia a empresas dedicadas a la recepción de depósitos a la vista, en cuenta corriente bancaria, transferencias por cheque, captación de otros depósitos a la vista o a término, con el objetivo de realizar operaciones activas de crédito (bancos, seguros, instituciones de finanzas y/o crédito en general. Decreto 1607/02.
Clasificación de actividades económicas según CIU. 6412	Las actividades de entidades que tienen como función principal la captación de recursos en cuenta corriente bancaria, así como también la captación de otros depósitos a la vista o a término (cuentas de ahorro, certificados de depósito a término [CDT], entre otros). Transferibles por cheque o medio electrónico con el objeto de realizar operaciones activas de crédito. Cámara de Comercio.

Fuente: Banco Mundo Mujer

2.2.4. Plataforma estratégica del banco.

Misión: Contribuimos al desarrollo económico de las comunidades trabajadoras del país, estimulando el ahorro y generando acceso fácil y oportuno al crédito y a los servicios financieros complementarios, mediante una metodología personalizada, que genera crecimiento y desarrollo del talento humano de la organización, rentabilidad para los accionistas y la entidad, garantizando su solidez y permanencia en el tiempo. (“Mundo Mujer el Banco de la Comunidad | Inicio,” n.d.)

Visión: seremos el banco líder de la comunidad.

Valores:

- Humildad: Aceptarnos como somos y reconocer nuestras debilidades para mejorar.
- Integridad: Actuar con honestidad para generar confianza.
- Liderazgo: Responsabilidad que entraña conducir personas y cumplir objetivos.
- Excelencia: Constancia, responsabilidad, efectividad.
- Respeto: Para influir, generar afiliación y ser admirado

2.2.5. Productos y Servicios.

El Banco Mundo Mujer cuenta con los siguientes productos y servicios financieros:

- Crédito para negocio
- Crédito agropecuario
- Crédito para pequeña empresa
- Crédito de libre inversión
- Cuenta de horro gratis
- Cuenta de ahorro con tarjeta de crédito
- Cuenta tu meta
- CDT progrese
- Cuenta de ahorros chikiteens
- Seguro de deuda
- Seguro familia protegida

2.3. Marco legal

Dentro del marco legal se considera una serie de políticas y normas las cuales rigen las entidades financieras el país.

Tabla 2 Marco legal

Manual SAC	Manual de atención al consumidor financiero del Banco Mundo Mujer S.A, donde establece los parámetros básicos para que el banco en el desarrollo del objeto social propenda con la consolidación de una cultura de atención, respeto y buen trato para con los consumidores financieros.
Ley 1328 de 2009 régimen de Protección al Consumidor Financiero.	La ley tiene como objeto establecer los principios y reglas que rigen la protección de los consumidores financieros en las relaciones con las entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.
Ley 1226 de 2008	Establece los tiempos de permanencia de los reportes en las centrales de riesgo, tanto para los reportes positivos como para los negativos.
Ley 1480 de 2011	Por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones.
Estatuto orgánico del sistema financiero	– EOSF- (Decreto 663 de 1993) “Capítulo XIV de la parte Tercer. Reglas relativas a la competencia y a la protección del consumidor”.
Decreto 255 de 2010	Por el cual se recogen y reexplican las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones.

Circular básica Jurídica ce929 del 2014 de la superintendencia financiera de Colombia.	<p>Parte I - Titulo III - Capítulo I - Acceso e información al consumidor financiero.</p> <p>Parte I - Titulo III - Capítulo II -Instancias de Atención al consumidor en las entidades vigiladas.</p>
--	---

Fuente: Banco Mundo Mujer

CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

En este capítulo se presentan los posibles resultados que se desean obtener al finalizar el trabajo práctico, partiendo del problema y los objetivos expuestos anteriormente, con el fin de describir y analizar la metodología que permitirá recopilar todos los datos utilizados para dar respuesta a la necesidad planteada en el desarrollo del presente.

3.1. Enfoque metodológico

El enfoque será cualitativo y cuantitativo. Según Taylor y Bogdan (1986, p. 20) opinan que la investigación cualitativa es aquella que: "produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable".

Por lo tanto, se desarrollara en el área de mercadeo y experiencia del cliente para los funcionarios y para los consumidores financieros de nuestra entidad, se tendrá en cuenta hechos, situaciones en la organización en contacto con el cliente al momento de realizar alguna actividad o un proceso que pueda generar inconformidad con el cliente externo, así también se describirá estrategias para empoderar a la planta de nuestra entidad bancaria para contrarrestar este incremento en las PQR relacionadas con las centrales con el fin de lograr el propósito de ser el banco líder de la comunidad .

3.2. Tipo de metodologías

Según Tamayo y Tamayo M., en su libro *Proceso de Investigación Científica*, la investigación descriptiva “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” (2003, p. 35).

Investigación descriptiva: La investigación descriptiva es aquella que busca definir claramente un objeto, el cual puede ser un mercado, una industria, una competencia, puntos fuertes o débiles de empresas, algún tipo de medio de publicidad o un problema simple de mercado. En una investigación descriptiva, el equipo de trabajo buscará establecer el “Que” y el “Donde”, sin preocuparse por el “por Qué”. Es el tipo de investigación que genera datos de primera mano para realizar después un análisis general y presentar un panorama del problema. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. ¡En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga. (Sampieri,102).

Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas. los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. (sampieri,103)

Investigación causal. ¿Es aquella investigación que busca explicar las relaciones entre las diferentes variables de un problema de mercado, es el tipo de investigación que busca llegar a los nudos críticos y buscará identificar claramente fortalezas y debilidades explicando el “Por Qué?” y el “Cómo?” suceden las cosas. Las investigaciones de causa, generalmente se aplican para identificar fallas en algún elemento de mercadeo, como el diseño de un empaque, algún elemento en las preferencias de los consumidores que genere alguna ventaja competitiva, alguna característica de los productos que no guste a los consumidores etc.

3.3. Técnicas metodológicas

Para poder brindarle buen curso a esta intervención y poder alcanzar los objetivos propuestos en la presente práctica profesional, se han establecido una serie de actividades:

- Identificación de las principales causas por las cuales se presentan quejas relacionadas con centrales de riesgos.
- Tabulación de cifras extraídas de una base de datos, donde están establecidos por criterios como:
 - Causa
 - subcategoría por causas
 - mes y año
- Revisión documental: Para el desarrollo de esta actividad es importante revisar el marco normativo del banco , información proveniente del Defensor del Consumidor Financiero, Superintendencia Financiera de Colombia y también revisar una base de datos proporcionada por el banco referente a PQR interpuestas por consumidores financieros.
- Reuniones periódicas con el asesor financiero y el asesor empresarial para ser orientado en la elaboración del plan de acción propuesto.

CONTEXTUALIZACIÓN VALORATIVA

4.1. Contribución del trabajo

El presente trabajo práctico tiene como fin buscar un beneficio y mejora continua para el Banco Mundo Mujer. Por medio de la elaboración de un plan de acción para disminuir el incremento en los últimos años en cuanto a las PQR Relacionadas con las centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer, todo esto servirá también para que los actuales y clientes potenciales conozcan de una manera correcta lo relacionado con centrales de riesgo, y así poder llegar a ser el banco líder de la comunidad.

4.2. Limitaciones

Se encontró como limitación el grado de seguridad y confidencialidad que maneja el banco Mundo Mujer debido a que al ser una entidad financiera no es muy fácil acceder a la base de datos y estadísticas internas, en cuanto a las PQR relacionadas con centrales de riesgo todo esto porque ellos siempre están pensando en la confidencialidad y respeto que merecen los clientes con el manejo de su información personal.

4.3. Resultados esperados

- Adquirir conocimientos en el área de mercadeo y experiencia del cliente, para el desarrollo de la práctica profesional y de su contexto general.
- Tener elaborado un plan de acción para la disminución de las PQR relacionadas con centrales de riesgo.
- Lograr tener identificado cual puede ser la mejor alternativa para hacer llegar al consumidor financiero la información concerniente a centrales de riesgo.
- Lograr hacer visible el compromiso de educación financiera que tiene el banco con los usuarios.

CONTEXTUALIZACION ADMINISTRATIVA

A continuación, se describe las actividades a realizar a lo largo de la práctica profesional que se desarrollara en el área de mercadeo y experiencia del cliente en el transcurso de 5 meses.

5.1. Cronograma de actividades

Tabla 3 Cronograma de actividades a realizar en el transcurso de la práctica profesional

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EN SEMANAS																						
ACTIVIDAD/TIEMPO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Conocer las razones por las cuales han incrementado las quejas en centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del banco mundo mujer con el fin de tener una base para desarrollar un plan de acción.																						
Establecer estrategias que mitiguen el alza en quejas presentadas en centrales de riesgo.																						
Identificar la mejor manera de llegar al consumidor financiero, concientizándolo sobre el tema de reglamentación relacionado con centrales de riesgo.																						
Digitalización de PQR																						
Apoyo en la radicación de PQR																						
Diseñar un plan de acción para el periodo de agosto a diciembre del 2019.																						
Entregar informes de avance según sean requeridos																						

DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Para el desarrollo de la práctica profesional como objetivo principal se planteó disminuir el incremento de PQR (Petición, Quejas, Reclamos) que se vienen presentado en las centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer por medio de la formulación de un plan de acción que impactara entre los meses de agosto a diciembre del 2019. Para la realización de dicho plan se establecieron una serie de etapas las cuales se describen a continuación:

6.1. Capítulo 1

Conocer las razones por las cuales han incrementado las quejas en centrales de riesgo por parte de los consumidores financieros del Banco Mundo Mujer con el fin de tener una base para desarrollar un plan de acción.



