



GOBIERNO DE COLOMBIA

BANCOLDEX

PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL



INFORME SAC 2022

Vicepresidencia comercial
Oficina de Servicio al Cliente



Informe SAC Semestre 2022 . Oficina de Servicio al Cliente

INFORMACIÓN

Antecedentes:

El Manual SAC en su numeral 8.3 Estructura Organizacional y Responsabilidades frente al SAC establece presentar un informe semestral, a la Junta Directiva sobre la evolución y aspectos relevantes del SAC.

Conclusión:

El sistema se encuentra al día en su cumplimiento de indicadores de atención, funcionamiento de canales y cumplimiento de normatividad vigente y se han implementado mecanismos para garantizar su mejoramiento continuo.

Resumen Gestión SAC



2022	18.120	84.621 Colocación VCO \$ 77.290 VCD \$ 18.176	7.840	9.069	1.631 Campañas 28% Apertura 7.096.937 Email Enviados	Facebook 5% Instagram 15% Twitter 1% LinkedIn 13%	19.623	9,03	8 Cursos 1.663 Participantes	401 PQR's (64 Quejas)
Var (%)	-46%	63%			133%		-18%			-31%
2021	33.774	51.652			700 Campañas 40% Apertura 6.063.868 Email Enviados	Facebook 3% Instagram 18% Twitter 2% LinkedIn 24%	24.157	8,79	15 Cursos 1.425 Participantes	589 PQR's (88 Quejas) (5 Felicitaciones)
2020	60.975	32.553			213 Campañas 58% Apertura 928.991 Email Enviados	Facebook 21% Instagram 85% Twitter 7% LinkedIn 37%	27.201	8,8	9 Cursos 3.028 Participantes	379 PQR's (7 Felicitaciones)

Resultados NPS 2021 vs 2022 - COMPORTAMIENTO GENERAL

Encuestas contestadas



2021:

5786

2022:

4968

Promotores



79,61 %
(4606)



79,91 %
(3970)

Pasivos



13,62 %
(788)



13,39 %
(665)

Detractores



6,77 %
(392)



6,70 %
(333)



NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

Acciones Preventivas y Correctivas

PQR´s

Implementación de la nueva herramienta de monitoreo y registro de las PQRs - Smart Supervisión.

1



Inclusión

Implementación del Protocolo de Atención a Personas en Condición de Discapacidad Auditiva

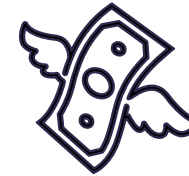
2



Cartera

Implementación de Campaña de Cobranza de cartera en Mora.
Atención en primer nivel de requerimientos de cartera.

3



DCF

Implementación de la circular 013 “Fortalecimiento la Figura del Defensor del Consumidor Financiero”

4



Inteligencia Artificial

Implementación herramienta de analítica de voz Speech Analytics para análisis de la voz del cliente

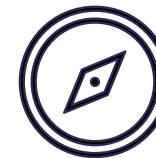
5



Customer Experience

Inicio Proyecto “Experiencia de Cliente Bancoldex” : Fase 1: Levantamiento Customer Journey Maps por producto, Benchmarking. 2023:Diseño de Roadmap estrategia de Experiencia de cliente

6



INDICE

1

Sistema SAC

2

Estructura Organizacional

3

Canales de Atención

4

Indicadores

5

Educación Financiera

6

Informe de Quejas y Reclamos

1. Sistema SAC



Sistema de Atención al Consumidor Financiero

LEY 1328 DEL 2009

- Régimen de Protección al Consumidor Financiero - Implementación de un SAC (Entidades vigiladas)

SAC



SAC CONTENIDO MÍNIMO

- Políticas, procedimientos y controles.
- Educación financiera.
- Capacitación a funcionarios
- Mecanismos de comunicación.
- Procedimientos para atención de PQR

