

PRÁCTICA EMPRESARIAL BANCOLOMBIA



LAURA ANDREA DUEÑAS RINCÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2018

PRÁCTICA EMPRESARIAL BANCOLOMBIA

LAURA ANDREA DUEÑAS RINCON

Trabajo de grado de práctica empresarial presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales

Director trabajo de grado
Mg.MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE
Magister 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

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICÁ 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

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano Facultad de Negocios Internacionales

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE
Tutora trabajo de grado

EDISON ORLANDO GARZÓN CÉSPEDES
Jurado

ALFONSO CANÓNIGO GALVIS
Jurado

A la memoria de mi madre, quien con su
Acompañamiento en mi formación me
Inculcó la importancia del aprender,
La aspiración de crecer personalmente,
Anhelar, y cumplir mis sueños

Agradecimientos

Dedico este logro a Dios, quien ha estado siempre a mi lado y no me ha abandonado ningún instante de mi vida. Gracias por permitirme llegar hasta este nivel, por derramar sobre mi amor, bendiciones, alegrías y éxitos. A mi madre, quien desde el cielo me brinda fuerzas y valor para continuar. A mi padre, por ser pilar fundamental en mi vida y educación, ayudándome en todo lo que necesito, teniendo siempre su apoyo, inculcarme valores, darme confianza y condicionarme, la cual me permitió ser la persona que soy hoy en día. A mis hermanos por su apoyo y acompañamiento. Finalmente, a mis docentes, por guiarme y ayudarme en este camino para lograr la culminación de ser profesional con mucho éxito.

Tabla de contenido

	Pág.
Resumen.....	11
Introducción	13
Justificación	15
Objetivos.....	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos.....	16
1 Bancolombia S.A.....	17
1.1. Propósito.....	17
1.2. Aspiración	18
1.3. Valores corporativos	18
1.4. Estructura organizacional.....	19
2. Vicepresidencia de personas y Pymes	20
2.1. Segmentos y subsegmentos de clientes.....	20
2.2. Regionales	22
2.4 Otras dependencias.....	24
1.2.1 Dirección de Estrategia de Clientes Personas:.....	25
1.2.2 Dirección de Estrategia de Clientes Pyme y Gobierno de Red:.....	25
1.2.3 Dirección Estratégica de Canales:	25
1.2.4 Dirección de Inclusión:.....	25
1.2.5 Dirección de Equipos Comerciales Persona y Pymes:	26
3 Funciones en Bancolombia S.A. (aprendiz universitario).....	27
3.1 Actividades realizadas.....	27
3.1.1 Movimientos Transaccionales:	27
3.1.2 Recuperación de Cartera	28
3.1.3 Reuniones Bimensuales Gerenciales	29
3.1.4 Proyecciones, Seguimiento Campaña Preferenciales y Pymes, en Soluciones Inmobiliarias	29
4 Aportes.....	31
Conclusiones.....	33
Referencias bibliográficas.....	34
Anexos	35

Tabla de ilustración

	Pág.
Ilustración 1. Segmentos y Subsegmentos de la VP Personas y Pymes según naturaleza Persona Natural o Jurídica.....	21
Ilustración 2. Mapa Región Centro	23
Ilustración 3. Organigrama de la Vicepresidencia Personas y Pymes Colombia.....	24

Tabla de gráficos

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de Segmento según ingresos o ventas del cliente	21
Tabla 2. Clasificación de Subsegmento según ingresos o ventas del cliente.....	22

Tabla de anexos

	Pág.
Anexo 1. Transaccionalidad por oficina	35
Anexo 2. Recuperación de Cartera	36
Anexo 3. Reuniones Bimensuales Gerenciales	37
Anexo 4. Proyecciones, Seguimiento Campaña Preferenciales y Pymes, en Soluciones Inmobiliarias	38
Anexo 5. Compañeros de Trabajo en la Gerencia de Zona Villavicencio.....	40

Resumen

La finalidad del presente trabajo es dar a conocer el proceso, las funciones, y el aprendizaje de la práctica empresarial realizada en el grupo financiero Bancolombia S.A, en la gerencia de zona Villavicencio (sede administrativa). Entendiendo la dinámica financiera, en cuanto a su visión, retos y estrategias comerciales que se plantean en las diferentes áreas de la entidad, para con ello, mantener su posición y crear nuevas propuestas frente al cambio. Destacando así la importancia de conocer la estructura organizacional, a través de la práctica empresarial, para nuestra propia evolución profesional y laboral. Permitiendo relacionar los conocimientos, conceptos y teoría aplicada en la institución con los diferentes entornos organizacionales.

Palabras Clave: Finanzas, Interés, Capital, Cartera Vencida, Cumplimiento, Liderazgo, Transaccionalidad, Superintendencia Financiera, Información Confidencial, Estrategia, Medición, Políticas, Calificación de Cartera, Pre-aprobados, Comité Comercial.

Abstract

The purpose of this report is to present the process, functions and learning of business practice in the financial group Bancolombia S. A, in the administrative area of Villavicencio. Understanding the financial dynamics, in terms of vision, challenges and business strategies that arise in the different areas of the entity, to maintain its position and create new proposals to change. Highlighting the importance of knowing the organizational structure, through business practice, for our own professional and work evolution. Allowing to relate the knowledge, concepts and theory applied in the institution to the different organizational environments.

Key Words: Finance, Interest, Capital, Past Due Portfolio, Compliance, Leadership, Transactionality, Financial Superintendence, Confidential Information, Strategy, Measurement, Policies, Portfolio Qualification, Pre-approved, Commercial Committee.

Introducción

El presente trabajo de grado de práctica empresarial tiene como objetivo principal exponer el proceso de experiencia empresarial que he tenido en la entidad financiera Bancolombia S.A, en la gerencia zona Villavicencio, sede administrativa. Teniendo en cuenta uno de los programas en la cual esta organización permite el desarrollo y crecimiento profesional de estudiantes universitarios al realizar la práctica, con el fin de incursionar el aprendizaje de la academia con la realidad laboral y económica del país, así mismo, ser de apoyo en las diferentes áreas de la organización, para efectuar el intercambio del conocimiento.

Lo más importante para el grupo Bancolombia son sus clientes, queriendo así, generar preferencia y satisfacción a todos sus usuarios por medio de todos sus productos y servicios. Como expresa en su página web, el grupo Bancolombia lleva más de 140 años de experiencia creando nuevas experiencias, llegando a nuevos lugares y contribuyendo al desarrollo local y regional, ofreciendo servicios centrados en el propósito del banco, tales como, servicios bancarios, fiduciaria, leasing, banca de inversión, Asset Management, comisionista de bolsa, Factoring y Renting. Ha sido posible desarrollar la dinámica financiera todo gracias a su presidente en compañía de grandes líderes quienes hacen parte de las diferentes vicepresidencias de la organización, y todo esto les ha permitido ser el banco más sostenible de América y el 5to en el mundo (Bancolombia S.A., 2018).

