	Trabajo de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LA ZONA DE GESTIÓN DEL BANCO DE CAJA SOCIAL CON EL FIN DE IDENTIFICAR FALENCIAS Y FORMULAR UN PLAN DE MEJORAMIENTO PARA EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

CRISTINA ISABEL BARROS ZAMBRANO

2011220008

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE ECONOMISTA

Tutor prácticas profesionales

JONATHAN JAVIER COHEN GRANADOS

Tutor Empresarial

GERMAN DAVID RIVERA CORRALES

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ECONOMIA

SANTA MARTA

2022

CONTENIDO

INTRODUCIÓN 3
Filosofía institucional 6
MISION 8
VISION 8
2. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO 9
3. PROPUESTA 10
3.1. DIAGNÓSTICO 10
3.2. PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA 12
4. JUSTIFICACION 13
5. OBJETIVO GENERAL 14
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14
6. REFERENTES TEÓRICOS 15
7. PLAN DE ACCIÓN 18
8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 19
9. RESULTADOS ESPERADOS 20
10. AUTOEVALUACION 21
11. RECOMENDACIONES GENERALES 22
12. CONCLUSIONES. 23
13. WEBGRAFÍA 24

INTRODUCIÓN

En éste informe final se pretende dar a conocer las habilidades adquiridas por medio de la ejecución de la práctica empresarial, con el fin de obtener el título como profesional en Economía.

En primer lugar, se darán a conocer aspectos generales del Banco Caja Social, tales como su cultura organizacional, el portafolio de productos y servicios y la estructura interna de la compañía, a continuación, se describirá el cargo desempeñado como practicante universitario y las funciones asignadas. Seguido a esto se conocerá cuáles fueron los principales aportes de las partes involucradas en el desarrollo de la práctica, tales como la universidad, el estudiante y la empresa contratante y por último se plasmarán las conclusiones generadas al finalizar el proceso de aprendizaje de la práctica empresarial.

La realización de la práctica permite realizar un diagnóstico de todas las herramientas, procesos y relaciones del banco en articulación con el público que atiende, a fin de detectar las debilidades y fortalezas internas, así como las oportunidades y amenazas externas, a partir de las cuales se determinan unas estrategias que constituyen el insumo para la construcción y aplicación de un plan de mejoramiento.

El documento que se presenta a continuación contiene tres objetivos específicos que bordan todo lo relacionado con la atención y satisfacción del cliente del banco Caja Social, y se plantean necesidades en materia de contratación, reorganización de las actividades y por último la extensión del horario de atención con la finalidad de abarcar más clientes y mejor atendidos.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1.Aspectos legales económicos y organizacionales

Razón social: Banco Caja Social

Banco Caja Social es una de las empresas de la Fundación Grupo Social creada el 1 de enero de 1911 actualmente cuenta con 2,3 millones de clientes activos y presencia en 72 municipios del país, con 241 oficinas a nivel nacional, 2 extensiones, 2 servicaja, 2.624 cajeros automáticos propios, 55 máquinas multifuncionales y más de 2.864 Corresponsales Bancarios. Sus activos totales suman cerca de $16,949,357 millones a marzo del año 2021.

Su Cultura organizacional es de mucha innovación, tecnologías, motivación laboral, creatividad, prestar un excelente servicio para marcar la diferencia.

En un Banco muy dinámico, ya que siempre está creando nuevos sistemas de alta tecnologías para la mejora constante de la prestación de sus servicios.