PLAN

- Educación financiera.
- Ofrecer información suficiente, clara y oportuna.
- Calidad en el proceso de atención de derechos de petición, quejas y reclamos
- Consolidar una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros.
- Proteger los derechos del consumidor financiero



SAC BANCÓLDEX

- Auditorías
- Plan anticorrupción
- Informes de sostenibilidad
- FURAG
- SIRECI
- SMGI
- Comité de Asobancaria SAC (mensual)

2. Estructura Organizacional



Estructura Organizacional del SAC



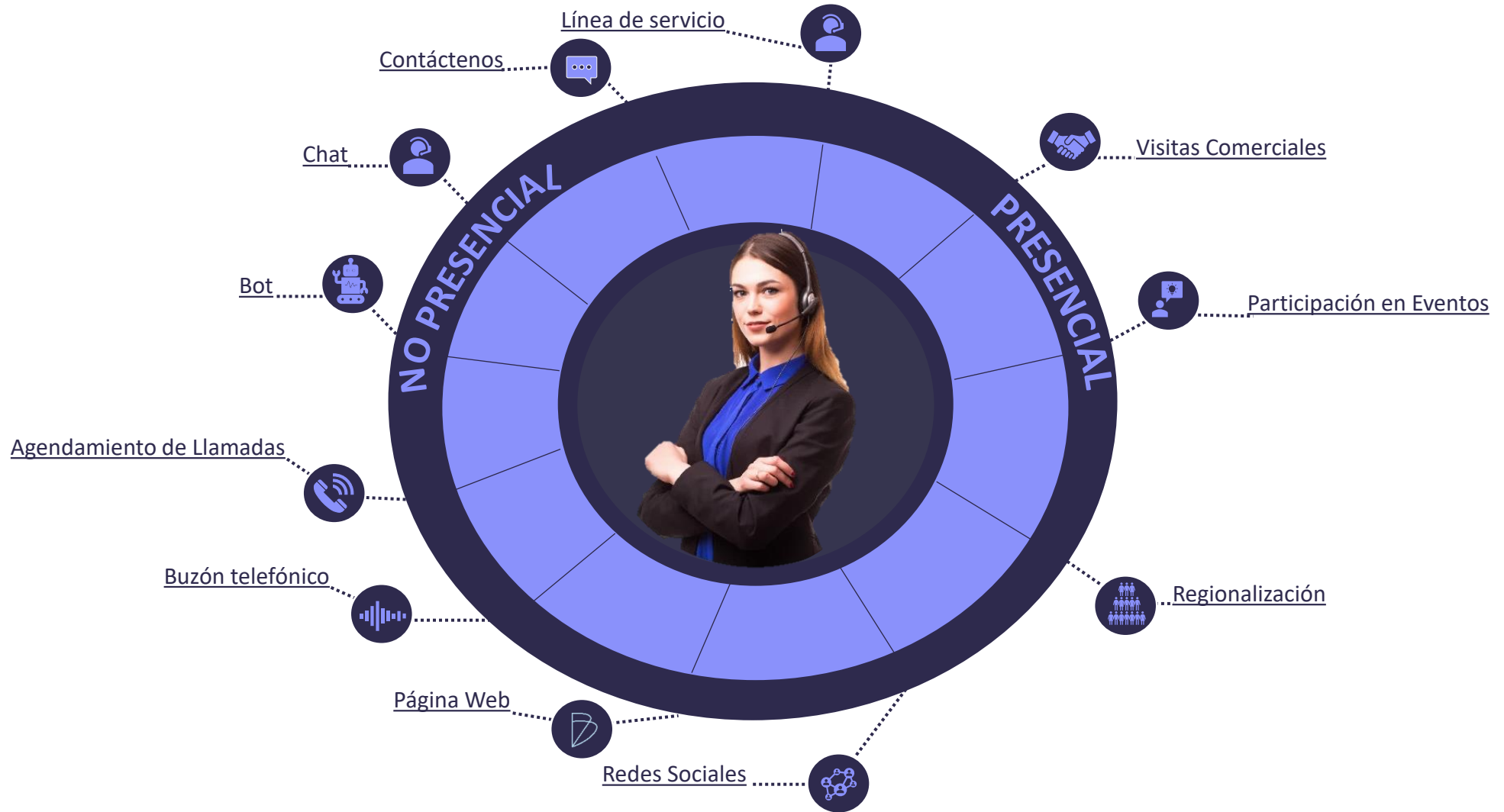
Áreas que gestionan el SAC



3. Canales de Atención



Canales de Atención



NO Presencial Outbound

Registros Gestionados

84.621

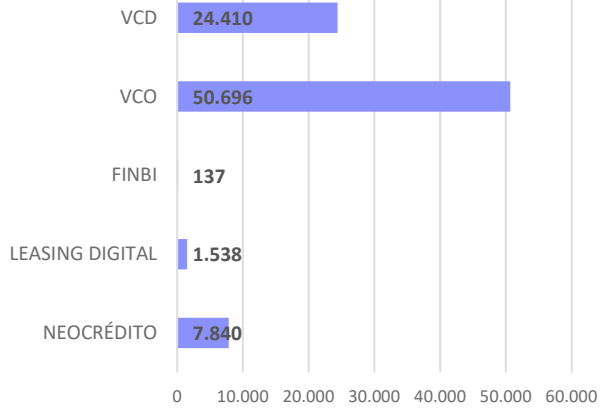
Efectividad

41%

