

**MEJORAR LA EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE DESDE EL AREA DE ASESORIA
COMERCIAL INTEGRAL EN LA EMPRESA BANCOLOMBIA SA OFICINA DE VIVA VILLAVICENCIO**

**DIANA PAOLA SOTELO CANO
PRACTICANTE**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META UNIMETA
ESCUELA DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INGENIERIA INDUSTRIAL
INFORME FINAL PRÁCTICA LABORAL
VILLAVICENCIO - META
2021-B
20 NOVIEMBRE 2021**

**MEJORAR LA EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE DESDE EL AREA DE ASESORIA
COMERCIAL INTEGRAL EN LA EMPRESA BANCOLOMBIA SA OFICINA DE VIVA VILLAVICENCIO**

**DIANA PAOLA SOTELO CANO
PRACTICANTE**

**ANDREA FERNANDA SUAREZ DIAZ
MONITOR PRÁCTICAS LABORALES**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META UNIMETA
ESCUELA DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
INFORME FINAL PRÁCTICA LABORAL
VILLAVICENCIO - META
2021-B
20 NOVIEMBRE 2021**

Contenido

1	Introducción.....	9
2	Reseña histórica	10
3	Plan estratégico del escenario de la práctica.....	11
3.1	Misión	11
3.2	Visión	11
3.3	Objetivo.....	11
3.4	Metas	11
4	Descripción de funciones y procedimientos a desarrollar	12
5	Objetivos del practicante.....	13
5.1	Objetivo general	13
5.2	Objetivos específicos.....	13
6	Metas del practicante.....	14
7	Cronograma de actividad.....	15
8	Diagnóstico y problemáticas	16
8.1	Estructura del diagnostico	18
9	Plan de mejoramiento.....	19
9.1	Encuesta interna de concientización al equipo de trabajo.....	19
9.1.1	Análisis.....	21
9.2	Diseño de estrategias que permitan mejorar y elevar la satisfacción del cliente al visitar la oficina.....	26
9.2.1	Diseño formato checklist	26
9.2.2	Diseño folleto informativo de canales transaccionales.....	27
9.3	Sensibilizar al cliente en las conversaciones	27
9.3.1	Indicadores de medición propuestos.....	28
9.4	Plan de mejoramiento.....	29
10	Aportes y sugerencias realizadas durante la práctica, que hayan servido para el desarrollo y crecimiento del escenario de práctica para hacerlo más competitivo.	31
11	productos como resultado de los aportes que el practicante haya realizado en el mejoramiento de los procesos de acuerdo a la empresa.	32
11.1	formatos checklist.....	32

12	Evidencias objetivas.....	35
13	Normatividad externa e interna que rige al escenario de práctica.....	37
13.1	Normatividad que rige el sector financiero	37
13.2	Grupo Bancolombia cuentan con un modelo único de Gobierno Corporativo, que posibilita la aplicación de los principios y políticas para que puedan:.....	39
14	Evidencia de la ejecución total del plan de práctica en porcentaje	40
15	Conclusiones	41
16	Bibliografía.....	42
17	Anexos	43

Lista de tablas

Tabla 1 Cronograma de actividades.....	15
Tabla 2 DOFA.....	17
Tabla 3 Porcentajes de calificación.....	28
Tabla 4 Plan de ejecución en porcentaje.....	40

Lista de figuras

Figura 1. Encuesta de concientización.....	20
Figura 2. Diagrama de flujo filtro de clientes.....	31
Figura 3. Formato documentos cuenta ahorro tradicional.....	32
Figura 4. Formato documentos cuenta Banconautas.....	33
Figura 5. Formato documentos cuentas jurídicas.....	33
Figura 6. Formato documentos cuentas consorciales /UT.....	34
Figura 7. Área asesoría.....	35
Figura 8. Sala espera asesoría	35
Figura 9. Área caja	36
Figura 10. Sala espera caja	36

Tabla de gráficos

Gráfico 1. ¿Como parte fundamental de este equipo de trabajo tiene claro el propósito del banco en ser una de las entidades líderes del sector financiero tanto en su portafolio de productos y servicio al cliente?21

Gráfico 2. ¿Que considera que genera reprocesos en el servicio al momento de atender al cliente?22

Gráfico 3. ¿Qué considera que genera que se eleven los tiempos de espera en la oficina?.....23

Gráfico 4. ¿Considera oportuno e importante que todo el equipo de trabajo hable un mismo lenguaje sobre los productos que ofrece el banco al momento de atender al cliente, basándonos en las circulares establecidas para los procesos?.....24

Tabla de anexos

Anexo A. Folleto informativo parte 1.....	43
Anexo B. Folleto informativo parte 2.....	44
Anexo C. fotografías escenario de practica laboral.....	45
Anexo D. Formato de seguimiento de práctica laboral.....	46

1 Introducción

El presente informe se refiere a la implementación desde la ingeniería industrial al servicio al cliente, este trabajo se desarrolla bajo la practica empresarial por homologación orientada desde mi rol como asesor comercial integral para aportar desde el conocimiento adquirido en el desarrollo de mi carrera de ingeniería industrial al campo laboral con el fin de identificar, fortalecer y proponer estrategias que permitan tener la oportunidad de mejoramiento en el ofrecimiento de la prestación de servicios y productos de la oficina Bancolombia de Viva Villavicencio, con el propósito de que se cumpla con la satisfacción de las necesidades de los clientes y lograr mantener un posicionamiento en el mercado, teniendo en cuenta que los clientes cada vez son mas exigentes con recibir una atención de calidad.

Para lograr fortalecer y mejorar la percepción de los clientes con respecto a la atención y asesoría recibida por parte de los colaboradores de la oficina de Bancolombia de Viva Villavicencio, se utilizaran herramientas de análisis que permitan identificar más claramente en que fallas se están incurriendo y las causas que lo están generando, convirtiéndose esto en oportunidades de aprendizaje transformándolo en focos de fortalecimiento para mantener una mejora continua y lograr así obtener un reconocimiento especial por parte de los clientes.

2 Reseña histórica

Han pasado 142 años desde el nacimiento del Grupo Bancolombia, una organización en la que hemos conservado, desde siempre, el propósito de ser un motor de desarrollo económico y social de los países en los que estamos presente.

Durante este tiempo, la innovación en la experiencia de los clientes ha sido una meta constante y son muchas las evidencias de nuestro trabajo en este sentido. Por ejemplo, en 1969 en el BIC ofrecimos al mercado la primera tarjeta de crédito en toda América del Sur y en 1985 pusimos en funcionamiento la red de cajeros electrónicos.