Ilustración 4 Ilustración 3 Imagen promocional portal mi Datacrédito

Entre los principales motivos que han generado un incremento de PQR con respecto a temas concernientes a centrales de riesgo, están las campañas que viene implementado el portal de mi Datacrédito la cual ofrece de forma promocional un mes de prueba gratis para así lograr su

suscripción, permitiendo al cliente estar informado y tener conocimiento sobre su historial crediticio pero no se concentra en algo muy importante como lo es generar en las personas cultura y responsabilidad financiera algo que no se ha previsto al momento de ofrecer estas promociones ya que muchas de las quejas que se presentan por centrales de riesgo llegan a ser no procedentes o los consumidores financieros no se han tomado el tiempo necesario para analizar e informarse de que se trata esta información que les proporciona el portal de mi Datacrédito.

Como se mencionó anteriormente, esta es una plataforma que cobra por su servicio de suscripción, así que es necesario que el cliente elija el de su preferencia y se registre en el sitio. Si es la primera vez tendrá un mes gratis para probar cada una de las opciones en torno a su perfil de crédito en la página se puede obtener datos informativos como:

Cómo funciona el mes gratis

Es importante recalcar que este sitio web ofrece un primer mes de prueba de forma gratuita, pero será necesario registrar un número de tarjeta de crédito para poder completar el registro. Pasado el mes de prueba sino cancela el servicio se le hará un cobro a su tarjeta de crédito.

Sistema de Midatacredito.com

Una vez finalice con el registro en la plataforma, se le va a permitir acceder vía internet y con una validación previa de sus datos de identificación, contará con toda la información que requiera y las veces que lo necesite.

Reporte de datos a las Centrales de Riesgo

Las bases de datos o centrales de información (Central de Información de la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia -CIFIN-, Datacrédito, Covinoc, Computec, Credicheque, Fenalcheque, etc.) son sociedades o agremiaciones de carácter privado en las cuales se registra el comportamiento crediticio, financiero y comercial de las personas que

celebran operaciones con entidades financieras, cooperativas y empresas de sector real. De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 17 de la Ley 1266 de 2008 las centrales de información, como las mencionadas anteriormente, están sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Ahora bien, las instituciones financieras, (estas si vigiladas por la Superintendencia Financiera) tienen el deber de actualizar y rectificar permanentemente la información reportada a las bases de datos, para que siempre sea verdadera y completa. De igual forma, la información que reposa en las centrales de riesgo no debe ser el único elemento de juicio que las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (instituciones financieras) consideren al momento de tomar decisiones sobre el otorgamiento de crédito. Debe precisarse que las instituciones financieras tienen autonomía para aprobar o negar un crédito dependiendo de sus políticas internas (Circular Externa 023 de 2004 de la Superintendencia Bancaria, hoy vigente).

Tiempo de permanencia de la información contenida en las bases de datos de las centrales de riesgo. Ley 1266 de 2008.

Las centrales de riesgo están legalmente facultadas para conservar en sus archivos toda la información histórica de una persona, esto es, tanto los datos positivos como los negativos En relación el aspecto relacionado con la permanencia de la información en las bases de datos el artículo 13 de la Ley 1266 de 2008 dispone que la información de carácter positivo permanecerá indefinidamente en los bancos de datos de los operadores de información.

Ahora bien, los datos negativos, esto es, los que hagan referencia al tiempo de mora, tipo de cobro, estado de la cartera y en general aquellos referidos a una situación de incumplimiento de obligaciones tienen un monto máximo de permanencia de cuatro (4) años contados a partir de la fecha en que sean pagadas las cuotas vencidas o sea pagada la obligación vencida. Sin embargo,

en el caso de que la mora haya sido inferior a dos (2) años el tiempo de permanencia de este reporte negativo no podrá exceder el doble de la mora, tal como lo dispuso la Corte Constitucional en la Sentencia C-1011 DE 2008 la cual declaró condicionalmente exequible este artículo. Esto significa que si el atraso es de seis (6) meses el dato negativo permanecerá por un (1) año, si es de un año (1) permanecerá por dos (2) años, siempre y cuando, como se anotó el tiempo de mora no haya sido mayor a dos años.

Preguntas frecuentes para absolver consultas específicas sobre la Ley de Habeas Data

¿Qué es el habeas data?

El habeas data es el derecho que tiene toda persona para conocer, actualizar y rectificar toda aquella información que se relacione con ella y que se recopile o almacene en centrales de información. Este derecho está regulado por la ley 1266 de 2008.

¿Cuánto tiempo permanece un reporte negativo en una central de información?

El término general de permanencia de la información negativa en los bancos de datos será de 4 años, a partir de la fecha en que sean pagadas las cuotas, o que se extinga la obligación por cualquier modo. Si la mora es inferior a dos años, no podrá exceder el doble de la mora.

¿A partir de cuándo puede mi información negativa ser reportada a una central de información?

Únicamente puede ser reportado negativamente después de 20 días desde que la entidad le envíe una comunicación en tal sentido. En este tiempo, usted puede demostrar o efectuar el pago de la obligación o controvertir aspectos como el monto de la obligación o cuota y la fecha de exigibilidad.

¿Cómo puedo presentar mi reclamación ante la Superintendencia Financiera por un reporte erróneo?

Antes de presentar su reclamación ante la Superintendencia Financiera de Colombia para que se actualice, corrija, elimine o pueda conocer su información depositada en las bases de datos, o incluso para que se determine la responsabilidad administrativa de las entidades involucradas en alguna presunta conducta irregular debe cumplir con los siguientes requisitos:

Acreditar ante esta Superintendencia que se surtió el trámite de un reclamo por los mismos hechos ante el operador o la fuente (La central de información o el banco), y que el mismo no fue atendido o fue atendido desfavorablemente tal como lo dispone el numeral 5 artículo 17 de la ley 1266 de 2008.

El peticionario deberá identificarse, describir los hechos que dan lugar al reclamo, suministrar su dirección para notificarse y si procede anexar los documentos de soporte que se quieran hacer valer.

Recuerde que la Superintendencia Financiera tiene competencia para conocer su reclamación para que se actualice, corrija o elimine sus reportes en las centrales de información siempre y cuando, el operador (las centrales de información), las fuentes (la entidad o persona que reporta los datos a las centrales de información) o los usuarios (las personas naturales o jurídicas que están autorizadas para consultar los datos en las centrales de información) sean entidades sujetas a nuestra vigilancia. En caso contrario deberá presentar su reclamación ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

¿Cuáles son los beneficios que trajo la ley 1266 de 2008 a las personas reportadas?

Este es el denominado régimen de transición establecido en el artículo 21 de la Ley 1266 de 2008 y estableció las siguientes reglas:

Estado de la deuda

La central de información debe eliminar la información negativa

Si se encontraba al día en sus obligaciones para el 31 de diciembre de 2008 y ha estado reportado por más de un año a esa fecha.

Si para el 31 de diciembre de 2008 se encontraba al día en el pago de sus obligaciones y ha estado reportado por menos de un año, permanecerá reportado por el tiempo que le falte para cumplir 12 meses, contados a partir de la fecha en que efectuó el pago.

Si. Se borra la información al completarse un año de estar reportado cumpliendo las condiciones señaladas.

Si aún no me he puesto al día en mis obligaciones, pero pienso hacerlo antes de 6 meses contados a partir de la entrada en vigor de la Ley.

¿el reporte me lo retiran inmediatamente?

No. La posibilidad de acogerse al régimen de transición terminó el 30 de junio de 2009.

¿Qué pasa si luego de ponerme al día en mis obligaciones gracias a los beneficios de la nueva medida, vuelvo a quedar en mora?

Los beneficios otorgados por el régimen de transición previsto en la Ley de Habeas Data se pierden en el momento de incurrir nuevamente en mora. Esto quiere decir que el reporte reflejará el incumplimiento por el término correspondiente.

¿Si se paga voluntariamente la obligación hay alguna reducción en el tiempo que permanece la información negativa?

El pago voluntario o no de la obligación no tiene incidencia en el término de permanencia de la obligación, pero esta información forma parte del reporte, de conformidad con lo dispuesto por el Decreto 1727 de 2009.

6.1.1. Recopilación de información.

La siguiente información proviene de fuentes secundarias y de informes de las principales centrales de riesgo con cifras aproximadas de los informes de años anteriores en el área de mercadeo y experiencia de cliente, para esto se requirió de la recopilación y organización de la información proveniente de los años 2016, 2017 y 2018.

6.1.2. Procesamiento de la información.

A continuación, se obtuvo información de la página de la Superintendencia Financiera de Colombia, se tabulo la información que contiene el reporte anual de los años 2016,2017 y 2018 y para su mejor apreciación se tuvo en cuenta los meses de enero a julio del año 2019 donde se puede evidenciar el incremento de PQR en temas de centrales de riesgo, parte de dicha información también se obtuvo por parte de reportes que se recopilan y se socializan en reuniones entre la Gerencias de Mercadeo y Experiencia del cliente del Banco Mundo Mujer .

