

MEDIO: PORTAL CIO MÉXICO  
FECHA: 29 SEPTIEMBRE 2022

Comunicación  
Financiera 



## Provident México: Mayor flexibilidad y rapidez de respuesta al cliente



Provident México está implementando un *journey* importante de digitalización. Esta empresa de origen inglés brinda préstamos personales a domicilio de 2,500 a 15,000 pesos, y hasta 50,000 pesos en el caso de negocios.

“Nos hemos dado cuenta que nuestra fuerza de ventas, es decir, nuestros agentes comisionistas, necesitan más una tecnificación para servir de mejor forma a nuestros clientes”, señaló en entrevista Néstor Rodríguez Rico, IT & Change Director de Provident México.

Bajo el nombre de “Providigital”, el proyecto contempla la digitalización de procesos de originación, el KYC (*Know Your Customer*), así como los procesos de comisiones y ventas. Cabe señalar que KYC es la práctica que realizan las compañías para verificar la identidad de sus clientes cumpliendo con las exigencias legales y las normativas y regulaciones vigentes.

### Basado en la “agilidad”

Provident Financial plc fue fundada en 1880 en Inglaterra, y a partir de 1997 creó su División Internacional (International Personal Finance – IPF) separada de las actividades en Reino Unido. Actualmente, IPF tiene presencia en Polonia, República Checa, Hungría, Rumania, España, Estonia, Letonia, Lituania, Australia y México,

Inició operaciones en 2003 en la ciudad de Puebla y actualmente es la tercera empresa más importante del mercado de las microfinanzas en México, con presencia en más de 27 estados del país, donde laboran más de 10,000 promotores comisionistas independientes y alrededor de 2,600 colaboradores.

Néstor Rodríguez explicó que todos los procesos que tienen hoy en día de cara a sus clientes están siendo digitalizados mediante nuevas tecnologías y formas de atención. Agregó que lo anterior está basado en “agilidad”, ya que el propósito es reducir el tiempo en que proporcionan los servicios y el trato que reciben sus clientes.

Aunque esto puede parecer sencillo, en realidad iniciaron un *journey* desde hace más de un año, que comenzó con ciertas mejoras y procesos con miras a crear un ecosistema digital que brinde soporte a sus ventas.

### Reducción drástica en los tiempos de espera

De acuerdo con Rodríguez, este ecosistema digital consta de varios componentes tecnológicos –la mayoría de ellos procedurales–, entre los cuales se encuentran algunos referentes a blockchain, a contratos digitales, dispersión electrónica, atención mediante mecanismos celulares, etc.

“Todo el ecosistema digital que hemos conformado con la intervención de varios partners, así como la investigación que hemos realizado a lo largo de un año, nos ha llevado a desarrollar ciertos procesos y herramientas que en este momento están mejorando la forma, el tiempo y la calidad de atención a nuestro cliente final”, apuntó el CIO.

Agregó que hace unos años, los clientes de Provident tardaban muchísimo en obtener su crédito, ya que se tenía un *journey* de dispersión muy largo que incluía el registro completo para la aplicación del crédito, que se elaboraba en forma manual. Ese documento lo llenaban los comisionistas junto con el cliente, y después se enviaba a backoffice para su procesamiento.

“Aquel ir y venir de documentos físicos, que debían pasar por un proceso de aprobación, revisión, riesgos, etc., nos llevaba más de 24 horas y, después de este tiempo, aún era necesario efectuar otro proceso que requería otra espera similar antes de entregar el dinero a nuestros clientes, pues debíamos hacer la dispersión en forma manual”.

Dijo que con el ecosistema digital que están implementando, se han logrado reducir en forma drástica los tiempos de espera a apenas 17 minutos para dar una respuesta al cliente referente a su aplicación de crédito y hasta un tiempo máximo de 21 horas para entregarle el préstamo.

De esta manera, “el *journey* ha sufrido un cambio notable, basado en la mayoría de los casos en aspectos procedurales, así como en temas tecnológicos, que se ha reforzado mediante servicios de nube, el ecosistema de partners con que cuenta Provident, así como la forma en que atendemos a nuestros clientes”.

## El ADN de la transformación y la innovación

Encabezar procesos de transformación han sido una constante en la carrera profesional de Néstor Rodríguez: antes de ser CIO de Provident México, se desempeñó como Global CIO para Genomma Lab, Head de IT M&A para Américas en HSBC y tuvo a su cargo diversas responsabilidades como Arquitecto Empresarial, IT Ops Manager, Deputy CIO, etc. En lo académico, cuenta con una maestría en administración de sistemas por la Universidad Toulouse 1 Le Capitoul, en Francia, así como diplomados en el IPADE, la Universidad Anáhuac y la MIT Sloan University. Es por ello que los términos de renovación y transformación le parecen “ambiguos”.

“Si bien están muy de moda, y todos queremos tener en nuestras filas a personas innovadoras o transformadoras, en realidad la renovación y transformación se ven reflejadas cuando se produce un cambio en la forma como atiendes al cliente o cuando los servicios que le estás ofertando son los adecuados”.

En la línea de préstamos, dice, están procurando brindar un ecosistema en el cual los clientes puedan obtener los mejores productos, que sean asequibles, o hacer un mejor mundo a través de la inclusión financiera. “Todo este tipo de situaciones son el ADN que conlleva a que la transformación o la innovación sea algo que genere impacto. De lo contrario, corremos el riesgo de solamente poner tecnologías novedosas o bonitas –lo que yo llamo ‘juguetes’–, pero no funcionales”.