Innovando con herramientas que facilitan el estilo de vida de sus clientes, tales como, clave dinámica, ahorro en Nequi, pagar desde el computador, transferir desde una App, pagar fácil sin marcar claves, pagar facturas sin ir al banco, llevar las tarjetas en el celular y hasta pagar el bus con la tarjeta. Acciones que permiten diferenciarse de la competencia, y adaptarse a los diferentes entornos. Ha sido posible mantener su posición por medio del generar valor a sus grupos de interés, impactar de manera positiva las comunidades donde desarrolla la actividad financiera, y el impulsar proyectos responsables y sensibilizar sobre el cuidado del medio ambiente.

El principal propósito de esta entidad es ser aliado de sus clientes, ya que se alegra cuando sus usuarios y colaboradores cumplen sus sueños, dado que, al satisfacer las necesidades financieras de los consumidores, colaboradores y accionistas, generan valor para su sostenibilidad y crecimiento. Caracterizándose como una de las mejores empresas para trabajar en el país, una de las 100 organizaciones con mejor talento y uno de los Grupos con el Leasing más grande de Latinoamérica, según SAS Colombia (Colombia, S.f).

Esto se traduce en beneficios para los diferentes grupos de interés, porque constantemente el Grupo Bancolombia ofrece productos diseñados para apalancar el cumplimiento de los sueños propios y el desarrollo para la evolución de sus colaboradores. Permitiendo a los estudiantes en práctica entender la dinámica financiera, en cuanto a su visión, retos y estrategias comerciales que se plantean en las diferentes áreas, para con ello, mantener su posición y crear nuevas propuestas frente al cambio.

La función del negociador internacional en formación dentro de la entidad financiera Bancolombia S.A es esencial ya que su contribución dentro de ella es aplicar los conceptos, principios y técnicas básicas de mercadeo, finanzas, formulación y evaluación de proyectos para la creación de habilidades en la organización, que dinamicen su posicionamiento en el país y en el contexto internacional. Permittedole al estudiante, comprender la realidad económica, social, y cultural en que operan las organizaciones nacionales, conocer herramientas administrativas de uso confidencial, desarrollar competencias para la toma oportuna y eficaz de decisiones, actuando con actitud de liderazgo con los demás colaboradores, para la coordinación y ejecución de planes, programas y proyectos empresariales.

Por consiguiente, durante la profundización de este trabajo trataremos todos los temas relacionados con las actividades realizadas en la práctica empresarial en la entidad financiera Bancolombia S.A.

Justificación

Las prácticas empresariales son un eslabón muy importante para el crecimiento profesional de nosotros los estudiantes, quienes después de unos semestres de aplicar teoría nos enfrentamos a la realidad laboral que tiene el país, por tal motivo haber escogido esta opción de grado fue muy gratificante para mí, logrando grandes conocimientos en el área de Finanzas, y las diferentes estrategias que maneja la organización financiera más grande de Colombia.

Gracias a los 4 años de teoría y práctica en la universidad, aprendiendo de las diferentes ramas que tiene la carrera de Negocios Internacionales, pude fortalecer temas relacionados con finanzas y mercadeo en mi experiencia de práctica empresarial. Así como también, logré dar a conocer los valores que tienen los estudiantes Tomasinos, seres íntegros con formación humanista y potencial de personas líderes emprendedoras y proactivas que ayudan al crecimiento tanto empresarial como personal.

Objetivos

Objetivo general

Apoyar y dar seguimiento a las estrategias comerciales y de servicio de la Vicepresidencia de Personas y Pymes, en la zona Orinoquía y Amazonía de la entidad financiera Bancolombia S.A.

Objetivos específicos

- Conocer la estructura, dinámica y funciones de Bancolombia S.A, para el desarrollo y gestión de estrategias a implementar en las diferentes áreas de la organización.
- Aplicar a la realidad organizacional, los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas en la carrera profesional.
- Desarrollar habilidades de comunicación y manejo de la información.
- Vivir experiencias organizacionales que fomentan el conocimiento y la creatividad.
- Aportar a la construcción de nuestro país.
- Contribuir al crecimiento organizacional, mediante el intercambio de conocimientos e ideas novedosas con los colaboradores de la organización.
- Apoyar las actividades correspondientes de la zona, para el cumplimiento de los retos y metas propuestos.
- Aplicar los conocimientos y destrezas por medio de herramientas ofimáticas, seguimiento constante, y comités comerciales gerenciales.

1 Bancolombia S.A.

Es un grupo financiero líder que marca tendencia, genera una experiencia superior para sus clientes, es orgullo para sus empleados y valor para sus accionistas, de manera sostenible. El grupo Bancolombia lleva más de 140 años de experiencia creando nuevas experiencias, llegando a nuevos lugares y contribuyendo al desarrollo local y regional, ofreciendo servicios centrados en el propósito del banco, tales como, servicios bancarios, fiduciaria, leasing, banca de inversión, Asset Management, comisionista de bolsa, Factoring y Renting. La conforma grandes líderes quienes hacen parte de las diferentes vicepresidencias de la organización, lo cual, les ha permitido ser el banco más sostenible de América y el 5to en el mundo. (Bancolombia S.A., 2018).

Como lo expresa la página web SAS, el Grupo Bancolombia se destaca por ser un motor de desarrollo económico y social en los países en los que está presente, con un modelo de negocio que se fundamenta en el concepto de una ‘Banca más Humana’, al ser en una entidad basada en las personas, donde los resultados no son otra cosa que una consecuencia natural del trabajo bien hecho. El servicio, los nuevos productos, la innovación, y la tecnología han llevado a Bancolombia a tener una posición importante en la región. (Colombia, S.f)

Innovando con herramientas que facilitan el estilo de vida de sus clientes, tales como, clave dinámica, ahorro en Nequi, pagar desde el computador, transferir desde una App, pagar fácil sin marcar claves, pagar facturas sin ir al banco, llevar las tarjetas en el celular y hasta pagar el bus con la tarjeta. Acciones que permiten diferenciarse de la competencia, y adaptarse a los diferentes entornos.