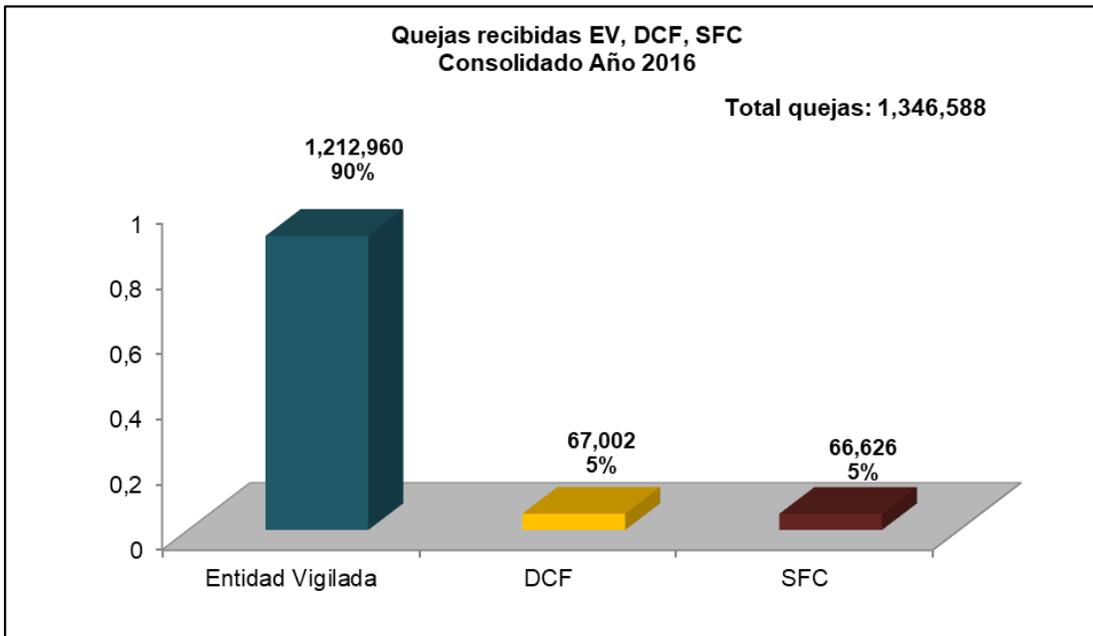


Ilustración 5 Quejas recibidas EV, DFC, SFC 2016 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

En la anterior gráfica podemos observar que las entidades vigiladas son la principal fuente por donde los clientes presentan las quejas para un total de 1'212.960 que representa un 90% en comparación a las fuentes DCf (Defensor del Consumidor Financiero) y SFC (Superintendencia Financiera de Colombia) ambas con un aproximado de 5 % cada una en el año 2016 con un total general de 1'346.588.

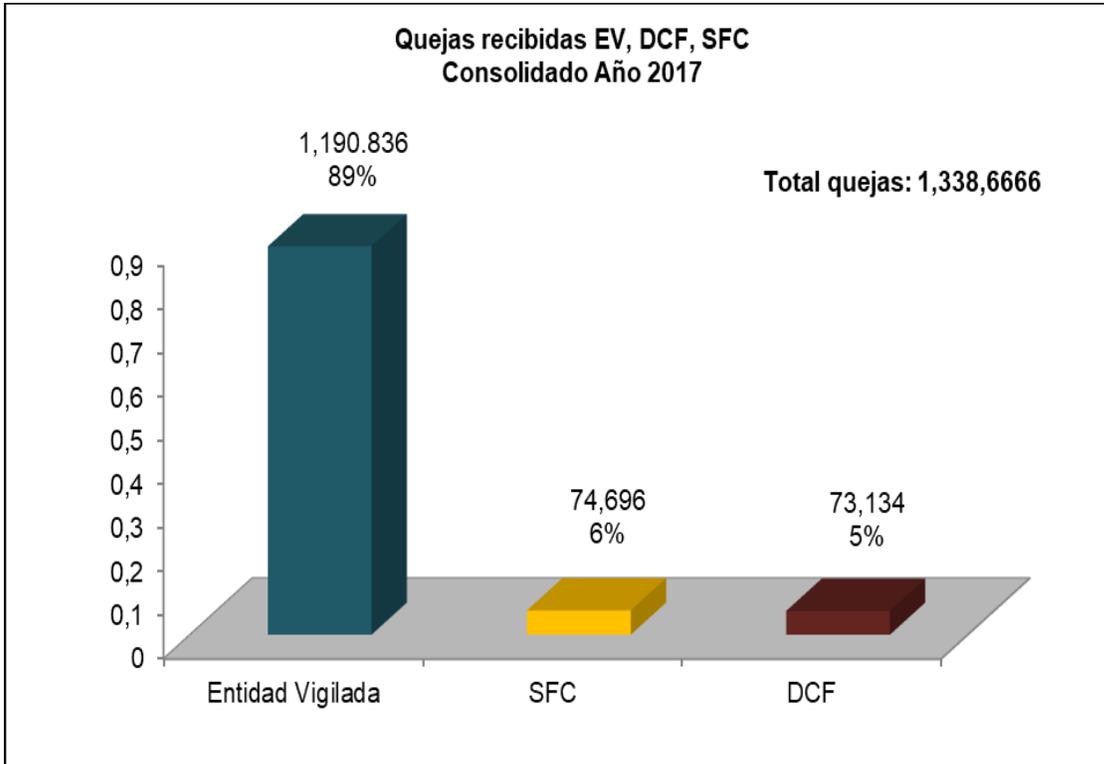


Ilustración 6 Quejas recibidas EV, DFC, SFC 2017 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

En la anterior gráfica podemos observar que las entidades vigiladas son la principal fuente por donde los clientes presentan las quejas para un total de 1'1190.836 que representa un 89% en comparación a las fuentes con DCf (Defensor del Consumidor Financiero) con 6% y FSC (Superintendencia Financiera de Colombia) con 5% en el año 2017 con un total general de 1'338.666.

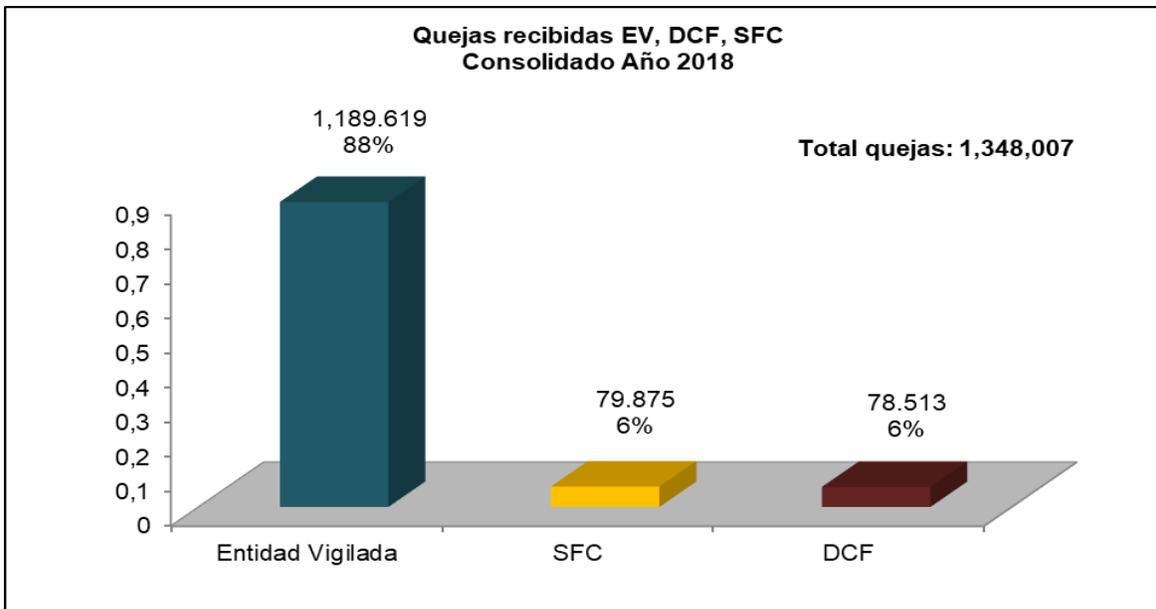


Ilustración 7 Quejas recibidas EV, DCF, SFC 2018 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

En la anterior gráfica podemos observar que las entidades vigiladas son la principal fuente por donde los clientes presentan las quejas para un total de 1'1189.619 que representa un 88% en comparación a las fuentes DCF (Defensor del Consumidor Financiero) y SFC (Superintendencia Financiera de Colombia) ambas con un aproximado de 6 % cada una en el año 2018 con un total general de 1'348.007.

Aun que se puede decir que tendiendo en cuenta los años 2016, 2017 y 2018 según las cifras que proporciona la página de la superintendencia Financiera de Colombia, es que en el transcurso de estos tres años se ha disminuido en un 1 % anual sigue presentándose el mayor porcentaje como fuente principal de recepción de dichas quejas están las entidades vigiladas.

Lo cual nos lleva a analizar cuál sería la razón por la cual estas cifras nos arrojan dichos resultados con un porcentaje tan alto, para esto se tuvo en cuenta los informes anuales del periodo 2016 2017 y 2018 consolidados en la página de la Superintendencia Financiera de Colombia, dichas PQR fueron recibidos por medio de las Entidades Vigiladas (EV), Defensor del consumidor Financiero (DFC) y la anterior mencionada la Superintendencia Financiera de

Colombia (SFC), todos estos datos se encuentran registrado en los siguientes gráficos donde están discriminados por sectores de proveniente las quejas:

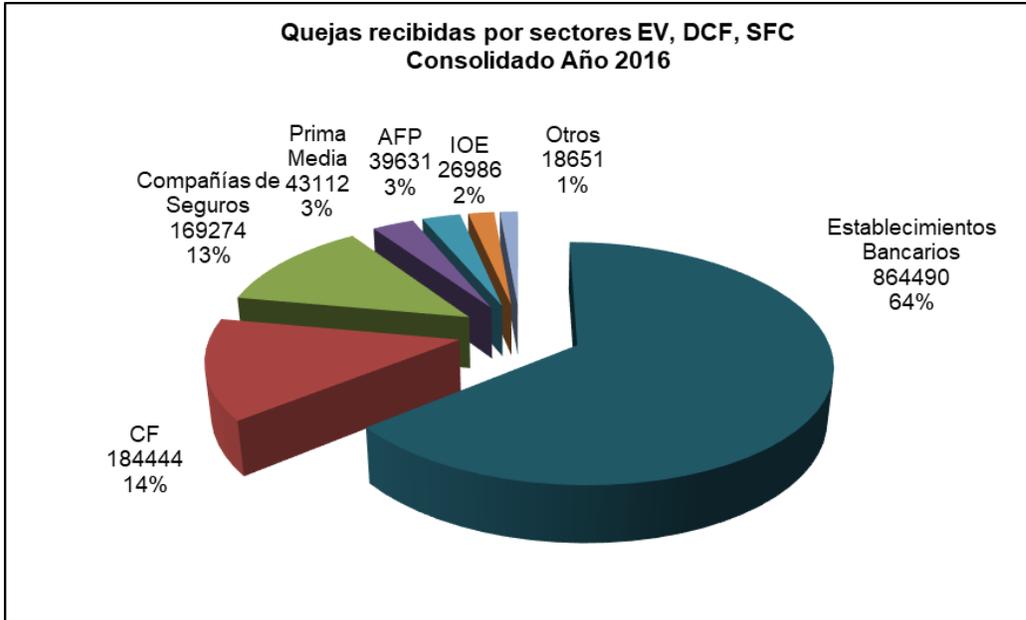


Ilustración 8 Quejas recibidas por sectores EV, DCF, SFC 2016. Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

