

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRAN COLOMBIANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURÍA PÚBLICA

ESTUDIO DE CASO EMPRESARIAL: BANCOLOMBIA

ALVARADO ROZO JUAN NEFTALY
BERDUGO ALVAREZ MARIA OLIVA
GARCÍA LÓPEZ KATHERINE NATALIA
PENA BETANCURT DANIEL ORLANDO
RODRIGUEZ NAIDU SARAY

GRUPO 43

GERENCIA ESTRATEGICA
PRIMER BLOQUE - 2017

ANA LUCIA BONILLA

BOGOTÁ,
29 DE SEPTIEMBRE DE 2017

ANTECEDENTES

El 29 de enero de 1875, en Medellín, más específicamente en la casa de don Ramón del Corral nace el Banco de Colombia, dando inicio a la historia de la entidad bancaria que hoy se denomina grupo financiero.

Actualmente es uno de los grupos financieros más importantes de América Latina, a pesar de que como toda historia, tiene momentos difíciles en su trayectoria, se puede decir que los logros culminados han sido los mayores intérpretes del gran éxito que hoy disfrutan. Para ser hoy lo que es conocido como grupo financiero, se dio tras varias fusiones y adquisiciones. La finalidad de ser un impulsor de progreso económico y social de los países en los que está presente, la innovación y modernización en las experiencias vividas por los clientes, han sido el objetivo constante desde su nacimiento. Tras una historia llena de innovaciones no solo en servicios y productos ofrecidos, sino también en la forma de conexión con los clientes gracias a sus necesidades y deseos, sin dejar de lado la calidad de vida de sus trabajadores, optando de esta manera ser una Banca más Humana, como bien lo describen en su eslogan.

Actualmente Bancolombia, es el mayor banco de Colombia haciendo referencia a sus activos y patrimonio. Suministra a sus clientes una línea completa de productos y servicios, incluyendo banca corporativa y gubernamental, tesorería, banca hipotecaria, banca personal y pymes. Tiene una colaboración de mercado del 20% en el sector bancario colombiano, sin contar con la fuerte presencia en los segmentos de mercado corporativo, hipotecario, gubernamental, minorista y de medianas empresas. Además Bancolombia tiene filiales no bancarias, prestando servicios adicionales como corretaje de valores, banca de inversión, leasing, factoring, financiamiento de consumo, servicios de fideicomisos, gestión de activos, administración de fondos de pensión y seguros. El grupo posee filiales bancarias en Panamá, Perú, las Islas Caimán y Puerto Rico, y una agencia en Miami, Florida (EEUU). Su sede principal está ubicada en Medellín y está vigilada por el holding colombiano Grupo de Inversiones Suramericana

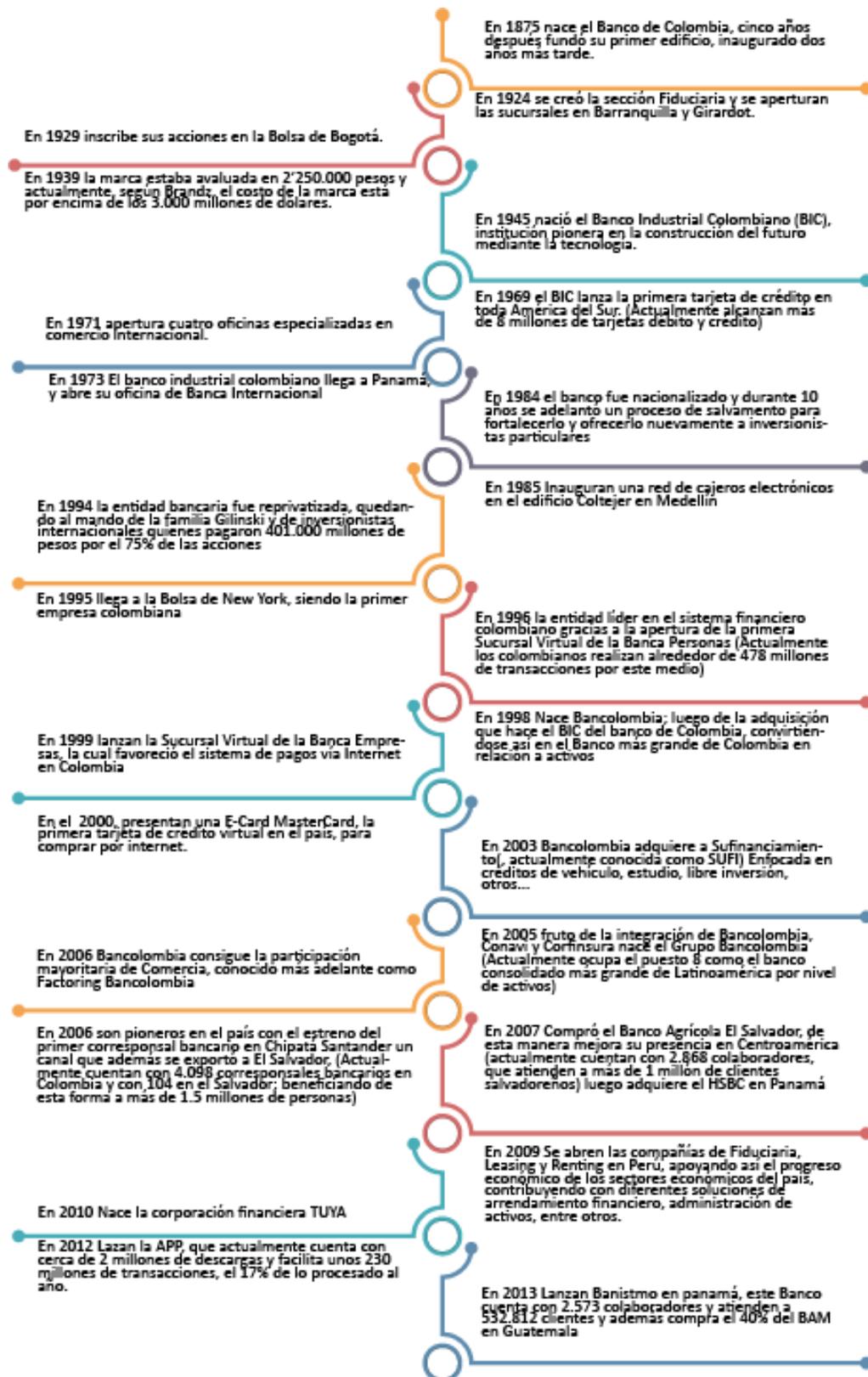


Fig 1. Fuente de elaboración propia a partir de información tomada de BANCOLOMBIA S.A – 140 años transformando la sociedad (2017) Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acercade/informacion-corporativa/quienes-somos>

IMPACTOS POSITIVOS O NEGATIVOS (STAKEHOLDERS)

De acuerdo al análisis realizado sobre la situación posicional del Grupo Bancolombia, podemos resaltar que presenta un impacto positivo sobre sus clientes, proveedores y socios, debido a que esta empresa se encuentra muy bien rankeada a nivel nacional e internacional. Esta empresa ha crecido en un 80% en estos últimos 2 años, induciendo la existencia de oficinas en lugares a nivel nacional llegando a cada rincón del país y aún en el exterior teniendo convenios internacionales con grandes empresas financieras en los países más importantes de cada continente generando confianza en sus stakeholders, ofreciéndoles paquetes tan completos que no quieran realizar negocios con la competencia y es que es precisamente la tecnología es uno de los recursos primordiales, lo que los hace ser líderes en el sector financiero, sus múltiples transacciones al mismo tiempo y en el mismo lugar lo que les hace ganar la voluntad de sus clientes; esto sumado a la actitud de servicio para lo que capacitan a su personal de tal manera que sean ellos los primeros impulsores de los beneficios ofrecidos por esta entidad financiera.