## El reto de Provident

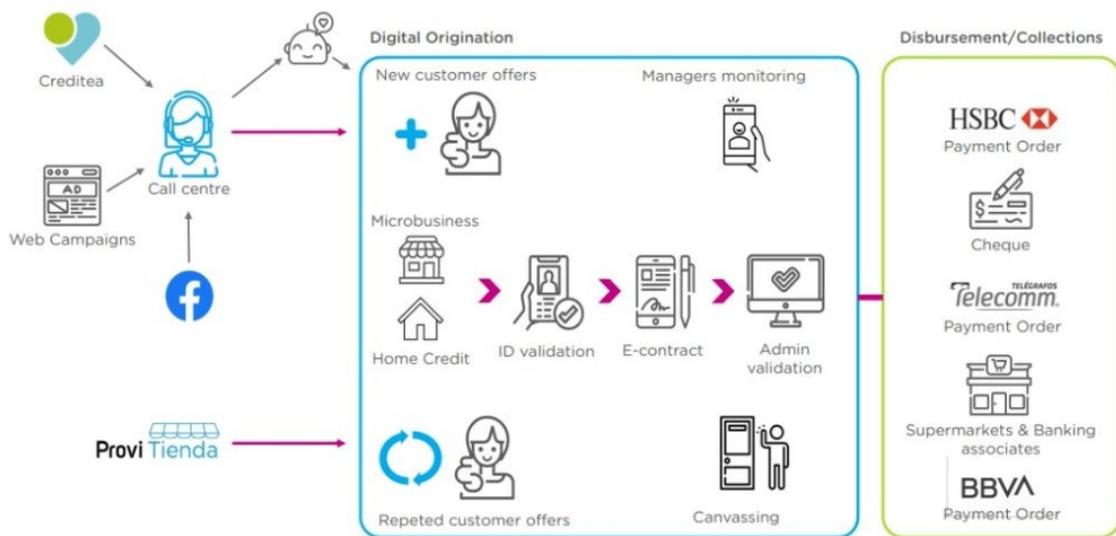
La industria crediticia en México compite en tres áreas principales: servicio, rapidez de respuesta y tasas de interés más bajas. Los clientes buscan alternativas en préstamos, así como planes con flexibilidad, que se puedan adaptar a sus necesidades.

El proyecto Prodigital consiste en automatizar elementos clave del proceso de préstamos personales y de negocios, para de esta manera reducir el tiempo de aprobación y el otorgamiento del crédito, así como en abatir el tiempo en el cobro, manteniendo las interacciones personales que realizan los agentes de la compañía.

En promedio tardamos hasta 24 horas para otorgar el crédito y 92 horas para que el cliente pudiera cobrarlo, por lo que el objetivo es reducir ambos periodos al mínimo.

La solución Prodigital que implementa la compañía se puede describir en tres grandes acciones:

1. Se emplea un nuevo *journey* para que los agentes puedan atender digitalmente a sus clientes, desde la captura de sus datos hasta la firma del contrato vía web, con el objetivo de agilizar el proceso y mejorar la calidad del mismo.
2. Se realiza una verificación digital mediante la carga de documentos oficiales y los procesos de “prueba de vida” en el dispositivo para certificarlos en tiempo real y reducir el tiempo de flujo de aprobación en más de un 70%.
3. También se ofrecen nuevas opciones de desembolso, incluido el uso del pago de órdenes para lo cual se le asigna al cliente un código, que éste emplea para retirar sus préstamos de los bancos o (en el futuro) de otras instituciones.



## Enfoque en el cliente

Para el CIO de Provident México, el corazón del proyecto Providigital se puede resumir en cómo tratar mejor al cliente –*customer centricity*–, esto es, “ponerme en sus zapatos”, aunque parezca muy trillada esta frase, de tal manera que sepamos que no necesariamente una app en un celular nos va a solucionar la vida sino que el mejor proceso consiste en atender y hacer trajes a la medida”.

*Customer centricity*, o enfoque en el cliente, es una forma de hacer negocios que tiene por objetivo fomentar experiencias positivas en cada etapa del recorrido del cliente. El propósito es fomentar su lealtad y satisfacción, lo que genera mayores recomendaciones por parte de la clientela. Una empresa con este modelo toma decisiones considerando los efectos que tendrán en sus clientes.

En una empresa con *customer centricity*, cada miembro del equipo escucha a los clientes y está enfocado hacia ese objetivo. A su vez, la organización crea productos que satisfacen las necesidades de los clientes, se anticipan a sus deseos y brindan un nivel de servicio que mantiene a los clientes entrando por la puerta y defendiendo la marca. “Al final de cuentas, eso es lo que debemos buscar los departamentos de Tecnología, Operaciones y Soporte para empezar a salir de esta vorágine de traer nuevas tecnologías por sólo traerlas en vez de realmente enfocarlas hacia un caso de negocio y a mejorar la vida de nuestros clientes”, concluyó Néstor Rodríguez.

–José Luis Becerra Pozas, CIO México

<https://cio.com.mx/provident-mexico-mayor-flexibilidad-y-rapidez-de-respuesta-al-cliente/>