

## Generando valor para los clientes mediante la innovación

Las empresas responsables se reconocen como agentes activos de una sociedad y buscan generar relaciones armónicas y de mejoras con sus principales grupos de interés. La supervivencia de las organizaciones depende del manejo eficaz de estas relaciones. Actualmente, ya se reconoce que la atención óptima a los requerimientos de los clientes resulta imprescindible para garantizar el éxito empresarial.

En sectores como el financiero, el de seguros o el de retail en general, se han desarrollado cambios sustantivos que han mejorado la relación con los consumidores. Hoy en día, muchas empresas reconocen el valor económico que tiene el tiempo para un cliente promedio, algo que no era percibido como de primera importancia hace algunos años. Muchas de ellas han desarrollado iniciativas creadoras para reducir los tiempos de espera (las colas), acercar los productos a los clientes y mejorar la atención que brindan. Estos cambios han sido más profundos allí donde la dinámica competitiva ha sido más intensa.

A continuación enumeramos algunas de las innovaciones más importantes que han contribuido a mejorar la calidad del servicio, mejorando el valor aportado por el cliente y, por lo tanto, los ingresos en el sistema financiero:

- Cada vez son más los establecimientos comerciales en donde podemos realizar nuestras operaciones bancarias. En setiembre de 2007 había 2,181 establecimientos comerciales que servían como cajeros corresponsales de distintas entidades financieras. Es decir, 29% más que en el último año.
- También se ha incrementado el número de agencias y de cajeros electrónicos. En el noveno mes del año ya se cuenta con un total de 1,555 oficinas, 14% más que lo reportado a fines del año pasado. En tanto, la disponibilidad de cajeros automáticos aumentó 12%, totalizando 2,931 en el mismo periodo.
- Muchas de las agencias bancarias ubicadas en autoservicios y en centros comerciales han ampliado sus horarios, atendiendo inclusive domingos y feriados. Además, se pueden realizar transacciones por Internet las 24 horas del día.
- Se han implementado cajeros electrónicos en donde ya es posible depositar cheques o billetes.
- Se han reducido drásticamente los plazos para aprobar préstamos, así como el tiempo para el desembolso de créditos hipotecarios, de consumo y vehiculares.
- Cada vez más personas acceden a líneas bancarias. En el presente año, el número de sujetos de crédito captados por la banca -medido a través de la cifra de transacciones- ha crecido en 15%. En los últimos cinco años, el número de tarjetas de crédito en el Perú ha experimentado una expansión de 116%,

totalizando 5'027,000 en setiembre de 2007. La tasa promedio de interés ha sufrido una reducción de 12.8 puntos porcentuales en igual periodo.

- Se han desarrollado nuevos productos para quienes reciben remesas desde el extranjero.

Por otro lado, los tiempos de espera para comprar el SOAT (que se puede pedir por teléfono) o para utilizar el seguro en caso de accidentes vehiculares también se han reducido notoriamente. Ahora podemos adquirir una tarjeta prepago por si necesitamos utilizar un servicio de grúa, en el caso de que tengamos algún problema con el vehículo, o para estacionar en una playa. También podemos suscribirnos al periódico para que nos llegue a la casa con importantes promociones y descuentos, o comprar entradas para espectáculos por Internet. Son facilidades que, hace un tiempo, no teníamos.

Se empiezan a sentir claras señales de modernidad en el Perú, con empresas que son conscientes de que ofreciendo servicios de mayor calidad obtendrán mejores resultados. La libre competencia es, sin dudas, la herramienta más potente que hará que los productos y servicios sean mejores, como sucede en los mercados más sofisticados.

*Artículo elaborado por Responde, consultora especializada en RSE.*

[www.respondeperu.com](http://www.respondeperu.com)