Atributos de marca

1. Ser un Banco incluyente

2. Respetar y valorar al cliente

3. Ser Confiable

4. Ser coherente y transparente.

4. Ser Un banco creativo.

5. Ser fácil y ágil ante el cliente.

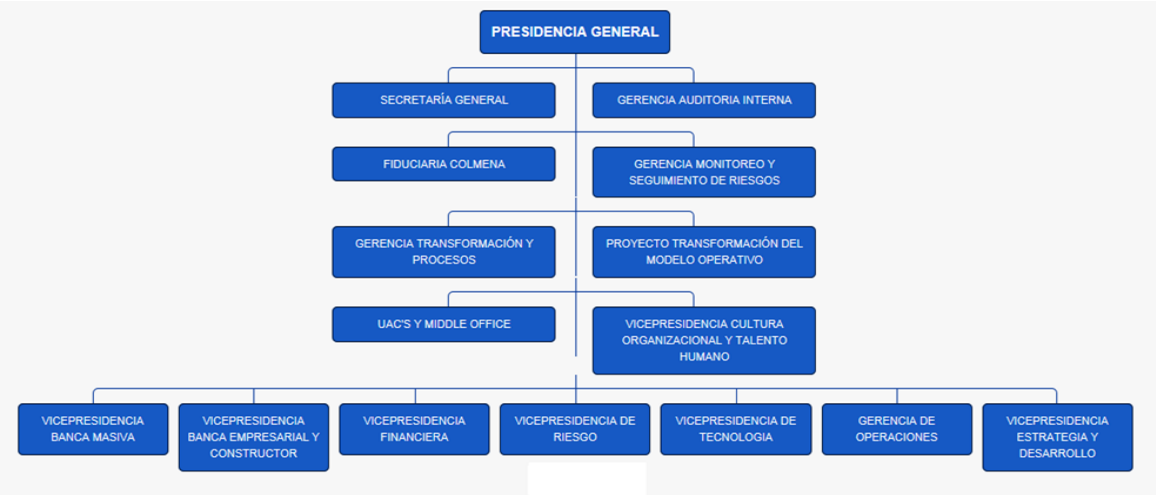
En los Direccionamientos del Banco Caja Social encontramos lo siguientes aspectos:

Planeación estratégica: Anualmente la organización formula los objetivos a alcanzar durante el año que van altamente relacionados con el comportamiento de los mercados, los logros alcanzados en el año anterior y aquellas oportunidades de mejora, para el año 2022 estos son los lineamientos a trabajar:

- Incrementar la fidelización y preferencia de los clientes actuales y la capacidad de atracción y vinculación de nuevos clientes, como fuentes básicas de una mayor dinámica de crecimiento.
- Continuar con el cierre de las brechas criticas en las propuestas de valor y el fortalecimiento de la omnicanalidad con énfasis en robustecer canales no presenciales y mejorar la productividad de los canales presenciales.
- Garantizar la captura de las capacidades creadas con la ruta transformadora y mantener la cultura de la austeridad en el gasto.
- Acelerar la transformación digital creando capacidades estructurales en talento, cultura, tecnología, ciberseguridad, automatización de procesos y aprovechamiento de los datos y la analítica, para adaptarse de manera relevante a las nuevas realidades de mercado.

Adicionalmente rige su direccionamiento estratégico a estudios de factibilidad e investigaciones de mercado buscando tener el mayor asertividad posible y realizar los cambios de ser necesario para lograr los objetivos propuestos.

ORGANIGRAMA:



Fuente Propia

La Junta Directiva se encuentra integrada por siete (7) miembros principales con sus respectivos suplentes personales, con un número mayor de miembros independientes al previsto por las leyes y la normativa interna vigente, y elegidos anualmente por la Asamblea General de Accionistas, con base en sus calidades personales y profesionales. En su totalidad el Banco Caja social cuenta con 7.142 colaboradores

Las oficinas del banco caja social son llamadas unidades de negocio las cuales están a cargo de la vicepresidencia banca masiva y cuenta con 5 gerentes regionales y 25 zonales los cuales lideran una red de 268 oficinas a nivel nacional.

Filosofía institucional

Su historia se remonta al 1º de enero de 1911, cuando el sacerdote jesuita José María Campoamor, al conocer la situación de la clase obrera de la época, convocó a diversos actores de la sociedad para crear en Bogotá el Círculo de Obreros de San Francisco Javier, una obra que puso bajo el patrocinio de la Santísima Virgen, Inmaculada Concepción, y de San Francisco Javier, que buscaba trabajar "… por el mejoramiento de las condiciones de vida de los más necesitados en los ámbitos religioso, moral, material y económico, que tratará de realizar la unión cristiana de las clases sociales… El Fundador quiso desde un primer momento llevar a cabo una obra de enfoque promocional –no asistencial- en la cual se combinarán dos rasgos esenciales: el desarrollo de actividades productivas, sostenibles y generadoras de valor desde el punto de vista económico, ideadas para dar oportunidades de inclusión en la economía a grupos marginados (la primera y más importante de ellas el fomento del ahorro); y el trabajo directo de desarrollo social, moral y humano con tales poblaciones. Para el desarrollo de sus diferentes actividades, el Círculo contó con la ayuda de un grupo de mujeres campesinas y obreras de la época -"Las Marías"- quienes estuvieron a cargo de las labores fundamentales de administración y operación durante muchos años.

