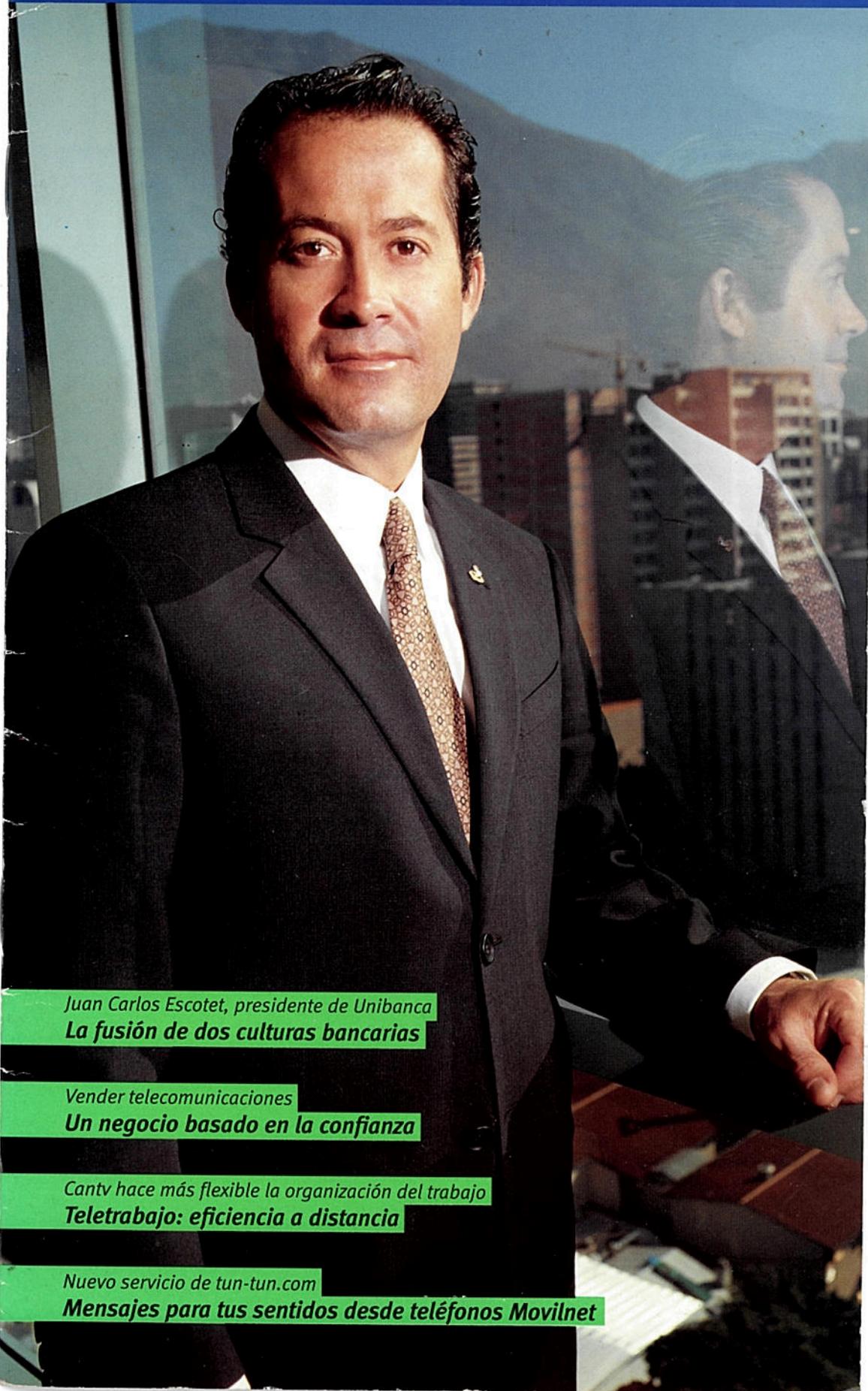


comunicación TOTAL

Productos y servicios de telecomunicaciones de Cantv y sus empresas filiales / Nº 11 / Mayo de 2001

cantv



Juan Carlos Escotet, presidente de Unibanca
La fusión de dos culturas bancarias

Vender telecomunicaciones
Un negocio basado en la confianza

Cantv hace más flexible la organización del trabajo
Teletrabajo: eficiencia a distancia

Nuevo servicio de tun-tun.com
Mensajes para tus sentidos desde teléfonos Movilnet

“Arrancamos con un proyecto que significó la integración de dos culturas bancarias, ambas triunfadoras y de distintos enfoques, pero, sobretodo, las dos con mucha personalidad. Comenzamos la gran tarea de tomar lo mejor de las dos culturas tratando, por encima de todo, de no destruir nada, sino de agregar el mayor valor posible. Fue un trabajo muy intenso, llevamos adelante más de 11 mil tareas, realizadas por 22 equipos de trabajo y más de 1.500 personas trabajaron directamente en esta labor.

