

INFORME PRÁCTICAS EMPRESARIALES – DAVIVIENDA



KAREN LORENA MANTILLA LOZANO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2018

INFORME PRÁCTICAS EMPRESARIALES – DAVIVIENDA

KAREN LORENA MANTILLA LOZANO

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de Profesional en
Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Magíster en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2018

Autoridades académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICA GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

A la memoria de mi abuelo

Luis Guillermo Lozano Gil

Agradecimientos

Al culminar esta maravillosa etapa de mi vida quiero agradecer inicialmente a Dios, por ser mi guía a lo largo de este camino y dar fortaleza en los momentos de debilidad, permitiendo que mi formación se enfocara no solo en un continuo crecimiento a nivel profesional sino también a nivel personal.

De igual manera agradezco a mi familia, en cabeza de mis padres, quienes, con amor, dedicación y sobre todo ejemplo, han contribuido a mi formación humana y académica, siendo ellos mi mayor motivación para seguir adelante y alcanzar cada una de las metas que me he propuesto. Gracias por reír y llorar conmigo, por vivir como suyo cada sueño, alegrarse con cada uno de mis logros y ayudar a levantarme en momentos no tan gratos.

A todos y cada uno de mis maestros por su dedicación, confianza y apoyo incondicional mis más sinceros agradecimientos, la pasión por su vocación hace que sus estudiantes sean el reflejo del compromiso que se tiene para formar buenos seres humanos y profesionales integrales.

Contenido

	Pág.
Resumen.....	9
Introducción	11
1. Objetivos	12
1.1. Objetivo General	12
1.2. Objetivos Específicos.....	12
2. Información de la empresa	13
2.1. Nombre y Razón Social.....	13
2.2. Reseña Histórica.....	13
2.3. Historia	14
2.4. Organigrama Sucursal Meta y Casanare	15
2.5. Cultura de la empresa.....	17
2.5.1. Principios y valores	17
2.5.2. Misión.....	18
2.5.2.1 El servicio	18
2.5.3. Sostenibilidad.....	20
3. Jefatura de Zona.....	21
3.1. Gestión Comercial.....	21
3.1.1. Bolsa de Colocación.....	21
3.1.2. Bolsa de Captación.....	22
3.1.3. Banca Seguros-Sinergia	22
4. Actividades Desempeñadas.....	23
Referencias.....	30

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Línea Histórica Banco Davivienda, Tomada de la presentación Corporativa Banco Davivienda S.A.S, Actualización septiembre 2017.	15
Ilustración 2. Organigrama Sucursal Meta y Casanare Banco Davivienda S.A.S, tomado y adaptado del área de Transformación por la estudiante (Banco Davivienda S.A, 2018).....	16
Ilustración 3. Cultura Banco Davivienda. Adaptado de la página Grupo Bolívar	18
Ilustración 4. Cultura Banco Davivienda. Adaptado de la página Grupo Bolívar	20

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Relación Oficinas.....	17
Tabla 2. Evaluación de servicio.	19
Tabla 3. Libranzas diarias	24
Tabla 4. Libranza virtual.	25
Tabla 5. Proyección Pyme	26
Tabla 6. Saldos de efectivas y efectivas acumuladas	27
Tabla 7. Resumen de la sinergia entre bancas	28

Glosario

1. **REGIONAL CENTRO SUR:** Conjunto de 7 Sucursales enfocadas en el cumplimiento comercial y administrativo.
2. **SUCURSAL META CASANARE:** Conjunto de oficinas y áreas de un Departamento que se localizan para determinar el segmento y el tamaño de una población comercial, ubicadas en Villavicencio, Granada, Acacias, Puerto Gaitán y el departamento de Casanare.
3. **JEFATURA DE ZONA:** Dependencia encargada de la gestión comercial del Banco Davivienda.
4. **JEFE DE ZONA:** Persona encargada de liderar las oficinas de servicio para el cumplimiento efectivo de las metas comerciales asignadas a cada una y quien se encarga de movilizar las estrategias implementadas por el Banco con los líderes de cada oficina.
5. **DIRECTOR DE OFICINA:** Persona encargada de una oficina de servicio al cliente que impulsa la labor comercial en Banca Personas y banca empresas, realizando el rol de líder de ventas, cumplimiento administrativo y servicio.
6. **INFORMADOR(A):** Asesora comercial de banca personas que se encarga del ofrecimiento y venta de productos intangibles de consumo captación y sinergia.
7. **RADAR COMERCIAL:** Herramienta de gestión comercial que permite visualizar los resultados comerciales, variaciones de saldos, movimiento transaccional de productos y seguimiento a la productividad de los cargos comerciales del Banco.

8. **CONECTA:** Herramienta virtual dirigida a todas las fuerzas comerciales donde se encuentra información para Banca Personas, Banca Empresas, patrimonial y Aplicativos usados en la labor diaria comercial.
9. **BOLSAS:** Esquema de división y medición de las diferentes categorías de productos que ofrece el banco a nivel nacional.
10. **BOLSA DE COLOCACIÓN:** Conjunto de productos de consumo que permite alcanzar a los clientes sus sueños y metas con la disponibilidad de productos como libre inversión, vehículo, crédito hipotecario y portafolio.
11. **BOLSA DE CAPTACIÓN:** Conjunto de productos enfocados en cuidar y rentabilizar los ahorros de los clientes de acuerdo a sus necesidades de inversión, tales como cuentas de ahorros, Cuentas corrientes, Dafuturo o CDT.
12. **BOLSA DE SINERGIA:** Conjunto de productos especializados en el aseguramiento de la persona o de un bien para su protección parcial o total.
13. **SEB:** Sinergia entre Bancas.
14. **BANCA PERSONAS:** Segmento dedicado a ofrecer productos a personas.
15. **BANCA PYME:** Segmento que se ocupa de las empresas.
16. **TRAZABILIDAD:** Registro y control de la efectividad de la fuerza comercial del banco.
17. **CAMPAÑAS Y SIMULTANEAS:** Producto que el Banco a los clientes vinculados sin necesidad de que ellos lo soliciten.
18. **WORKPLACE:** Red Social laboral creada por Facebook para publicaciones de novedades, retos comerciales, cambios organizacionales y eventos corporativos.
19. **SARLAF:** Sistema de administración de riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo

Resumen

El Banco Davivienda es una de las empresas colombianas que desde su creación se ha convertido en un referente importante en el sector financiero del país, ya que ocupa los primeros lugares en el sector financiero, innovando frecuentemente con sus productos y servicios para que la experiencia de sus clientes sea sencilla, amigable y confiable.