En 1996 nuestra entidad fue pionera en el sistema financiero colombiano con la apertura de la primera Sucursal Virtual Personas. En 1999 inauguramos la Sucursal Virtual Empresas, la cual propició el primer sistema de pagos por Internet en Colombia; un año después, en 2000, presentamos la E-Card MasterCard, la primera tarjeta de crédito virtual en el país para realizar compras por Internet. En 2006 abrimos el primer corresponsal bancario en Colombia, un canal que ya se exportó a El Salvador, y con la APP, lanzada en 2012, hoy facilitamos más de 230 millones de transacciones al año.

Ha sido una historia de innovaciones no solo en productos y servicios, también en la forma en que nos relacionamos con nuestros clientes, buscando aportar cada día más a la calidad de vida de las personas, siendo una Banca más Humana (Grupo Bancolombia, 2021).

3 Plan estratégico del escenario de la práctica

3.1 Misión

Somos el mejor aliado de los clientes en la satisfacción de sus necesidades financieras. Proveemos una amplia gama de productos y servicios con innovación, eficiencia y amabilidad, y generamos valor a nuestros clientes, colaboradores, accionistas y a la comunidad.

3.2 Visión

Ser una Organización comprometida con la excelencia, que satisface las necesidades financieras de los clientes, con soluciones integrales e innovadoras.

3.3 Objetivo

Ser el grupo financiero líder, que marca tendencia, generando una experiencia superior para sus clientes, siendo orgullo para sus empleados y generando valor para sus accionistas de manera sostenible.

3.4 Metas

- ✓ Lograr la lealtad y preferencia de nuestros clientes es la razón de ser.
- ✓ Hacer la diferencia desde lo humano
- ✓ Ser nuestra mejor versión y superar nuestras metas con un desempeño extra ordinario.
- ✓ Nuestra honestidad, coherencia y rectitud nos hacen merecedores de confianza e integridad.
- ✓ El dinamismo, la innovación, la agilidad y la transformación nos apasionan.
- ✓ Mantener un crecimiento sostenible.

4 Descripción de funciones y procedimientos a desarrollar

En la empresa Bancolombia SA. donde se desarrolló los procedimientos a aplicar de la practica laboral, ubicada en el centro comercial de viva Villavicencio donde se realizarán las siguientes actividades y funciones del cargo de Asesor comercial Integral.

- ✓ Brindar información de los productos financieros y servicios que ofrece el banco.
- ✓ Tener una atención oportuna y ágil a las necesidades y requerimientos del cliente.
- ✓ Proporcionar información clara y transparente al momento de atender la necesidad del cliente.
- ✓ Brinda una atención personalizada, cercana y confiable.
- ✓ Brindar una atención al cliente integral generando experiencias memorables.
- ✓ Orientación al cumplimiento de metas comerciales y PGC.

5 Objetivos del practicante

5.1 Objetivo general

Mejorar la experiencia de prestación de servicios y productos a los clientes que visitan la oficina de Bancolombia ubicada en el centro comercial de viva Villavicencio, Contribuyendo a el fortalecimiento en la calificación de los clientes.

5.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar mediante el uso de herramientas de análisis las falencias que se presentan en la oficina Bancolombia de Viva Villavicencio en la prestación de sus servicios.
- ✓ Diseñar y socializar estrategias enfocadas en pro de prestar una mejor atención de manera rápida y oportuna.
- ✓ Desarrollar un plan de trabajo que permita mejorar en la prestación de los servicios y productos del banco.

6 Metas del practicante

- ✓ Reducir los reprocesos en la adquirencia de productos nuevos.
- ✓ Aplicar estrategias para mejorar la experiencia del cliente en los tiempos de espera de la oficina Bancolombia de Viva Villavicencio.
- ✓ Aumentar el porcentaje de satisfacción de los clientes que nos visitan en la oficina.
- ✓ Fortalecer la comunicación e información con el cliente.

7 Cronograma de actividad

Tabla 1 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
CORPORACION UNIVERSITARIA DEL META													
ESCUELA DE INGENIERIAS													
		<i>Empresa</i>	<i>Bancolombia SA. oficina Viva Villavicencio</i>										
		<i>Jefe Inmediato</i>	<i>Sandra Patricia Vargas</i>										
		<i>Estudiante</i>	<i>Diana Paola Sotelo Cano</i>										
		<i>Carrera</i>	<i>Ingenieria Industrial</i>										
N°	ACTIVIDADES	FEBRERO	MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		
		dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	
		1-28	1-13	15-31	1-9	12-23	22-30	3-14	17-31	1-18	21-30	1-9	12-30
1	Identificacion de oportunidades de mejora con respecto a la prestacion del servicio en la oficina Bancolombia Viva Villavicencio.												
2	Diseño de encuesta de sencibilizacion con el personal de la oficina.												
3	Desarrollo y socializacion de encuesta de sencibilizacion dirigida al personal de servicio al cliente al interior de la oficina.												
4	Analisis de identificacion de causa												
5	Elaboracion de propuestas estrategicas con foco a mejoramiento de servicio al cliente												
6	Diseño de formatos checklist de vinculacion al productos de captacion.												
7	Diseño de Folleto informativo de canales transaccionales y digitales.												
8	realizacion de informe final												

Fuente: Autor

8 Diagnóstico y problemáticas

Bancolombia SA, es una empresa dedicada a la prestación de servicios y productos del sector financiero, a través de su trayectoria se ha destacado como una entidad líder y sostenible, enfocada siempre en el bienestar de sus clientes, donde se esfuerza día a día en brindar una experiencia memorable a todos sus usuarios, estos resultados son logrados con el apoyo de sus colaboradores ya que hacen parte de un equipo de trabajo de alto desempeño. La empresa cuenta con 684 oficinas físicas en todos los departamentos del país teniendo las sedes principales en Medellín y Bogotá. Uno de los principales objetivos que tiene la empresa es mantener y marcar la diferencia prestando un excelente servicio y atención al cliente, el cual se ha venido afectando por la cantidad de usuarios que tiene y adquiere diariamente, ofreciéndoles un amplio portafolio de servicios y productos en el mercado ya sea de manera física personal o ahora con todo el cambio que obbligo a los empresarios a reinventarse llevando a la virtualidad y el continuo desarrollo de la tecnología dando facilidad, agilidad y practicidad a los clientes; cabe resaltar que debido a todos estos cambios que nos trajo la pandemia, gran parte de las personas ponen una resistencia a lo innovador ya sea por desconocimiento o porque sencillamente prefieren ser atendidos de la manera tradicional recibiendo asesoría y orientación con calidad humana. Teniendo en cuenta lo anterior se implementó una matriz DOFA, que nos permitió identificar puntualmente cuáles son esas posibles causas que están generando inconsistencia en la satisfacción de los clientes.