Para lograr uno de los enfoques del padre Campoamor nació la caja social de ahorros del circulo de obreros con el propósito de incentivar en la clase obrera la práctica del ahorro

como instrumento económico y social, y facilitar el acceso al crédito para sectores populares de estratos medios y bajos.

A partir de 1972 pasó a ser la Caja Social de Ahorros, manteniendo sus principios y lineamientos originales. En 1991 fue autorizada para convertirse en Banco, hecho que se oficializó al año siguiente con el lanzamiento de las cuentas corrientes. En 1996 recibió el nombre de Banco Caja Social.

En 1973 se creó la Corporación Social de Ahorro y Vivienda Colmena (la cual pertenecía al mismo grupo empresarial), como respuesta a la política gubernamental de fomentar la canalización del ahorro hacia la construcción de vivienda. Durante casi 30 años la entidad financió la construcción y la compra de miles de viviendas, a la vez que promovió el debate público acerca del acceso a la vivienda en Colombia.

En el año 2000 la entidad emprendió un proceso de transformación para convertirse en banco comercial, con énfasis en el negocio hipotecario; así, un año más tarde pasó a llamarse Banco Colmena e inició su apertura hacia otros segmentos de negocio, como la banca de consumo y pymes, lo que le permitió atender de manera integral las necesidades de sus clientes, conservando su vocación y fortaleza hipotecaria.

En 2005 como resultado de la fusión del Banco Caja Social con el Banco Colmena nació BCSC. Así se consolidó un banco más sólido y competitivo en el mercado financiero colombiano, que trabajó por el desarrollo del país al ofrecer servicios financieros a poblaciones que tradicionalmente no son atendidas por la oferta formal.

En 2005 las dos entidades de la Fundación Social se fusionaron para constituir el BCSC, un banco que operó a través de dos redes, el Banco Caja Social BCSC y Colmena BCSC, cada uno con capacidades y fortalezas complementarias desarrolladas a lo largo de 100 años en Colombia.

En el año 2011 se realizó la transformación de la razón social que había dado la unión de los dos bancos a llevar el nombre de Banco Caja social.

MISION

"Contribuir a superar las causas estructurales de la pobreza a través de los programas sociales directos, encaminados en comunidades excluidas, buscando que ellas logren las condiciones para su propio desarrollo económico y alcancen un mejoramiento sostenible en su calidad de vida".

VISION

Construir una sociedad justa, solidaria, productiva y en paz, para en su efecto la construcción de un mejor país próspero, mejorando la calidad de vida de los colombianos , convirtiéndose en una ONG que además es la matriz de pertenecer a un grupo empresarial social al servicio del bien común.

POLITICAS DEL BANCO CAJA SOCIAL

- Cumplir los requisitos acordados a los clientes.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin del banco es el servicio a la comunidad.
- Todos los colaboradores deben mantener un comportamiento ético.
- Todos los productos de nuestro portafolio cumplen con los estándares de calidad, avalados y supervisados por la superinteritendencia financiera de Colombia.
- Todos los colaboradores deben estar dispuestos a capacitaciones constantes.
- Reconocimientos del Banco a sus colaboradores por su buen desempeño.
- Mejorar las expectativas de los clientes.
- Atender las demandas de los mercados, así como de los clientes actuales.
- Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética posible.
- Fomentar valores a nuestros colaboradores para el mejoramiento de las relaciones laborales.
- Estamos al servicio de los clientes, comprometidos con la sociedad, en medio ambiente y de todos los colaboradores que conforman en el Banco Caja Social.

- El Banco Caja Social promueve y establece los medios necesarios para que la comunicación de las deficiencias y sugerencias de mejora sean analizadas y aplicadas.
- Todos los gerentes de oficina deberán fomentar en sus colaboradores el espíritu de trabajo.

2. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

2.1.Descripción del área de trabajo

El cargo desarrollado durante mis practicas profesionales fue el de **asesora integral** de la oficina Avenida de los estudiantes de Banco Caja social, el puesto hace parte de equipo comercial de la oficina, como jefe inmediato figura el gerente de oficina. Este cargo corresponde a la gerencia de la vicepresidencia comercial de la banca masiva.

2.2.Descripción de las actividades asignadas

- ✓ Conocer beneficios y características de todos los productos y servicios que ofrece el portafolio del Banco Caja Social.
- ✓ Conocer los atributos de marca e implementar los comportamientos esenciales para la prestación de servicio.
- ✓ Conocimientos de tasas, precios y sus modificaciones.
- ✓ Cumplir con las metas establecidas mensualmente por el Banco Caja Social.
- ✓ Organizar agendas de salidas a campos en búsqueda de captar nuevos clientes, para ofrecer nuestro portafolio y servicios.
- ✓ Mantener y mejorar la imagen corporativa en las relaciones con los clientes.
- ✓ Comunicar errores en los procesos y proponer mejoras.
- ✓ Tener identificada la competencia.
- ✓ Conocer los productos y servicios de la competencia y sus diferencias.
- ✓ Conocer campañas especiales en curso.
- ✓ Atender reclamaciones de los clientes.
- ✓ Proporcionar un trato educado y cercano
- ✓ Dar un servicio general.

3. PROPUESTA

3.1.NOMBRE DE LA PROPUESTA.

Diagnóstico de la situación actual en la zona de gestión del banco de Caja Social con el fin de identificar falencias y formular un plan de mejoramiento para el área de atención al Cliente.

3.1. DIAGNÓSTICO

Durante el semestre, el Banco vinculó 220.000 nuevos clientes cerrando el año con 3,5 millones a nivel nacional. En el período en cuestión, se continuó fortaleciendo la presencia de la entidad en el mercado, a través de sus distintos canales. Por un lado, la red de oficinas registró nuevas aperturas en Pereira, Bogotá, y Sabaneta, completando, al cierre del año, 267 oficinas a nivel nacional; de otro lado, se instalaron 13 nuevos cajeros automáticos para un total de 492 al finalizar el semestre. Finalmente, y con el propósito de prestar servicios financieros a poblaciones no bancarizadas o con difícil acceso a la banca, la entidad continuó avanzando en el desarrollo de corresponsales no bancarios, mediante los cuales se busca, mejorar la presencia de la entidad en zonas hasta ahora no cubiertas. Durante el segundo semestre del año se abrieron 13 corresponsales no bancarios en Bogotá (9), Barranquilla (2), Medellín (1), y Bucaramanga (1), para completar 20 a nivel nacional.

En cuanto a la gestión por segmentos, para la banca masiva se privilegió la captación a través de CDT con promociones y un nuevo producto, el CDT con tasa variable, a la vez que se incentivó la captación de ahorros a través de un programa de fidelización de los mejores clientes en la red Colmena BCSC, y la vinculación de convenios de nóminas por ambas redes. En cuanto a la colocación se continuaron las acciones para mejorar la calidad del otorgamiento, se participó con preaprobación inmediata, por primera vez, en la Feria del Automóvil, se desarrollaron alianzas con cadenas masivas para el otorgamiento de tarjeta distribución, y se adelantaron programas tácticos permanentes para renovación de créditos próximos a vencer y para incentivar el uso de la tarjeta de crédito.

El posicionamiento de ambas marcas se apoyó con campañas institucionales masivas durante el período. No obstante, la desaceleración económica y el incremento de las tasas

de interés, disminuyó la demanda de crédito, a la vez que la menor liquidez del mercado y las condiciones de deterioro de la calidad de las carteras de consumo y microcrédito llevaron a la entidad a restringir su oferta. Este hecho no solo afectó la dinámica de la cartera, sino también la de captación, en la medida en que parte del crecimiento de ésta última se da por la expectativa de créditos futuros que esperan los clientes recibir al vincularse con un producto del pasivo al Banco y desde luego por la política monetaria que restringió en gran parte del año la liquidez disponible en el mercado. Debido a estos factores, los resultados en materia de captación y desembolsos en el segmento masivo estuvieron por debajo de lo esperado.