El tipo de tecnología que utilizamos como herramienta de planificación se transformó en la carta de navegación que nos permitió llevar a cabo una fusión particularmente complicada y en un tiempo relativamente corto.

El papel de la tecnología fue crucial y su escogencia era una decisión difícil porque todas estas herramientas tienen una prelación importante en materia de procesos y en todo lo que se realice en el futuro.

Desde el punto de vista de las convicciones profesionales, ambas instituciones estaban de acuerdo en que la tecnología que debía adoptarse era la que utilizaba Caja Familia, ya que esta institución era mucho más joven que el Banco Unión, y a la vez, éste último ya había iniciado un proceso de transformación que apuntaba directamente a lo que Caja Familia ya había realizado.

Uno de los aspectos más complicados era cómo hacer una transformación tecnológica de tal magnitud sin afectar directamente al público.

Particularmente, el cliente de Caja Familia estaba habituado a un servicio sin ningún tipo de problema, todos nuestros servicios estaban orientados hacia la cultura de diferenciarnos en el mercado por la calidad de nuestra atención.

Actualmente los picos de tráfico de llamadas telefónicas a nuestros números de atención al cliente llegan a alcanzar hasta 21 llamadas por segundo, y esto es consecuencia de las características de un banco como el Unión, que era altamente transaccional. En el caso de Caja Familia, éste era un banco con muchos clientes, pero que estaban acostumbrados a utilizar canales electrónicos y tecnológicos que congestionan menos las taquillas.

Las características de las dos instituciones financieras producen una mezcla muy interesante. Unibanca es una institución financiera que cuenta con más de 3.600.000 clientes, que es un volumen impresionante y que demanda un aumento considerable de la plataforma de atención. Aunque se cerraron 70 oficinas de ambas instituciones, se incrementó la capacidad de atención.

Durante los primeros días hubo algunas incomodidades porque se transformó toda la planta física, pero el balance final fue muy favorable: el público ya comenzó a sentir buena parte de las mejoras, producto de la incorporación de nuevas tecnologías y de la atención de un recurso humano capacitado y más diestro en el uso de dichas herramientas.

En esta unión todos ganan: el accionista, quien vio incrementar el valor de las acciones que subieron más de 18 por ciento; los empleados, quienes han recibido en adiestramiento una importante inversión que incrementa su patrimonio profesional y mejora su ambiente de trabajo; y los clientes, quienes reciben calidad de servicio y el valor agregado que le ofrece una institución bancaria como Unibanca.

El apoyo que hemos recibido de Cantv es impresionante. Como todas las cosas los comienzos son complicados. Migramos del 800 al 0-500, hicimos un cambio en toda la plataforma de Internet y en todo lo que se refiere a la tecnología de soporte a los procesos.

Cantv es una empresa muy proclive a todo lo que es mejoramiento tecnológico. Esa es su naturaleza. Esta empresa es más que tecnología en comunicaciones, es una organización moderna, y lo ha demostrado en la manera como ha enfrentado el proceso de apertura del sector de las telecomunicaciones. Todas esas características han logrado que mantengamos una excelente sintonía, ya que nuestras organizaciones también son proclives al uso de tecnología, no como moda, sino como una herramienta al servicio del hombre, del capital humano. Esta concepción nos ha permitido transformar la tecnología en calidad de servicio.

El cambio en telecomunicaciones se está gerenciando. Con el apoyo de Cantv, establecimos un centro de ayuda (Help Desk) en el que participaron indirectamente 1.500 personas, e instalamos más de 80 números telefónicos que luego se ampliaron a 120; esto hizo posible que la red de oficinas contara, en su fase de arranque, con un apoyo dedicado para responder cualquier tipo de duda que pudiera surgir.

Entre el 12 y el 23 febrero se procesaron 2 millones de transacciones en las taquillas de Unibanca. En respuesta a la campaña publicitaria, los clientes se dirigieron a las oficinas, a pesar de que podían seguir utilizando sus herramientas tradicionales con las dos marcas anteriores. Preferían la imagen de Unibanca por encima de todo”.

Juan Carlos Escotet, Presidente de Unibanca

La fusión de dos culturas bancarias

**Con el apoyo de Cantv
establecimos un centro de
ayuda en el que participaron
indirectamente 1.500
personas, e instalamos más
de 80 números telefónicos
que luego se ampliaron a
120. Esto hizo posible que
la red de oficinas contara,
en su fase de arranque,
con un apoyo dedicado para
responder cualquier tipo de
duda que pudiera surgir entre
los clientes de los bancos**