Tabla 2 DOFA

MATRIZ DOFA	
Debilidades	Fortalezas
Equipos de cómputo con sistemas de proceso muy demorados	Personal idóneo y capacitado
Información errada en el primer contacto al llegar a la oficina.	Variedad en canales transaccionales físicos y virtuales
Falta de aceptación de los clientes a lo tecnológico.	Cuenta con portafolios de servicios amplios
reprocesos en el servicio	Entidad financiera altamente sostenible
Tiempos de espera en sala excesivamente altos	
Oportunidades	Amenazas
Generar satisfacción en el servicio que se presta a los clientes que visitan la oficina	Clientes con malas experiencias, Cero recomendaciones.
Mejorar los tiempos de espera que tienen los clientes para ser atendidos	Deserciones de clientes hacia otras entidades financieras
indagar al cliente sobre el motivo de su visita, para entregar información concreta sobre el proceso que realizara.	Enfrentar PQR por servicio

Fuente: Autor

8.1 Estructura del diagnostico

Teniendo en cuenta la matriz DOFA desarrollada se evidencia que hay aspectos a mejorar que en este momento son debilidades que están conllevando a la afectación del objetivo de la organización que es prestar un servicio de la mejor calidad, estas debilidades que se identificaron son:

- ✓ Problemas con los equipos de los asesores que presentan lentitud en sus aplicativos al momento de atender el requerimiento o la solicitud del cliente, generando demoras en el servicio.
- ✓ Falta de aceptación por parte de los clientes hacia las herramientas tecnológicas y diferentes canales transaccionales.
- ✓ Oportunidad de indagar más a fondo a los clientes en el primer contacto lo que permitirá entregar información más puntual al cliente.

Teniendo en cuenta lo anterior se generan tiempos de espera muy largos en para los clientes poder ser atendidos.

9 Plan de mejoramiento

Para poder realizar un análisis más detallado del diagnóstico y con el fin de desarrollar una propuesta de valor que permita mejorar la expectativa de los clientes con el banco al recibir una prestación servicio al cliente excelente; para ello se utilizaron algunas herramientas para plantear estrategias para mejorar paulatinamente el servicio.

9.1 Encuesta interna de concientización al equipo de trabajo.

- ✓ Se realizó una encuesta de concientización con los colaboradores del área de caja, asesoría y direccionamiento, para un total de 14 personas; donde se realizaron preguntas dirigidas al servicio basados en la experiencia que cada cliente tiene al ser atendido en el día a día. Como se muestra en la *(figura 1. Encuesta interna de concientización de servicio al cliente)*.

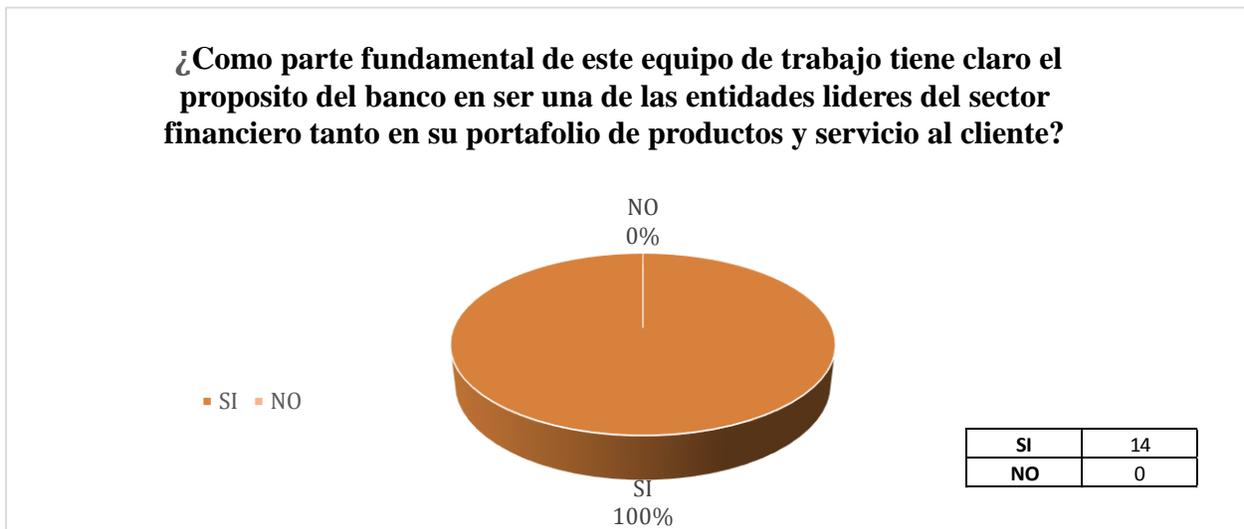
Figura 1. Encuesta interna de concientización de servicio al cliente

	Grupo Bancolombia SA, oficina viva Villavicencio
	Encuesta interna de concientizacion de servicio al cliente
	Area de servicio al cliente
<p><i>Identificar con el equipo de trabajo de la oficina Viva Villavicencio, cuales son las principales causas que generan una mala experiencia en el servicio al cliente, con el proposito de crear estrategias que ayuden al mejoramiento del servicio a los clientes que visitan la oficina.</i></p>	
<p>1. ¿Como parte fundamental de este equipo de trabajo tiene claro el proposito del banco en ser una de las entidades lideres del sector financiero tanto en su portafolio de productos y servicio al cliente?</p>	
<p>2. ¿Que considera que genera reprocesos en el servicio al momento de atender al cliente?</p>	
<p>3. ¿Qué considera que genera que se eleven los tiempos de espera en la oficina?</p>	
<p>4. ¿Considera oportuno e importante que todo el equipo de trabajo hable un mismo lenguaje sobre los productos que ofrece el banco al momento de atender al cliente, basandonos en la circulares establecidas para los procesos?</p>	
<p>Tus observaciones e ideas son muy valiosas para cumplir con el objetivo: “Ser una oficina con la mejor experiencia de servicio al cliente”.</p>	