Siendo uno de los Bancos más importantes de Colombia, en la ciudad de Villavicencio cuenta con 8 oficinas, lleva una larga trayectoria y gracias al posicionamiento y reconocimiento que tiene a nivel internacional, nacional y departamental, ha logrado realizar alianzas estratégicas mediante Convenios Educativos de cooperación académica con prestigiosas Universidades, entre ellas la Universidad Santo Tomas, con el objetivo de fortalecer a los estudiantes que finalizan su formación académica en el pregrado de Negocios

Internacionales, y que a su vez eligen como opción de grado las prácticas profesionales ,

Teniendo en cuenta lo anterior, este trabajo tiene como objetivo presentar los aprendizajes adquiridos en el desarrollo de las prácticas empresariales en el BANCO DAVIVIENDA SA apoyando a la Jefatura de Zona de la Sucursal Meta y Casanare. De igual manera se mostraran algunos elementos importantes que dan identidad a la empresa, acompañado de las funciones, procesos y actividades en las que la estudiante se desempeñó a lo largo de dicho proceso. Por último, se evidenciara la importancia del convenio realizado entre Davivienda y la Universidad Santo Tomas en la carrera de Negocios Internacionales y los aportes de las dos partes.

Palabras clave: Sencilla, amigable, confiable, Jefatura de Zona, Sucursal Meta Casanare, procesos, objetivo, conocimiento, identidad.

Abstract

The Davivienda Bank is one of the Colombian companies that since the moment inception has become a reference point in the financial sector of the country. Therefore, since that moment has taken the top spots in the financial sector innovating with their products and services so that his clients' experience is simple, friendly and reliable.

In The Villavicencio City Davivienda bank has eight offices, also it has a long history, so thanks to the positioning, and recognition to national, international and departmental level, it has managed to make strategic alliances through educational agreements for academic cooperation with prestigious universities, like the Santo Tomas University, with the objective to strengthen business degree to students who has finished their academic education in International Business, at the same time elects as option of graduation the professional practices.

In accordance with the previous report, this work has as aim to present the learning acquired in the development of the business practices in the BANCO DAVIVIENDA S.A. It has supported by the leadership of Meta and Casanare. In the same way, some important elements that give identity to the company, accompanied by the functions, processes, and activities in which the student performance throughout this process. Furthermore contributed with the student growth, will be showing not just as a Professional, also as a person.

Finally, it will show the important agreement made between Davivienda and the Santo Tomas University in International Business career, and contributions from the two parts.

Keywords: Simple, friendly, reliable, Zone Headquarters, Meta Casanare Branch, processes, objective, knowledge, identity.

Introducción

La Universidad Santo Tomas de acuerdo a los lineamientos de educación que maneja, se ha caracterizado siempre por apuntar a la integralidad en la formación de sus estudiantes; es por eso que una vez finalizan la totalidad de materias y semestres de sus respectivos programas, ofrece a los mismos diferentes modalidades para completar el proceso y obtener su título de profesional. Una de estas modalidades son las prácticas profesionales, desde allí, se evidencia un valioso aporte a la formación humana y académica del estudiante, ya que complementa este proceso de enseñanza aplicando los conocimientos adquiridos en la etapa de formación y fortaleciendo sus competencias en pro de su crecimiento personal y profesional.

De acuerdo a lo anterior, y dando cumplimiento a este requisito para optar al título profesional en Negocios Internacionales, se da inicio a las prácticas laborales en el Banco Davivienda, empresa que no solo tiene un gran reconocimiento y sedes a nivel nacional e internacional, sino que es pionera en el sector financiero colombiano. Es por eso y gracias al excelente desempeño en la región y su amplio portafolio de productos y servicios con los que de manera oportuna y eficiente atiende las necesidades de sus clientes que se considera un espacio propicio para el desarrollo adecuado del futuro profesional.

El presente trabajo se realiza con el fin de dar a conocer todo lo aprendido durante el periodo de práctica profesional, sirviendo este tiempo para el fortalecimiento de conocimientos adquiridos y así mismo nuevos aprendizajes que hacen al estudiante competente para su vida laboral. En el desarrollo de la práctica profesional como aprendiz universitaria de la jefatura de Zona, se apoyó la gestión comercial de La Sucursal Meta y Casanare trabajando de la mano con los directores de cada una de las 16 oficinas y los ejecutivos de la misma.

Los ejecutivos a lo largo del proceso se encargaron de mostrar el funcionamiento de cada una de las áreas del banco y la sinergia que se necesitaba para que fuera posible el cumplimiento de la misión y visión del banco DAVIVIENDA S.A. Dentro de las principales funciones delegadas al estudiante, se encontraba el seguimiento constantemente los resultados comerciales de la sucursal por medio de una herramienta de gestión llamada RADAR, que permite visualizar los resultados comerciales, variaciones de saldos, movimiento transaccional de productos y seguimiento a la productividad de los cargos comerciales del banco.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Monitorear y desarrollar actividades en el Banco Davivienda S.A comprendidas en la Jefatura de Zona de la sucursal Meta y Casanare de manera asertiva y aplicando conocimientos en el área administrativa, financiera y de gerencia.

1.2. Objetivos Específicos

- ❖ Monitorear el cumplimiento de las metas comerciales propuestas para cada mes
- ❖
- ❖ Cumplir a cabalidad las tareas o actividades asignadas por la Jefe de Zona en los tiempos establecidos.
- ❖ Proponer en conjunto a la jefe de zona estrategias comerciales para el cierre de brechas
- ❖ Organizar los informes para las reuniones comerciales con directores de oficinas, asesoras pyme, informadoras y demás funcionarios citados por la gerencia y jefatura de zona.
- ❖ Plantear estrategias para la mejora continua de la realización de los procesos y actividades asignadas que permitan que la gestión sea mucho más eficaz

2. Información de la empresa.

2.1. Nombre y Razón Social.

Banco Davivienda SA

2.2. Reseña Histórica

El Banco Davivienda S.A es una importante entidad del sector financiero que forma parte del grupo empresarial Bolívar desde hace más de 70 años; fue fundada en noviembre de 1972, a partir de ese momento empieza a acompañar a las familias colombianas a cumplir cada uno de sus sueños. Inició como la corporación colombiana de ahorro y vivienda con el nombre Coldeahorro, con una oficina principal en Bogotá y 6 oficinas de atención al público en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, con 23 empleados y un capital autorizado de 60 millones de pesos y como logotipo **la casita roja**.

En el año 1997 se convierte en banco comercial con el nombre de Banco Davivienda SA, y su concepto publicitario empieza a manejarse como **“Aquí lo tiene todo”**, conservando la imagen de la Casita Roja y mostrando una entidad joven, dinámica, eficiente y líder en tecnología; dicha imagen ha permitido que actualmente sea reconocido como una de las 5 marcas más valiosas y el primer banco en recordación publicitaria de Colombia; para el año 2007 compra Bancafe.