Por otro lado Bancolombia ha tenido que mejorar en algunos aspectos no tan positivos en cuanto hace algunos años, sus clientes se encontraban inconformes con algunos de sus servicios puesto que por falta de información en cuanto a la caducidad de sus paquetes muchas veces esto conlleva a generar pérdidas económicas a sus clientes; cabe aclarar que esto hace parte de una política económica implantada por el banco sin que sus clientes estuviesen informados lo que generaba carteras muy altas, disminución en las utilidades de la entidad porque provisiona por encima de la norma general.

PROPÓSITO

Considerando que a medida que las organizaciones crecen y se desarrollan, que las tareas se vuelven especializadas, que el medio ambiente externo e interno se hace menos estable y que los productos y/o servicios cambian, es necesario realizar estudios con el objetivo de identificar y caracterizar el entorno para entender las necesidades específicas de cada organización; es por esto que el presente trabajo de investigación tiene como propósito realizar un análisis del sector financiero específicamente en el subsector bancario, con el ánimo de generar planes estratégicos encaminados a la consecución de un modelo de planeación, dirección y control estratégico propicio para abordar diferentes escenarios empresariales, socio-económicos y orientado a la eficiencia, eficacia y éxito empresarial de la organización estudiada.

Teniendo en cuenta los objetivos de la entidad:

1. “Queremos generar **PREFERENCIA**, ser la mejor opción.”¹
2. “Queremos generar **SATISFACCIÓN**, tener clientes felices que nos recomienden...”²
3. “Queremos contribuir a hacer **REALIDAD LOS SUEÑOS**, acompañando a nuestros clientes cada día para facilitarles la vida.”³

Nuestro objeto principal es corroborar si la compañía ha logrado un cliente plenamente satisfecho, o de lo contrario cuales son las medidas hay que tomar para lograr los objetivos propuestos y una plena satisfacción al cliente; con esto lograremos que la entidad sea más atractiva para los clientes, mejorando de esta manera los ingresos, proporcionando más ganancias a los socios y disminuyendo los márgenes de error que se cometen a la hora de poner en práctica lo anteriormente relatado.

¹ Propósitos – Grupo Bancolombia. Tomado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>

² Propósitos – Grupo Bancolombia. Tomado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>

³ Propósitos – Grupo Bancolombia. Tomado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>

PREGUNTA DE REFLEXIÓN

A consecuencia de que la entidad que escogimos cuenta con una trayectoria de varios años de experiencia en el mercado, y que su objetivo principal es que sus clientes se sientan satisfechos para así lograr preferencia y continuidad; planteamos las siguientes preguntas ¿Se está cumpliendo con las expectativas de los clientes en cuanto a atención y satisfacción? De lo contrario ¿Qué falta para lograr los objetivos propuestos?

UNIDAD DE ANÁLISIS

Bancolombia, es la entidad financiera más grande en Colombia, según BnAmericas cuando se habla de activos y patrimonio. Suministra y facilita una línea completa de productos y servicios financieros, desde banca personas, pymes, corporativa, hipotecaria, tesorería hasta banca gubernamental. Cuenta con filiales no bancarias mencionadas en los antecedentes del presente trabajo.

Además de ser una entidad financiera, se ha posicionado gracias a las filiales con las que cuenta actualmente, como un GRUPO FINANCIERO líder, que genera costumbres agradables para sus clientes, satisfacción para sus empleados e interés en sus proveedores, accionistas y dueños del grupo. Se destaca además por que contribuyen al desarrollo social del país, por lo que está posicionado como el banco más sostenible de América y el 5° en el mundo, transformando y modernizando sus herramientas para facilitar el acceso a los sectores menos favorecidos, superando de esta forma las proposiciones de la competencia.

Galardonada por primera vez en la categoría de Servicios financieros y banca online en los eCommerce Awards Colombia 2017, un evento que está organizado para dar un especial reconocimiento a las entidades pioneras en la economía digital en Colombia y Latinoamérica; los servicios ofrecidos por BANCOLOMBIA han proporcionado el crecimiento en transacciones virtuales, donde hemos visto un aumento del 26% desde Enero a julio 2017.

METODOLOGÍA

a. Diseño de metodologías de recolección de información

Encuestas y entrevistas: Recopilar información a una población específica por medio de diálogos e interrogaciones estructuradas previamente acerca de la perspectiva de las debilidades y amenazas de la compañía, así mismo como las oportunidades y fortalezas que lo han llevado a ser lo que hoy es, desde el punto de vista de las experiencias vividas en las sucursales a las que frecuentan; todo esto con el fin de obtener conclusiones con los datos recolectados mediante análisis para tener en cuenta los aspectos a mejorar, no extenuarse en los puntos a favor y realizar proyecciones de los resultados.

Para reunir la información requerida, es necesario determinar las fuentes de información para la obtención de la misma. El presente trabajo tendrá como fuentes primarias las vivencias de la población, como fuentes secundarias, entraremos a chequear y extraer información en bases de datos, estados financieros y documentos empresariales obtenidos a través de páginas web, medios virtuales de información y físicos, donde este plasmada dicha investigación, ya que debe ser coherente los resultados obtenidos con los resultados económicos de la entidad.

b. Población y muestra

La población a la que va dirigida esta investigación son usuarios o clientes potenciales, con un rango de edad, desde los 18 hasta las 28 años; los cuales tienen contacto directo con la entidad y a través de sus vivencias, se pueden identificar no sólo las debilidades sino también las fortalezas, además de estar empapados de la situación por la que atraviesa el país y en lo que puede afectar al sector.

c. Técnicas de análisis

Indagación y comprobación: Por medio de dos técnicas muy sencillas como lo es el observar, el cual consiste en vivenciar las experiencias de la población selecta, inspeccionando, validando con la información recolectada, y experimentando los hábitos procedentes de un contacto práctico de la situación a la que se expone la muestra para los resultados de las metodologías de recolección de información.

No obstante, como lo mencionamos es necesario realizar una minuciosa revisión de los informes presentados por la entidad, para saber si las debilidades expuestas por los clientes, tienen repercusiones económicas para la entidad; así mismo si las fortalezas, lo han llevado a ser un grupo altamente reconocido.

OBJETIVOS

1. PRIMER OBJETIVO

Recopilación de la información

De acuerdo al método expuesto anteriormente, podemos evidenciar que es tangible el crecimiento de Bancolombia a lo largo de los años; una muestra de ello es que en sus inicios el BIC de 1995 reportaba 1,8 billones de pesos en activos, y ya en 2013 reportó 103,1 billones de Bancolombia; el año 2011 se destacó por la recuperación económica de los países y por el crecimiento económico basado en una gestión responsable; un rubro para destacar es que en cuanto al aporte de impuestos y contribuciones, el Grupo Bancolombia aportó durante el año 2010 al fisco de los países en los que tenía presencia, un total de 870.771 millones de pesos, un poco más de la mitad de lo equivalente al total de las utilidades, distribuidas principalmente así: En Colombia 763.257 millones y en El Salvador 105.298 millones. Por otra parte, las exitosas emisiones de bonos del Grupo Bancolombia durante 2011 de 5,1 billones de pesos, certificaron la existencia de uno de los principales capitales para este grupo; en este año también trabajaron en la inclusión financiera de poblaciones alejadas, con la convicción de que el acceso a estos servicios les permitía avanzar y crecer en sus iniciativas.