Igualmente, es procedente resaltar los avances de la Estrategia de Servicio con la cual se busca que los colaboradores integren, como parte de su trabajo y diario actuar, una noción de excelencia en el servicio prestado tanto a clientes externos, como internos. Durante el segundo semestre del año, se realizaron talleres de servicio dirigidos a todos los niveles de la Organización, y se desarrolló el programa “Excelencia en el Servicio” a través del cual se implementaron protocolos y técnicas de atención en las oficinas, con el fin de generar en nuestros clientes una mayor satisfacción del servicio prestado por el Banco.

3.2.PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

A través de una observación directa que se identificaron algunos inconvenientes que se presentaron en cuanto a la agilidad en la atención de los clientes, debido a que no hay el personal suficiente para atender y cumplir con las actividades y funciones establecidas, puesto que deben ejercer o cumplir no solo las funciones de su cargo, sino algunas otras y se ven en apuros cuando la oficina es visitada por muchos clientes, es decir, que los funcionarios del banco deben reorganizar sus funciones y actividades para poder cumplir con las exigencias del mercado.

Dentro de los inconvenientes más presentados se pueden resaltar los siguientes:

Las personas deben esperar mucho tiempo para ser atendidas, se podría habilitar un cajero adicional para agilizar éste proceso.

No hay el personal suficiente para atender en cada una de las diferentes secciones del banco, lo que genera inconformidad e incomodidad por parte de los usuarios del banco. Los funcionarios que tienen a su cargo la atención al público (cajero) y análisis de créditos (sección crédito y cartera), sobre todo, se tornan en algunos momentos estresados, debido a cierta sobrecarga de trabajo que tienen y a la falta de tiempo para cumplirlo, ocasionando en los clientes descontento por el trato recibido y la mala atención o la atención inoportuna. Es natural que reaccionen de esa manera debido al estrés que sienten al verse colgados de tiempo, como lo manifiestan.

El problema que se ha identificado en la zona de gestión (función de organización) del banco Caja Social radica en el recorte de personal que la entidad ha realizado, y las transformaciones y cambios con la perspectiva de minimizar costos, lo cual ha traído consigo inconvenientes en el cumplimiento de las actividades y funciones asignadas, desmotivación por parte de los clientes frente a los servicios y atención, y el mismo sentir, por parte de los funcionarios.

4. JUSTIFICACION

La Práctica profesional como opción de grado que exige desarrollar la Universidad del Magdalena, además de ser un requisito para titulación, se considera una gran oportunidad para dar a conocer los conocimientos, capacidades y competencias adquiridos a lo largo de toda la carrera. En el presente informe se muestran las competencias profesionales, a través del abordaje y solución de problemas de la entidad banco Caja Social específicamente del área de atención al cliente, y la capacidad para tomar decisiones asertivas y pertinentes de acuerdo al contexto y las exigencias actuales.

Es importante desarrollar las prácticas profesionales, por cuanto se constituyen en el punto de partida para realizar un diagnóstico que permita finalmente proponer algunas acciones correctivas o de mejoramiento, e incluso, estrategias de acción que lleven a la organización a mejorar sus deficiencias y/o solucionar sus problemas, imprimiendo en ellas los conocimientos adquiridos en cada una de las asignaturas cursadas, específicamente, aquellos relacionados con el proceso financiero, especificación del manejo de procesos, relación con los clientes, manejo de personal, toma de decisiones y planes de acción, entre otros.

En el desarrollo de las prácticas, se permite establecer una estrecha relación y coherencia tanto en el aspecto teórico, como de aplicación, puesto que todos los elementos se aplican en la misma organización o entidad, sin dejar de lado la importancia y la rigurosidad que enmarca cada una de las zonas a analizar.

Desde el punto de vista académico y profesional, se puede manifestar que la práctica realizada permite implementara los conocimientos y aprendizajes nuevos como los interiorizados, y que, además, forman parte de la cotidianidad laboral y de la experiencia y el ejercicio profesional.