A nivel regional el banco cuenta actualmente con un equipo de 17.000 funcionarios, 743 oficinas, más de seis millones de clientes y con un portafolio integral de productos y servicios con innovación constante y ofertas exclusivas en cada uno de los segmentos que tienen como principal objetivo las necesidades de personas y su satisfacción. (Davivienda S.A., 2018) Ejemplo claro de esto, es la exclusividad del manejo de tarjetas Diners, tarjetas de crédito que ofrece los mejores privilegios y experiencias a nivel nacional e internacional con más de 22 millones de establecimientos afiliados y acceso a más de 1 millón de cajeros automáticos en el mundo.

Finalmente se puede decir que el Banco se destaca en Colombia por sus servicios ofrecidos a través de Banca Personal, Banca Pyme, Banca Patrimonial, Banca Territorial, Banca Internacional y uno de sus productos más innovadores DaviPlata con el que en el año 2010 ganó el premio a la innovación.

2.3. Historia

La Casita Roja de Davivienda fue inspirada por el cuento infantil “Hansel y Grettel” con el propósito de crear un lugar donde se recibiera a todo el mundo con amabilidad. En 1972 se creó el sistema colombiano de valor constante para que los ahorradores conservaran su dinero y obtuvieran un interés, que permitía a las entidades financieras realizar préstamos para vivienda a largo plazo; luego se creó una Corporación de Ahorro y Vivienda con la participación del Banco Bogotá, Seguros Bolívar y Colseguros.

En agosto de 1972 se crea la entidad bajo el nombre de CORPORACIÓN COLOMBIANA DE AHORRO Y VIVIENDA “COLDEAHORRO” y el 30 de enero de 1973, cambian su nombre por el “Corporación Colombiana de Ahorro y Vivienda **DAVIVIENDA** quien abrió sus puertas al público el 15 de noviembre de 1972 en el edificio del Banco de Bogotá. Inició con un capital de 60 millones de pesos, 23 funcionarios y como símbolo la Casita Roja.

Durante 25 años DAVIVIENDA, mantuvo su liderazgo y ocupó primeros lugares dentro del sector financiero colombiano, innovando con productos y servicios. El 29 de julio de 1997, se convierte en Banco de carácter comercial bajo el nombre de Banco DAVIVIENDA S.A. A partir de ese momento se maneja un nuevo concepto publicitario Banco DAVIVIENDA “Aquí lo tiene todo”, conservando su imagen de entidad joven, dinámica, eficiente, líder en tecnología y sin olvidarse en ningún momento de hacer día a día más y mejores “Ahorradores Felices”. “DAVIVIENDA UN BANCO INNOVADOR” a través del tiempo DAVIVIENDA se ha caracterizado por ser una entidad financiera líder en innovación y tecnología, brindando a toda la sociedad mundial una nueva forma de ver a un BANCO, la campaña del ‘lugar equivocado’ nació en 1994, y durante 16 años han sido los creadores de magníficos comerciales de televisión.

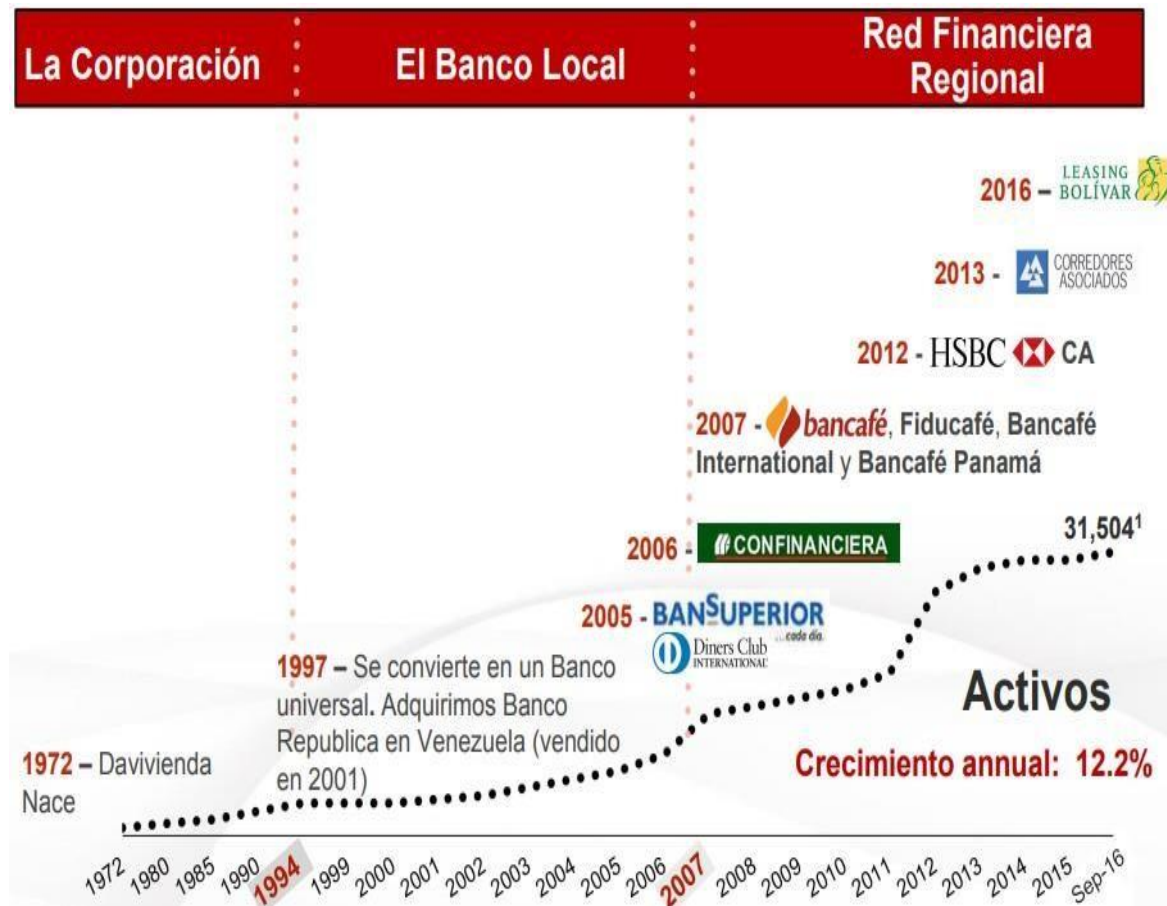


Ilustración 1. Línea Histórica Banco Davivienda, Tomada de la presentación Corporativa Banco Davivienda S.A.S, Actualización septiembre 2017.