De igual forma cabe destacar que efectuó la apertura de 38 nuevas sucursales, llegando a poblaciones como San José del Guaviare, San Vicente del Caguán y Leticia abriendo 369 Corresponsales No Bancarios terminando el año con 970, una modalidad, en la prestación de servicios financieros, en la que son pioneros en el país y que hoy se constituye en la red de CNB de mayor transaccionalidad, según información entregada por la Superintendencia Financiera de Colombia, e incluso como única presencia financiera en cerca de 90 poblaciones. No sin mencionar que el crecimiento de sus activos corrientes en los años 2010-2011 fueron del casi 50% por encima de los años anteriores, mostrando una liquidez muy bien consolidada muy por encima de sus pasivos que para estos respectivos años han crecido apenas un 30% y es que el aspecto anterior se ve reflejado en el aumento de sus ingresos y la captación por intereses por cartera.

En los años siguientes vemos que se mantiene uniforme el crecimiento en las cuentas que repuntaron en los años anteriores, y como ya mencionamos haciendo de la tecnología su mejor bandera de servicio; ya en 2014 cerraba con indicadores muy humanizados como en el rubro de las inversiones que en este año fue de aproximadamente 15 mil millones de pesos con énfasis en voluntariado emprendimiento y primera infancia, así mismo en este año repunta la

capitalización bursátil del grupo recaudando 27 billones de pesos y la utilidad neta se mantiene para este mismo periodo. En los años 2015 y 2016 atendieron a aproximadamente 7 millones de usuarios, sus acciones se valorizaron cambiando de 24.000 a 31.000 pesos colombianos incrementando su participación en mercados internacionales y creando medios sistematizados más cercanos al cliente como son las Apps para agilizar trámites y servicios prestados por el banco, es así como en este periodo alcanzaba los 2,86 billones en utilidad neta con un capital primerio en 9% por encima del requerido mostrando así una gestión satisfactoria.

En el último año según información reportada por la superintendencia Financiera, el saldo de los créditos aumentó un 1,35% anual en términos reales, cuando hace un año lo hacía al 12,7%. Esta desaceleración es consecuente con el menor ritmo de la actividad productiva y con el ciclo contractivo de la política monetaria, que se relaciona de forma negativa con el crédito en pesos y anticipa su ciclo un año antes. Este resultado pone de manifiesto que un ambiente de financiamiento internacional más favorable, tiende a reducir el costo del crédito e incentiva a los empresarios a iniciar nuevos proyectos productivos. La otra variable externa son los términos de intercambio, los cuales se correlacionan positivamente con la cartera y anticipan su comportamiento 11 meses antes...

Finalmente y tomando relación con las preguntas planteadas al inicio de esta investigación encontramos que Bancolombia está cumpliendo en su objetivo de buscar la constante satisfacción de los clientes con gran variedad de productos y diversidad de servicios al alcance de todos y esto será un indicador positivo ya que su reconocimiento no solo va a ser a nivel nacional sino también a nivel internacional, creando plan de consumo completo y consolidándose en el mercado financiero y bursátil.

2. SEGUNDO OBJETIVO

Análisis de la información

Después de haber consolidado nuestra información, encontramos que para la empresa que escogimos, Bancolombia, podemos categorizar su información de acuerdo con los siguientes criterios:

- En cuanto a personas podemos distinguir a dos fuertes grupos:
 - Personal involucrado dentro del banco: dentro de los cuales ubicamos a los accionistas y socios, por un lado, y a los trabajadores, por otro lado.
Los accionistas y socios quienes, desde la alta gerencia de la entidad, se preocupan por el avance de la compañía revisando constantemente las estrategias que aseguran que sus inversiones no van a perder valor y, por el contrario, procurarán adquirir valor con el tiempo a través de la toma de decisiones acertadas. Dentro de este mismo grupo podemos encontrar a los trabajadores de la empresa, a la cual pertenecen cargos directivos, coordinadores, operarios y demás funcionarios, quienes se encargan de realizar sus funciones de manera oportuna generando crecimiento para la empresa.
 - Personal externo al banco, en donde hallamos los clientes, que son aquellos que depositan su confianza en una entidad bancaria de reconocida trayectoria y experiencia, procurando obtener siempre las mejores opciones dentro del mercado.
Asimismo, podemos dividir los clientes en dos clases de usuarios:
Por un lado, encontramos los que buscan el ahorro y la inversión, que son aquellos que buscan la mayor rentabilidad de su capital dentro del mercado, dirigiéndose a las oficinas tanto físicas como virtuales del banco, buscando la mejor asesoría y atención al cliente, que le permitan estar seguros de que su capital está en buenas manos.
Por otro lado, encontramos aquellos clientes que buscan una fuente de financiación, es decir, buscan una fuente que les permita mejorar, aumentar o iniciar algún proyecto personal, y para ello recurren a la experiencia de un banco del que esperan encontrar tasas bajas y servicios especializados que cumplan con las expectativas que tienen desde un comienzo.

También encontramos un enfoque especializado del banco en segmentos generacionales como son niños, jóvenes, familia y colombianos en el exterior.

- En productos encontramos las divisiones que ha realizado el banco, dentro de las cuales encontramos:
 - Banca de inversión.
 - Fiduciaria Bancolombia.
 - Leasing Bancolombia.
 - Renting Colombia.
 - Valores Colombia.
 - Factoring Bancolombia.

Todas ellas dedicadas a satisfacer las necesidades que tienen los usuarios del banco, relacionadas con el manejo de cuentas, tarjetas débito y crédito, créditos, leasing, seguros y asistencias, inversiones, giros, servicios de pago, compra y venta de dólares, venta de usados, renta de vehículos, los cuales se dedican a ofrecer un producto atractivo, moderno y eficaz para los clientes.

- En servicios encontramos aquellos canales que facilitan el acceso a los productos de la entidad bancaria, entre ellos encontramos:
 - Las oficinas físicas.
 - Los cajeros.
 - El chat de la página en internet.
 - Las líneas telefónicas.
 - Las aplicaciones móviles.

Estos servicios se encuentran en permanente crecimiento y actualización, los cuales procuran mantener una comunicación asertiva entre la entidad y sus usuarios, buscando agilizar procesos, filas y demás condiciones del funcionamiento diario de la entidad.

Estas categorías nos permiten enfocar con facilidad la pregunta que nos planteamos desde el principio, determinando aquellos aciertos y aquellas fallas en las que se encuentra la entidad bancaria, para ello separamos aquellos factores internos y externos que están involucrados con la entidad de la siguiente manera:

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	Altas utilidades para inversionistas	No invertir oportunamente los

	y socios	beneficios obtenidos durante el periodo
	Equipo humano preparado y eficaz en su trabajo	No tener condiciones laborales que faciliten la permanencia del personal
	Edificios ubicados en los principales entornos financieros de grandes centros urbanos	No generar dinámicas financieras y económicas propias, depender de otros
	Ascensos laborales a empleados dentro de la misma empresa	No contar con la experiencia de personal externo que pueda aportar a la gestión empresarial
	Pertenecer a un grupo económico presente en varios sectores (grupo antioqueño)	Regionalismo en cuanto a marcas, falta de apertura a inversionistas de otros sectores.
	Posicionamiento de la marca en el mercado colombiano	Aún no logra una ventaja real respecto a sus mayores competidores
	Incursión en países de la región	No realizar inversiones en mercados fuera de la región
	Horarios extra para los usuarios	Saturación laboral para los empleados en horas pico
	Ampliar infraestructura para mejorar el entorno de empleados, socios y usuarios	Realizar inversiones en activos dejando a un lado productos y servicios
	Contar con trayectoria y reconocimiento nacional	Fuertes competidores que se han fortalecido en los últimos años
	Productos y servicios al alcance de todos	Competidores que están enfocados en grupos poblacionales específicos
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Inversiones en otros mercados	Competencia de bancos internacionales, con mayor capacidad económica y financiera.
	Mayor cantidad de usuarios (clientes) a los cuales llegar	No tener el suficiente personal que atienda la demanda que se presente
	Demanda de prestación de servicios especializados	No tener suficiente conocimiento de las leyes que son aplicadas en cada país
	Mayor inversión social en los diferentes mercados en los que hace presencia	Dedicar sus esfuerzos a campañas que no sean las mejores para las personas vulnerables
	Contribuciones más altas mediante los impuestos presentes en cada país en los que tienen oficinas	Planeación deficiente que no contemple una relación acertada del beneficio contra el costo
	Abrir oficinas en mercados lejanos a los que no llegan otros bancos	Competencia y falta de conocimiento por parte de la población en cuanto a la bancarización
	Ofrecer servicios y productos de manera directa sin tercerizar sus	Exceso de cargas en puntos con lo cual alejan a clientes, tanto antiguos