Fuente: Autor

9.1.1 Análisis

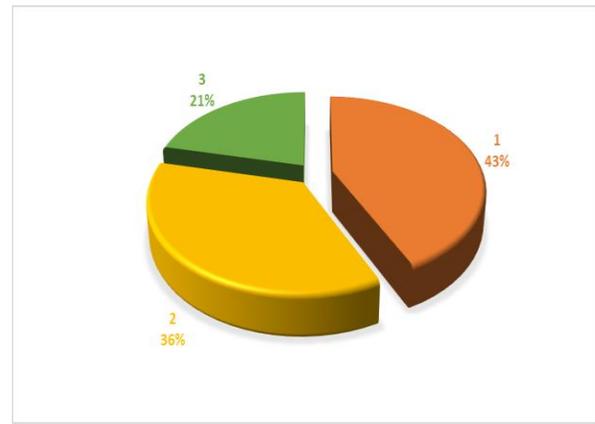
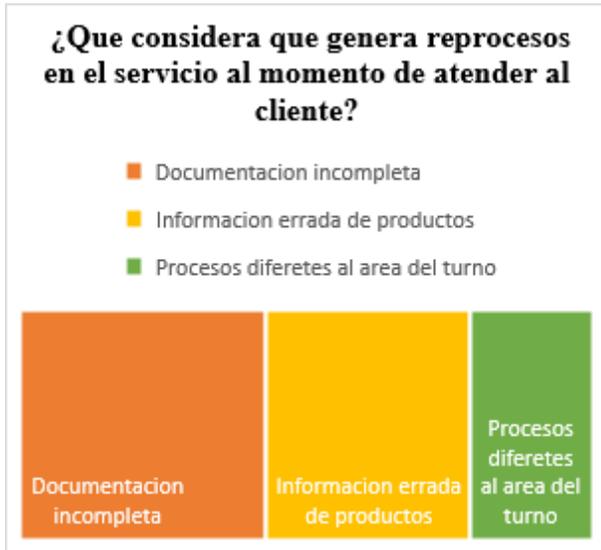
Gráfico 1. ¿Como parte fundamental de este equipo de trabajo tiene claro el propósito del banco en ser una de las entidades líderes del sector financiero tanto en su portafolio de productos y servicio al cliente?



Fuente :Autor

De acuerdo a la **Grafica 1**, el equipo de trabajo de la oficina Bancolombia Viva Villavicencio tiene el 100% de compromiso y claridad con el propósito del banco en ser una de las entidades líderes en el sector financiero tanto en su portafolio de productos como en el servicio que se le brinda al cliente cuando visita la oficina, lo que muestra que se podrá trabajar en pro de mantener una mejora continua en el día a día destacándose como una de las oficinas con mejor experiencia al cliente.

Grafico 2. ¿Que considera que genera reprocesos en el servicio al momento de atender al cliente?



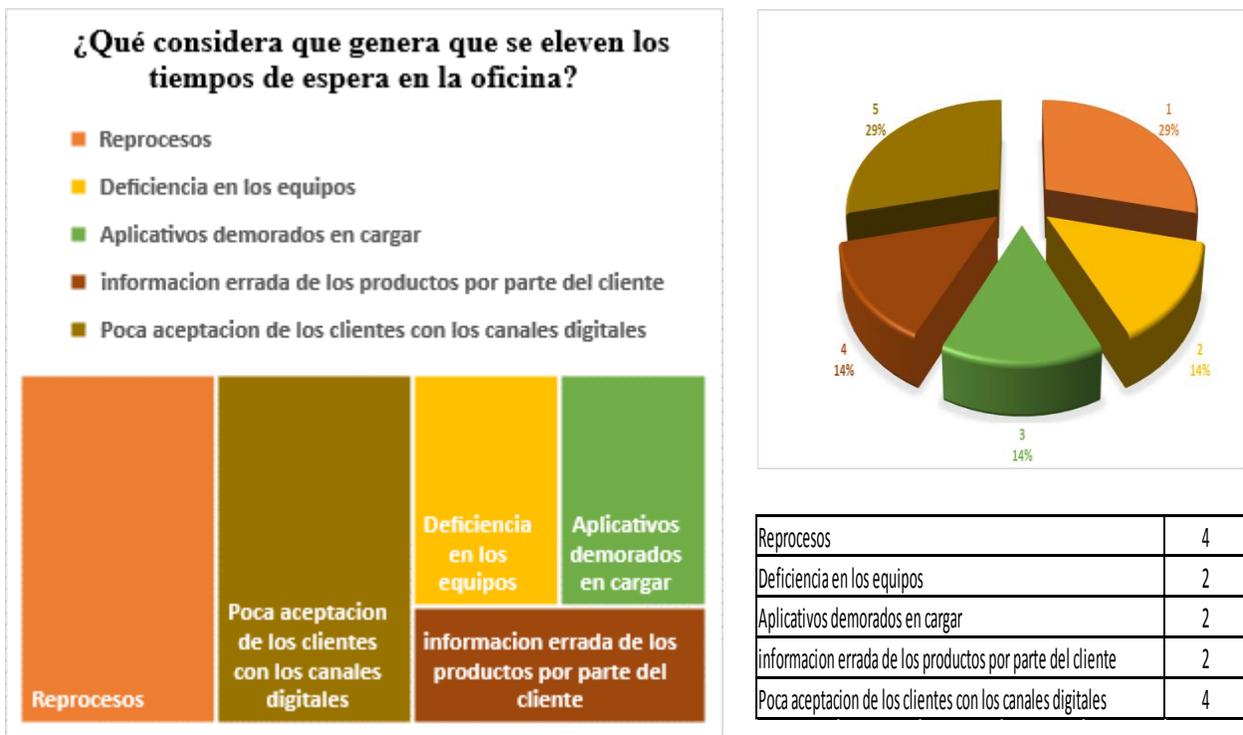
Documentacion incompleta	6
Informacion errada de productos	5
Procesos diferetes al area del turno	3

Fuente: Autor

De acuerdo a la **Grafica 2**, se puede observar que fueron identificadas tres causas principales que generan reprocesos a la hora de atender al cliente, la primera es la documentación incompleta que presenta el cliente al solicitar un producto de captación con el banco, donde el 43% del personal coincide en que esta es una de las causas por las que mas se debe devolver al cliente ya que no se puede continuar con el proceso de vinculación, generando inconformidad en la atención por el tiempo que el cliente lleva esperando en la oficina para ser atendido; la segunda causa es la información errada de los productos con un 36%, es decir que hay clientes que al visitar la oficina para adquirir los productos no tienen la suficiente información de como acceder a ellos, y finalmente con un 23% se identificó que los clientes al llegar a la oficina no son claros con su requerimiento y toman un turno para el área equivocada,

lo que genera que el cliente debe ser direccionado al área donde realmente será atendida su solicitud.

Gráfico 3. ¿Qué considera que genera que se eleven los tiempos de espera en la oficina?