2.4. Organigrama Sucursal Meta y Casanare

La práctica profesional fue realizada en el área de la Jefatura de zona de la Sucursal Meta Casanare, en cabeza de la Dra. Sandra Consuelo Martínez Gonzales, encargada de la gestión comercial de las 16 oficinas que hacen parte de la sucursal.

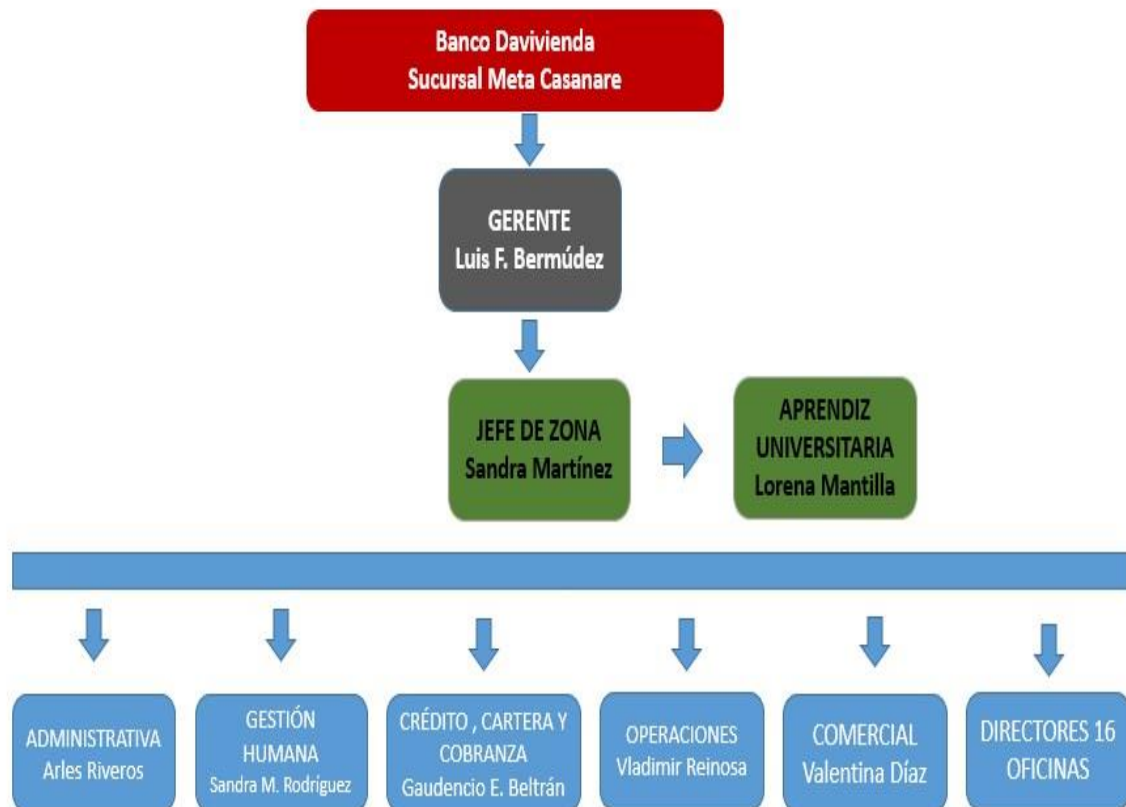


Ilustración 2. Organigrama Sucursal Meta y Casanare Banco Davivienda S.A.S, tomado y adaptado del área de Transformación por la estudiante (Banco Davivienda S.A, 2018)

Cada oficina de la Sucursal Meta y Casanare cuenta con un director de oficina, que es la persona encargada de velar por el cumplimiento de metas propuestas para cada mes, impulsa la labor comercial en Banca Personas y banca empresas, realizando el rol de líder de ventas, cumplimiento administrativo y servicio

De igual manera se encarga de todo lo relacionado con el servicio al cliente, velando porque la experiencia de todos los usuarios sea sencilla, confiable y amigable. En la siguiente tabla podrán encontrar relacionados los nombres de los actuales directores de cada una de las oficinas de la sucursal

Tabla 1. Relación Oficinas

CÓDIGO	OFICINA	DIRECTOR
915	GRANADA	SANDRA RODRÍGUEZ
916	AGUAZUL	LINA MORENO
917	PUERTO GAITÁN	ROLANDO GARZÓN
918	ALCARAVÁN	MÓNICA ROA
960	PRINCIPAL	ADRIANA MOJICA
962	BARZAL	LUZ STELLA CHIDIAK
964	PARQUE LOS LIBERTADORES	JUAN CAMILO LEAL
966	UNICENTRO	LILIANA VILLALOBOS
969	CENTAURUS	CLAUDIA MARTÍNEZ
970	ÚNICO	SANDRA PLAZAS
971	ACACIAS	ALEXANDRA TORRES
984	PRIMAVERA	SOFÍA LÓPEZ
991	VIVA	RAÚL GASCA
1769	TAURAMENA	JHON HAROLD IDARRAGA
2860	YOPAL	ADRIANA GARAVITO
2861	YOPO	CAMILO FLOREZ

NOTA: Relación de directores de las oficinas de Davivienda, por Karen Lorena Mantilla, 2018

2.5. Cultura de la empresa

El banco Davivienda además de cuidar de sus clientes, también se preocupa por cuidar de sus funcionarios; es por esta razón que su misión, visión, principios y valores, van siempre de la mano con el Propósito Superior” que tiene como slogan “Enriquecer **la vida con integridad**”, propósito que se ve apoyado en los pilares del Grupo Bolívar, al que pertenece el banco. El propósito superior es el pilar más impórtate para el Grupo Bolívar, el propósito es enriquecer la vida con integridad de una forma amigable, confiable y sencilla, preocupándose no solo por bienestar de sus clientes , sino también por el de sus funcionarios y familias.

2.5.1. Principios y valores.

En el 2017 el Grupo Bolívar y por ende del Banco Davivienda se unieron en torno al concepto “En tus manos esta hacer un mundo mejor”, y tomaron como referente los siguientes principios y

valores como disciplina, la lealtad, el respeto, la honestidad, la transparencia, la justicia, la equidad, el entusiasmo y el buen humor. (Grupo Bolívar, 2018).

2.5.2. Misión.

Generar valor para nuestros accionistas, clientes, colaboradores y terceros relacionados, apoyados en las siguientes destrezas: Conocimiento del Cliente, Manejo del Riesgo, Tecnología y Procesos, Innovación, Sinergia Empresarial, Conocimiento del Negocio y Manejo Emocional de las relaciones (Banco Davivienda S.A., 2018)



Ilustración 3. Cultura Banco Davivienda. Adaptado de la página Grupo Bolívar

2.5.2.1.El servicio.