funciones	como nuevos
Posibilidad de realizar acuerdos con otras empresas que complementen su servicio	Dependencia de entidades ajenas y no de capacidad propia
Tener mayor cantidad de cajeros automáticos	No poder ofrecer de manera personal servicios adicionales a las consignaciones7retiros
Uso de aplicaciones que agilizan procesos y evitan filas	Ciberataques, falta de seguridad informática
Tasas de interés dentro de márgenes competitivos	Presencia de mejores competidores con tasas más atractivas
Incentivar el ahorro y la inversión de clientes	Desaceleración de la producción y de la actividad económica
Buscar equilibrio para los usuarios entre inversión y ahorro, mediante campañas más atractivas	Desestabilidad entre la inversión y el ahorro

De acuerdo con el anterior cuadro, identificamos que para cada una de las categorías se presentan los siguientes datos:

En cuanto a la primera categoría que hallamos, es decir, la relacionada directamente con el personal notamos que para los inversionistas y socios es positivo el resultado que está teniendo la entidad, es decir, sus inversiones se encuentran consolidadas, generando unas altas utilidades, gracias a la inclusión que el banco está teniendo en nuevos mercados y a la fidelización que están teniendo, en donde encontramos que están relacionados estrechamente los productos y los servicios que mostramos en nuestra segunda y tercera categoría, respectivamente.

Asimismo, en esta categoría notamos que la entidad está presentando una condición no tan favorable en cuanto a los trabajadores dado que notamos que aunque el personal se encuentra en un ambiente laboral idóneo, con instalaciones apropiadas, en ocasiones, éstas pueden llegar a saturarse de cliente, con lo cual no siempre se va a poder ofrecer el mejor servicio a los clientes, es decir, Bancolombia debe buscar estrategias como son mejorar la cantidad de oficinas y de trabajadores que puedan disminuir la carga que se está presentando y que puede llegar a afectar negativamente el reconocimiento que la entidad ha logrado en estos años.

En cuanto a los clientes, podemos notar que, aunque ha aumentado la cantidad de personas que pretenden formar parte del banco, por una parte, los productos que encuentran en el banco se encuentran segmentados con lo cual han conseguido satisfacer el requerimiento que tienen, sin embargo, notamos que la competencia

con otros bancos puede llegar a afectar el mercado consolidado por el banco. Cabe destacar que el banco tiene un factor diferencial respecto a otros, en el hecho de generar productos dirigidos a grupos poblacionales como son los niños, los jóvenes, las familias, personas de la tercera edad, las empresas, lo cual fortalece su imagen corporativa dentro de los usuarios.

Adicionalmente, respecto a los productos ofrecidos vemos que la división hecha por Bancolombia es de bastante utilidad para las personas, esto gracias a que en la misma entidad pueden encontrar distintas opciones a las cuales quieran acceder, destacándose el enfoque diferenciador que hay en cada uno de ellos, pero al mismo tiempo la posibilidad de complementarlo con uno o varios productos adicionales, es decir, está es una de la mayores ventajas competitivas que ha logrado conseguir el banco, con la cual ha logrado destacarse dentro del entorno financiero, así que como estrategia el banco debe diseñar un mecanismo mediante el cual logre consolidar a sus clientes.

De igual manera, notamos que la gran falla que está teniendo actualmente Bancolombia es la relacionada con la calidad de su servicio, esto se va claramente en la congestión que se está presentando en sus oficinas y cajeros, en donde vemos como el servicio está perdiendo calidad, haciéndose demorado el trámite para las personas que hacen parte de él. Mientras que los medios tecnológicos que están ofreciendo, como son las aplicaciones móviles y el acceso a través de internet se encuentran en crecimiento, puede llegar a ser una solución al déficit que se está presentando en cuanto a la calidad del servicio que está prestando la entidad.

Finalmente, notamos como todas las categorías están directamente relacionadas, puesto que para que el banco mantenga su crecimiento necesita de todos los factores mencionados, es decir, debe haber una interconexión entre ellos puesto que de una depende la otra, así notamos que de la calidad del servicio ofrecida por el personal depende directamente el que un usuario desee permanecer o hacer parte por primera vez del banco, que debe encargarse, al mismo tiempo de, ofrecer un producto competitivo. Sin embargo, si alguna de estas categorías falla, el resultado puede ser desfavorable para la empresa, por lo tanto, el banco debe ajustar permanentemente sus estrategias, reflejadas en servicios y productos que cumplan con los requerimientos del público general al que está dirigido.

Adicionalmente al estudio que realizamos basándonos en información obtenida a través de páginas web y medios virtuales de información, queremos enfocarnos en la SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR, ya que gracias a ellos, han tenido una gran trayectoria. Haciendo una comparación frente a lo anteriormente relatado y la información que vamos a plasmar.

ENCUESTA

Con el fin de obtener una amplia percepción de las necesidades de los usuarios, así mismo como del concepto y opinión de BANCOLOMBIA frente a los productos y servicios que ofrece. No hay respuestas correctas o incorrectas. Lo que se busca con esta encuesta es que cada uno exprese su criterio para realizar los planteamientos necesarios en busca de las mejoras frente a sus debilidades y amenazas.

- ¿Con qué frecuencia acude usted al banco?
 - Entre 1 y 5 veces
 - Entre 6 y 10 veces
 - Más de 11 veces
 - Ninguna

(Si la respuesta a esta pregunta fue ninguna, contesta la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta)

- ¿Considera usted que las herramientas tecnológicas que ofrece la entidad, suplen sus necesidades?

Sí No (Si su respuesta fue no, indique el porqué)

¿Por qué? _____
- De acuerdo con lo planteado por ASOBANCARIA, el aumento del IVA propuesto en la reforma tributaria, incrementaría desproporcionalmente el acceso a servicios digitales. ¿Se ha visto afectado por lo anterior?

Sí No (Si su respuesta fue sí, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta)
- ¿Cree usted que es una amenaza para BANCOLOMBIA. Quien es una entidad pionera en tecnología?

Sí No
- Usted acude a una sucursal ¿Por qué? (Marque con una X las opciones que sean necesarias)
 - Necesitaba resolver una inquietud
 - Solicitar un préstamo
 - Tuvo inconvenientes con las herramientas que le brinda el banco
 - Realizar un pago
 - Sacar dinero
 - Presentar una queja

- Otro (Si esta es su respuesta, indique cual fue el motivo de su visita)

¿Cuál? _____

- ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio que recibió? (Considerando 5 la puntuación más alta, y 1 la puntuación más baja) Tenga en cuenta:

	1	2	3	4	5
Agilidad (En cuanto a su inquietud)					
Amigable (Atención del funcionario)					
Claridad y calidad de la información					

Agilidad (En cuanto a su inquietud)
 Amigable (Atención del funcionario)
 Claridad y calidad de la información

- Considerando que los objetivos de la entidad están encaminados a la satisfacción del cliente: ¿El servicio que ofrece el banco puede sufrir las consecuencias de la volatilidad del mercado?

Sí No
- ¿Cree usted que el portafolio que ofrece BANCOLOMBIA brinda los beneficios suficientes para suplir sus necesidades?

