

Economía / Finanzas



Son necesarios los protocolos para entender el funcionamiento de los bancos en la coyuntura.

Cliente bancario, hora del servicio

Reactivación Económica  **Factor tecnológico debe ir acompañado de servicio.**

Bogotá

CON LA aparición del coronavirus los servicios de las entidades financieras tuvieron que acelerar su transformación digital. Con el confinamiento y las políticas de aislamiento social, reforzaron sus canales virtuales para mejorar la atención.

Y hacia el inmediato futuro, con la nueva normalidad, no solo el factor tecnológico debe ser el diferenciador, pues la mejora del servicio y los tiempos de atención al cliente serán claves.

“El sector bancario en el país requiere repensar toda su experiencia digital y de atención al cliente, metiéndose en los zapatos del usuario, ya que esto le permitirá diagnosticar con mayor certeza los temas que hay que mejorar en el servicio”, asegura Angélica Flechas, CEO de Háptica, empresa experta en diseño de servicios.

Considera que el sector bancario debe tener en cuenta las capacidades de los usuarios y acceso que ellos tienen a herramientas digitales y preguntarse ¿a quién le estoy diseñando este servicio?. También dice que es vital garantizar que el entendimiento y la

transparencia de todo procedimiento autogestionado sea claro para los usuarios, y además ellos están buscando marcas confiables y sobre todo, que tengan servicios fáciles de usar.

Y asegura que es indispensable hacer protocolos de servicios que le brinden la posibilidad a los bancos de identificar cómo deberían funcionar en la coyuntura, cómo notificar noticias difíciles a un cliente o cuando esté molesto.

Por su parte, Latínia, compañía que fabrica software de procesamiento de

eventos para la banca, sugiere “superar planteamientos sólo basados en el viaje del cliente” para enfocarse en “sus momentos financieros”. “No sólo no hay dos clientes iguales, como tampoco dos momentos equivalentes en la vida financiera. Las finanzas de una persona en la mañana no son las mismas que por la tarde, en cambio el cliente sí lo es”, dice Oriol Ros, director de desarrollo de Latínia. La firma dice que en los últimos años, la banca digital o cualquier e-commerce capturó el perfil y datos de los usuarios para enviarle notificaciones y mensajes tratando de empujarlo en su viaje hasta la compra final, alentándole, cuando éste abandonaba el proceso de compra, “de seguir con el viaje”, intentando siempre involucrarlo con una buena experiencia de usuario. “La generación de experiencias positivas, memorables, por lógica, es contradictoria con la cantidad de éstas: no se puede estar deleitando siempre a todo el mundo, si acaso a veces a unos pocos, escogiendo -y entendiéndolo- bien las circunstancias...y el momento”, explica Ros. ☺

“No se puede estar deleitando siempre a todo el mundo, si acaso a veces a unos pocos, escogiendo -y entendiéndolo- bien las circunstancias”.

BREVES

BBVA lanza el reto Hackathon 2020

El banco tiene abierto hasta el 2 de octubre la inscripción al Hackathon 2020, que busca reunir talento internacional para desarrollar soluciones a nueve retos lanzados por la entidad y que buscan remediar problemáticas de países como México, España, Colombia y Perú.

Banco de Bogotá, en plan de subsidio

La entidad dijo que será la primera entidad financiera en hacer entrega del primer nuevo subsidio del Gobierno Nacional para la compra de vivienda No VIS. Desde el 18 de septiembre los interesados pueden postularse para ser beneficiarios de este subsidio realizando la solicitud formal.



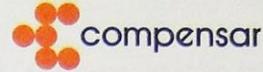
Es bueno conocer el puntaje de crédito

Datacrédito Experian dijo que para un deudor es importante conocer el puntaje de crédito pues ese número de tres dígitos se usa para medir el riesgo al otorgar un crédito. Cuanto más alto sea, más probabilidades tendrá de calificar.