1.1. Propósito

Como lo menciona en su página web, su propósito corporativo es “Nos inspira generar preferencia y satisfacción en nuestros clientes, y contribuir a hacer realidad sus sueños”. Generar preferencia, es ser la mejor opción. Que sus clientes los busquen porque los entienden, les ofrecen soluciones oportunas y nuevas posibilidades para cada momento, sabiendo que sus

productos y servicios responden y superan las expectativas. Generar satisfacción, para tener clientes felices que los recomienden porque les entrega experiencias superiores y se llevan la impresión de que son un equipo cálido y cercano, que actúan con el corazón para servirles con responsabilidad. Y contribuir a hacer realidad los sueños, acompañando a sus clientes cada día para facilitarles la vida, ser reconocidos como ese motor del desarrollo personal y social. (Bancolombia S.A., 2018)

1.2. Aspiración

Su visión corporativa, como se menciona en su ciberpágina, es “Nuestro máximo objetivo es ser el Grupo Financiero líder, que marca tendencia, genera una experiencia superior para sus clientes, orgullo para sus empleados y valor para sus accionistas de manera sostenible”. Buscan ser líderes y marcar tendencia, diferenciarse en el mercado por su novedosa oferta de servicio que se adapta rápidamente a las necesidades de los clientes y supera la propuesta de otros competidores; entender las transformaciones de la industria, innovando para ser los primeros y prepararse para ofrecer mejores soluciones.

Además, buscan generar orgullo para sus empleados, tener equipos de alto desempeño, porque reconocen que su contribución es importante para el desarrollo de los sueños de muchas personas y empresas. También buscan ser sostenibles, procurando, con cada acción que emprenden, el bienestar económico, social y ambiental de los territorios en los que tienen presencia, de manera que puedan seguir creciendo y consolidándose en el tiempo. (Bancolombia S.A., 2018)

1.3. Valores corporativos

Los colaboradores del Grupo Bancolombia se caracterizan por ser Responsables, porque cumplen con sus compromisos, se empoderan de las situaciones y no esperan a que otros las resuelvan, además, toman la iniciativa y se enfocan en el logro con altos estándares de desempeño. Son Respetuosos, porque su lenguaje y comportamiento demuestran que valoran a los demás, reconocer a las personas y se interesan por su bienestar, asimismo, comprenden que todos tienen características, capacidades y puntos de vista diferentes. Finalmente, el valor que los identifica es

ser Cercanos, porque se interesan de manera genuina por el otro, escuchan con interés para conocer sus necesidades y construyen relaciones basadas en la calidez y la confianza. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

1.4. Estructura organizacional

Debido al gran número de colaboradores que constituyen la organización, el Grupo Bancolombia divide su estructura corporativa en nueve vicepresidencias, tales como: Vicepresidencia de Personas y Pymes, Corporativo Empresas y Gobierno, Estrategias y Finanzas, Innovación y Transformación Digital, Gestión de lo Humano, Servicios Corporativos, Jurídico Secretaría General, Corporativo de Riesgos, y Corporativa Auditoría Interna. La entidad comprende aproximadamente 30.000 colaboradores a nivel internacional.

2. Vicepresidencia de personas y Pymes

Esta dependencia corresponde a los clientes que pertenecen a la segmentación personal y pyme, los cuales, se realiza la segmentación cuando se vincula al cliente, según su ocupación, ingresos mensuales, ventas anuales, y total de activos que contenga. La comprenden aproximadamente 13,821 colaboradores en Colombia distribuidos en cinco regiones (Antioquia, Caribe, Bogotá, Centro, Sur). Juntos han logrado la vinculación de 12.421.981 de clientes en esta Vicepresidencia. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

2.1. Segmentos y subsegmentos de clientes

Debido a que cada cliente es diferente por sus ingresos, capacidad de pago o endeudamiento, u otras variables, Bancolombia fracciona sus usuarios teniendo en cuenta las variables de ocupación, ingresos mensuales, ventas anuales, y total de activos que contenga. Actualmente los segmentos que atiende la entidad financiera son Personal, Personal Plus, Preferencial, Emprendedor, Pyme y Gobierno de Red. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018). A continuación, podremos evidenciar la clasificación de estos segmentos según corresponda la naturaleza de la persona, si es natural o jurídica, como se segmenta el cliente Personal y Pyme según sus ingresos o ventas y los subsegmentos que corresponden a los segmentos:

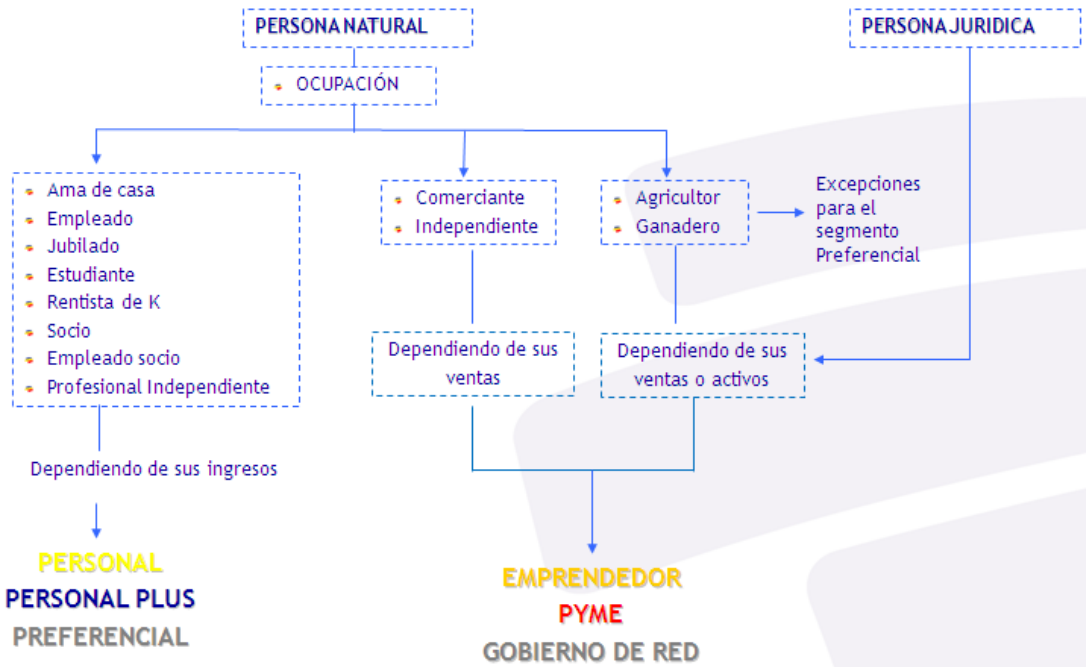


Ilustración 1. Segmentos y Subsegmentos de la VP Personas y Pymes según naturaleza Persona Natural o Jurídica, Adaptado de (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

Tabla 1. Clasificación de Segmento según ingresos o ventas del cliente

SEGMENTO	INGRESOS/VENTAS
Personal	Ingresos < \$1 MM
Personal plus	Ingresos >= \$1 MM y < \$8 MM
Preferencial	Ingresos >= \$8 MM
Emprendedor	Ventas anuales < \$280 MM
Pyme	Ventas anuales >= \$280 MM y < \$17.500 MM <u>o</u> activos >= \$280 MM
Gobierno de red	Ventas < \$17.500 MM