Sí No (Si su respuesta fue no, indique el porqué)

¿Por qué? _____

(Si su respuesta fue sí, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta)
- ¿Qué productos piensa que le hace falta implementar que presenten desventaja frente a la competencia?

- Tomando como referencia la situación económica de los países frente a la percepción de los riesgos, ¿Cree usted que la desaceleración mundial de la economía y la desvalorización del mercado accionario afecta los indicadores económicos del grupo BANCOLOMBIA?

Sí No
- ¿Está de acuerdo con que para ser una banca más humana e innovadora, se puede generar un impacto positivo desde nuestras acciones?

Sí No (Si está de acuerdo con lo anterior, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta)
- ¿En qué beneficia a la sociedad la sostenibilidad? Visto desde el punto de vista que es una entidad comprometida con el desarrollo del país.

- (Si está de acuerdo con la pregunta 11, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta) ¿Tiene conocimiento acerca de alguna acción que haya hecho el grupo BANCOLOMBIA por mejorar la calidad de vida de la sociedad?

Sí No (Si su respuesta fue sí, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omite la pregunta)

¿Cuáles? _____

Elegimos como medio de comprobación, las entrevistas y encuestas a clientes quienes en su día a día obtengan experiencias con cualquiera de las herramientas que brinda la entidad, tanto tecnológicas, como físicas.

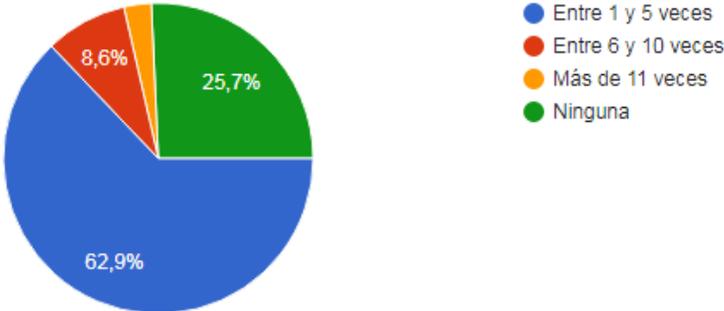
A continuación el modelo de encuesta que usamos, para hacer nuestro estudio verás, basado en vivencias reales de clientes potenciales en la entidad:

El medio que usamos para realizar nuestra encuesta, fue un medio electrónico, a través de una página web; puesto que no sólo es una herramienta ágil, sino que además la mayoría de clientes la prefiere. Aquí el link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmckWovA7eMzLEGbu2OaPPS3Rwkr_6qFEDHZazsNxCJy74vw/viewform?usp=sf_link

La muestra que tomamos, fueron 36 usuarios potenciales en rangos de edades desde los 18 hasta los 28 años, los cuales se relacionan directamente con la entidad, dentro de su cotidianidad.

1. ¿Con qué frecuencia acude usted al banco?

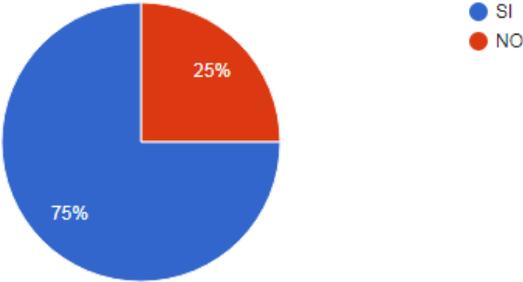
35 respuestas



Podemos concluir, que actualmente, los clientes no acuden mucho a las sucursales, gracias a las herramientas tecnológicas que nos brinda la entidad. Herramientas que permiten agilizar y reducir la burocracia de métodos complejos y tediosos. La sociedad se ve obligada a hacer uso de estos medios, puesto que optimiza nuestra calidad de vida y no tiene más alternativas, porque a eso se expone en la nueva era.

2. ¿Considera usted que las herramientas tecnológicas que ofrece la entidad, suplen sus necesidades?

32 respuestas



Concluimos que más de la mitad de clientes se encuentran satisfechos con los servicios que ofrece la entidad. La evolución de estos medios ha facilitado a millones de personas que actualmente hacen uso de estos instrumentos en temas de tiempo, es muy ágil, es de fácil acceso para aquellos que no cuentan con

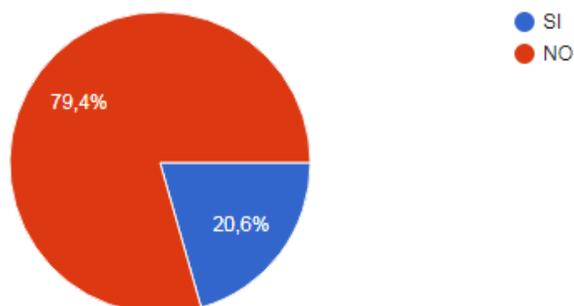
mucho tiempo o dinero a la hora de realizar transacciones, en cuanto al desarrollo de las mismas, minimiza los errores que se pueden cometer, entre otras... Ha dado un gran crecimiento y beneficio para la sociedad. Frente al 25% de personas que no están de acuerdo con las herramientas, encontramos que han tenido inconvenientes con las mismas, como por ejemplo:

Porque en ocasiones son obsoletas.
Falta más información sobre los beneficios que tiene la utilización de herramientas tecnológicas
Hay bastantes ocasiones en que se quedan cortas en explicaciones llevando así a llamar a servicio al cliente
No la sé usar
Son muy difíciles de entender

Con lo que deducimos, que no es fácil de usar para todos los clientes, teniendo en cuenta, la población a la que se dirige nuestro estudio, quienes son jóvenes en rangos de edades, desde los 18 hasta los 28 años.

3. De acuerdo con lo planteado por ASOBANCARIA, el aumento del IVA propuesto en la reforma tributaria, incrementaría desproporcionalmente el acceso a servicios digitales. ¿Se ha visto afectado por lo anterior?

34 respuestas



Esta pregunta está planteada en base a las herramientas tecnológicas que ofrece BANCOLOMBIA, fue creada a manera de contextualizar al cliente acerca de las repercusiones que tiene la reforma tributaria, las cuales no sólo afectan el tema tributario, sino también de acuerdo a la revista DINERO⁴, en un comunicado que publico en Noviembre del año 2016, notifica lo planteado. A pesar de que no todas

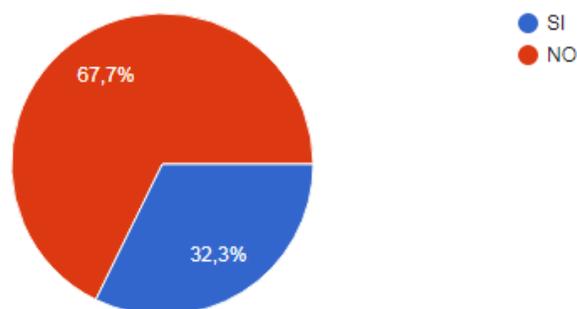
⁴ Tomado de: Reforma tributaria castigaría a la banca y a usuarios de tarjetas de crédito

<http://www.dinero.com/economia/articulo/como-afecta-la-reforma-tributaria-en-el-sector-bancario-y-credificio/239147>

las personas, se encuentran al tanto de estas novedades, en la encuesta podemos evidenciar que aunque más de la mitad de la muestra no se ha visto afectada por tal motivo, vemos un pequeño porcentaje correspondiente al 20.6% si ha notado la diferencia.

4. ¿Cree usted que es una amenaza para BANCOLOMBIA. Quien es una entidad pionera en tecnología?