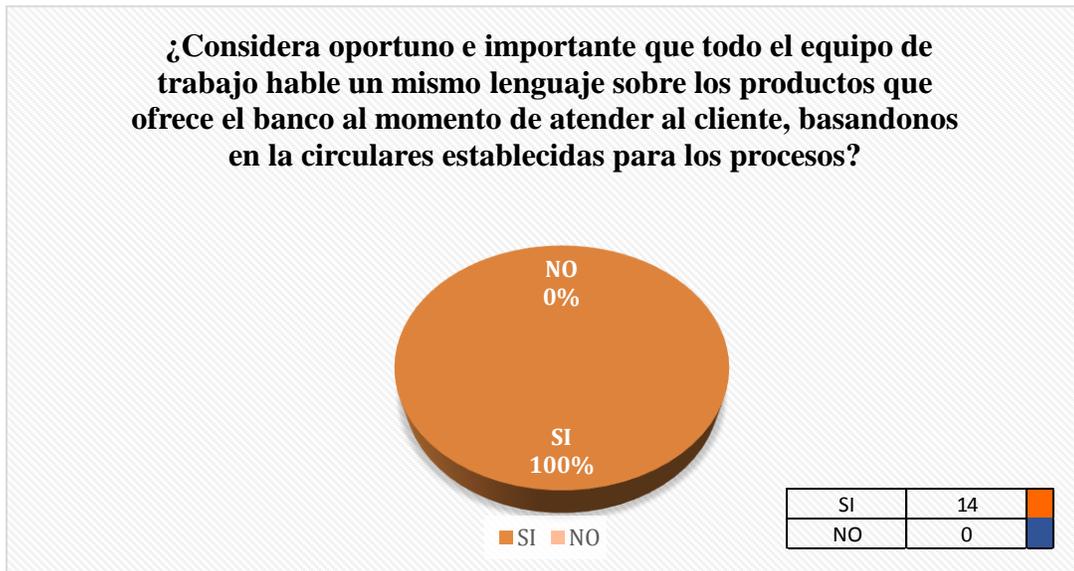


Fuente: Autor

De acuerdo a la **Grafica 3**. Se identificaron las siguientes causas que generan tiempos elevados de espera en la oficina: la primera causa son los reprocesos con un 29%, estos reprocesos se mencionaron anteriormente; El demorado procesamiento en los equipos con un 14%, esta causa genera demoras en la atención puesto que hay que esperar a que procese el

equipo para dar cumplimiento a la solicitud del cliente; también se identificó demoras en los aplicativos con un 14% que van de la mano con la causa anterior ya que es estos dos factores influye que esta caída la red o el sistema; encontramos que la información errada por parte del cliente sobre los productos tiene un 14% ya que esto aporta a que se incremente los tiempos de espera teniendo en cuenta que el cliente está esperando a ser atendido y por no tener clara la información o documentos se debe devolver para completarlos, esto genera que el cliente sienta que perdió tiempo esperando a ser atendido y no poder concluir su solicitud y finalmente con un 29% es la poca aceptación de los clientes con los canales digitales y transaccionales que el banco les ofrece, lo que genera que procesos básicos que se podrían realizar en menos de 15 minutos por alguno de estos canales termine esperando en la oficina un tiempo mayor.

Gráfico 4. ¿Considera oportuno e importante que todo el equipo de trabajo hable un mismo lenguaje sobre los productos que ofrece el banco al momento de atender al cliente, basándonos en las circulares establecidas para los procesos?



Fuente: Autor

De acuerdo a la **Grafica 4.** Para el 100% del personal interno es importante que todo el equipo de trabajo mantenga una retroalimentación constante de los productos del portafolio ofrecidos al momento de atender al cliente basados en las circulares establecidas por el banco para evitar reprocesos y que todos tengan la misma información.

9.2 Diseño de estrategias que permitan mejorar y elevar la satisfacción del cliente al visitar la oficina.

9.2.1 Diseño formato checklist

Se diseñan formatos de checklist sobre los documentos requeridos para las aperturas de cuentas, producto que se identificó es uno de los que más reprocesos genera en los clientes teniendo en cuenta que hay diferentes tipos de cuentas tanto para persona natural y persona jurídica.

- ✓ En la **Figura 3**. Se evidencia el diseño del Formato checklist de los documentos necesarios para la apertura de cuenta de ahorro tradicional).
- ✓ En la **Figura 4**. Se evidencia el diseño del Formato checklist de los documentos necesarios para la apertura de cuenta Banconautas para niños menores de 13 años de edad).
- ✓ En la **Figura 5**. Se evidencia el diseño del Formato checklist de los documentos necesarios para la apertura de cuentas jurídicas).
- ✓ En la **Figura 6**. Se evidencia el diseño del Formato checklist de los documentos necesarios para la apertura de las cuentas consorciales y uniones temporales.

el propósito de la implementación de estos formatos es que cuando el cliente llegue a la oficina y tiene el primer contacto con direccionamiento, se le entregue el formato donde está la información de todos los documentos necesarios para la apertura de estos productos y así evitar que tome el turno y no se pueda culminar el proceso.

9.2.2 Diseño folleto informativo de canales transaccionales.

- ✓ En el **Anexo A** y **Anexo B**, se evidencia el diseño del Folleto informativo, sobre los canales transaccionales a los cuales el cliente tiene acceso para desarrollar sus transacciones y consultas de manera ágil y sencilla, teniendo en cuenta que es otra de las variables identificadas que genera congestión en la oficina Bancolombia de Viva Villavicencio, ya sea por desconocimiento o poca aceptación de los cliente con los medios tecnológicos, el diseño del folleto informativo de estos canales, tiene como fin recordar a los cliente visitantes que beneficios y ventajas tienen frente al uso de estos medios de autogestión y servicio, brindado claridad de que trata cada uno y reforzar el conocimiento sobre cómo funcionan y generar confianza para usarlos.

9.3 Sensibilizar al cliente en las conversaciones

- ✓ Sensibilizar a los clientes en las conversaciones con los asesores y cajeros al finalizar la atención, dirigiéndoles una disculpa por la demora en el tiempo de espera y recordándoles que es un gusto atenderlos, darles a conocer la importancia de tener su apreciación sobre el servicio prestado, invitándolos a contestar la encuesta que envía el banco a sus correos electrónicos, con el fin de retroalimentar las oportunidades de mejora que se pueden presentar. Atraves de la herramienta que tiene el banco establecido en pro de mejorar.

9.3.1 Indicadores de medición propuestos

- ✓ Evaluar la satisfacción del cliente con el fin de retroalimentar las oportunidades de mejora identificadas, para mantener un proceso de mejora continua. Al momento de atender al cliente.

$(\# \text{ de usuarios que visitan la oficina}) / (\# \text{ de usuarios atendidos}) * 100$

Metas

Que se logren atender a todos los clientes que visitan la oficina y evitar que se ausenten de la sala de espera manteniendo una calificación promedio de 86% en adelante es decir un 4.5 a 5 de eficiencia y recomendación.

Tabla 3. Porcentajes de calificación

<i>Experiencia</i>	<i>Porcentajes</i>	<i>Calificacion</i>
Superior	100%	5
buena	86% - 95%	4.5
aceptable	80% - 84%	4.0
regular	76% - 79 %	3.5

Fuente: Autor

Los resultados del 70% hacia abajo ya serian detractores.

(Questionpro.com, 2021); (<https://repository.unimilitar.edu.co/>, 2018).