NOTA: Descripción de intervalos de ingresos para gestión de ventas, Adaptado de (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

Tabla 2. Clasificación de Subsegmentos según ingresos o ventas del cliente

SEGMENTO	SUBSEGMENTO	DEFINICION SUBSEGMENTOS POR INGRESOS O VENTAS
Personal	No tiene subsegmentos	Ingresos mensuales <\$1 MM
Personal Plus	Básico	Ingresos mensuales >=\$1 MM y <\$5 MM
	Alto	Ingresos Totales >= \$5 MM y <\$8 MM
	Potencial Gerenciamiento	Ingresos Totales >=8\$ MM
Preferencial	Preferencial	Clientes gerenciados por Ejecutivos/Gerentes de la Red Tradicional
	Colombia	Clientes gerenciados por Ejecutivos/Gerentes de Banca Colombia
Emprendedor	Pequeño	Ventas anuales <\$50 MM
	Mediano	Ventas anuales >=\$50 MM y <\$100 MM
	Grande	Ventas anuales >=\$100 MM y <\$280 MM
	Mi Negocio	Plan específico de microcrédito Plan D 19, plan P 21 y plan P37
Pyme	Pequeña	Ventas anuales >=\$280 MM y < \$1.900 MM ó activos >=\$280 MM
	Mediana	Ventas anuales >=\$1.900 MM y <\$4.500 MM
	Grande	Ventas anuales >=\$4.500 MM y <\$17.500 MM
Gobierno de Red	Entes Autónomos	Definición por tipo de entidad gubernamental, la clasificación la determina el código CIIU. CIIU: 7513 - 8050
	Entidades Descentralizadas del Orden Territorial	CIIU: 4100 - 7515 - 9000
	Entidades Territoriales	CIIU: 7512
	Órganos de Control	CIIU: 7511 - 7513 - 7514
	Otros	CIIU: 4030 - 7515 - 7521 - 7522 - 7523 - 7524

Fuente: Descripción de intervalos de ingresos para gestión de ventas, según tipo de segmentos (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

2.2. Regionales

Para abarcar una mayor cobertura en el país, Bancolombia divide la vicepresidencia de personas y pymes, quien atiende los segmentos y subsegmentos de clientes dichos anteriormente, en cinco regiones para ser atendida la mayoría de la población, por ello, el país cuenta con las regionales de Antioquia, Bogotá, Caribe, Centro y Sur. Cada una de las regionales la componen diferentes zonas quienes están a cargo de las diferentes sucursales que podemos encontrar en los municipios de la nación.

La Regional a la cual pertenece la zona Orinoquía y Amazonía, en la que desarrollé mis prácticas es la Región centro, la componen siete zonas: la Zona Boyacá y Casanare, Zona Orinoquía y Amazonía, Zona Surcolombiana, Zona Norte de Santander y Arauca, Zona Bucaramanga y Zona Tolima. La regional hace presencia en 16 Departamentos, cuenta con 134 sucursales físicas, 1.632 Corresponsales Bancarios, 9.523 Establecimientos afiliados, y 598 Cajeros Automáticos. A continuación, se muestra como se encuentra distribuida la Región Centro, y el organigrama de la Vicepresidencia de Personas y Pymes:



Ilustración 2. Mapa Región Centro, Adaptado de (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)



Ilustración 3. Organigrama de la Vicepresidencia Personas y Pymes Colombia, Adaptado con Información de Bancolombia, por Laura Andrea Dueñas Rincón, 2018

2.4 Otras dependencias

La Vicepresidencia de Personas y Pymes tiene intrínsecamente otras direcciones que se encargan de abarcar otras áreas que no son atendidas en lo comercial y que, desde su esquema, pretenden dar profundidad a otras plazas. Son cinco dependencias, entre ellas; la Dirección de Estrategia de Clientes Personas, Dirección de Estrategia de Clientes Pyme y Gobierno de Red, Dirección Estratégica de Canales, Dirección de Inclusión, y la Dirección de Equipos Comerciales Persona y Pymes. Como lo podemos ver en la siguiente ilustración:



Ilustración 4. Dependencias de la Vicepresidencia Personas y Pymes, por Laura Andrea Dueñas Rincón, 2018

1.2.1 Dirección de Estrategia de Clientes Personas:

Esta Dirección se encarga de diseñar soluciones integrales (productos, canales, servicios y modelos de atención) que reconozca las diferencias, el ciclo y los momentos de la vida de los clientes. También se apodera de integrar alrededor del cliente, el diseño de nuevos productos, definición de precios, políticas de riesgo, PGC (Plan de Gestión Comercial) entre otros. Por otro lado, mantiene una retroalimentación con el equipo comercial y su deber ser es ser un interlocutor del cliente al interior del Banco. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

1.2.2 Dirección de Estrategia de Clientes Pyme y Gobierno de Red:

Se encarga de garantizar y velar por el adecuado conocimiento del cliente Pyme y Gobierno de Red, buscando siempre dar cumplimiento a la normatividad establecida, a través de definiciones y la gestión de políticas en los diferentes procesos comerciales, de tal manera que permita ofrecer al cliente la mejor propuesta de valor que le genere experiencias memorables. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

1.2.3 Dirección Estratégica de Canales:

Esta dirección se encarga de construir modelos óptimos de distribución que contribuyan a la rentabilidad del negocio, reducción de costos a través de la transformación digital, crear experiencias digitales para el cliente, innovadoras y convenientes. Desarrolla y actualiza plataformas virtuales como sucursal virtual, Bancolombia App, Billetera Móvil, Autoservicios, transformación de sucursales, portabilidad, contact center, entre otros. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

1.2.4 Dirección de Inclusión:

Esta dirección contribuye a mejorar la vida de los clientes, personas, familias y negocios, construyendo una propuesta de valor adecuada a segmentos que hasta ahora no han sido atendidos por el sector financiero, o a clientes actuales que por sus características sociales y económicas requieren un modelo financiero conveniente para ellos. El equipo de inclusión es el asesor móvil que se encarga de ir a las poblaciones que no cuentan con una sucursal física para atender las necesidades de esa plaza. También son los aliados en Colombia y el exterior, las diferentes

comunidades, corresponsales bancarios, colombianos dentro y fuera del país, etc. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

1.2.5 Dirección de Equipos Comerciales Persona y Pymes:

Son equipos especializados en estructuración de negocios en Moneda Local y Extranjera, adicional, son el complemento del modelo de distribución de clientes MIT (Manejo Integral de Tesorería), manejan modelos de ventas, domiciliación de la venta, ventas propias en punto (Colectivos), en los cuales aplicamos inteligencia del negocio para lograr la mayor productividad, efectividad y eficiencia. Lo compone el equipo de Moneda Extranjera, Manejo Integral de Tesorería, Relacionamiento Preferencial y Plus, Colectivos y Aliados Estratégicos. (Corporativa Bancolombia S.A., 2018)

3 Funciones en Bancolombia S.A. (aprendiz universitario)

En un mundo globalizado, donde el estudio es base del conocimiento, las prácticas empresariales o universitarias son una oportunidad muy valiosa para tener un acercamiento al mundo laboral, por tal motivo las labores realizadas en la organización oficina se basaron en la profundización de estrategias implementadas, seguimiento y control de actividades, productos de temporada, gestión gerencial, acompañamiento, informes, asesoría, y retroalimentación.