31 respuestas

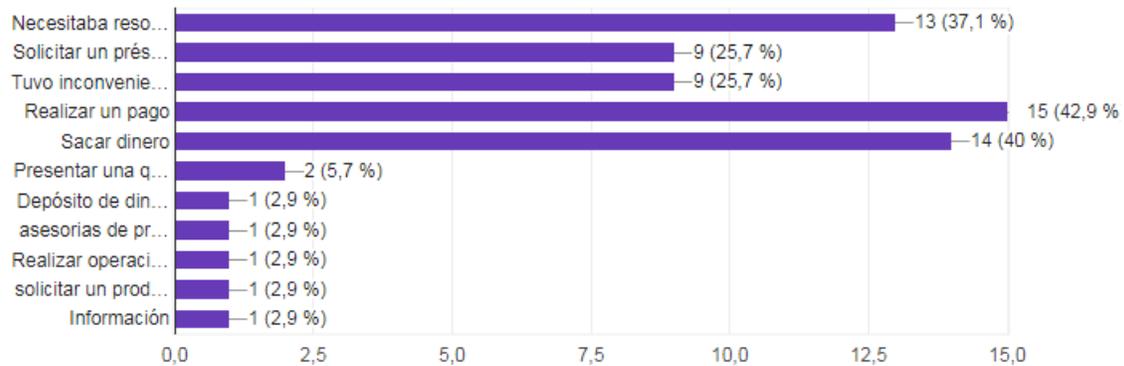


En base a la pregunta anterior, los clientes indican que no es una amenaza para el Banco, sigue primando el porcentaje mayor por la misma razón. El incremento del IVA, tiene repercusiones no muy notorias en la tecnología, puesto que se hace menos accesible acceder a “planes móviles, porque tendrán un incremento del 7%, pues además de los tres puntos se sumarán el 4% a los datos debido al impuesto de consumo” Según Colombia.com⁵. Además de servicios como internet, plataformas virtuales y hardware, entre otros productos tecnológicos.

⁵ Tomado de Reforma tributaria ¿Cómo afecta el sector de la tecnología?
<http://www.colombia.com/tecnologia/internet/sdi/148541/reforma-tributaria-como-afecta-al-sector-de-la-tecnologia>

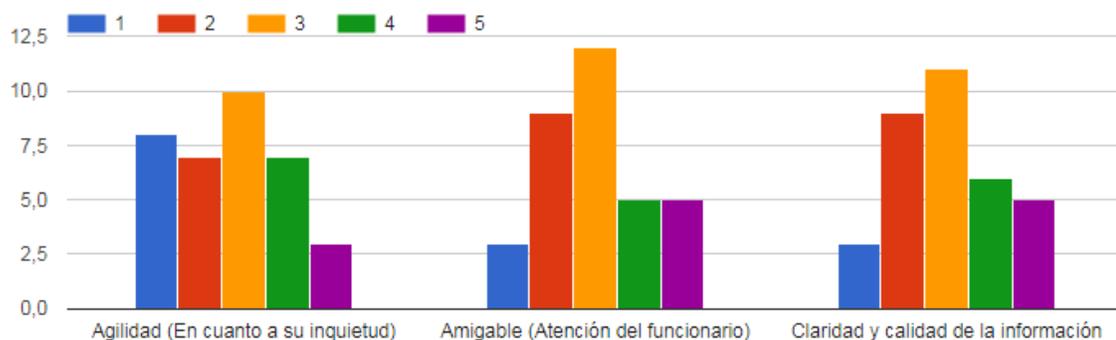
5. Usted acude a una sucursal ¿Por qué? (Marque con una X las opciones que sean necesarias)

35 respuestas



A pesar de que las personas aprovechan y hacen uso de las herramientas tecnológicas, encontramos que la mayoría de clientes asiste a sucursales, para realizar pagos con un 42.9%, la siguiente opción con mayor porcentaje, es para sacar dinero con un 40% y resolver inquietudes con un 37.1%; también es cierto, que a pesar de que estas herramientas brindan facilidades, hay cosas que por más fáciles que parezcan, deben hacerse en oficinas, como lo es retirar sumas considerables de dinero, porque desafortunadamente, hay personas que utilizan estas herramientas para fraudes, aunque la entidad trabaja en esto, para que no se viole la seguridad de las páginas de sus usuarios, personas inescrupulosas, logran hacerlo. Es por eso, que no es tan “fácil” retirar dinero desde internet.

6. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio que recibió?
(Considerando 5 la puntuación más alta, y 1 la puntuación más baja)
Tenga en cuenta:

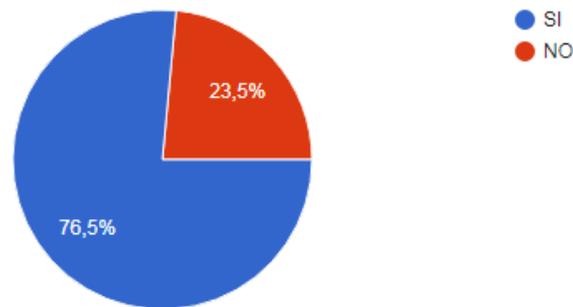


Basándonos en las experiencias en las sucursales bancarias, encontramos que no hay mucha satisfacción en los clientes a la hora de visitarlas. Tenemos tres variables:

- ❖ **Agilidad (En cuanto a su inquietud):** Calificación más alta es 3, donde no se encuentran ni muy satisfechos, ni muy molestos, de acuerdo a las vivencias de los mismos, manifiestan que desde que se implementó la atención en caja e información con turnos, el servicio es mucho más demorado, la siguiente calificación más alta es 1, donde se encuentran realmente insatisfechos con lo anterior, porque los tiempos de espera, en muchas ocasiones superan los 30 minutos, de los cuales muchos cuentan con muy poco tiempo, y deben retirarse sin resolver su inquietud. No obstante a lo anterior, hay un 8% que manifiesta, que tienen como punto a

7. Considerando que los objetivos de la entidad están encaminados a la satisfacción del cliente: ¿El servicio que ofrece el banco puede sufrir las consecuencias de la volatilidad del mercado?

34 respuestas

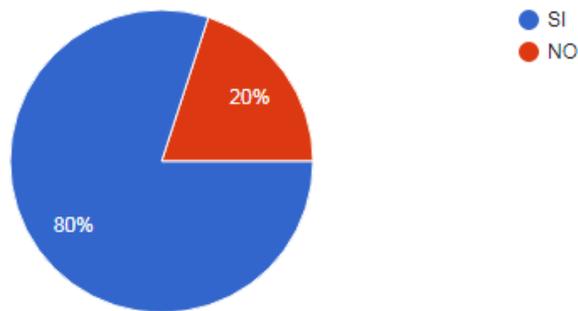


favor, el tema de esperar sentados y no de pies como en otras entidades.

- ❖ **Amigable (Atención del Funcionario):** Calificación más alta es 3, no se encuentran ni insatisfechos pero tampoco satisfechos con el servicio que se brinda en estas sucursales, también es cierto que a pesar del volumen de gente que recurre una sucursal a diario, la cantidad de trabajo que se acumula por la misma razón y el poco tiempo de descanso para los funcionarios, influyen en este numeral, hay poca motivación hacia los empleados, y mucho volumen de trabajo, a eso le sumamos, la actitud con la que llegan algunos clientes, molestos por algún suceso vivido (Manifiesta el 72% de la muestra encuestada) Solo un 13% se encuentra completamente satisfecho con el servicio.
- ❖ **Claridad y calidad de la información:** Así mismo como en los numerales anteriores, la calificación que prima es el 3, donde es un punto neutro entre lo demás. Manifiestan que los funcionarios utilizan demasiados tecnicismos, a la hora de resolver inquietudes o explicar algún producto y dan por

8. ¿Cree usted que el portafolio que ofrece BANCOLOMBIA brinda los beneficios suficientes para suplir sus necesidades?

35 respuestas



quier inquietud, cuando para ellos que conocen la situación, es fácil, para los clientes, no lo es.