9.4 Plan de mejoramiento

La implementación del plan de mejora debe ser implementado por el subgerente de la oficina de viva Villavicencio, ya que dentro de su rol de líder también está enfocada en mantener una excelente atención al cliente y mantener la oficina posicionada como una de las mejores en su prestación de servicios en la ciudad; este plan consta de las siguientes etapas:

- ✓ Es importante la participación de todo el equipo de trabajo de la oficina de viva Villavicencio.
- ✓ Organización de espacios para socialización y retroalimentación de información de productos y servicios.
- ✓ Funciones del direccionador:
 1. como principal contacto del cliente al visitar la oficina es clave para indagar al cliente en su necesidad.
 2. Si es para adquirir algún producto se entrega formatos checklist según el que aplique.
 3. ofrecer los canales transaccionales y digitales con los cuales podrá ahorrar tiempo.
- ✓ Función asesoría comercial:
 1. Recibir al cliente con una disculpa en caso de que lleve demasiado tiempo en espera.
 2. Atender su solicitud con la mejor disposición.
 3. Invitar al cliente a contestar la encuesta que será enviada a su correo electrónico, la cual el banco ya tiene determinada para evaluar el servicio.

✓ Función Cajeros:

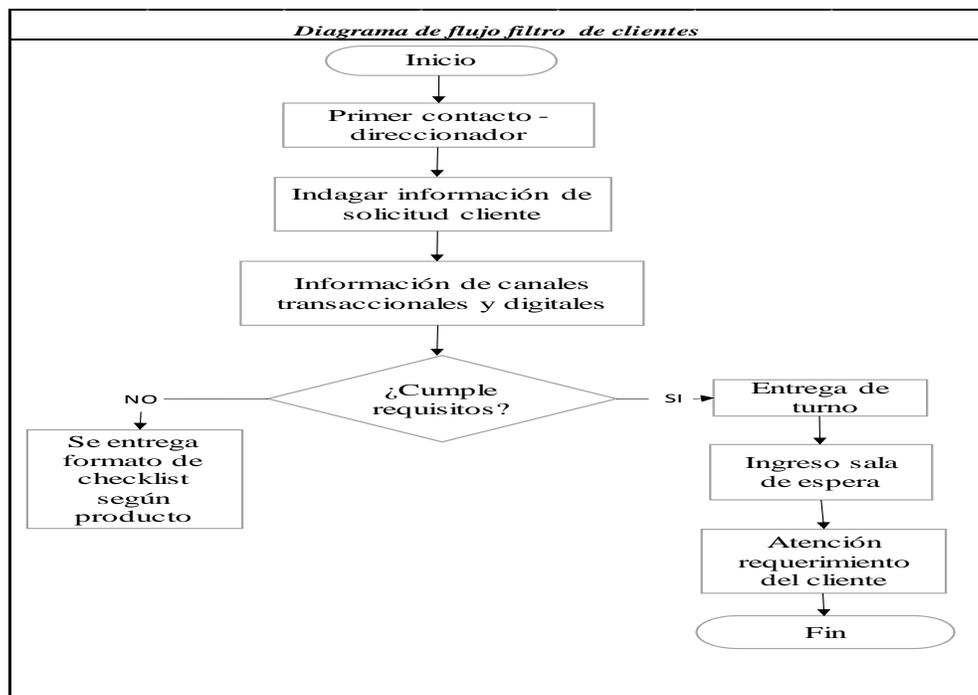
1. Recibir al cliente con una disculpa en caso de que lleve demasiado tiempo en espera.
2. Atender su solicitud con la mejor disposición.
3. Invitar al cliente a contestar la encuesta que será enviada a su correo electrónico, la cual el banco ya tiene determinada para evaluar el servicio.

Para mantener el cumplimiento de estas etapas se mantendrá bajo supervisión de la subgerente donde ella evidenciará su aplicación basa en los resultados mostrados por los clientes en sus encuestas.

10 Aportes y sugerencias realizadas durante la práctica, que hayan servido para el desarrollo y crecimiento del escenario de práctica para hacerlo más competitivo.

- ✓ Se sugiere retroalimentar los procesos de los productos de captación y colocación según las circulares actualizadas del banco que son compartidos en la intranet de los empleados en los espacios de reunión mensual donde asiste todo el equipo de trabajo de la oficina de Viva Villavicencio, lo que permitirá estar actualizados y mantener un mejoramiento continuo en la prestación de servicio al cliente.
- ✓ Se sugiere la implementación del siguiente diagrama de flujo para implementar los formatos de checklist y folleto informativo.

Figura 2. Diagrama de flujo filtro de clientes



Fuente: Autor

11 productos como resultado de los aportes que el practicante haya realizado en el mejoramiento de los procesos de acuerdo a la empresa.

11.1 formatos checklist

Figura 3. Formato documentos cuenta ahorro tradicional

 	
Documentos cuenta ahorro tradicional	
Cuenta para actividad independiente	<i>Rut con la actividad económica actual</i>
	<i>Copia de la cedula de ciudadanía</i>
Cuenta para nomina	<i>Certificando laboral por parte de la empresa donde labora</i>
	<i>Copia de la cedula de ciudadanía</i>

Fuente: Autor

Figura 4. Formato documentos cuenta Banconautas

 	
Documentos cuenta para banconautas	
Menores de 13 años de edad	<i>Copia del Registro civil</i>
	<i>tarjeta de identidad (si aplica)</i>
	<i>(Original y copia) de la cedula de ciudadanía del tutor</i>

Fuente: Autor

Figura 5. Formato documentos cuentas jurídicas

 
Documentos cuenta juridica ahorros o corriente
<i>Camara de comercio</i>
<i>rut</i>
<i>carta condiciones de manejo</i>
<i>copia de la cedula de ciudadanía de representante legal</i>
<i>Formato de vinculacion diligenciado</i>

Fuente: Autor

Figura 6. Formato documentos cuentas consorciales y uniones temporales

 Bancolombia Grupo Bancolombia
Documentos cuenta para Consorcios / Unión temporal
Documentos de consorcio / UT
<i>Acta consorcial</i>
<i>Copia del contrato</i>
<i>Rut</i>
<i>Copia de la cedula del representante legal</i>
<i>Carta de condiciones de manejo indicando: Nombre y nit del consorcio, tipo de cuenta, si desean registrar sello húmedo o protector, Nombres (tipo de documento , numero de identificación) de las personas autorizadas, Condiciones (firmas adjuntas o autorizadas).</i>
<i>formato conocimiento de socios</i>
<i>formato conocimiento persona jurídica</i>
Se presenta poder autenticado en caso de ser autorizado a alguno de los integrantes del consorcio para la apertura de la cuenta.
Documentos para los consorciados
<i>Cámara de comercio vigente</i>
<i>Rut</i>
<i>Declaración de renta</i>
<i>Nota: todos los integrantes que conformaran el consorcio deben estar vinculados previamente tanto persona jurídica como persona natural.</i>

Fuente: Autor

12 Evidencias objetivas

Figura 7. área asesoría



Fuente: Autor

Figura 8. Sala espera asesoría



Fuente: Autor

Figura 9. Área caja



Fuente: Autor

Figura 10. Sala espera caja



Fuente: Autor

13 Normatividad externa e interna que rige al escenario de práctica.

13.1 Normatividad que rige el sector financiero

✓ **Ley 45 1990**

Normas de intermediación financiera, regulación de actividad aseguradora, mediante esta ley se autorizó gestión de portafolios, establecimientos de crédito, actividades fiduciarias, administración de pensiones y cesantías, venta de seguros y corretaje.