3.1 Actividades realizadas

Tuve la oportunidad de desempeñar dos funciones diferentes en mis prácticas profesionales en la organización, uno de los cargos que realicé en la pasantía fue ser Asistente del Gerente de la Zona Orinoquía y Amazonía, o en su defecto, Auxiliar de Departamento II, como se llama comúnmente en la entidad. Seguidamente, en reemplazo de unas vacaciones, me desempeñé como Ejecutiva de Soluciones Inmobiliarias, perteneciente a la Vicepresidencia de Inmobiliario y Constructor, las actividades realizadas en Bancolombia S.A se basaban en el seguimiento de actividades, campañas y reto para el cumplimiento de metas de la zona. A continuación, se explicarán mis funciones detalladas realizadas durante mi periodo de prácticas empresariales.

3.1.1 Movimientos Transaccionales:

Descripción: Consolidar y tramitar información referida a movimientos transaccionales con directores de servicio de las sucursales de la zona (16 sucursales).

Importancia: La información consolidada acerca de la transaccionalidad de los diferentes meses, permite tanto hacer un seguimiento como una comparación anual frente al cumplimiento de los puntos transaccionales que tiene cada cajero de las diferentes oficinas, permitiéndole crear al Líder de Servicio de la zona estrategias de mejoramiento.

Conocimientos adquiridos: Aprendí los diferentes comportamientos que tienen tanto las oficinas como los cajeros de las sucursales frente a la transaccionalidad, partiendo desde una meta transaccional y unos puntos transaccionales con lo que se miden para su Plan de Gestión Comercial.

Objetivos a cumplir: Conocer e interpretar las metas transaccionales de las oficinas y cajeros, para dar seguimiento al cumplimiento de la meta.

Finalización de la gestión: Al finalizar la consolidación de la información, se estructuraba un informe final, el cual era presentado primeramente al líder de la zona, para que el, después de revisiones, fuera mostrado a la vicepresidenta de la regional. (Ver anexo 1).

3.1.2 Recuperación de Cartera

Descripción: Tener contacto con clientes deudores con más de 15 días de vencidos, llamarlos, preguntar sobre la fecha del pago y la causal de mora.

Importancia: El activo más importante del banco es la cartera, por ello, gestionar los clientes que tienen moras es vital para no tener altos índices de cartera vencida y evitar rodamientos y grandes deudas por parte de los clientes.

Conocimientos adquiridos: Conocer la terminología del área de conciliación, la gestión que se le hace a los clientes morosos y los aplicativos necesarios para registrar el seguimiento y evitar la cartera vencida.

Objetivos a cumplir: Gestionar clientes vencidos, tener cercanía con ellos para no causar molestias a la hora de preguntar por la causal de no pago y mejorar el índice de cartera vencida para la zona.

Finalización de la gestión: Escribir la gestión realizada en la aplicación corporativa, para dar continuidad con el caso, para que, a través de ella, sea medida la zona y el porcentaje de cartera recuperada. (Ver anexo 2).

3.1.3 Reuniones Bimensuales Gerenciales

Descripción: Coordinación y asistencia de reuniones mensuales con el personal gerencial para actualización de diferentes temas, acuerdos de servicios y diseño de estrategias por zona a cargo.

Importancia: Actualización de retos de las líneas ECA, los diferentes productos que ofrece Bancolombia con el área Gerencial Comercial, y otras dependencias, para ser transmitido a sus equipos, con respecto a cambios y aspectos importantes de la zona.

Conocimientos adquiridos: Relacionamiento con el área comercial, la gerencia de las sucursales, gestión, coordinación de las actividades relacionadas en las reuniones bimensuales.

Finalización de la gestión: Ejecutar la reunión, con la participación de las diferentes líneas y dependencias de Bancolombia. (Ver anexo 3).

3.1.4 Proyecciones, Seguimiento Campaña Preferenciales y Pymes, en Soluciones Inmobiliarias

Descripción: Realización de proyecciones sobre posibles desembolsos de créditos hipotecarios o Leasing habitacional o no habitacional de la semana siguiente, Gestión con ejecutivas preferenciales y gerentes de sucursal referente a bases de preaprobados en Retanqueo y compra de cartera hipotecaria. Incentivación de la colocación del producto a través de charlas de vivienda hacia Pymes. Creación de herramienta ofimática para el conocimiento de los comerciales acerca de la herramienta por el cual se tramita el crédito hipotecario.

Importancia: Proyectar los desembolsos semanales del área de soluciones inmobiliarias ayuda a tener un control acerca de la ejecución y el porcentaje de cumplimiento que lleva la zona, por ello, se hace el control semanal, para la creación de estrategias en dado caso de que no sea posible cumplir la meta. En el seguimiento de campañas, la idea es contactar las ejecutivas a cargo de los clientes preferenciales, para saber acerca de su gestión con los clientes y posibles retenciones de productos de los usuarios. Las campañas con pymes, la idea es dar a conocer los beneficios que ofrece el gobierno frente a tasa y cuota inicial de un inmueble, así mismo, de educación financiera, de productos de ahorro para proyectar a los colaboradores de las pymes tener un inmueble a largo plazo.

Conocimientos requeridos: Conocer el funcionamiento del área de Soluciones Inmobiliarias, su terminología, los diferentes procesos que se llevan a cabo en un crédito hipotecario. Conocer los beneficios que ofrece el gobierno frente a la compra de un inmueble, y los diferentes productos que se pueden ofrecer en el sector constructor e inmobiliario.

Finalización de la gestión: Plasmar la información dada por las ejecutivas respecto al seguimiento de la campaña de preaprobados de Retanqueo y compra de cartera en una tabla de Excel para su seguimiento y enviarla a los jefes directos. Enviar Actas de las pymes las cuales se les realizó la charla de vivienda a los gerentes de la sucursal la cual pertenece la pyme con copia al gerente de zona y a la gerente regional de soluciones inmobiliarias. De acuerdo a un archivo el cual lleva el proceso detallado de los créditos que se tienen en la zona, se envía las posibles proyecciones que se encuentren en Boleta Reportada como un estimado de los desembolsos que se realizarán la semana siguiente. (Ver anexo 4).