De acuerdo al 76.5% de las personas encuestadas, quienes manifiestan que si se ve afectado el sector por la volatilidad del mercado, la pérdida de valor no sólo afecta sectores económicos específicos, tiene consecuencias negativas en los consumidores finales; el alto precio del dólar no solo exige sobre la inflación, además eleva las proyecciones del costo de vida. La disminución de los ingresos no alcanza a ser compensada, a pesar de que se ha iniciado a investigar formas para debatir la fuerte devaluación a la que se ve expuesto el mercado, debido a la volatilidad del mismo, todo ello, en pro de seguir procurando la misma calidad entre productos y servicios, y sin dejar de lado la competitividad.

El 80% de la muestra encuestada está de acuerdo con que el portafolio que ofrece la entidad es muy completo, y suple las necesidades de cada uno de los usuarios. No obstante, hay un 20% que no está satisfecho con los productos ofrecidos. Estos clientes buscan servicios de asistencia, además de productos de ahorro y crédito que les ayuden al crecimiento del patrimonio, a la estabilidad económica, paquetes familiares, que les brinden beneficios, les ayuden a resolver de forma ágil sus múltiples necesidades y situaciones comunes.

Las líneas de crédito deben presentar mayores alternativas para los estudiantes.
Son muy básicos los servicios que ofrece

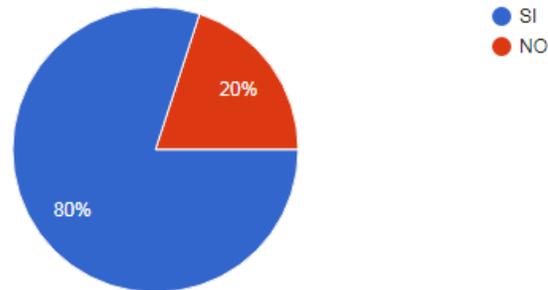
Manifiestan más que todo, los estudiantes, quienes no tienen vida crediticia, y en muchas ocasiones dependen de un tercero, que deberían ofrecer productos más accequibles, no ser tan monótonos y comunes frente a los productos que ofrece la competencia. En cuanto a las propuestas de los usuarios de los productos que haría falta implementar:

Cuotas de manejo bajas o nulas
Cuentas de ahorro sin cuota de manejo
Retiros programados desde el celular
Entretenimiento en las filas.
Información respecto a compra de cartera de crédito hipotecario
Mejorar la atención en las sucursales físicas, puesto que en ocasiones la cantidad de personas es tanta que no logran atender de manera eficiente.
Pues yo pienso que hace falta brindarle una posibilidad de adquisición a personas con un ingreso bajo
Adelanto nómina
Siempre en todo tipo de mercado se verá reflejada esa competencia, donde habrán lanzamientos de productos que otra entidad no maneje, en mi caso, pienso que deberían ampliar los planes de financiación para vehículo, como otras entidades ofrecen las facilidades de pago, como lo puede ser periodo de gracia.
Aplicaciones más accequibles
Pienso que es una entidad que ofrece un portafolio muy completo, pero debería tener productos o herramientas más accequibles

Donde predomina la facilidad en las herramientas virtuales, los costos en los productos que ofrece, y propuestas que ofrece la competencia, que para algunos son muy útiles.

10. Tomando como referencia la situación económica del país frente a la percepción de los riesgos, ¿Cree usted que la desaceleración mundial de la economía y la desvalorización del mercado accionario afecta los indicadores económicos del grupo BANCOLOMBIA?

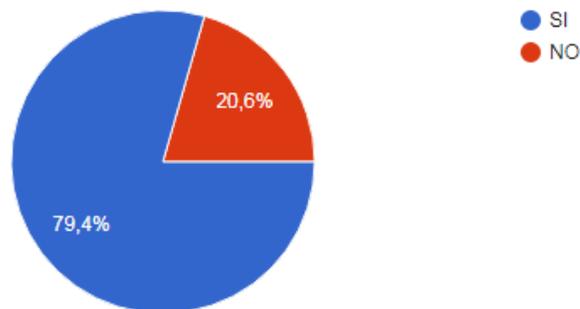
35 respuestas



De la muestra analizada, el 80% de los encuestados indican que la desaceleración mundial de la economía y la desvalorización del mercado accionario se ven afectados los indicadores de Bancolombia, en la cual afirma lo siguiente: al evidenciar la desaceleración mundial de la economía y de la depreciación en la liquidez internacional y sobre toda la economía local se derivan distintas variables como el aumento de la tasa de interés, al igual directamente proporcional se ve afectado la Materialización del riesgo interno y externo

11. ¿Está de acuerdo con que para ser una banca más humana e innovadora, se puede generar un impacto positivo desde nuestras acciones?

34 respuestas



La mayoría de clientes coincide en el hecho de que para ser una banca más humana e innovadora, se requiere de la colaboración de todos debido a que todo

parte desde las acciones más pequeñas que se brinden para un mejoramiento continuo. Según un artículo publicado por Finanzas personales⁶, *“Nuestro compromiso es aportar en la transformación hacia un sector financiero humano. Esa es la diferencia entre otorgar créditos y apoyar la visión de futuro de las personas. La diferencia entre posibilitar transacciones y hacer más fácil la vida. La diferencia entre velar por la seguridad del dinero y darle tranquilidad a la gente. Eso es lo que estamos haciendo hoy en el Grupo Bancolombia. Queremos ser más, para servir mejor y para lograrlo: Le estamos poniendo el alma”*, concluyó Carlos Raúl Yepes, presidente de la compañía.

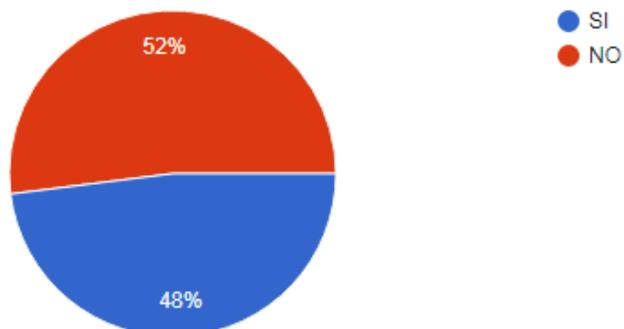
En cuanto a los beneficios que le puede aportar el hecho de ser una banca más innovadora y sostenible, esto es lo que piensan los usuarios:

Desde el manejo de recursos monetarios, tanto para personas naturales como para jurídicas, de igual manera al ser parte de una de las compañías que hacen parte del manejo de la bolsa de valores
Equilibrio socioeconómico
Que entre más sostenibilidad tenga una empresa más beneficios tendrán los empleados, y más rentabilidad
Permite nuevas vías de desarrollo económico
Oportunidad laboral oportunidad de reconocimiento
Aporte social
Es un banco reconocido por su apoyo a obras sociales como aporte a la responsabilidad social empresarial
En que mediante las utilidades generadas se puede realizar una mayor inversión en programas de todo tipo en el país.
Bancolombia está comprometida con el desarrollo del país, este banco destina una parte de sus recursos para el desarrollo de ideas innovadoras y apoya varias fundaciones
En que genera empleo
En todo sentido, una vez se trabaja para la sostenibilidad se logra más inclusión e igualdad
En que un país que tenga una banca sostenible hace que sea más desarrollado lo que beneficia a la sociedad
Entrega beneficios a los menos favorecidos, por lo que podríamos estar saliendo de ser un país tercermundista
Ayuda a los sectores de bajos recursos y contribuye con los derechos del medio ambiente
Nos beneficia porque satisface necesidades actuales sin tener que comprometer la capacidad de las generaciones futuras, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

⁶ Tomado de: Grupo Bancolombia le apuesta a una banca más humana
<http://www.finanzaspersonales.co/ultimas-noticias/articulo/grupo-bancolombia-apuesta-banca-mas-humana/43686>

13. (Si está de acuerdo con la pregunta 11, conteste la siguiente pregunta; de lo contrario, omita la pregunta) ¿Tiene conocimiento acerca de alguna acción que haya hecho e grupo BANCOLOMBIA por mejorar la calidad de vida de la sociedad?