✓ **Ley 35 1993**

Mediante esta ley se regulo la intervención, inspección, vigilancia y control del gobierno nacional en las actividades financieras y aseguradoras.

✓ **Ley 510 1999**

Reforma al sistema financiero; condiciones de ingreso al sistema financiero, facultades de intervención del gobierno nacional, régimen de inversiones de capital, régimen de las corporaciones de ahorro y vivienda, régimen de compañías de financiamiento comercial, fondo de garantías, disposiciones relativas al mercado de valores, entre otros.

✓ **Ley 546 1999**

Se dictan normas en materia de vivienda, recursos para la financiación de vivienda, régimen de financiación de vivienda a largo plazo, VIS.

✓ **Ley 795 2003**

Autorización de nuevas operaciones; administración no fiduciaria de cartera y operaciones de leasing habitacional; regula las disposiciones que modifican el estatuto orgánico del sistema financiero.

✓ **Ley 964 2005**

Ley de mercado de valores, aplica a manejo o inversión de recursos captados del público a través de valores, protección de inversionistas.

✓ **Ley 1328 2009**

Protección al consumidor financiero, incluye: derechos y obligaciones, sistemas de atención al consumidor financiero (SAC), suministro de atención al consumidor, cláusulas y prácticas abusivas, sistema pensional. La Superintendencia Financiera de Colombia establecido para el ejercicio de la supervisión los principios de materialidad y de acceso a la información para la protección de la estabilidad y confianza en el sistema financiero.

(Asobancaria , 2021)

13.2 Grupo Bancolombia cuentan con un modelo único de Gobierno Corporativo, que posibilita la aplicación de los principios y políticas para que puedan:

- ✓ Asignar claras responsabilidades a nuestros órganos de dirección y administración.
- ✓ Reconocer y continuar consolidando las relaciones con nuestros grupos de interés.
- ✓ Contar con fuertes sistemas de administración de riesgos, control interno, financiero, contable y de administración y gestión de procesos.
- ✓ Buscar el equilibrio entre intereses que pueden ser contrapuestos.
- ✓ Garantizar que los beneficios para nuestros grupos de interés derivados de los resultados financieros tienen como premisa fundamental la generación de valor.
- ✓ Buscar resolver las diferencias de manera pacífica.
- ✓ Generar confianza a nuestros órganos de control y supervisores.

(Grupo Bancolombia, 2021).

Basados en la normatividad establecida por el gobierno y la superintendencia financiera de Colombia.

14 Evidencia de la ejecución total del plan de práctica en porcentaje

Tabla 4. Plan de ejecución en porcentaje

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES														
CORPORACION UNIVERSITARIA DEL META														
ESCUELA DE INGENIERIAS														
		Empresa <i>Bancolombia SA. oficina Viva Villavicencio</i>												
		Jefe Inmediato <i>Sandra Patricia Vargas</i>												
		Estudiante <i>Diana Paola Sotelo Cano</i>												
		Carrera <i>Ingenieria Industrial</i>												
N°	ACTIVIDADES	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		% DE EJECUCION
		dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	dias	
		1-28	1-13	15-31	1-9	12-23	22-30	3-14	17-31	1-18	21-30	1-9	12-30	
1	Identificación de oportunidades de mejora con respecto a la prestación del servicio en la oficina Bancolombia Viva Villavicencio.													10%
2	Diseño de encuesta de sencibilización con el personal de la oficina.													15%
3	Desarrollo y socialización de encuesta de sencibilización dirigida al personal de servicio al cliente al interior de la oficina.													10%
4	análisis de identificación de causa													10%
5	Elaboración de propuestas estratégicas con foco a mejoramiento de servicio al cliente													10%
6	Diseño de formatos checklist de vinculación al productos de captación.													15%
7	Diseño de Folleto informativo de canales transaccionales y digitales.													15%
8	realización de informe final													15%
Fuente: Autor													100%	

15 Conclusiones

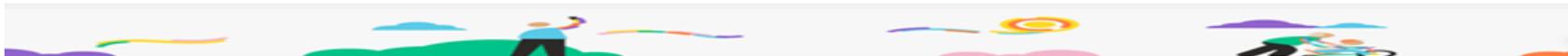
- ✓ El servicio al cliente es fundamental para toda entidad prestadora de servicios lo que lleva a la empresa a mantener estrategias de mejora continua constantemente ya que se enfrenta a clientes cada vez más exigentes y es necesario brindar la mejor experiencia para mantener su crecimiento y fidelización.
- ✓ la comunicación es fundamental en el servicio al cliente ya que permite escuchar y resolver las inquietudes y necesidades de los clientes.
- ✓ Se logró cumplir los objetivos propuestos y las actividades durante el tiempo de realización de la práctica lo que permitió tener una perspectiva desde los conocimientos adquiridos durante la etapa de formación profesional.
- ✓ La práctica empresarial me permitió enfrentarme al campo laboral desde otra perspectiva, identificando las oportunidades de mejora que se presentan en el entorno de manera estratégica con el propósito de mantener una mejora continua.

16 Bibliografía

- Asobancaria . (2021). *Normatividad*. Obtenido de Asobancaria :
<https://www.asobancaria.com/normatividad/>
- Grupo Bancolombia. (2021). *Canales para tu servicio*. Obtenido de Grupo bancolombia:
<https://www.grupobancolombia.com/centro-de-ayuda/canales/sucursal-virtual-personas>
- Grupo Bancolombia. (2021). *Historia*. Obtenido de Grupo Bancolombia:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>
- Grupo Bancolombia. (2021). *Nuestro modelo*. Obtenido de Grupo Bancolombia:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/gobierno-corporativo>
- Grupo Bancolombia. (s.f.). *Canales para tu servicio*. Obtenido de Grupo bancolombia:
<https://www.grupobancolombia.com/centro-de-ayuda/canales/sucursal-virtual-personas>
- <https://repository.unimilitar.edu.co/>. (2018). *Indicadores de medición*. Obtenido de
<https://repository.unimilitar.edu.co/>
- Questionpro.com. (2021). *Puntuación Net Promoter*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/>

17 Anexos

Anexo A. Folleto informativo parte 1



Kiosco



- ⇒ Generar extractos bancarios de las cuentas de ahorro, corriente y tarjetas de crédito.
- ⇒ Generar certificados bancarios.
- ⇒ Generar certificados tributarios.
- ⇒ Generar cobijas de pensión.
- ⇒ Generar paz y salvo de la tarjeta de crédito y créditos.
- ⇒ Encontrarlos ubicados en C.C. primavera Urbana, Unicentro.