4 Aportes

Tener la oportunidad de realizar mis prácticas empresariales en una entidad financiera tan extensa, la más grande de Colombia, Bancolombia S.A, fue una de las experiencias más enriquecedoras que he tenido en mi vida, ya que contribuyo mucho en mi formación profesional y personal, logrando estar en el ambiente empresarial, cumplir con un horario laboral, teniendo responsabilidades en ella, conocer personas maravillosas, un ambiente laboral muy sano, cercano y poniendo en práctica lo aprendido durante mis cuatro años de estudios profesionales.

Durante los 6 meses de práctica que estuve en Bancolombia S.A pude conocer el entorno laboral que es una realidad diferente al que estaba acostumbrada, al comienzo fue un poco arduo acoplarme a algunas tareas y funciones que debía realizar, la terminología, la agilidad con la que deben ser resueltos los informes. En otras ocasiones tuve que dejar mi tiempo de descanso para adelantar trabajo en casa, en las horas de almuerzo me quedaba en la oficina ayudando en lo que faltara por gestionar, sin embargo, nunca fue molestia para mí haber hecho dichos esfuerzos, porque de ellos fue la experiencia más enriquecedora. Al contribuir con el buen funcionamiento de la empresa, fue orgullo para mí misma el lograr el cumplimiento de retos y metas que estaban establecidas, ha sido un logro más en mi vida y llegué a crecer en lo profesional y lo personal por todos los valores que aprendí de esta gran organización.

Tiempo después de haber ingresado a Bancolombia, logre dominar las herramientas ofimáticas, aplicaciones que el mismo banco maneja, información confidencial, procesos, relacionamiento con personas de más trayectoria en cuanto a conocimiento y experiencia, analizar la competencia, conocer los diferentes productos que puede brindar una entidad financiera, el sin número de direcciones y dependencias que precisa tener una empresa para su buen funcionamiento, terminología financiera y jurídica, asesoría logrando una satisfacción interior por poner en práctica los valores y algunos conceptos aprendidos en mi carrera profesional.

Es satisfactorio al final de las prácticas empresariales ver hacia atrás y pensar lo mucho que cambió mi vida, en ese tiempo transcurrido, principalmente el entorno de confort en el que estaba,

la facilidad de conseguir la información, las herramientas que tengo a mi alcance para aprender. En esta experiencia conocí personas con mucho dominio del tema financiero, personas empoderadas de las diferentes situaciones, centradas, con visiones reales, escenarios que me motivan a continuar con la experiencia laboral, aprender todos los días, vivir experiencias nuevas cada día y fortalecer mi crecimiento y desarrollo personal y profesional.

Conclusiones

Las prácticas empresariales es una de las etapas más importantes tanto en el desarrollo de nuestra carrera profesional, como en el crecimiento personal, ya que me enseñó a tener una visión más clara de mis propósitos, enseñándome como analizar, interpretar y comprender las necesidades de los clientes, de las empresas, los riesgos, los beneficios, las diferentes situaciones que se pueden presentar en el entorno laboral.

Llevar a cabo el seguimiento de las diferentes estrategias es muy importante para una organización, ya que, como resultado de las tácticas, tendremos una buena ejecución y cumplimiento de metas y retos, logrando beneficios no solo para la entidad, sino también para nosotros mismos. El Grupo Bancolombia me brindó una gran oportunidad, transmitiéndome información desconocida a través de mis jefes inmediatos, permitiéndome establecerme límites frente a los recursos que recibo, ayudarme a proyectar visiones claras y reales, centrarme en mis propósitos, en lo importante que es generar confianza, relacionamiento y cercanía con las personas.

Las reuniones gerenciales, eventos de regularidad, la constante comunicación con las diferentes áreas de la organización a la cual tuve cercanía aportaron en mí, una enseñanza inmensa, demostrando lo valientes que somos, lo que podemos llegar a ser si lo proponemos, lo capaces que somos de cumplir nuestros sueños si nos desempeñamos constantemente, si estamos continuamente aprendiendo, adquiriendo nuevos conocimientos.

Referencias bibliográficas

Bancolombia S.A. (2018). *Quienes somos: Grupo Bancolombia*. Obtenido de Grupo Bancolombia Web Site: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos>

Colombia, S. (S.f). *Con SAS, Bancolombia a la vanguardia en el análisis de la información financiera de los clientes*. Obtenido de Sas: The power to know: https://www.sas.com/es_co/customers/local/bancolombia.html

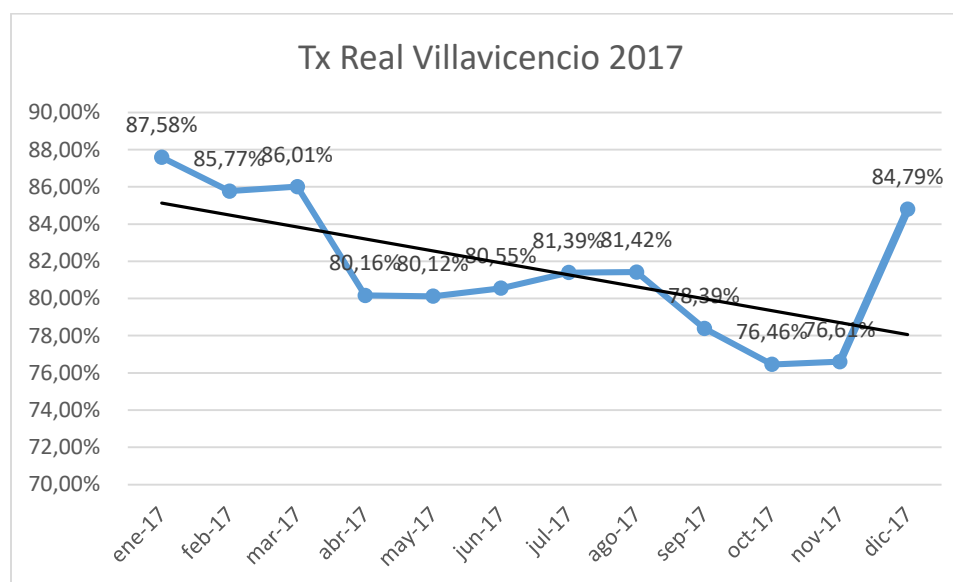
Corporativa Bancolombia S.A. (2018). *Personas y Pymes Colombia*. Obtenido de Pagina Corporativa Bancolombia: <http://vbp13.bancolombia.corp/Col/Paginas/Colombia.aspx>

Dueñas Rincón, L. A. (2018). *Informe Consolidado Zona*. Villavicencio: Bancolombia S.A.

Anexos

Anexo 1. Transaccionalidad por oficina.