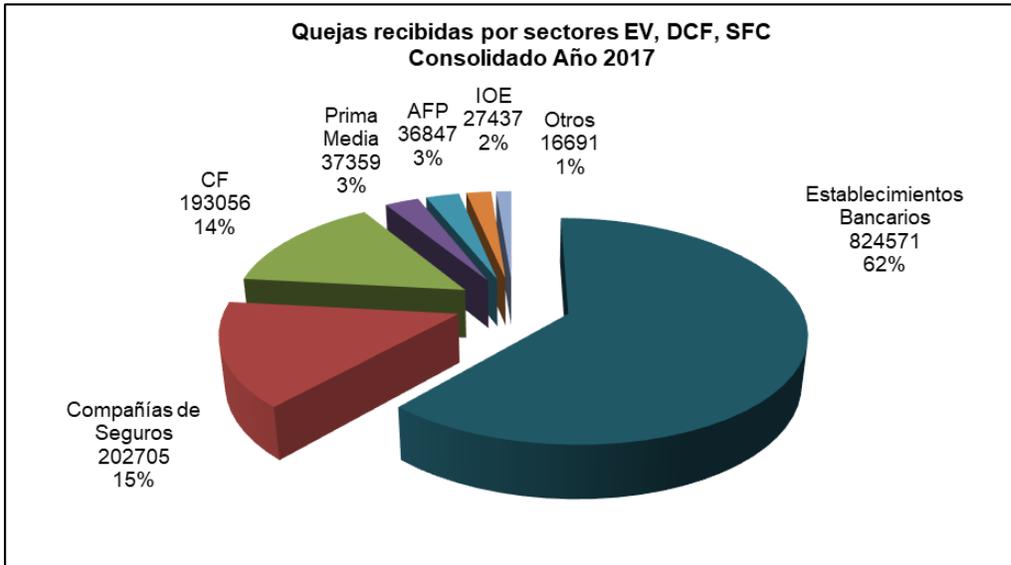


Ilustración 9 Quejas recibidas por sectores EV, DCF, SFC 2017. Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

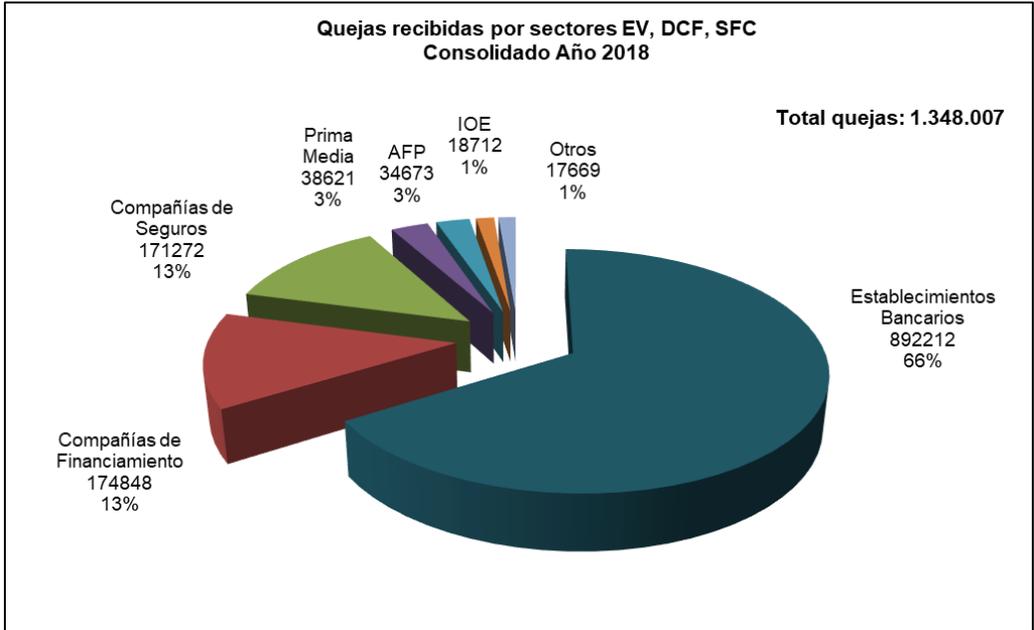


Ilustración 10 Quejas recibidas por sectores EV, DFC, SFC. 2018 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

En estos tres años podemos observar que la principal fuente por donde los clientes interponen sus reclamos son las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia que reciben el mayor número de quejas por sectores están los establecimientos bancarios que de igual manera cuentan con mayor número de consumidores financieros, podemos resaltar que para el año 2016 recibieron un 64%, en el año 2017 con un 62% y en el año 2018 con un 66% de las PQR, siendo este último el indicador con un incremento mayor en comparación a los años anteriores lo cual nos lleva analizar cuales son las causas y los motivos para que se presente esta alza en las cifras de las entidades vigiladas.

Para ejemplificar las razones por la cual los usuarios financieros han interpuesto estas quejas tomamos como base el siguiente cuadro donde tenemos un reporte anual del periodo de 2016 en donde se encuentran consolidados los motivos por los cuales se presentan las PQRS (Peticiónes,

quejas y reclamos) por parte de los consumidores financieros ante las centrales de riesgo en especial se tomó lo correspondiente al Banco Mundo Mujer el cual es el motivo principal de este estudio, los datos se encuentran discriminado por productos y motivos.

Tabla 4 Quejas recibidas por producto y motivo año 2016 Fuente página de la superintendencia Financiera de Colombia

Queja Recibidas Producto - Motivo por Entidad					
Consolidado Año 2016					
TIPO	COD	ENTIDAD	NOMBRE TIPO QUEJA	NOMBRE MOTIVO QUEJA	TOTAL
1	60	Banco Mundo Mujer S.A.	CDT	Inadecuado suministro de información en la vinculación	1
			Total CDT		1
			Crédito de consumo y/o comercial	Cobro servicios y/o comisiones	1
				Inadecuado suministro de información en la vinculación	1
				Indebida atención al consumidor financiero-servicio	1
				Procedimientos y honorarios de cobranza	2
			Total Crédito de consumo y/o comercial		5
			Cuenta de a	Billetes falsos	1
			Total Cuenta de ahorros		1
			Microcrédito	Aspectos contractuales (Incumplimiento y/o modificación)	2
				Cobro servicios y/o comisiones	2
				Consignación errónea	1
				Inadecuado suministro de información en la vinculación	2
				Indebida atención al consumidor financiero-servicio	12
				No se remite información al cliente	3
				Procedimientos y honorarios de cobranza	39
				Reestructuración de créditos	15
				Reporte centrales de riesgos	9
				Revisión y/o Liquidación	19
				Suministro de información insuficiente o errada	1
				Suplantación presunta de persona	1
				Total Microcréditos	
			Otros Seguros	Aspectos contractuales (Incumplimiento y/o modificación)	1
				Desatención en la prestación a reconocerse	1
				Mora en el pago o en el reconocimiento	1
				Objeción o negativa para atender el siniestro	3
			Total Otros Seguros		6
Servicios de	Cobro servicios y/o comisiones	1			
Total Servicios de corresponsales no bancarios (CNB)		1			
Total					120
Total general quejas ante la SFC año 2019					67.002

Información consolidada anual SFC - Defensor del consumidor financiero - Entidades

vigilada

Tabla 5 Quejas Principales recibidas en los años (2016, 2017 y 2018) Fuente Superintendencia Financiera de Colombia

SFC - Defensor del consumidor financiero - Entidades vigiladas	2016	2017	2018
Total, CDT	15	30	25
Total, Crédito de consumo y/o comercial	280	364	353
Total, Cuenta de ahorros	50	86	101
Total, Crédito de vivienda	0	1	1
Total, Microcréditos	1343	1899	2022
Total, Otros Seguros	63	1	0
Total, Servicios de corresponsales no bancarios (CNB)	2	6	4
Total, Seguro de vida grupo	1	1	1
Total, Sin clasificar	1	1	6
Total, Tarjetas de crédito	2	6	2
TOTAL	1757	2395	2515

En la trayectoria que tiene el banco y hasta el año 2018 las PQR por temas de centrales de riesgo ocupan en términos generales el tercer puesto dentro de las principales causas con un crecimiento gradual; desde el mes de enero hasta el mes de julio del año 2019 este motivo de PQR ha tenido un aumento acelerado pasando a ocupar el primer lugar.

Tabla 6 Reporte años (2016-2017-2018 y 2019) elaboración propia, datos fuente Banco Mundo Mujer.