Uno de los enfoques más importantes del Banco Davivienda definitivamente es el servicio y la satisfacción de sus clientes comprendiendo siempre sus necesidades y dificultades; razón por la que cuenta con un equipo humano que genera valor a través de experiencias confiables, amigables y sencillas. Es por eso que Davivienda, teniendo en cuenta que en países como Colombia el tema digital se ha convertido en una herramienta para bancarizar personas.

Hasta hace poco no tenían acceso ni a una cuenta de ahorros como a los milenials, decide proponer productos App Daviplata, App Davivienda Móvil, App Empresas, y portales web como

www.misfinanzasencasa.com y www.seguridaddavivienda.com , que ofrecen un completo servicio de banca digital con tecnología de vanguardia y creatividad.

De igual forma monitorea la imagen que tienen sus usuarios y la manera cómo estos perciben la atención prestada en cada una de las oficinas de la sucursal por medio de diferentes mecanismos que les permiten visualizar el grado de satisfacción en el que se encuentran. Uno de estos mecanismos son las encuestas realizadas en cada oficina, en donde se evalúan aspectos de su experiencia como el grado de satisfacción después de su visita, lo sencillo que fue realizar su trámite, que tan amigable fueron los funcionarios con él y el nivel de confianza que tiene actualmente en el Banco.

Cada seis meses se consolida la información de las encuestas y se organiza por oficina para controlar que tan satisfechos están los usuarios con el servicio. Posteriormente estos resultados son enviados a la jefatura de zona y directores, para que de presentarse una disminución en su nota de servicio, se generen nuevas estrategias que permitan mejorarlo, en la siguiente tabla podrán ver como se relaciona dicha información y los ítems que son tenidos en cuenta.

Tabla 2. Evaluación de servicio.

CÓDIGO	OFICINA	Satisfacción 30%	Sencillo 40%	Amigable 15%	Confiable 15%	NOTA SERVICIO AL 04 SEP 2018	NOTA SERVICIO AL 12 SEP 2018	VARIACIÓN	% ENCUESTAS	RANGO SERVICIO ABR 2018 - SEPT 2018
916	AGUAZUL						93,6	↑ 0,2	71%	MANTENER
966	UNICENTRO VILLAVICENCIO						91,7	→ 0,0	95%	MANTENER
917	PUERTO GAITAN						91,4	↑ 2,4	97%	MANTENER
1769	TAURAMENA						90,5	↑ 0,7	88%	MANTENER
962	BARZAL						89,9	→ 0,0	59%	MANTENER
2861	EL YOPO						89,4	↑ 0,7	76%	MANTENER
2860	YOPAL						89,0	↑ 0,6	93%	MANTENER
918	ALCARAVAN						88,9	→ 0,0	98%	MANTENER
984	PRIMAVERA URBANA						88,7	↑ 0,7	88%	MANTENER
915	GRANADA						88,2	↓ -0,5	69%	MANTENER
991	VIVA VILLAVICENCIO						85,8	→ 0,0	95%	MANTENER
960	PRINCIPAL VILLAVICENCIO						85,1	↑ 3,0	90%	MANTENER
970	UNICO VILLAVICENCIO						84,9	↓ -0,4	83%	OPTIMIZAR
969	CENTAUCOS						84,3	↓ -0,7	71%	OPTIMIZAR
964	PARQUE LOS LIBERTADORES						84,3	↑ 0,6	68%	OPTIMIZAR
971	ACACIAS						82,9	→ 0,0	100%	OPTIMIZAR
NOTA SUCURSAL META Y CASANARE							87,4	↑ 0,5	84%	
NOTA REGIONAL CENTRO SUR							85,3	↑ 0,2	83%	
NOTA BANCO GENERAL							85,1	↑ 0,3	84%	

NOTA: Descripción de valoración y resultado de encuesta, por Karen Lorena Mantilla, 2018

2.5.3. Sostenibilidad.

Para Davivienda trabajar de forma sostenible significa innovar y asumir la responsabilidad con la consolidación de negocios, la preservación de los recursos naturales y el progreso de la gente. Por eso genera valor a sus grupos de interés mediante acciones que les permitan económicamente viables, ambientalmente correctos y socialmente justos.

(Banco Davivienda S.A., 2018)

Estrategia De Sostenibilidad



Ilustración 4. Cultura Banco Davivienda. Adaptado de la página Grupo Bolívar

3. Jefatura de Zona

La jefatura de zona es la dependencia encargada de la gestión comercial del Banco Davivienda; tiene como función principal monitorear el cumplimiento de las diferentes bolsas del banco y sinergia entre cada una de las 16 oficinas de la Sucursal Meta y Casanare que a su vez se encuentran distribuidas en Villavicencio (8), Acacias (1), Granada (1), Puerto Gaitán (1), Aguazul (1), Tauramena (1) y Yopal (6).

Cada oficina cuenta con un amplio equipo de trabajo liderado por un director, quien es la persona encargada de velar por el servicio al cliente y que impulsa la labor comercial en Banca Personas y banca empresas, realizando el rol de líder de ventas y velando por el cumplimiento administrativo, todo esto apoyado por un equipo de profesionales que desempeñan cargos como informadores, asesores pyme y cajeros. Para apoyar estas funciones se designa un estudiante practicante que bajo la dirección del jefe de zona, apoya la generación de diferentes estrategias y planes de acción con los cuales se cumpliera el indicado de productividad esperado por el banco.

3.1. Gestión Comercial

La gestión comercial del banco se enfoca en el cumplimiento de tres bolsas: bolsa de captación, colocación y sinergia; cada una de estas bolsas están compuestas por el amplio portafolio de productos y servicios que ofrece el banco, siendo estas de vital importancia para evaluar que tan productivas son cada una de las oficinas y la Sucursal Meta y Casanare.

3.1.1. Bolsa de Colocación.

Para el banco Davivienda SA lo más importante siempre son sus clientes, es por esto que la bolsa de colocación reúne en ella el conjunto de productos de consumo que permite alcanzar a los clientes sus sueños y metas con la disponibilidad de dinero cuando lo necesitan, pagando en el diferido de cuotas que ellos decidan unos intereses correspondientes al tiempo del préstamo y el

monto libre inversión, vehículo, crédito hipotecario y portafolio. Los productos que se encuentran dentro de la bolsa de captación son los siguientes:

- Libre Inversión
- Crédito de vehículo
- Crédito Hipotecario
- Portafolio
- Crediexpress
- Libranza

3.1.2. Bolsa de Captación.

La bolsa de captación es el conjunto de productos enfocados en proteger y rentabilizar los ahorros de los clientes de acuerdo a sus necesidades de inversión, tales como:

- Cuentas de Ahorro.
- Cuenta Corriente.
- Dafuturo.
- CDT.
- Inversión Colectiva Daviplus Renta Fija Pesos.