5. OBJETIVO GENERAL

Diagnóstico de la situación actual en la zona de gestión, de operación y transferencia del Banco de Caja social con el fin de identificar falencias y formular un plan de mejoramiento para el área de atención al cliente al cliente.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar como un cajero más y un funcionario para el área de crédito y cartera, a fin de agilizar y facilitar los procesos para los clientes del banco.
- Realizar una adecuada distribución de las funciones y actividades a cada uno de los funcionarios del banco.
- Establecer horarios de atención extendidos para poder cumplir a cabalidad, de mejor manera y con calidad los servicios que ofrece.

6. REFERENTES TEÓRICOS

La satisfacción del cliente es la base de los sistemas de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización, pero, en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto.

La orientación de los sistemas de gestión de la calidad a lograr la satisfacción del cliente requiere medir el grado de satisfacción conseguido. Para medir la satisfacción del cliente disponemos de distintas metodologías y modelos. Fundamentalmente distinguimos entre metodologías cualitativas y cuantitativas:

- Las metodologías cualitativas (grupos focales, paneles de clientes, cliente misterioso, etc.) no requieren grandes muestras de población a analizar, aunque normalmente tienen un coste más elevado y sus resultados son más complicados de tratar de manera estadística.
- Las metodologías cuantitativas (encuestas) requieren mayores muestras de población, aunque normalmente tienen un menor coste y sus resultados son más sencillos de tratar de manera estadística.

Como apoyo en la medición de la satisfacción del cliente contamos con distintas normas nacionales e internacionales que nos ofrecen directrices sobre los pasos a seguir, entre ellas:

- UNE-ISO/TS 10004:2010 EX "Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el seguimiento y la medición"
- UNE 66176:2005 "Sistemas de gestión de la calidad. Guía para la medición, seguimiento y análisis de la satisfacción del cliente"
- UNE-ISO 10002:2004 "Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones".

Según Koontz y Weihrich (1999), la planeación implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlos, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones; esto es, de la elección de cursos futuros de acción a partir de diversas alternativas. (p.35). De acuerdo con Sabogal Sabogal (1995), la acción planificadora significa pensar en el futuro, adoptando decisiones concretas sobre objetivos, formulando políticas, fijando procedimientos, realizando presupuestos y pronósticos, confeccionando programas y valiéndose de las estrategias necesarias para la coordinación integral de todos los planes.

La labor de la Planeación se circunscribe a dos aspectos fundamentales: 1) adoptar objetivos consistentes para los diversos departamentos, para la empresa y, obviamente, para los individuos que en ella laboran. 2) Determinar los medios más eficaces para alcanzarlos. (p.35) A partir de lo anteriormente mencionado, se podría aseverar que la planeación es la función sustantiva del proceso administrativo para toda organización y sobre la cual se apoyan las demás funciones para su desarrollo.

Koontz y Weihrich (1999) manifiestan que, es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa. La estructura es intencionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas, asignación que debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar esas tareas. (p.35). Según los autores, la organización se define en los siguientes términos: “es el proceso de combinar el trabajo de los individuos, con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que así se ejecutan, sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada de los esfuerzos disponibles” (Koontz y O’Donnell).La optimización de procesos en una empresa ha sido un tema ampliamente estudiado, ya que los procesos son la base fundamental para obtener mayor productividad en toda organización, además hay varias opciones de optimización que las empresas escogen de acuerdo a su necesidad. Herrán (2008) indica que la optimización de procesos es fundamental en todas las empresas, y plantea la planificación de producción como una opción para optimizar procesos porque una

planificación de producción presenta varias estrategias, modelos y pasos para mejorar las actividades de una empresa.

Examinar las características de los eventuales rivales existentes o los que se habrá de enfrentar, así como las particularidades de los productos o servicios que éstos ofrecen, es la esencia de un análisis de competencia, y el cual constituye un elemento fundamental para poder determinar la viabilidad comercial de un nuevo negocio o emprendimiento. Identificar las características del entorno de competencia, va más allá de hacer el estudio y análisis de los competidores, para posteriormente tomar las decisiones o diseñar estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos. Evaluar a los competidores, sus productos o servicios y las relaciones entre ellos, busca analizar los aspectos específicos de dónde y cómo se venden éstos, tales como: estructura de la distribución, el potencial de mercado, las tendencias, las fuerzas o elementos externos que influyen o pueden influir en el ámbito de competitividad (Socatelli 2013).