Reporte anual de quejas referentes a centrales de riesgo					
Mes	Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	2016	2017	2018	2019	Total, general
ENERO	17	27	27	67	138
FEBRERO	17	21	31	71	140
MARZO	21	41	25	78	165
ABRIL	13	18	36	89	156
MAYO	22	25	34	109	190
JUNIO	18	29	40	100	187
JULIO	19	33	51	151	254
AGOSTO	29	36	82		147
SEPTIEMBRE	24	38	39		101
OCTUBRE	19	49	93		161
NOVIEMBRE	18	34	72		124
DICIEMBRE	13	31	72		116
Total, general	230	382	602	665	1879

Podemos observar en la anterior tabla que del año 2018 a tan solo 7 meses del año 2019 ya incremento en un 10 %. Lo cual es una cifra alarmante ya que esto no quiere decir que algo esta ocasionando que los consumidores financieros estén aumentando en la formulación de PQR.

Tabla 7 Causas PQR en centrales de riesgo, elaboración propia, datos Banco Mundo Mujer

Cuenta de causa de PQR	Años				
	2016	2017	2018	2019	Total general
Consultas de estado de información en centrales		1	18	2	21
Consulta de información no autorizada por el titular cuando esta sea requerida	5	4	15	18	42
Inconformidad con la permanencia de la información negativa	47	55	58	73	233
Inexistencia de la obligación reportada o negación de la relación contractual	21	7	3	40	71
Negación de acceso a la información				1	1
No actualización de la información	119	273	405	469	1266
No adoptar medidas seguridad adecuadas sobre información obtenida en bases datos de operadores				2	2
No atender las peticiones y reclamos presentados por los titulares de fondo y oportunamente			1		1
No contar con la autorización previa y expresa del titular para reportar información	4	2	17	4	27
No contar con los documentos soporte de la obligación	1		3		4
No contar con medidas adecuadas de seguridad			1		1
No informar al titular la finalidad de la recolección de la información			1	1	2
No informar al titular sobre la utilización que se le está dando a su información			1		1

No rectificación de información errónea			1	1	2
No remitir la comunicación previa al reporte	21	26	40	35	122
No reporte de información oportuno			1	1	2
Otros reclamos por centrales de riesgos	12	14	35	12	73
Reporte de información incompleta o parcial			2	6	8
Total, general	230	382	602	665	1879

Entre las causas por las cuales los consumidores financieros han incrementado las PQR en centrales de riesgo tenemos que destacar las principales que tienen un mayor número de representación en la tabla para los años (2016, 2017, y los 7 primeros meses del año 2019).

Tabla 8 Causas principales PQR en centrales de riesgo, elaboración propia, datos Banco Mundo Mujer

Cuenta de causas principales PQR					
Etiquetas de fila	2016	2017	2018	2019	Total
Consulta de información no autorizada por el titular cuando esta sea requerida	5	4	15	18	42
Inconformidad con la permanencia de la información negativa	47	55	58	73	233
Inexistencia de la obligación reportada o negación de la relación contractual	21	7	3	40	71
No actualización de la información	119	273	405	469	1266
No contar con la autorización previa y expresa del titular para reportar información	4	2	17	4	27
Total	196	341	498	604	1639

6.2. Capítulo 2

Establecer estrategias que mitiguen el alza en quejas presentadas por centrales de riesgo.

6.2.1 Definición de estrategias y actividades para la formulación del plan de acción.

Para establecer estas estrategias es necesario determinar cuál es la mejor forma y el medio para llegar a nuestros clientes, a continuación, describimos cada una de estas estrategias las cuales requerirán de unas actividades para llevar a cabo nuestro objetivo principal.

➤ Incluir en nuestras redes sociales Instagram:

Aprovechar de otra red social que no a sido incluida entre las redes sociales por el banco Mundo mujer el cual es **Instagram** que puede ser una gran herramienta, esta plataforma nos puede servir para ayudar con el posicionamiento del banco con la promoción de productos que ofrece el banco logrando así llegar a más personas con un mensaje de educación financiera, en especial sobre la importancia de conocer más acerca de temas como las centrales de riesgo y con sus publicaciones dar solución al objetivo de este trabajo el cual es disminuir el aumento de PQR en centrales de riesgo para ello se tienen que establecer y definir las siguientes actividades:

- Establecer el público objetivo: es necesario determinar cuál sería nuestro público meta al cual queremos llegar con nuestras publicaciones.

Con respecto a este punto, son varios los criterios que podemos utilizar. Uno de ellos es averiguar sus **características sociodemográficas**, tales como edad del usuario, sexo, nivel de estudios y ocupación. Determinar los **datos geográficos**, esto es: dónde reside y cuál es su lugar de nacimiento. Finalmente, toda segmentación debe contener datos referentes a los **intereses del público** con el que queremos contactar, tales como sus gustos, y personas y lugares donde los comparten. La frecuencia de las publicaciones: determinar la cantidad de veces que se piensa replicar dicha información en las redes sociales. Teniendo en cuenta factores como:

- Horarios y días claves para que se efectivo nuestro mensaje.

Cabe resaltar que el grupo en cargado de publicidad ya tienen determinado estos factores los costos que incurre realizar esta elucidad. Nuestra propuesta en este caso sería la de realizar publicaciones en el que sería perfil de Instagram del Banco Mundo Mujer. en ciertos periodos de tiempo con contenidos relacionados a centrales de riesgo.

- Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) y YouTube.

Es necesario realizar un análisis de como se ha venido realizando la publicación de información en estas redes sociales y en la cuenta de YouTube. En las siguientes tablas encontraremos un resumen de la interacción de las personas con sus visualizaciones, reproducciones y comentarios la página de Facebook del Banco Mundo Mujer y en su página de YouTube en las cuales han compartido información acerca de centrales de riesgo.

Visualización de videos en YouTube Banco Mundo Mujer 842 suscriptores

Estas publicaciones se realizaron en el año 2017 con contenidos relacionados a centrales de riesgo en la cual se establece la cantidad de veces que personas al visualizaron dicho contenido publicado.

Tabla 9 Visualizaciones en YouTube, videos sobre centrales de riesgo

Capítulo	Visualizaciones	fecha
Animación ¿que son centrales de riesgo?	205	26-07-2017
Cómo funcionan las centrales de riesgo	113	26-07-2017
Actualización de la información	102	26-07-2017
Permanencia del reporte negativo	120	26-07-2017

Publicaciones en Facebook

Reacciones comentarios y veces que se ha compartido información con temas sobre centrales de riesgo en la pagina de Facebook del Banco Mundo Mujer.

Tabla 10 Reacciones comentarios y veces que se compartido la información sobre Centrales de Riesgo en la página de Facebook del Banco Mundo Mujer.

Tema	Video tutorial “Conozca que son centrales de riesgo”					
Alcance	Fecha	Reacciones	Comentarios	Veces compartido	Clic en la publicación	Reproducciones
12.687	06-06-2017	79	1	93	89	1998
	Cómo funcionan las centrales de riesgo (quien es el titular y quien es la fuente)					
8.124	20-06-2017	34	0	53	222	1563
	Reporte y permanencia en centrales de riesgo					
14910	07-07-2017	67	7	135	132	3518
	Cómo actuar ante una inconsistencia en Centrales de Riesgo					
5144	18-07-2017	51	2	29	52	1023
	Todo lo relacionado con centrales de riesgo					
15378	13-06-2019	74	3	90	522	0
	Que son centrales de riesgo					
11477	06-08-2019	99	0	57	164	0
	Cómo funcionan las centrales de riesgo					
8771	07-08-2019	57	0	29	125	0
	¿Sabe usted cuando es vinculado a centrales de riesgo?					
3795	08-08-2019	48	0	22	59	0
	¿Usted sabe cómo se genera un reporte negativo y positivo?					
9292	09-08-2019	44	14	24	377	0
	Actualización de información en centrales de riesgo					
10452	10-08-2019	43	1	21	335	0
	¿Cuánto tiempo permanecen los reportes en centrales de riesgo?					
11219	11-08-2019	68	3	54	337	0
	Actualización de información en centrales de riesgo					
7978	19-08-2019	39	8	26	277	0

Con la anterior información podemos observar y concluir que la propuesta que ha tenido el banco para informar a sus clientes acerca de las centrales de riesgo, a pesar de que han sido pocas han tenido una mejor aceptación por parte de los usuarios en el transcurso de un año a otro, aunque cabe resaltar que en el 2018 no se realizaron publicaciones.

- El contenido a publicar: se planea realizar replicas en las redes sociales (Facebook e Instagram y LinkedIn) con información correspondiente a tiempos de permanencia información de vinculación y permanencia en centrales de riesgo fechas para la actualización de información en lo concerniente a la actualización de pagos y calificación también se contempla la implementación de imágenes representativas de diferentes casos en los cuales se presentan la interacción del cliente con las entidades financieras y las cuales poden llegar a ser motivo de descontento e inconformidad de dichos consumidores financieros con nuestra entidad.

A continuación, tenemos unas de las imágenes que se han venido utilizando en años anteriores, con temas correspondientes a centrales de riesgo en la página de Facebook y LinkedIn del Banco Mundo Mujer.



Ilustración 11 Publicación sobre permanencia en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer

Mundo Mujer
El Banco de la Comunidad

Reporte negativo en Centrales de Riesgo

20 días antes del reporte en Centrales de Riesgo, el banco le enviará un aviso en mensaje de texto a su celular o correspondencia a la última dirección que usted informó al banco. ¡Actualice sus datos para que se entere del reporte y tenga la posibilidad de ponerse al día!

REPORTE NEGATIVO

JUNIO 2017

20 Días antes

AVISO

VIGILADO por el SUPERINTENDENTE DE BANCA Y SEGUROS BANCO MUNDOMUJER S.A.

Ilustración 12 Publicación sobre reporte negativo en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer

Mundo Mujer
El Banco de la Comunidad

Tipos de reporte en Centrales de Riesgo

Dependen del comportamiento de pago

REPORTE POSITIVO

REPORTE NEGATIVO

VIGILADO por el SUPERINTENDENTE DE BANCA Y SEGUROS BANCO MUNDOMUJER S.A.