3.1.3. Banca Seguros-Sinergia

La bolsa de banca de seguros o sinergia son un conjunto de productos especializados en el aseguramiento de la persona o de un bien para su protección parcial o total. Al hacer parte del Grupo Bolivar, el Banco Davivienda.S.A trabaja en conjunto con las demás empresas pertenecientes a él. La sinergia empresarial trabaja de manera comprometida para la implementación de seguros que involucren todos ámbitos de los clientes. (Banco Davivienda S.A, 2018). Dentro de la bolsa podemos encontrar:

- Seguro de Desempleo
- Seguro Vida Protección
- Renta Diaria por Hospitalización

4. Actividades Desempeñadas

En el periodo en el que se poyo la jefatura de zona, a la practicante le fueron asignadas diferentes actividades como:

4.1. Gestión Comercial

- Monitorear la gestión comercial del banco, y el cumplimiento en las bolsas de captación, colocación y seguros de cada de las informadoras en las 16 oficinas, por medio de las herramientas oficiales del banco en la intranet - el radar comercial y por medio de Davivienda Go – conecta.
- Consolidar la información de temas específicos que permitan evidenciar brechas en la gestión comercial de cada una de las informadoras para que posteriormente, después de hacer un análisis de dicha información, sea enviada al jefe de zona y generadas nuevas estrategias o planes de choque con los que se puedan cambiar estos resultados en los meses siguientes y cumplir la meta establecida.

4.2. Libranza

La libranza es una estrategia que tiene como objetivo, realizar alianzas con las empresas para entregar bienestar financiero a sus empleados y pensionados con una oferta integral de productos de banca personal (ahorro y crédito), lo que les permitirá hacer realidad sus sueños, construir patrimonio familiar y administrar de manera fácil y segura su dinero. (Davivienda 2018). Los empleados y pensionados de las empresas que tienen convenio de libranza vigente con el banco, pueden acceder a los siguientes productos, cuya cuota o aporte mensual es descontada de la nómina por su empleador: crediexpress fijo, crédito vehículo, financiación de vivienda.

Para el Banco Davivienda es de suma importancia conocer el avance de esta estrategia, motivo por el cual se le designo a la practicante realizar un informe a partir de un reporte diario enviado por el centro de procesos del banco. Este registro se realizaba en un formato predestinado con el

objetivo de llevar un control de las brechas que pudieran presentarse con respecto a la meta propuesta para cada una de las oficinas. Posteriormente el informe se enviaba semanalmente al jefe de zona para que viera el progreso del mismo y al cierre de mes supiera exactamente en qué semana se presentaba el bajo rendimiento, de ser este el caso y poder generar una estrategia.

Tabla 3. Libranzas diarias

OFICINA	DÍAS DEL MES AGOSTO																															ANÁLISIS LIBRANZAS ENVIADAS				
	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	TOTAL OFIC	TOTAL OF SIN G.H	N° DE INF	META MES	CUMPLIMIENTO								
GRANADA																																				
AGUAZUL																																				
PUERTO GAITAN																																				
ALCARAVAN																																				
PRINCIPAL																																				
PARQUE LIBERTADORES																																				
UNICENTRO																																				
CENTAUROS																																				
UNICO																																				
ACACIAS																																				
PRIMAVERA																																				
VIVA																																				
TAURAMENA																																				
YOPAL																																				
EL YOPO																																				
TOTAL SUCURSAL																																				

NOTA: Formato para relacionar libranzas, por Karen Lorena Mantilla, 2018

4.3. Libranza virtual

Para Davivienda es muy importante seguir innovando en servicios con altos estándares de tecnología y seguridad que permitan simplificar los procesos de sus usuarios, razón por la que el banco decide lanzar el módulo de libranza virtual; un sitio en internet donde se gestiona la información de manera detallada, precisa, clara y oportuna y que cuenta con un acceso confiable y centralizado sin importar la distribución geográfica de la empresa. Este módulo, ofrece beneficios de facilidad en proceso de autorización de los créditos de los empleados descontados por libranza, ampliando la cobertura de operaciones para que las empresas y sus empleados disfruten del servicio de un banco que trabaja para hacer más sencillos los procesos a la velocidad que requiere el mundo actual.

Cabe resaltar que esta fue una de las tareas con mayor desafío para la practicante, puesto que el banco Davivienda está en un proceso muy importante de transformación digital, en el que involucra a sus funcionarios y clientes. Proceso que requiere de tiempo y capacitación constante

para que este pueda ser llevado a cabo de manera eficiente, y aunque el banco a dispuesto todas las herramientas y personal para que la difusión sea mucho más rápida, sigue siendo un reto lograrlo y cambiar todos los procesos ambiguos que se venían manejando.

En relación con este tema, la practicante debía monitorear diariamente la cantidad de libranzas que se autorizaban, y verificar si el convenio ya contaba con el modelo de libranza virtual o no. En el caso de que tuviese autorizado este modelo, debería verificar si el proceso se había realizado por la estrategia correcta, y no manualmente como venía desarrollándose anteriormente.

Tabla 4. Libranza virtual.

[illegible]

NOTA: Formato para relacionar libranzas, por Karen Lorena Mantilla, 2018

4.4. Proyección Pyme

Cada mes se subía a la unidad de drive un formato para que con la ayuda de los directores fuera diligenciado con la proyección de negocios que tendrían para el mes siguiente. Esto, con el objetivo de que se cumpliera la meta propuesta para cada una de las oficinas al sumar los desembolsos de los cupos disponibles no utilizados, represteos o retanqueos de leasing y vehículos productivos.

La información era solicitada los días 19 de cada mes a las asesoras pyme y a los directores en el caso de que sus oficinas no tuvieran asesora pyme. Se realizaba el consolidado y se enviaba a la Jefe de Zona para que posteriormente fuera enviado a la Gerencia Regional en donde en equipo se generan nuevas estrategias con las que se pueda cumplir el objetivo en caso de que no se logre.