Scotiabank Colpatría, con alta facturación

Un análisis de la entidad reveló que en la primera semana de reapertura (29 de agosto - 4 de septiembre), los clientes con tarjeta de crédito aumentaron su facturación en 14% si se compara con una de las semanas en las que había cuarentena (1 al 7 de mayo).

Breves / institucionales



Articulación de redes: fórmula con buenos resultados para la salud

Desde su nacimiento, hace más de 41 años, Compensar ha estado comprometida con la salud y el bienestar de los colombianos, siempre con la firme convicción de que solo a través de la suma de esfuerzos es posible enfrentar situaciones como las derivadas de la pandemia por el Covid 19.

Por eso, hoy más que nunca, esta entidad continúa fortaleciendo alianzas que le permitan ampliar el impacto de su gestión en materia de salud, garantizándoles así los mejores resultados a sus afiliados, manifiesta Mauricio Serra, gerente ejecutivo de Compensar EPS.

Evidencia de ello es cómo desde el momento en que inició la emergencia sanitaria en Colombia, y de la mano de otras Entidades Prestadoras de Salud y diversos organismos del orden Nacional y Distrital, ha venido desarrollando diferentes estrategias tendientes a contener la pandemia y a fortalecer la capacidad de detección y control del virus.

Dentro de las acciones se destaca su participación en el convenio tripartito de Atención Médica Domiciliaria - AMED, coordinado entre la Secretaría de Salud y las EPS, para el seguimiento de personas con confirmación del virus, así como a sus contactos y casos sospechosos, y que ha facilitado la atención de más de 125.000 consultas domiciliarias, 296.000 teleconsultas y alrededor de 215.000 tomas de muestras. De igual forma, fruto también de un acuerdo de voluntades, en los momentos más críticos de la emergencia sanitaria, se logró optimizar la administración de las unidades de cuidado intensivo en Bogotá, lo que una vez más da cuenta del impacto del trabajo colectivo.

Más cerca de sus afiliados

Además de hacerle frente al desafío del coronavirus, durante los últimos meses Compensar Salud ha encaminado sus esfuerzos en seguir respondiendo a todas las demás necesidades de su población afiliada. Es así como entre marzo y septiembre ha atendido más de 900 mil pacientes y realizado cerca de 6 millones de actividades, desde consultas médicas hasta ingresos a Unidades de Cuidados Intensivos. “En los últimos meses hemos atendido, por ejemplo, 516.000 urgencias, 7.300 partos, 24.800 crugías, además, aplicado 210 mil vacunas, muchas de ellas a domicilio”, explica Mauricio Serra.

Otra muestra del compromiso con las necesidades de salud de sus afiliados, es el reciente anuncio de su participación en el convenio “Unidos para seguir cuidándose”, establecido entre la Alcaldía Mayor de Bogotá, por medio de la Secretaría de Salud del Distrito, y varias EPS, con el fin de garantizar la atención a personas con enfermedades crónicas, como hipertensión y diabetes, que no registren evidencia de atención presencial en los tres últimos meses, ni toma de parámetros o signos vitales asociados a su patología, contribuyendo así a mitigar el riesgo de complicaciones de salud y mortalidad por Covid-19 en alrededor de 770 mil usuarios.

De esta manera, Compensar ratifica su compromiso con el bienestar integral, especialmente en medio del enorme desafío que representa la actual coyuntura, en la que “en lugar de competir debemos cooperar, porque solo la articulación de esfuerzos podrá garantizar la calidad de vida de las personas”, puntualizó Serra, quien además, agregó que “la revolución de la que todos hemos sido testigos nos muestra un camino hacia mayores implementaciones en telemedicina, desarrollos tecnológicos, atención domiciliaria, investigación y lo que es ya una realidad, la unión y el trabajo articulado de muchos actores por un propósito común: la salud de los colombianos”.

Más información en:
www.compensar.com/salud

FOTO: GUSTAVO GONZALEZ/AGENCIAS