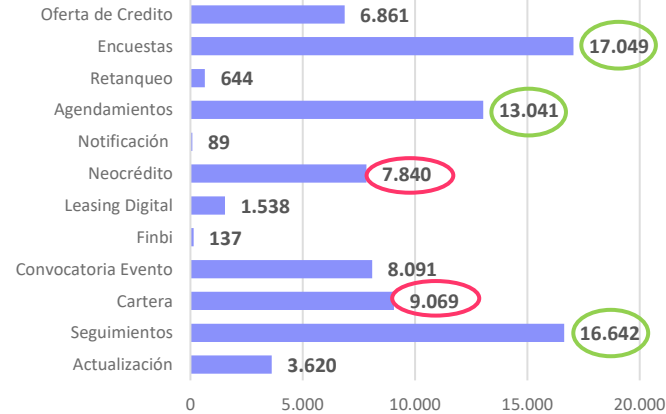
Colocación

VCO \$ 77.290
VCD \$ 18.176

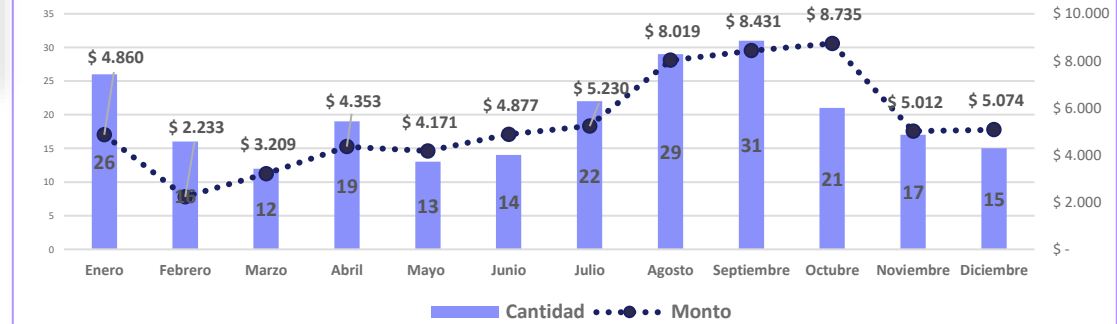
Número de Registros Outbound



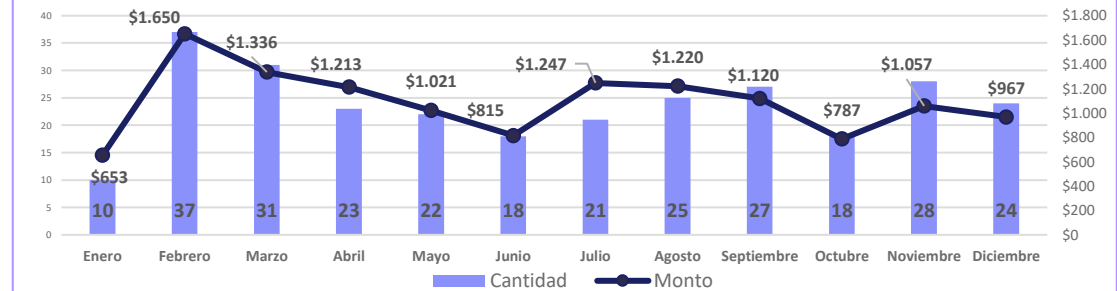
Tipo de Campaña



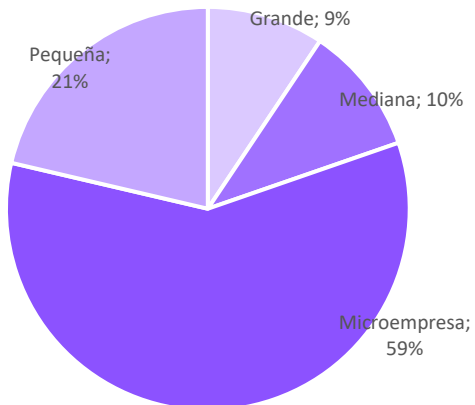
Colocación Contact Center \$ 64.204.190.083



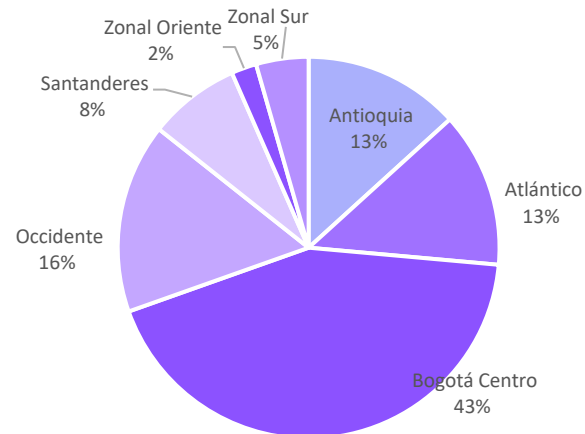
Colocación Equipo Micro \$ 13.086.141.783