7. PLAN DE ACCIÓN

Objetivos	Actividades	Responsable
1. Contar como un cajero más y un funcionario para el área de crédito y cartera, a fin de agilizar y facilitar los procesos para los clientes del banco.	Entrevista a posibles candidatos para trabajar en el banco	Jefe Talento Humano- Oficina Principal
	Contratar un cajero	
	Contratar una persona para el área de asesoría	
2. Realizar una adecuada distribución de las funciones y actividades a cada uno de los funcionarios del banco	Determinar junto con los funcionarios cuáles son los horarios que más de adapten a sus necesidades extra laborales	Director Banco
	Distribuir las funciones en torno a la afinidad con el puesto de trabajo	
	Capacitar al personal en atención al cliente	
3. Establecer horarios de atención extendidos para poder cumplir a cabalidad, de mejor manera y con calidad los servicios que ofrece	Determinar que horario se puede extender en función de la necesidad del cliente	Director Banco
	Abrir una postulación para aquellos funcionarios que tengan a bien trabajar en horario extendido	

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Meses					
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Objetivo 1. Contar como un cajero más y un funcionario para el área de crédito y cartera, a fin de agilizar y facilitar los procesos para los clientes del banco.						
Actividad 1. Entrevista a posibles candidatos para trabajar en el banco						
Actividad 2. Contratar un cajero						
Actividad 3. Contratar una persona para el área de asesoría						
Objetivo 2. Realizar una adecuada distribución de las funciones y actividades a cada uno de los funcionarios del banco						
Actividad 1. Determinar junto con los funcionarios cuáles son los horarios que más de adapten a sus necesidades extra laborales						
Actividad 2. Distribuir las funciones en torno a la afinidad con el puesto de trabajo						
Actividad 3. Capacitar al personal en atención al cliente						
Objetivo 3. Establecer horarios de atención extendidos para poder cumplir a cabalidad, de mejor manera y con calidad los servicios que ofrece						
Actividad 1. Determinar que horario se puede extender en función de la necesidad del cliente						
Actividad 2. Abrir una postulación para aquellos funcionarios que tengan a bien trabajar en horario extendido						

9. RESULTADOS ESPERADOS

En la primera etapa se analizarán las no conformidades presentadas durante la implementación de la mejora, estas tienen que evaluarse e implementar las acciones correctivas necesarias para que el proceso funcione de manera óptima. Asimismo, se evaluarán las consecuencias que puedan generar las acciones correctivas planteadas y verificar los resultados que se obtuvieron y tiene que quedar evidencia de estos últimos, las no conformidades que se encontraron y las acciones correctivas que se llevaron a cabo, de ser necesario se tienen que hacer los cambios en el proceso completo.

Posteriormente se busca es que el banco mejore continuamente en su eficiencia y eficacia de la gestión propuesta. Se debe tener en cuenta los resultados que se obtuvieron en las auditorías, en las evaluaciones de la Alta Dirección, así como evaluar otras propuestas de mejora que se puedan plantear o surjan en la ejecución del proceso.

Luego de haber realizado la validación de la propuesta y haber comprobado que se reducen los tiempos de espera y mejora la atención del cliente se da como aprobado el Procedimiento del Proceso de Atención al Cliente, el cual se desarrolló en la etapa Hacer. Asimismo, esta información se difunde a todo el personal de la agencia y el procedimiento debe estar en un lugar visible para los colaboradores en orden de que puedan verificar la secuencia de pasos que se realiza y todo lo que involucra el Proceso de Atención al Cliente.

10. AUTOEVALUACION

- El trabajo bajo presión me sirvió para desarrollar la habilidad de realizar mis funciones de forma más eficaz y eficiente, ejerciendo un mayor control sobre mis actividades, disminuyendo errores y permitiendo clasificar temas según su prioridad.
- Mejora en el manejo de comunicación con los clientes, principalmente en aspectos como el lenguaje técnico propio del sector que facilita la interacción entre las diferentes partes de los procesos, así como la atención al cliente brindando siempre las soluciones posibles según sus necesidades.
- Fortalecimiento de la habilidad de trabajo en equipo, entendiendo que todas las partes involucradas en el proceso tienen un objetivo final común del cual la compañía se ve beneficiada.
- Conocimientos en el área de análisis financiero, gracias a los cuales pude desarrollar evaluaciones a proveedores con base en sus estados financieros.
- El conocimiento en las distintas estrategias de mercadeo utilizadas por las entidades financieras, con el fin de lograr un mayor captación de clientes y mejorar su posición en el sector.