Tabot



Tu asistente virtual está dispuesto a solucionar muchas de tus preguntas, agrégalo a tu WhatsApp (+57) 801 858 67 88 y en cualquier momento podrás chatear con él, recibir información acerca de productos y servicios financieros.

- ⇒ Recibir asesoría en solicitud de extractos y certificados tributarios.
- ⇒ Alternativas financieras y subsidios del Gobierno.
- ⇒ Recibir asesoría sobre **Credicoll** y consultar la TRM.
- ⇒ Conocer información sobre cuentas, tarjetas de crédito y opciones de inversión.

Línea telefónica



- ⇒ Consultar cupo disponible y desembolsar **Credicoll**.
- ⇒ Solicitar, activar y bloquear tu clave dinámica.
- ⇒ Solicitar marcar o desmarcar las cuentas de 4x1000.
- ⇒ Bloquear claves, tarjetas, contrarorden de cheques y reportar fraudes.
- ⇒ Activar tarjetas débito y crédito.
- ⇒ Inscribir o cancelar el servicio de alertas y notificaciones.
- ⇒ Radicar sugerencias, quejas y reclamos.
- ⇒ Actualizar tu información personal.

Bancolombia

¿Sabías que utilizando los Canales Transaccionales ahorras tiempo?



Fuente : Autor

(Grupo Bancolombia, 2021)

Anexo B. Folleto informativo parte 2

Agendamiento turno digital

- ⇒ Planifica con anticipación tus visitas a nuestras sucursales físicas.
- ⇒ Ahorra tiempo de espera para ingresar a la sucursal.
- ⇒ Recuerda que este turno no garantiza ser atendido de inmediato.
- ⇒ Activa tu turno escaneando el QR en la entrada.

Corresponsales Bancarios

- ⇒ Retirar hasta \$4.000.000 diarios, si se aumentan cupos retira hasta \$9.999.000.
- ⇒ consignar en efectivo a cuentas Bancolombia hasta \$3.000.000.
- ⇒ Pagar facturas con códigos de barras, tarjeta de recaudo empresarial y sin factura física (llevando la referencia de pago).
- ⇒ Pagar tarjetas de crédito propias y créditos de consumo.
- ⇒ Realizar transferencias a cuentas Bancolombia, de fondos a otras cuentas, sin necesidad de inscribirlas.
- ⇒ Generar avances en efectivo de tarjetas de crédito Bancolombia.
- ⇒ Recargar y transferir a Bancolombia A la mano.
- ⇒ Consignar Nequi.
- ⇒ Envío y recepción de Giros Nacionales Bancolombia.

Cajero multifuncional

- ⇒ Transferir dinero a cuentas Bancolombia, inscritas y no inscritas.
- ⇒ Contingencias hasta \$9.900.000.
- ⇒ Realizar avances en efectivo con la tarjeta de crédito.
- ⇒ Realizar pagos con códigos de barras o recaudos tarjeta empresarial.
- ⇒ Pueden cambiar la clave principal.
- ⇒ Consultar saldo de la cuenta de ahorros, corriente y tarjeta de crédito.
- ⇒ Retirar dinero.

APP Bancolombia

- ⇒ Consultar saldos y movimientos de productos Bancolombia.
- ⇒ Enviar dinero a cuentas Bancolombia y de otros bancos.
 - ⇒ Pagar créditos y tarjetas de crédito.
 - ⇒ Pagar con código QR.
 - ⇒ Inscribir, consultar y administrar la clave dinámica.
- ⇒ Consulta y transferencias a fondos de inversión.
- ⇒ Apertura, consulta y transferencia bolillos.
- ⇒ Gestionar día a día.

Sucursal Virtual personas

- ⇒ Consultar saldos y movimientos de productos Bancolombia.
- ⇒ Hacer transferencias a cuentas Bancolombia, a cuentas de otros bancos y a Fondos de Inversión.
- ⇒ Enviar dinero a cuentas Bancolombia y de otros bancos.
- ⇒ Pagar créditos y tarjetas de crédito Bancolombia propias y no propias.
- ⇒ Pagar facturas de servicios públicos, impuestos, entre otros con previa inscripción.
- ⇒ Inscribir, programar y pagar tus facturas.
- ⇒ Gestionar montos y límites de transacciones.
- ⇒ Programar transferencias.

Fuente: Autor

(Grupo Bancolombia, 2021)

Anexo C. fotografías escenario de prácticas laborales.



Anexo D . Formato de seguimiento de prácticas laboral

	FORMATO "SEGUIMIENTO DE PRACTICA LABORAL"			
Código: FO-EX-1107	Dependencia Generadora: Vicerrectorado Académico y de Investigaciones	Versión: 4	Página 1 de 1	F. Vigencia: 04-06-2020

FECHA DE REALIZACION DEL SEGUIMIENTO	AÑO	MES	DIA	HORA	9:00	SEGUIMIENTO	PROGRAMADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	2021	11	18				NO PROGRAMADO	

A. DATOS PERSONALES DEL PRACTICANTE

APELLIDOS Y NOMBRES: Diana Paola Sotelo Cano
 TELEFONO FIJO: CELULAR: 3013121531 E-MAIL: Valerieromsoy160910@hotmail.com
 ESCUELA: Ingenierías FACULTAD: Ing. Industrial PERIODO: A B X
 HORARIO LABORAL: MAÑANA 9:30 Am - 12:00 TARDE 1:30 - 6:30 Pm
 FECHA DE INICIO DE LA PRACTICA: AÑO 2021 MES 01 DIA 01 FECHA DE FINALIZACION DE LA PRACTICA: AÑO 2021 MES 04 DIA 31
 MODALIDAD DE SEGUIMIENTO: TELEFONICO PRESENCIAL PLATAFORMA INSTITUCIONAL LMS SEGUIMIENTO N°

B. DATOS DEL ESCENARIO DE PRACTICA

NOMBRE: Bancolombia S.A. oficina viva Villavencio
 NOMBRE DEL JEFE INMEDIATO O CONTACTO: Sandra Patricia Vargas Barragan
 TELEFONO FIJO: 6849569 CELULAR: 312-1314500 E-MAIL: Spvargas@bancolombia.com.co

SE ENCONTRABA EL PRACTICANTE		RESULTADO DEL SEGUIMIENTO
SI	<input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIALIDAD REMOTA	

ESCENARIO DE PRACTICA  FIRMA Sandra Patricia Vargas Barragan CARGO <u>Subgerente</u>	PRACTICANTE  FIRMA	MONITOR _____ FIRMA NOMBRE CARGO
---	---	--