25 respuestas



Tan solo el 48% de los encuestados conocen las acciones realizadas por Bancolombia, por lo tanto, es importante que se promueva y se dé a conocer cada acción que se realiza sobre sostenibilidad.

Una de las acciones más reconocidas es el apoyo a emprendedores a través del programa titanes caracol. En la cuales el objetivo es ayudar a todas las poblaciones más vulnerables y que requieren de la mayor colaboración para lograr distintos fines comunitarios.

Frente a lo anterior, estas fueron las respuestas acerca de lo que conocían sobre los proyectos sociales en los que se encuentra vinculada la entidad:

Brindar y apoyar proyectos humanitarios en regiones más vulnerables de Colombia
Proyectos de mejora social
Fundación
Por la cultura de ahorro que puede generar
Apoyo al programa de titanes junto con el canal caracol, reconocimiento a personas que hacen obras o son líderes comunitarios que ayudan a la sociedad.
Apoyar programas de estudios de personas pobres. Mejorar las condiciones de personas vulnerables.
Apoya proyectos innovadores
Gente que le pone el alma

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- 1) La falta de interés por parte cierto grupo de usuarios por el manejo de las tic dificulta la difusión de las herramientas tecnológicas por parte de las entidades financieras obstaculizando una mejor experiencia para un sector de usuarios comprendido entre un rango de edades según el análisis realizado en la encuesta.
- 2) La falta de agilidad y reestructuración en los procesos financieros que tienen de cara al cliente hacen que el usuario tenga una mala experiencia en la visita de estas entidades tales como atención en caja, atención con asesores, atención telefónica o virtual.

- 3) La inseguridad por la que está atravesando actualmente nuestra sociedad hace partir como la base de una de las barreras de acceso a la entidad financiera ya que la mala información y los medios de comunicaciones los cuales alimentan este temor permiten que un gran número de personas se abstenga de usar los servicios financieros con la creencia que van a ser saqueadas sus cuentas por medio de terceros o por las mismas entidades.
- 4) Podemos concluir que el sector bancario juega un papel muy importante en la sociedad, ya que, gracias a las herramientas que brinda la entidad, se puede incentivar el crecimiento económico del país. Además cuenta con gran trascendencia en la economía, desempeñando un papel elemental.
- 5) A manera general, se puede decir que los usuarios poseen buenas percepciones de la entidad, en cuanto a su enfoque, brindando de esta manera apoyo a la sostenibilidad del país.
- 6) A consecuencia de la alta competitividad que conlleva el sector, permite o da paso a la sinergia entre el sector y el resto de la economía.

Recomendaciones

- 1) Segmentar la población a la que no le interesa la tecnología con el ánimo de implementar metodologías de capacitación en el manejo de aplicaciones de productos adquiridos de los clientes con el banco con el fin de garantizarle al usuario el menor traumatismo posible al acceso de la información y transacciones posibles.
- 2) A pesar de que la atención al cliente es uno de los pilares fundamentales para Bancolombia vemos que se hace necesario implementar un método de calificación de la experiencia de cada uno de los usuarios al momento de visitar cada una de las sucursales en el que se miden las siguientes variables.
 - a) Tiempo de espera en la sucursal.
 - b) Amabilidad del funcionario.
 - c) Se cumplió el objetivo de la visita a la entidad.

Con esta información se podrá identificar en cuál de estos tres aspectos la entidad está incurriendo en una mala atención hay que tener claro que para que esta información sea de peso para tomar una decisión hay que identificar mínimo esta información primero nombre del cliente número de identificación lo anterior con el objetivo de identificar la incidencia de cada usuario de una forma inmediata con el fin de tomar correctivos.

- 3) Implementar campañas de información con cada uno de los usuarios recordándoles la importancia de cambiar las contraseñas de forma periódica, configurar los aplicativos de manera que soliciten cambio de contraseña de manera frecuente.

- 4) Buscar la simplificación de la aplicación para que cualquier persona la pueda manejar, y así acceder a todos los servicios y beneficios que presta el banco.
- 5) Crear diversas motivaciones al personal, ya que cuando un empleado está feliz en su área de trabajo está más dispuesto a colaborar de una manera fácil y ágil brindando buena atención al cliente.

ANEXOS

Consumidor Financiero

Consumidor Financiero es todo cliente, usuario o cliente potencial de los productos o servicios ofrecidos por las entidades sometidas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera, así como todo aquel que determine la Ley o el Gobierno Nacional. (Ley 1328 de 2009).



Tomado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/consumidor-financiero>

Productos y Servicios

 Cuentas	 Leasing	 Servicios de pago
 Tarjetas Débito	 Seguros y asistencias	 Compra y venta de dólares
 Tarjetas Crédito	 Inversiones	 Venta de usados
 Créditos	 Giros	 Renta de vehículos

Tomado de: <https://www.grupobancolombia.com/>

 <p>Chatea con nosotros Déjanos ayudarte a encontrar lo que buscas</p>	 <p>Liámanos Nuestras líneas están esperándote</p>	 <p>Déjanos llamarte Nos encantaría hablar contigo</p>	 <p>Visítanos Busca nuestro próximo lugar de encuentro</p>
--	--	--	--

Tomado de: <https://www.grupobancolombia.com/>

Bancolombia App

Si tienes un smartphone o tableta, podemos estar mucho más cerca de ti. Paga tus facturas y productos Bancolombia, consulta, transfiere y conoce tus movimientos cuando lo necesites. Descarga de manera fácil y gratuita Bancolombia App en tu celular y estaremos al alcance de tu mano.

Aprende a realizar tus pagos

Aprende a realizar tus transferencias

Tomado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/canales-servicio/movil/bancolombia-app>

Necesidades

 Administra tu dinero

 Compra lo que te gusta

 Estudio

 Empieza tu negocio

 Vacaciones

 Organiza tus créditos

 Carro o moto

 Planea tu retiro laboral

 Casa

 Solicitud de documentos

Momentos de vida

Bancolombia y los niños



Bancolombia y los jóvenes



Bancolombia y la familia



Colombianos en el exterior



Tomado de: <https://www.grupobancolombia.com/>

BIBLIOGRAFÍA

- David, F.R. (1994) *La Gerencia Estratégica*. Colombia: Legis.
- Blank Bubis L. (1998), *La Administración de Organizaciones: Un Enfoque Estratégico*. Cali: Centro editorial Universidad del Valle.
- Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Universidad ICESI*. Recuperado de: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1931/html_10
- BANCOLOMBIA S.A (2017) *¿Quiénes somos? – Historia, 140 años transformando la sociedad*. Recuperado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>
- Portafolio. (2015) *Bancolombia: 140 años que la historia tiene en cuenta*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/bancolombia-140-anos-historia-cuenta-27898>
- COLOMBIA.COM (2016) *Reforma tributaria ¿Cómo afecta el sector de la tecnología?* Recuperado de: <http://www.colombia.com/tecnologia/internet/sdi/148541/reforma-tributaria-como-afecta-al-sector-de-la-tecnologia>
- DINERO (2016) *Reforma tributaria castigaría a la banca y a usuarios de tarjetas de crédito*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/como-afecta-la-reforma-tributaria-en-el-sector-bancario-y-credificio/239147>
- FINANZAS PERSONALES (2016) *Grupo Bancolombia le apuesta a una banca más humana*. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.co/ultimas-noticias/articulo/grupo-bancolombia-apuesta-banca-mas-humana/43686>