Código	Oficina	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17
57	VILLAVICENCIO	87.58%	85.77%	86.01%	80.16%	80.12%	80.55%	81.39%	81.42%	78.39%	76.46%	76.61%	84.79%



Fuente: (Informe Consolidado Zona, 2018)

Anexo 2. Recuperación de Cartera

Iduenas > Adminfo
14:20:39

Resumen De La Obligación

Control:	NUCLEO CREDITO	Nombre Producto:	TARJETAS DE CREDITO	Regional:	6300
Consecutivo Documento Deudor:	33533733	Número Documento:	530371*****8174	Día Vencimiento Cuota:	2017-08-31
Nit:	1121938603	Nombres:	ANDRES DAVID LARA ABELLA	Valor Obligación:	\$ 2,339,721.00
Valor Vencido:	\$ 449,705.00	Categoría Cliente:		Asesor:	7003
Cuotas Mora:	0	Estado Producto:	2	Fecha Último Pago:	2018-05-11
Días Mora:	42	Estado Negociación:	0	125% Tarjeta:	
Fecha Última Gestión:	2018-07-16	Nombre Abogado:	KONECTA 1-30	Fecha Importación:	2018-07-14
Valor Cuota:	\$ 577,443.00	Pago Mínimo En Dolares:	\$ 0.00	Tipo Cliente Sufi:	
Endeudamiento Sufi:					

Direcciones

residencia	oficina	Celular	E-Mail	Referencias	Resumen Últimas Gestiones	Teléfonos Y Direcciones	
Dirección:	CRA 43 58 06 PUNTO CLARO			Ciudad Direccion:	VILLAVICENCIO - META		
Barrio:				Dir. Correspondencia:			
Teléfono:	11111111	Ciudad de Telefono:	VILLAVICENCIO - META	Extensión:		Fecha Actualización:	2018-07-11

Gestión:

Tipo de Gestión: Código de Gestión: **Por favor seleccione un Tipo de Gestión.**

Nota:

se contacta **aa** cliente al **telefono** 321933

Guardar
Características
Documento Cliente
Gestiones Jurídicas
Gestiones Prejurídicas
Solicitudes Cliente
Ver Obligaciones
Ver Otros Datos
Ver Pagos

Opciones de la Tarea

31 Gestiones del día Buscar Obligaciones

Opciones de la obligación

Adjuntar Documentos

Compromisos Futuros

Correo

Documento Cliente

Garantías

Gestionar Cliente

Gestion Extra

Observaciones Jurídicas

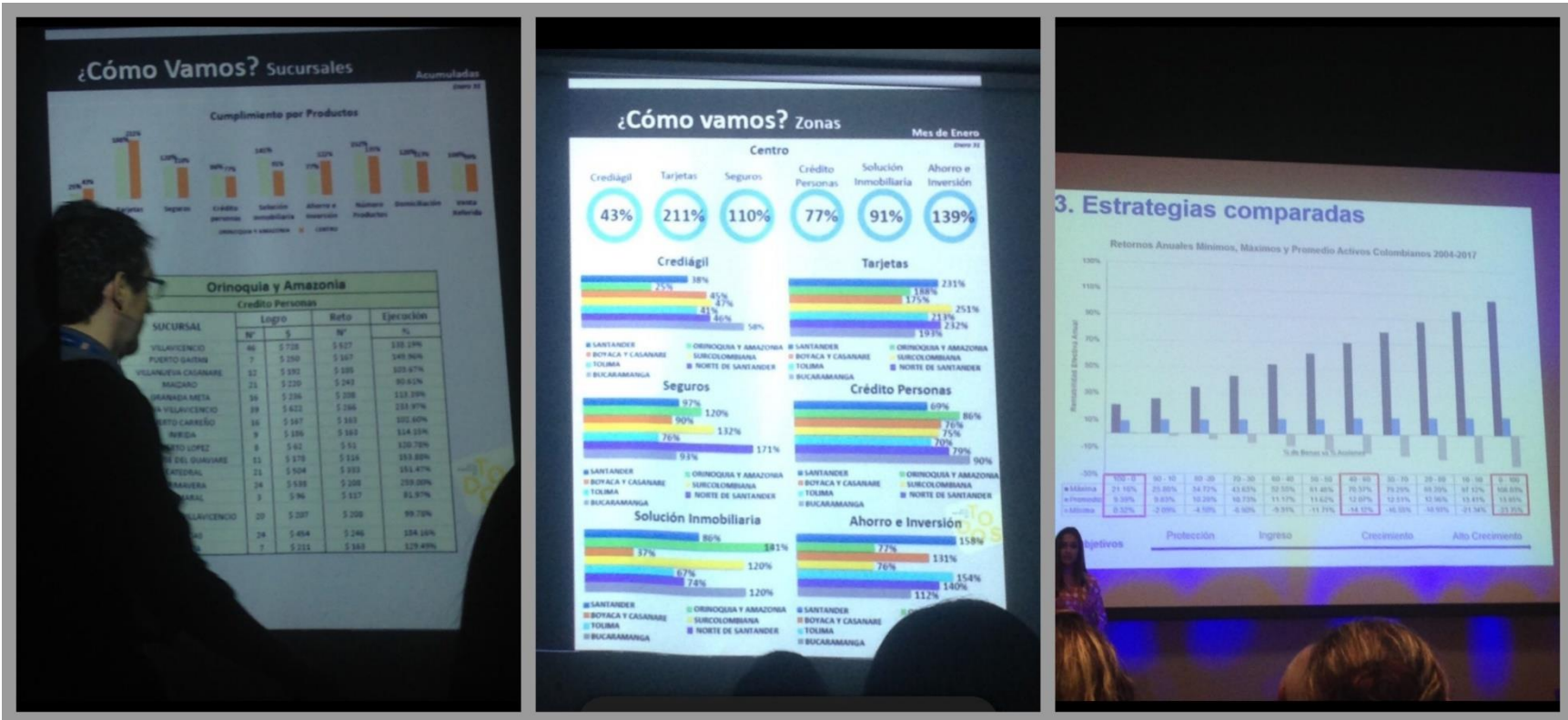
Ver Abogado

Ver Abogado Paralelo

Ver Dueno Tarea

Fuente: (Elaboración Propia)

Anexo 3. Reuniones Bimensuales Gerenciales



Fuente: (Elaboración Propia)

Anexo 4. Proyecciones, Seguimiento Campaña Preferenciales y Pymes, en Soluciones Inmobiliarias

LEGALIZACIÓN DEL CRÉDITO	Observaciones	ESTADO ACTUAL	PAGARE
ESTUDIO DE TITULOS	SIN OBSERVACIÓN	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA INFORME DE ESTUDIO DE TITULOS	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA INFORME DE ESTUDIO DE TITULOS	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS Y CONSTITUCIÓN DE GARANTÍAS	PENDIENTE ENTREGA INFORME DE ESTUDIO DE TITULOS	DESEMBOLSADO	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	BOLETA REPORTADA	OK
ESTUDIO DE TITULOS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	BOLETA REPORTADA	OK
ESTUDIO DE TITULOS Y CONSTITUCIÓN DE GARANTÍAS	PENDIENTE ENTREGA DE DOCUMENTOS POR EL CLIENTE	BOLETA REPORTADA	OK
PERFECTACIONAMIENTO DEL DOCUMENTO	FALTA DE DOCUMENTOS	BOLETA REPORTADA	OK