Ilustración 13 Publicación sobre tipos de reporte en Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer



Ilustración 14 Publicación sobre Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer



Ilustración 15 Publicación sobre cómo funcionan las Centrales de Riesgo. Fuente página de Facebook Banco Mundo Mujer

Mundo Mujer
El Banco de la Comunidad

¿Qué son las Centrales de Riesgo?

Son entidades privadas que:

- Almacenan
- Procesan
- Suministran

Información sobre el comportamiento de las personas con las obligaciones que adquieren en entidades financieras y demás empresas que otorgan créditos

VIGILADO por el Banco de la Comunidad | BANCO MUNDU MUJER S.A.

Ilustración 16 Publicaciones ¿Qué son las Centrales de Riesgo? Fuente: página de Facebook Banco Mundo Mujer

En las siguientes imágenes tenemos la ejemplificación de un caso en el cual una clienta quiere conocer cual es el tiempo para ver registrado su pago en las centrales.

Mundo Mujer
El Banco de la Comunidad

Actualización de información en Centrales de Riesgo

Laura está sorprendida, tiene una deuda e hizo el pago de una cuota el 1º de agosto. Al día siguiente ingresó al portal de las centrales de riesgos y el pago que realizó no figura.

¿¿Qué pasó??
La entidad financiera actualiza el estado de la deuda, y el pago se ve reflejado en centrales de riesgo al finalizar el siguiente mes

Mundo Mujer
El Banco de la Comunidad

Si Laura ya pagó ¿Por qué no aparece el pago en centrales?

Laura pagó la cuota al banco.

El Banco envía a la central de riesgos la base de datos de pagos realizados en agosto el día 20 del mes siguiente.

Las centrales de riesgos reciben la información, y tienen 10 días calendario para subirla a sus sistemas.

1º de agosto 20 de septiembre 30 de septiembre

El 30 de septiembre Laura ve reflejado el pago de su cuota en centrales de riesgo

VIGILADO por el Banco de la Comunidad | BANCO MUNDU MUJER S.A.

Ilustración 17 Ejemplo de caso centrales de riesgo. Fuente: página de Facebook Banco Mundo Mujer

- Realización de nuevas imágenes: Para la realización de las imágenes nuevas que contarán con información correspondiente se dispone de nuestro grupo de colaboradores de diseño digital del área de mercadeo del Banco Mundo mujer lo cual no generaría un costo extra por su realización.
- La realización de nuevos videos: estos contarán con contenido mas amigable para la comprensión de nuestros clientes.

Para esta actividad es necesario establecer:

- Establecer contenido de los videos: es necesario identificar qué información estará incluida en estos videos; como la importancia de las centrales de riesgo, como funcionan, reporte y permanencia en dichas centrales y también como actuar ante una inconsistencia en centrales de riesgo. Costos en el que incurre la elaboración de dicho contenido sea por medio de imágenes o videos.

Establecer un costo: Para la elaboración de estos videos es importante tener en cuenta la duración, su costo de realización y su publicación en pantallas.

Los costos de producción estarían entre \$6'000.000 a \$8'000.000

- Donde serán publicados los videos: El contenido de estos videos se publicará y se compartirá en las diferentes oficinas del Banco Mundo Mujer, en redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) al igual que en su canal de YouTube.
- Talleres con nuestros clientes: (sesiones comerciales) en estos talleres se socializarán temas concernientes a las centrales de riesgo; dichos talleres se impartirán con grupos focales y se incluirán en el programa de educación financiera propio del Banco Mundo Mujer “Aprendamos en Familia”.

Para esta estrategia es necesario tener en cuenta los siguiente:

- Establecer locación para los talleres: es necesario determinar donde se piensa realizar dichos talleres de educación financiera, entre estos sitios se ha pensado realizarlo en nuestras oficinas creando espacios para poder reunir a nuestros clientes y si no se cuenta con espacio suficiente sería necesario el alquiler de una locación para las reuniones por ende será necesario incurrir en un costo de alquiler de espacios para las reuniones.

- Detalles para los asistentes: Se piensa dar unos obsequios para los asistentes, esto también incurrirá en un costo. Los obsequios que se piensan dar a los asistentes son lapiceros y resaltadores, ambos membretados con la marca del banco.

Costo unitario lapiceros: \$500 pesos * 5.000 unidades = \$2'500.000

Costo unitario resaltadores: \$800 pesos * 5.000 unidades = \$4'000.000

- Refrigerio para los invitados: también esto incurrirá en un costo para tener en cuenta.

Costo unitario lapiceros: \$800 pesos * 10.000 unidades = \$8'000.000

➤ Creación de folletos y publicidad impresa: que sera publicada en ventanillas de nuestra red de oficinas. El cual contendrá temas como:

- Importancia de las centrales de riesgo
- Cómo funcionan las centrales de riesgo
- Reporte y permanencia en dichas centrales
- Como actuar ante una inconsistencia en centrales de riesgo.

Para la elaboración de estos folletos contaremos con los publicistas y diseñadores gráficos del área de mercadeo del Banco Mundo Mujer y se establecerá un presupuesto para su elaboración, cabe mencionar que este costo estaría en parte incluido en el presupuesto que maneja el banco en publicidad impresa que va destinada para las 76 oficinas.

Costo de elaboración folletos y publicidad para las ventanillas: \$300 la unidad * 250.000 unidades = \$75'000.000

➤ MSM dirigido a nuestros clientes: Para esta estrategia es necesario determinar la información que contendrán, el público meta y el costo en el que se incurrirá.

Para este caso se determinó que el costo es de \$16 pesos por persona actualmente contamos con 549.000 clientes de crédito de los cuales se establece hacer una prueba con 50.000 clientes para medir como sería la reacción por hora al recibir dichos mensajes de texto.

- En estos mensajes de texto se piensa incluir información con temas concernientes a centrales de riesgo de forma clara y corta, con la posibilidad de ampliar la información en una página web.

Ejemplo: el Banco Mundo Mujer le recuerda que su pago se verá reflejado en centrales de riesgo a finalizar el mes siguiente para más información puede acceder a nuestra página web Banco Mundo Mujer, comunicándose a nuestra línea gratuita 01 8000 910 666 o dirigiéndose a nuestra red de oficinas.

➤ Publicidad en televisión: Publicación de videos informativos sobre centrales de riesgo en canales locales, regionales al igual que en los canales nacionales.

- Requiere determinar un costo de dicha publicidad

El costo de esta publicidad varía según la duración de los videos canales ya sean locales regionales o nacionales y en que horario que se desea que sea transmitido, puede estar entre los \$10'000.000 a \$23'000.000 millones de pesos.

➤ Pautar en radio información concerniente a centrales de riesgo en emisoras locales

- Requiere determinar un costo de dichas pautas: Estas varían según el número de cuñas que se quiere pautar y habría que establecer que tipos de emisoras decíamos pautar el horario de

transmisión, también determinar si son emisoras locales, regionales y/o nacionales, todo esto generaría una variación del costo. Para hacernos una idea tenemos los valores por pautas

Nacional: 60 mil pesos por pauta

Regional: entre 10 y 25 mil pesos

Estos valores son variables según lo que se establezca al momento de tomar la decisión si se selecciona esta estrategia.

6.3. Capítulo 3

Identificar la mejor manera de llegar al consumidor financiero, concientizándolo sobre el tema de reglamentación relacionado con centrales de riesgo.

Para este capítulo se vio necesario establecer mediante dos tablas; en la primera: tenemos que objetivo se plantea abordar por medio de la estrategia anterior mente establecida con sus costos de implementación. En la segunda, como base para su elaboración se utilizó la herramienta de MPC (Matriz de Perfil Competitivo) para poder determinar así cuál de estas estrategias propuestas son las más viables para lograr cumplir con el objetivo principal que es “Disminuir el crecimiento en las cifras e incidencias de PQR en centrales de riesgo en el área de Mercadeo y Experiencia del Cliente del Banco Mundo Mujer en la ciudad de Popayán por medio de la Formulación de un plan de acción para el periodo de agosto a diciembre del 2019”.

Por último, se realizó el análisis de los resultados obtenidos al momento de comparar estas estrategias según unos atributos como costo, el periodo de tiempo que tomaría para llevarse a cabo, tiempo de su implementación y según el alcance que se obtendría. Para así determinar cuáles serían escogidas o desechadas para al final incluirlas en el plan de acción y poder llevar acabo su implementación.

6.3.1 Estrategias propuestas en caminadas al cumplimiento de unos objetivos.

De acuerdo con el diagnóstico realizado en el cual se logra identificar que una de las principales causas por las que se han venido presentando un incremento en las PQR por parte de los consumidores financieros, es el desconocimiento y la falta de educación sobre temas concernientes a centrales de riesgo. Se vio necesario establecer objetivos, los cuales serán abordados por medio de unas estrategias anterior mente propuestas que se relacionan a continuación:

Tabla 11 Objetivo Y Estrategias propuestas. Fuente elaboración propia

Objetivo	Estrategia
Llegar a más personas para promocionar los productos del banco al igual poder compartir información de educación financiera y centrales de riesgo	Incluir en nuestras redes sociales Instagram:
Generar una cultura de educación financiera para nuestros clientes que utilizan redes sociales.	Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) y YouTube.
Educar a nuestros clientes sobre temas concernientes a centrales de riesgo.	Talleres con nuestros clientes
Mantener informados a nuestros clientes en lo referente a centrales de riesgo.	Creación de folletos y publicidad impresa
	MSM dirigido a nuestros clientes
	Publicidad en televisión
	Pautas en radio

6.3.2. Evaluación de estrategias propuestas

Para la evaluación de las estrategias propuestas utilizamos como base la herramienta de MPC (Matriz de Perfil Competitivo) dándole a cada una de las estrategias un peso correspondiente a la importancia que determina para el Banco Mundo Mujer su implementación según unos atributos.