Tabla 5. Proyección Pyme

OFICINA	META MES	PROYECCION MES	VALOR ESTIMADO	DESEMBOLSOS DE CUPOS DISPONIBLES NO UTILIZADOS	DESEMBOLSOS REPRESTEO O RETANQUEOS LEASING	DESEMBOLSOS VEH. PRODUCTIVO	FACTURACION O PAGO NORMALES (54% de los desembolsos prom)	PREPAGOS (es el 31% del valor de los desembolsos prom)	GRAN TOTAL MES DESEMBOLSO \$	CUMPLIMIENTO
Granada									\$ -	#DIV/0!
Aguaazul									\$ -	#DIV/0!
Puerto Gaitán									\$ -	#DIV/0!
Alcaraván									\$ -	#DIV/0!
Principal Villavicencio									\$ -	#DIV/0!
Barzal									\$ -	#DIV/0!
Parque Los Libertadores									\$ -	#DIV/0!
Unicentro Villavicencio									\$ -	#DIV/0!
Centauros									\$ -	#DIV/0!
Unico Villavicencio									\$ -	#DIV/0!
Acacias									\$ -	#DIV/0!
Primavera Urbana									\$ -	#DIV/0!
Viva Villavicencio									\$ -	#DIV/0!
Tauramena									\$ -	#DIV/0!
Yopal									\$ -	#DIV/0!
El Yopo									\$ -	#DIV/0!
Eje Mediana Empresa									\$ -	#DIV/0!
SUCURSAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!

NOTA: Formato para relacionar desembolsos para pymes, por Karen Lorena Mantilla, 2018

4.5. Saldos

Para el banco Davivienda es muy importante conocer no solo los resultados de su gestión comercial, si no el proceso que esta tiene para cumplir cada una de las metas propuestas. Razón por la que a la practicante se le solicita monitorear semanalmente el progreso en el cumplimiento de cada una de las 4 bolsas (Captación Personas, Captación Pyme, Colocación Personas y Colocación Pyme) y realizar un informe para que la jefatura de zona pudiera evidenciar los saldos y las brechas que se tenían respecto al mes y al año en curso. Dicho informe con el objetivo de que la dirección comercial de las oficinas, pudiera conocer a tiempo las falencias que se estaban presentando y realizar planes de acción oportunos que permitieran cumplir los indicadores esperados.

Cabe resaltar que este informe también permitía identificar si el reporte del radar comercial que era la herramienta digital en la que podíamos consultar dicha información, estaba correcto y era coherente con lo que se venía ejecutando en el transcurso de las semanas, si esto no concordaba y la información publicada a nivel regional estaba errada, se hacía la respectiva reclamación.

Tabla 6. Saldos de efectivas y efectivas acumuladas

CUMPLIMIENTO CRECIMIENTO SALDOS DE EFECTIVOS AGOSTO 2018													
OFICINA	NOMBRE OFICINA	BANCA PERSONAS						PYME					
		CAPTACION			COLOCACION			CAPTACION			COLOCACION		
		META	SALDOS	BRECHA	META	SALDOS	BRECHA	META	SALDOS	BRECHA	META	SALDOS	BRECHA
915	GRANADA												
916	AGUAZUL												
917	PUERTO GAITAN												
918	ALCARAVAN												
960	PRINCIPAL												
962	BARZAL												
964	PARQUE LOS LIB												
966	UNICENTRO												
969	CENTAUIROS												
970	UNICO												
971	ACACIAS												
984	PRIMAVERA URBANA												
991	VIVA VILLAVICENCIO												
1769	TAURAMENA												
2860	YOPAL												
2861	EL YOPO												
900	SUCURSAL												

NOTA: Formato de cumplimiento, crecimiento de saldos, Adaptado de Davivienda, 2018

4.6. Productividad

La jefatura de zona es la encargada de velar por el cumplimiento de las metas de cada una de las informadoras, cumplimiento que es evaluado realizando el seguimiento de la bolsa de colocación, captación y sinergia.

Semanalmente el radar comercial de Davivienda es alimentado con el avance del progreso que tiene cada una de las informadoras, para que así, al final del mes se evalúe quienes de ellas fueron productivas y quiénes no. Una vez se realice el informe y se identifique quienes tuvieron el mayor porcentaje de cumplimiento, se premiarán y se les hará un reconocimiento público por la red social del banco llamada work place .

La practicante fue la encargada de organizar las premiaciones mensuales y los reconocimientos trimestrales, para lo cual debía realizar los informes de manera clara y segura para no entregar los incentivos equivocadamente. De igual manera organizaba la logística de que este tipo de reconocimientos requería.

4.7. Trazabilidad

Fue una de las tareas más importantes para la practicante, puesta que afectaba directamente la imagen que los usuarios podían tener frente a la gestión del banco. Consistía en realizar un informe según información enviada por el Profesional I de Cobranza y Cartera, en donde se podían

identificar las causales de devolución, causales de negación y las informadoras con mayor número de devoluciones y negaciones. De igual manera la cantidad de solicitudes, los desembolsos aprobados y negados en el mes.

Dicho informe era enviado posteriormente a la jefatura de zona, para que en compañía de los directores de oficina, crearan estrategias con las que se pudiera disminuir el número de devoluciones y negaciones en las solicitudes enviadas, haciendo efectivos los requerimientos de los clientes.

4.8. Informe De Gestión Comercial Mensual

Mensualmente la jefatura de zona realizaba una reunión general con cada uno de los directores de oficina para evaluar su desempeño comercial y el de su equipo a lo largo del mes; en donde verificaban el cumplimiento de las informadoras en cada una de las bolsas, para así mismo realizar un respectivo reconocimiento a la oficina de mejor desempeño y a su vez generar estrategias para el cierre de brechas en el caso de no cumplir la meta esperada.

Dentro del informe enviado para dicha reunión se evaluaban varios aspectos tales como el cumplimiento de efectivas mensuales, trimestrales y anuales, la productividad mensual, los seguros mensuales (dávida, multiriesgo y vida pyme), el resumen de la sinergia entre bancas y la nota de servicio que obtuvo cada oficina en ese mes.