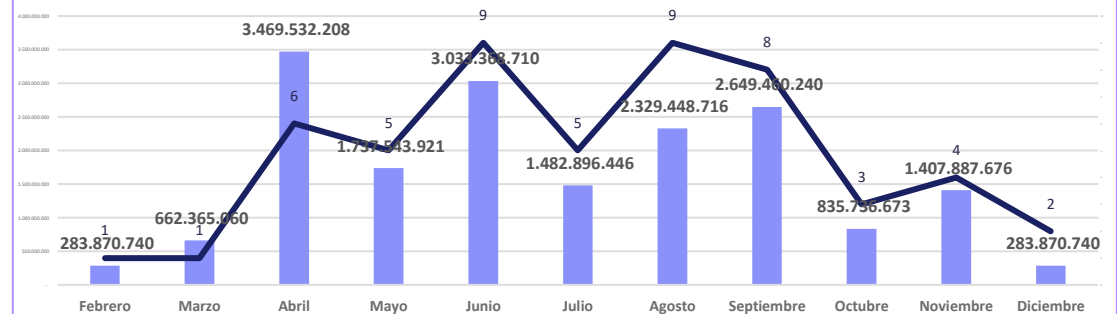
Tamaño de Empresas



Regional Zonal



Desembolsos VCD \$ 18.175.981.130

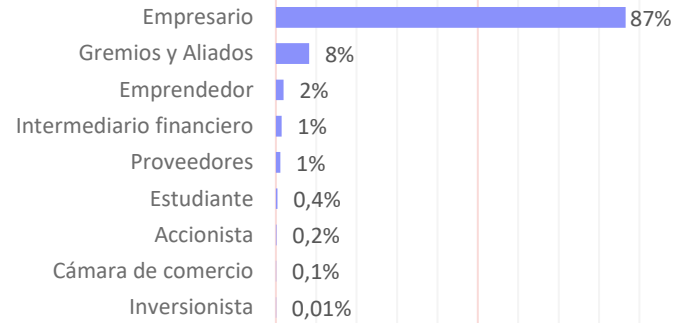


NO Presencial Inbound

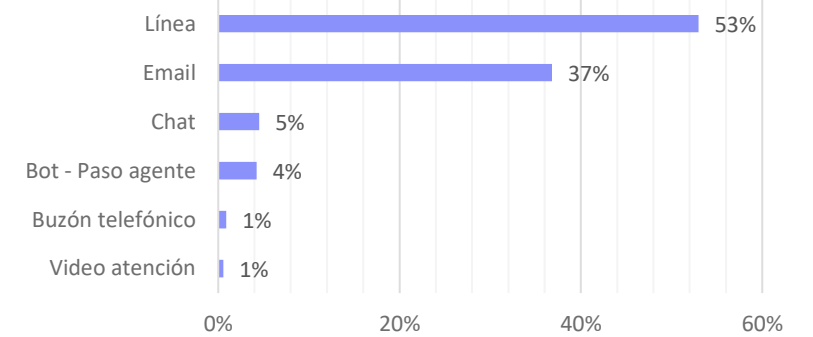
Consultas Recibidas

18.120

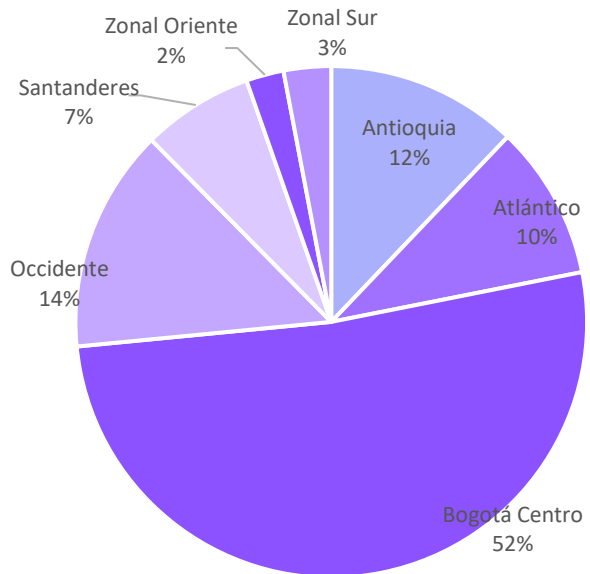
¿Quién nos consulta?