Tabla 12 Matriz estrategias a evaluar, Fuente elaboración propia

Matriz para identificar que estrategias son más viables para su implementación						
Estrategias Atributos		Costo de implementación	Tiempo para su implementación	Duración de implementación	Alcance (Personas a las que va dirigido)	Total
Propuestas	Peso ponderado	30%	20%	10%	40%	100%
Propuesta 1 Incluir en nuestras redes sociales Instagram	Calificación	4	5	3	1	13
	Peso calificación	1,2	1	0,3	0,4	2,9
Propuesta 2 Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) y YouTube.	Calificación	2	5	2	1	10
	Peso calificación	0,6	1	0,2	0,4	2,2
Propuesta 3 Talleres con nuestros clientes	Calificación	2	3	2	3	10
	Peso calificación	0,6	0,6	0,2	1,2	2,6
Propuesta 4 Creación de folletos y publicidad impresa	Calificación	1	4	2	2	9
	Peso calificación	0,3	0,8	0,2	0,8	2,1
Propuesta 5 MSM dirigido a nuestros clientes	Calificación	3	5	4	2	14
	Peso calificación	0,9	1	0,4	0,8	3,1
Propuesta 6 Publicidad en televisión	Calificación	1	1	2	2	6
	Peso calificación	0,3	0,2	0,2	0,8	1,5
Propuesta 7 Pautas en radio	Calificación	2	1	2	3	8
	Peso calificación	0,6	0,2	0,2	1,2	2,2

1: Muy alto; 2: Alto; 3: Intermedio; 4: Bajo; 5: Muy bajo

6.3.3. Interpretación de resultados

Teniendo en cuenta los atributos anterior mente mencionados en nuestra tabla se pasa a establecer cuales son las estrategias más viables para incorporar en nuestro plan de acción para este caso se decidió dar mayor importancia a dos factores más importantes para la organización los cuales fueron el costo y el alcance.

- Propuesta 1 Incluir en nuestras redes sociales Instagram: tuvo como resultado un total de 13 puntos con un peso en la calificación de 2.9 lo cual nos indica que su costo de implementación es bajo en comparación al alcance que podremos obtener que es muy alto al incluirla en las redes sociales que maneja el Banco Mundo mujer para el proceso de comunicación de información y publicidad de productos.
- Propuesta 2 Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) y YouTube.: tuvo como resultado un total de 10 puntos con un peso en la calificación de 2,2 lo cual nos indica que su costo de implementación es alto en comparación al alcance muy alto que podremos obtener al realizar la publicación de información concerniente a centrales de riesgo en nuestras redes sociales.
- Propuesta 3 Talleres con nuestros clientes: tuvo como resultado un total de 10 puntos con un peso en la calificación de 2.6 lo cual nos indica que su costo de implementación es alto en comparación al alcance que es intermedio, aunque una ventaja es que el costo puede ser variable ya que se puede disminuir si dichos talleres se realizan en las oficinas del Banco Mundo mujer y siendo estas orientadas a grupos focales.
- Propuesta 4 Creación de folletos y publicidad en ventanillas: tuvo como resultado un total de 9 puntos con un peso en la calificación de 2.1 lo cual nos indica que su costo de implementación es muy alto en comparación al alcance que es alto, lo hace que sea viable para llevar a cabo ya que las cartillas pueden ser diseñadas por los colaboradores del área de mercadeo y la publicidad en ventanilla sería concisa para que el cliente al momento de cancelar pueda leerlas e informarse y se puede incluir dentro del presupuesto que maneja el banco en la publicidad impresa.
- Propuesta 5 MSM dirigido a nuestros clientes: tuvo como resultado un total de 14 puntos con un peso en la calificación de 3.1 lo cual nos indica que su costo de implementación es

intermedio en comparación al alcance que es alto, y se convierte en una estrategia que se puede implementar de forma rápida y directa hacia los consumidores financieros cabe destacar que esta estrategia estaría.

- Propuesta 6 Publicidad en televisión: tuvo como resultado un total de 6 puntos con un peso en la calificación de 1.5 lo cual nos indica que su costo de implementación es Muy alto comparación alcance que es alto, Aunque se puede llegar a más personas existen un inconveniente en cuanto a la implementación de esta estrategia ya que el Banco Mundo mujer solo utiliza las pautas televisivas para los productos que ofrece ya que incurre un costo muy alto.
- Propuesta 7 Pautas en radio: tuvo como resultado un total de 8 puntos con un peso en la calificación de 2,2 lo cual nos indica que su costo de implementación es alto comparación alcance que es intermedio, Aunque se puede llegar a gran cantidad de personas su alcance puede ser disperso ya que en radio no se podría incluir toda la información necesaria sobre centrales de riesgo y no puede ser captada la idea de forma correcta por los consumidores financieros.
- Como conclusión de este esta evaluación se llega a la selección de las estrategias 1,2,3,4 y 5 que son viables para implementar ya que cumplen con las características necesarias para ser incorporadas en nuestro plan de acción y se descarta la 6 y la 7 ya que no son viables para su implementación en la organización.

6.4. Capítulo 4

Diseñar un plan de acción para el periodo de agosto a diciembre del 2019.

A continuación, se describe el plan de acción por medio de un diagrama de Gantt ¹en el cual se establecen las estrategias y actividades a realizar en la implementación según un cronograma de tiempo para la implementación de y que actividades contendrá dicho el plan.

¹ Henry Gantt nació en 1861 y murió en 1919, su obra principal "Work, Wages an Profits" se publicó en 1913 y una de las mayores aportaciones de Henry fue el Diagrama de Gantt que consiste en un diagrama de barras en el que el eje horizontal representa el tiempo y el vertical las diferentes actividades.

Tabla 13 Diagrama de Gantt Plan de Acción. Fuente elaboración propia

Objetivo	Estrategia	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
Llegar a más personas para promocionar los productos del banco al igual poder compartir información de educación financiera y centrales de riesgo	Propuesta 1 Incluir en nuestras redes sociales Instagram	Establecer el público objetivo y la frecuencia de las publicaciones	5 días	jue 1/08/19	jue 8/08/19
Generar una cultura de educación financiera para nuestros clientes que utilizan redes sociales.	Propuesta 2 Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) y YouTube.	Establecer el contenido de las nuevas imágenes y videos	4 días	sáb 10/08/19	mié 14/08/19
		Establecer costo de realización de los videos	3 días	vie 16/08/19	mar 20/08/19
		La realización de los nuevos videos	10 días	mar 27/08/19	lun 9/09/19
		réplicas de videos e imágenes anteriormente creadas	16 días	sáb 10/08/19	vie 30/08/19
		publicar videos nuevos	30 días	dom 20/10/19	jue 28/11/19
Educar a nuestros clientes sobre temas concernientes a centrales de riesgo.	Propuesta 3 Talleres con nuestros clientes	Establecer locación para dichos talleres	5 días	mié 21/08/19	mar 27/08/19
		Establecer costo, el tipo de detalles y Refrigerio para los invitados	3 días	sáb 24/08/19	mar 27/08/19
		Realización de sesiones comerciales	3 días	vie 25/10/19	mar 29/10/19
Mantener informados a nuestros clientes en lo referente a centrales de riesgo.	Propuesta 4 Creación de folletos y publicidad impresa	Diseñar y establecer la información que contendrá y costo de su elaboración	4 días	vie 23/08/19	mié 28/08/19
		repartición de folletos y publicación en ventanillas	90 días	jue 1/08/19	mié 4/12/19
	Propuesta 5 MSM dirigido a nuestros clientes	Determinar la información, público meta y el costo en el que se incurrirá.	3 días	dom 20/10/19	mar 22/10/19
		Envío de mensajes	1 día	sáb 24/08/19	sáb 24/08/19

A continuación, tenemos la representación grafica con los intervalos de tiempo según las tareas a realizar.²