Tabla 7. Resumen de la sinergia entre bancas

#	NOMBRE OFICINA	PRODUC. OFICINAS PRIMER TRIMESTRE	PRODUC. OFICINAS SEGUNDO TRIMESTRE	PRODUC. OFICINAS TERCER TRIMESTRE	CRECIMIENTO ACUMULADO AÑO				PRODUC. INFORMAD. AGOSTO	PRODUC. ASESORAS PYME 3 TRIM	DAVIDA AÑO ACUMULADO	SINERGIA	NOTA DE SERVICIO - CORTE A 12 SEPTIEMBRE	ITEMS CUMPLIDOS
					PERSONA		PYME							
					CAPTACION	COLOCACION	CAPTACION	COLOCACION						
915	GRANADA	✓ 121%	↓ 91%	✗ 57%	✓ 131,4%	✓ 153%	✓ 295%	✗ 35%	↓ 50%	96 %	60%	✓ 203%	✓ 88,2	7
916	AGUAZUL	✗ 79%	✗ 28%	✗ 63%	✗ -133,3%	✗ -17%	✓ 464%	✓ 362%	↓ 0%		168%	✓ 108%	✓ 93,6	5
917	PUERTO GAITAN	✗ 59%	✗ 63%	✗ 90%	✓ 149,5%	✓ 192%	✓ 150%	✓ 192%	↓ 100%		185%	✓ 101%	✓ 91,7	7
918	ALCARAVAN	✗ 0%	✓ 112%	✗ 70%	↓ 99,5%	✗ -122%	✓ 368%	✓ 235%	↓ 25%		71%	✓ 131%	✓ 88,9	5
960	PRINCIPAL VILLAVICENCIO	✓ 117%	✗ 52%	✗ 42%	↓ 95,8%	✗ 6%	✗ 12%	✓ 187%	↓ 100%	103 %	49%	✓ 123%	✓ 85,1	6
962	BARZAL	✓ 62%	✗ 51%	✗ 86%	↓ 100,0%	✗ 34%	✓ 269%	✓ 126%	↓ 0%		31%	✓ 119%	✓ 89,9	4
964	PARQUE LOS LIBERTADORES	✓ 107%	✓ 121%	✗ 0%	✓ 185,8%	✗ -39%	✓ 100%	✗ 65%	↓ 0%	123 %	59%	✓ 108%	↓ 84,3	6
966	UNICENTRO VILLAVICENCIO	✗ 54%	✗ 33%	✗ 86%	✗ 42,9%	✗ -18%	✓ 185%	✗ 59%	↓ 0%	96 %	62%	✓ 133%	✓ 91,7	3
969	CENTAURUS	↓ 98%	✗ 35%	✗ 53%	✗ -85,4%	✓ 234%	✓ 285%	✗ -33%	↓ 66%	49 % - 81 %	103%	✓ 153%	↓ 84,3	5
970	UNICO VILLAVICENCIO	✗ 28%	↓ 92%	✗ 28%	✗ 30,3%	✓ 15%	✗ -194%	✓ 266%	↓ 25%	76 %	64%	✓ 106%	↓ 84,9	2
971	ACACIAS	✗ 42%	✗ 87%	✗ 24%	✓ 71,9%	✗ 90%	✗ -628%	✗ 90%	↓ 0%		93%	✓ 103%	↓ 82,9	1
984	PRIMAVERA URBANA	✓ 140%	↓ 98%	✓ 140%	✓ 766,0%	✓ 395%	✓ 348%	✓ 503%	↓ 50%		74%	✓ 556%	✓ 88,7	9
991	VIVA VILLAVICENCIO	✗ 71%	✗ 61%	✗ 62%	✓ 129,4%	✓ 110%	✓ 2765%	✗ -69%	↓ 33%		38%	↓ 95%	✓ 85,8	4
1769	TAURAMENA	✗ 0%	✗ 13%	✗ 42%	✗ -169,9%	✗ -64%	✗ -286%	✗ -25%	↓ 0%		38%	✓ 116%	✓ 90,5	2
2860	YOPAL	↓ 90%	✗ 86%	✗ 66%	✗ -126,4%	✓ 561%	✓ 447%	✓ 561%	↓ 0%	92 %	56%	↓ 97%	✓ 89,0	4
2861	EL YOPO	✗ 34%	✗ 57%	✗ 70%	✓ 21,1%	✗ 22%	✗ -45%	✓ 334%	↓ 0%	49 %	45%	✓ 121%	✓ 89,4	3

NOTA: Datos relacionados de productos entre sucursales, por Karen Lorena Mantilla, 2018

Conclusiones

Al culminar mi formación académica y tener que escoger una opción de grado para obtener el título como profesional en Negocios Internacionales, siempre tuve claro que quería hacerlo por medio de las prácticas profesionales, puesto que ofrece al estudiante la oportunidad de disminuir la brecha entre las expectativas desarrolladas en el aula de clases y la realidad que se presenta al entrar en el mundo laboral. Hoy, al finalizar este proceso, con satisfacción puedo decir que no me equivoque y que la experiencia definitivamente supero todas mis expectativas.

El banco Davivienda además de ser una de las entidades financieras más importantes del país y contar con un grupo de apoyo en el que incluye profesionales altamente capacitados, ofrece al estudiante la oportunidad de conocer el manejo del mismo desde lo micro que son cada una de las oficinas, hasta lo macro desde la jefatura de zona y la alta gerencia, permitiendo al estudiante desarrollar habilidades y competencias que permitan un desempeño asertivo y eficiente.

A lo largo de esta experiencia se enriquecieron competencias propias del perfil profesional que inicialmente se conocieron en la Universidad Santo Tomás y se profundizaron en la experiencia de la práctica profesional con el apoyo, dirección y acompañamiento del equipo de trabajo de esta prestigiosa entidad como lo es DAVIVIENDA en donde afloran valores humanos como el respeto, la solidaridad y el bienestar común importantes para obtener avances significativos en el desempeño empresarial. De igual manera se apoyó en temas de manejo de herramientas virtuales que podrían optimizar tiempos a los directivos y ejecutivos de las oficinas, realizando un acompañamiento continuo para su manejo.

Cabe resaltar que el trabajo en equipo es uno de los pilares para que este se realice de manera eficiente, razón por la que además del seguimiento continuo que se realizaba a la gestión comercial de cada una de las oficinas semanalmente , se realizaba una retroalimentación con la jefatura de zona y posteriormente con los directivos , en donde se evaluaban los cumplimientos y los procesos llevados a cabo por cada uno de ellos , permitiendo que sus estrategias pudieran ser adoptadas por quienes las necesitaran resaltando uno de los principales propósitos de la actividad comercial del banco , que es la sinergia no solo entre bancas sino en el grupo en general .

Referencias Bibliográficas

Banco Davivienda S.A. (2018), Quienes somos; Obtenido de:
https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/quienes_somos/sobre_nosotros

Banco Davivienda S.A. (2018), Red de oficinas, Obtenido de:
<https://www.daviviendacorredores.com/wp-content/uploads/2016/04/Red-de-Oficinas-Davivienda.pdf>

Grupo bolívar. (2018), Módulo de Inducción. Obtenido de:
<http://www.inducciongrupobolivar.com/sec-nuestra/>

Banco Davivienda S.A. (2018), Mis finanzas en casa, Obtenido de:
<https://misfinanzasencasa.davivienda.com/diccionariofinanciero?letra=C&start=10>

Banco Davivienda S.A. (2018), Datos empresariales, Obtenido de:
<https://www.davivienda.com/wps/wcm/connect/bc51e182-e2a243ea-add3-cb243cb1ce9/Equity+Story+1T16+%28Espa%C3%B1ol%29.pdf?MOD=AJPERES>