Fuente: (Elaboración Propia)

LIDERAZGO	DESEMBOLSO	PGC	ZONA	PRONOSTICO INICIAL DEL MES	PRONOSTICO 1-8 JUNIO	DESEMBOLSO 1-8 JUNIO	PRC
% META CUMPLEN %	META DESEMBOLSOS			CANAL #CASOS HIPOTECARIO #CASOS LEASING	HIPOTECARIO LEASING	HIPOTECARIO LEASING	HIPC
3% 35 1 20%	\$ 2,463,000,000 \$ 495,238,942		ORINOQUIA	SUCURSAL 28 \$ 2,617,401,491	\$ 98,180,000	\$ 495,238,942	\$ 14
4 33% 3 1 106%	\$ 414,000,000 \$ 438,074,505			PREFERENCIALES 4 \$ 788,074,505		\$ 438,074,505	
5 5% 38 2 32%	\$ 2,912,000,000 \$ 933,313,447 16%			COLECTIVOS 0 \$ -			
7 2% 42 1 21%	\$ 2,537,000,000 \$ 536,554,300		TOTAL Orinoquia 32 \$ 3,405,475,996 1 \$ 250,000,000	\$ 98,180,000 \$ -	\$ 933,313,447 \$ -	\$ 14	
8 0% 2 0 0%	\$ 276,000,000 \$ -		SUCURSAL 33 \$ 3,086,830,348	\$ 379,208,366	\$ 536,554,300	\$ 33	
9 0% 3 0	\$ - \$ -		PREFERENCIALES 3 \$ 564,162,871				
10 2% 47 1 19%	\$ 2,813,000,000 \$ 536,554,300 9%		COLECTIVOS 0 \$ -				
			TOTAL Boyacá 36 \$ 3,650,993,219 0 \$ -	\$ 379,208,366 \$ -	\$ 536,554,300 \$ -	\$ 33	

Fuente: (Elaboración Propia)

TIPO ID	NUM ID	NOMBRE CLIENTE	NOMBRE EJECUTIVO	ESTADO	OBSERVACIONES
3	17330616	MARCO AURELIO LOPEZ LOZADA	ANA MARIA CASTRO CAMARGO	DESEMBOLSADO	Desembolsado el 8 de Junio.
8	0 00000003277030	RAUL VELASQUEZ GUTIERREZ	ANA MARIA CASTRO CAMARGO	NO INTERESADO	
14	0 00000007718580	EDGAR ANDRES LOSADA WOLF	ANA MARIA CASTRO CAMARGO	NO INTERESADO	
35	0 000000019442226	FERNANDO LEONEL TORRES ANGARITA	JULIANA PATRICIA GALAN JIMENEZ	NO INTERESADO	Cliente definió que aún no lo necesita El cliente solo solicita ampliación de audio prestamo, pero no desea retanqueo.
36	0 000000023553850	FLOR ALICIA CARDENAS PINEDA	JULIANA PATRICIA GALAN JIMENEZ	NO INTERESADO	El cliente es una médica, y en este momento no quiere reingresar a un retanqueo.
37	0 000000074372135	JOSE LEONARDO PUERTO VALDERRAMA	JULIANA PATRICIA GALAN JIMENEZ	NO INTERESADO	El cliente acabó de tomar un credito de consumo, no necesita el retanqueo.
38	0 000000040394185	YOMAIRA ASTRID RODRIGUEZ RIVEROS	LINA SHIRLEY CARRERO TRUJILLO	NO INTERESADO	
43	0 000000086061926	CARLOS EDUARDO CADENA OROS	LINA SHIRLEY CARRERO TRUJILLO	NO INTERESADO	
56	0 000000023272664	ZOLA LEONOR SARMIENTO MORENO	LUCY BERNAL MORENO	NO INTERESADO	
57	0 000000051553171	MERCEDES ALFONSO APONTE	LUCY BERNAL MORENO	NO INTERESADO	
77	0 000000032706055	LILIANA ROSA UJETA RUDAS	MARTHA LILIANA GOMEZ RESTREPO	NO INTERESADO	
87	0 000000086052143	CESAR AUGUSTO ARDILA SUAREZ	MARTHA LILIANA GOMEZ RESTREPO	NO INTERESADO	
88	0 00000112793937	ALEXIS ALEXANDER FERRIGNO BERMUDEZ	MARTHA LILIANA GOMEZ RESTREPO	NO INTERESADO	
89	0	86041861 GREGORIO AMIR RODRIGUEZ QUINTANA	ANA MARIA CASTRO CAMARGO	DESEMBOLSADO	Desembolsado el 27 de Junio//en proceso de desembolso// 19 junio, caso es un retanqueo en base, el avaluo esta indexado, se espera la carta definitiva para solicitar a IQ el control cruzado, el pagare y autorizacion de desembolso se envia hoy al PIC ME COMUNICO CON EL TT / 3176671906 E INFORMA QUE LOS DOCUMENTOS Y LA VISITA ESTA OK, PERO EL PERITO LE SOLICITO UN PLANO EL CUAL ESTA EN GESTION Y EN MENOR TIEMPO POSIBLE LO ENTREGARA.VALIDAR ENTREGA

Fuente: (Elaboración Propia)

Evento: Charla vivienda – TRANSPORTE EJECUTIVO DEL LLANO (ESCOTURS)

OBJETIVOS

- Incrementar la Tubería de negocios de la Oficina 841 Oficina Catedral.
- Mejorar la relación y generar cercanía con LA PYME, brindándoles charla de educación financiera y crédito de vivienda a sus empleados.

La CHARLA DE VIVIENDA se propuso como propuesta de valor ofrecida por Lina Milena Linares Gerente Comercial de la oficina Catedral.

Fecha: 16 de Junio del 2018
Hora: 9:00 AM – 10:30 AM




ACOMPANAMIENTO

La charla de vivienda se llevo a cabo en las instalaciones de la pyme **TRANSPORTE EJECUTIVO DEL LLANO LTDA (ESCOTURS)**, el día **16 de Junio a las 9:00 am**. En la charla se proyectó el video de soluciones inmobiliarias donde se exponen las generalidades del producto crédito hipotecario, beneficios del gobierno y planes de ahorro y financiación. Se expuso puntualmente las características de cada beneficio y se aclararon inquietudes puntuales de algunos funcionarios.



Fuente: (Elaboración Propia)

Anexo 5. Compañeros de Trabajo en la Gerencia de Zona Villavicencio



Fuente: (Elaboración Propia)