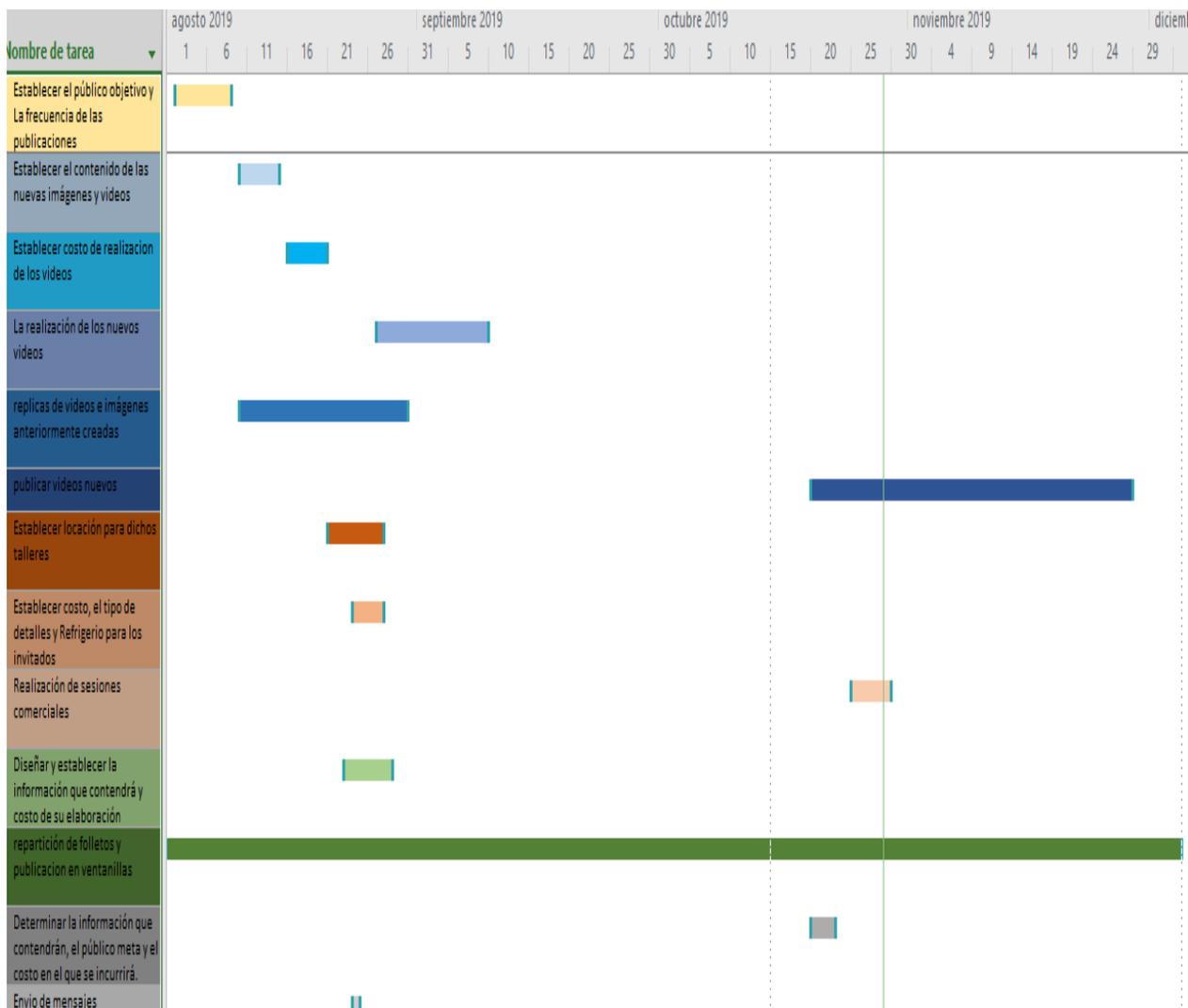


Ilustración 18 Representación grafica diagrama de Gantt con periodos de tiempo, plan de acción Banco Mundo Mujer. Fuente elaboración propia.

6.4.1. Control y seguimiento.

El seguimiento y control del plan de acción tiene como propósito monitorear de manera permanente el avance o el cumplimiento de las actividades según las estrategias propuestas de

² Es importante resaltar que como se tenía estimado el plan de acción iniciaría en el mes de agosto y finalizaría en el mes de diciembre, por lo cual se realizó de una manera paralela el estudio, la formulación e implementación de las estrategias para así lograr cumplir con el cronograma establecido.

acuerdo con las fechas establecidas e identificar los ajustes y modificaciones que requieran para cumplir con lo que se estableció inicialmente.

Indicador de estado de la actividad: Son parámetros de medida por medio de los cuales se determina el logro de la meta y por consiguiente el cumplimiento de los objetivos específicos. Los indicadores tienen que ser medibles en cantidad y tiempo.

Los responsables de control y ejecución de la actividad tendrán los dos (2) primeros días de cada quincena para registrar el avance y/o cumplimiento de las actividades según el cronograma de tiempo. Para esto se realizará una ponderación del nivel de cumplimiento que ira desde 1 a 100 por ciento según el estado en el que se encuentra dicha actividad.

Tabla 14 Estado de la actividad. Fuente elaboración propia

Estado de la actividad	PORCENTAJE
Iniciada	1%
En proceso	50%
Finalizada	100%

Responsable: Sera la persona encargada de realizar la ejecución y el reporte del estado de ejecución de la actividad.

Duración de la actividad: se registra el tiempo en el que se inició la tarea y su fecha de finalización para así determinar si se esta cumpliendo con el cronograma de tiempo o si existe algún retraso en su ejecución.

Costo total de la actividad: es necesario registrar cual es el costo total de la actividad o si se presentó alguna variación en los costos que inicialmente se establecieron.

Realizando este seguimiento y control podemos concluir si se realizo de manera correcta el plan de acción o determinar fallas y consecuencias que puede generar retrasos o el no cumplimiento de las actividades y estrategias encaminadas a cumplir con el objetivo principal para el que fue diseñado este plan de acción.

Tabla 15 Tabla para el seguimiento del plan de acción. Fuente elaboración propia

Tabla para el seguimiento del plan de acción							
Objetivo	Estrategia	Tarea o Actividad	Meta	Indicador	Responsable	Duración de la actividad	Costo Total
Llegar a más personas para promocionar los productos del banco al igual poder compartir información de educación financiera y centrales de riesgo	Propuesta 1 Incluir en nuestras redes sociales Instagram	Establecer el público objetivo y la frecuencia de las publicaciones	Llegar a nuestros 549.000 clientes	$\frac{\text{clientes alcanzados}}{\text{Total clientes}} \times 100$			
Generar una cultura de educación financiera para nuestros clientes que utilizan redes sociales.	Propuesta 2 Publicar información en redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) y YouTube.	Establecer el contenido de las nuevas imágenes y videos	Tener para el tiempo presupuestado el contenido de las imágenes y videos nuevos.	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			
		Establecer costo de realización de los videos	Tener un presupuesto para la realización de los videos nuevos.	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			
		La realización de los nuevos videos	Tener realizado 6 videos nuevos	$\frac{\text{videos realizados}}{6} \times 100$			
		réplicas de videos e imágenes anteriormente creadas	Realizar al mes 8 publicaciones sobre centrales de riesgo por 5 meses	$\frac{\text{publicaciones realizadas}}{40 \text{ publicaciones}} \times 100$			
		publicar videos nuevos	Tener más de 80% de interacciones en nuestras publicaciones sobre centrales de riesgo	$\frac{\# \text{ de interacciones}}{\# \text{ de publicaciones}} \times 100$			
Educar a nuestros clientes sobre temas concernientes a centrales de riesgo.	Propuesta 3 Talleres con nuestros clientes	Establecer locación para dichos talleres	Tener establecido el lugar donde se realizarán los talleres	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			

		Establecer costo, el tipo de detalles y Refrigerio para los invitados	Tener consolidado presupuesto y cantidad de los detalles que se entregaran	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			
		Realización de sesiones comerciales	Realizar em el mes 2 sesiones comerciales en cada una de nuestras oficinas	$\frac{\# \text{ de secciones realizadas}}{(\# \text{ de oficinas} * 2)} \times 100$			
Mantener informados a nuestros clientes en lo referente a centrales de riesgo.	Propuesta 4 Creación de folletos y publicidad impresa	Diseñar y establecer la información que contendrá y costo de su elaboración	Tener determinada la información que contendrán con su costo de elaboración de los folletos y la publicidad impresa	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			
		Repartición de folletos y publicación en ventanillas	Repartir los folletos y publicar la información en ventanillas	$\frac{\# \text{ de folletos entregados}}{(\# \text{ de folletos impresos})} \times 100$ $\frac{\text{publicidad puesta en ventanillas}}{(\# \text{ de cajas} * \# \text{ oficinas})} \times 100$			
	Propuesta 5 MSM dirigido a nuestros clientes	Determinar la información que contendrán, el público meta y el costo en el que se incurrirá.	Tener determinada la información que contendrán y el costo del envío de los mensajes	Determinar el cumplimiento o retraso para la realización de esta actividad según lo establecido en el diagrama de Gantt. SI <input type="checkbox"/> Tiempo de retraso ___ NO <input type="checkbox"/>			
		Envío de mensajes	Enviar mensajes de texto a todos nuestros clientes	$\frac{\# \text{ de mensajes enviados}}{(\# \text{ de clientes})} \times 100$			

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1 Conclusiones

- Para el Banco Mundo Mujer es muy importante brindarles asesoría y acompañamiento a sus clientes al momento que presentan una Petición, Queja, Reclamo y/o felicitación brindándoles una pronta respuesta.
- Actualmente el banco preocupado por el incremento en las PQR (Petición, Queja o Reclamo) está en la formulación de estrategias y actividades encaminadas en la evaluación de que esta ocasionando este aumento en cifras para poder determinar la forma de como crear un plan de contingencia y la pronta acción para poder lograr una disminución en dichas cifras.
- Se logró determinar que en muchas de las ocasiones en las que los consumidores financieros interponen una PQR puede llegar a ser no procedente, debido a que al momento de interponerla no se encuentran bien informados acerca de lo que están reclamando o solicitando, terminando la respuesta siendo a favor del banco.
- Debido a la creciente competencia que existe en el país entre las diferentes entidades bancarias, que a la vez pueden llegar a ofrecer productos similares es muy importante resaltar la labor que viene realizando el banco, tratando de diferenciarse al preocuparse por sus clientes brindándoles un mejor producto y/o servicio.
- Como resultado de nuestro trabajo es muy importante destacar el crecimiento tan grande que ha tenido el Banco Mundo Mujer a nivel en los últimos años pasando de ser fundación a lo que es ahora un banco con presencia en casi todo el país con sus 176 oficinas y sigue creciendo a un más.

7.2 Sugerencias

- Se recomienda al Banco Mundo Mujer incursionar en una red social muy importante la cual es Instagram para promocionar sus productos al igual compartir información sobre educación financiera.
- La empresa debe hacer más inversión en la capacitación de sus clientes y usuarios sobre temas de centrales de riesgo ya esto puede generar una disminución en la presentación de PQR.
- Incluir charlas educativas en los talleres ya existentes que realiza el banco con temas concernientes a centrales de riesgo.
- Se sugiere al Banco Mundo Mujer seguir este plan de acción pensado y diseñado para la solución del incremento en PQR por temas relacionados a centrales de riesgo.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- <https://www.bmm.com.co/pqr.html>
- <http://www.gestiopolis.com/7-elementos-metodologia-investigacion-mercados/>
- http://www.unicauca.edu.co/innovacioncauca/sites/default/files/documentos_oferta_conocimientos_capacidades/2.7.1%20Metodolog%C3%ADa%20de%20investigaci%C3%B3n%20de%20mercados.pdf
- <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/10083853>
- <http://www.gedpro.com/Comunidad/Blogs/tabid/69/EntryId/320/Henry-Laurence-Gantt-creador-del-diagrama-de-Gantt.aspx>