11. RECOMENDACIONES GENERALES

- Es fundamental la contratación de dos funcionarios más para agilizar las operaciones en ésta entidad, debido a que la planta de personal es muy reducida, y de ésta manera el impacto que se generaría sería positivo, puesto que habría una mayor disponibilidad para la atención eficaz y oportuna de los clientes.
- Una adecuada distribución de las actividades, a fin de lograr un mejoramiento en los procesos y la satisfacción de los clientes. Pienso que a pesar de que la universidad me brindó buenas bases para lograr un correcto desempeño en mi práctica empresarial, es necesario resaltar que aún faltan aspectos por completar y mejorar.
- Considero se debe mejorar el proceso de acompañamiento al estudiante en el momento de selección de práctica empresarial, así mismo considero se debe revisar el proceso que se tramita ante la universidad con el fin de obtener la aprobación de la misma, es importa recalcar que empresas tan importantes como lo es el banco Caja Social tienen estructuras muy grandes por lo que obtener la firma de la totalidad de los documentos requeridos por la universidad es un tema dispendioso para la empresa, por lo que no es posible cumplir con el requisito de la recolección de documentos con un mes de anterioridad a la firma del contrato.
- Es necesario que la universidad en especial la facultad de negocios internacionales se interesen por desarrollar y profundizar entre sus estudiantes y futuros profesionales el manejo total de un segundo idioma como mínimo, por medio de exámenes internacionales que acrediten el nivel avanzado de inglés del estudiante.
- Considero que los estudiantes deben tener un total dominio de Excel en el momento en que salen a realizar sus prácticas en el campo laboral, sugiero que la facultad implemente cursos de carácter obligatorio de dicho programa.

12. CONCLUSIONES

- El banco es una entidad que cumple con los requisitos de organización administrativa, financiera y legal, que le permiten funcionar y prestar sus servicios. Ofrece, además, un amplio portafolio de productos financieros que se enfocan de acuerdo a las necesidades de cada zona.
- El Banco Caja Social está comprometida con el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las personas, considero que dentro de la empresa todavía se encuentran muy demarcadas las funciones de cada uno de los cargos y les es difícil asignar tareas a las personas que llegan como practican a apoyar las diferentes áreas.
- Dentro de la compañía no existe un programa en el cual los empleados puedan hacer propuestas respecto a la mejora de procesos ya existentes o la implementación de herramientas que faciliten el trabajo dentro de las áreas del banco.
- Es importante que los practicantes del área de Economía sean tenidos en cuenta en las diferentes capacitaciones y conferencias que se realizan a clientes, ejecutivos y jefes de la dirección.
- La práctica empresarial fue una experiencia importante para mi crecimiento tanto personal como profesional, puesto que me dio la oportunidad de desempeñarme en uno de los sectores más importante, competitivo y exigente del mercado nacional, permitiendo el desarrollo de habilidades fundamentales en el ámbito laboral.

13. WEBGRAFÍA

https://www.bancocajasocial.com/portalserver/personas

https://www.bancocajasocial.com/portalserver/content/atom/ed3567c4-64a3-462a-93a4-7c6466ef50e8/content/08-ASSETS-PRODUCTOS/1.Anexos-Descargables/4-Banca-Empresarial/manual_internet_empresarial.pdf?id=bbc2ae49-a37b-43e0-8422-103fb63c45aa

https://www.bancocajasocial.com/portalserver/Instructivos-para-realizar-sus-transacciones

https://www.bancocajasocial.com/portalserver/content/atom/ed3567c4-64a3-462a-93a4-7c6466ef50e8/content/7-FOOTER/1-Informacion-Corporativa/1-Acerca-de-Nosotros/2-Gestion/2-Informe-de-Gestion/Informes-de-Gestion-PDF/Informe-Gestion-2008-Segundo-Semestre.pdf?id=0242afc2-1763-4bd3-b5ab-b11b0ddab31d