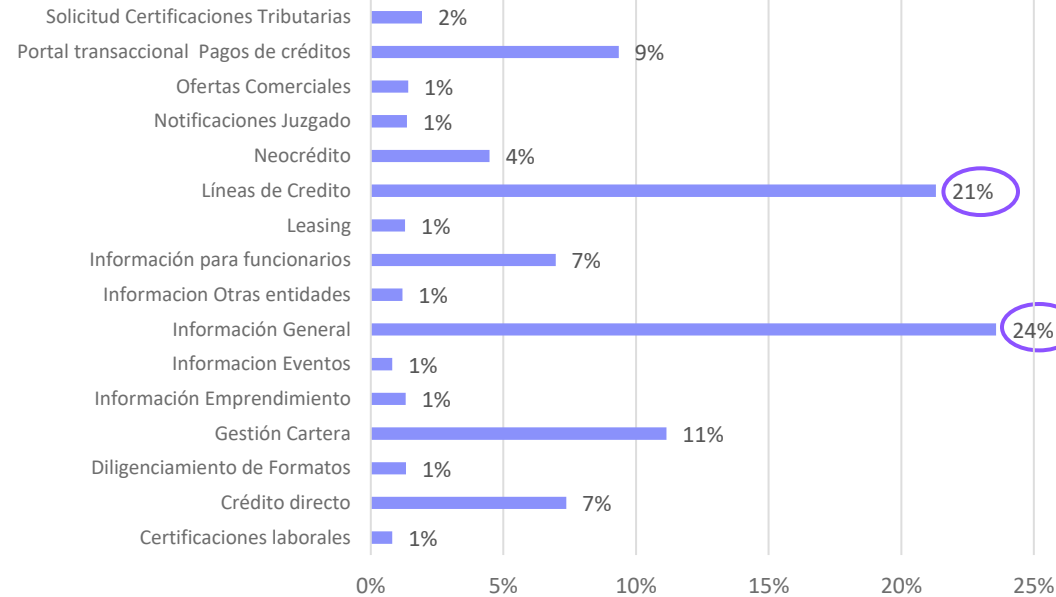
¿Por qué canal nos consulta?



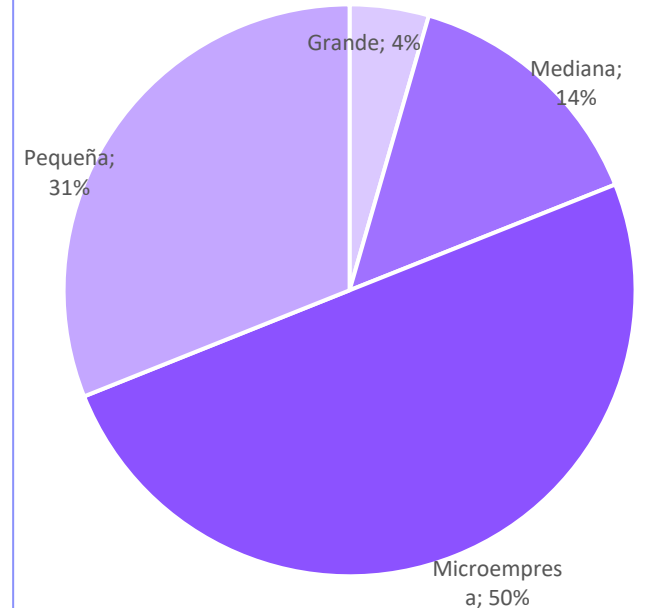
¿De qué regiones nos consultan?



Información que Consultan



Tamaño de las Empresas



Marketing Digital - mailing



POCIONAMIENTO (Newsletter + Cartas bienvenida clientes + Corporativos)

- 1.145 campañas*
- 5.495.940 e-mail entregados
- 1.356.434 aperturas (23%)



JORNADAS REGIONALES

- 386 campañas
- 627.593 e-mail entregados
- 197.360 aperturas (36%)



PROMOCION DE PRODUCTOS

- 68 campañas
- 589.068 e-mail entregados
- 127.595 aperturas (30%)



FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

- 32 campañas
- **384.336** e-mail entregados
- 99.085 aperturas (22%)

No Presencial – Redes Sociales



- Incremento de 189.010 contactos, un **31 %** con respecto al segundo semestre del 2022. Lo que significa mayor cobertura.
- Total de usuarios que visitaron la página web de 239.077, con un incremento de 5.013 usuarios con respecto al segundo semestre del 2021.
 - Nacionales 11%
 - Internacionales 36%



No Presencial – Redes Sociales

5%

Seguidores: 19.452
Interacciones: 157.917
Publicaciones: 537

Facebook



1%

Seguidores: 77.734
Interacciones: 57.021
Publicaciones: 856

Twitter



7%

Seguidores: 5.428
Interacciones: 72.949 (vistas)
Publicaciones: 122

Youtube



15%

Seguidores: 9.570
Interacciones: 6.759
Publicaciones: 415

Instagram

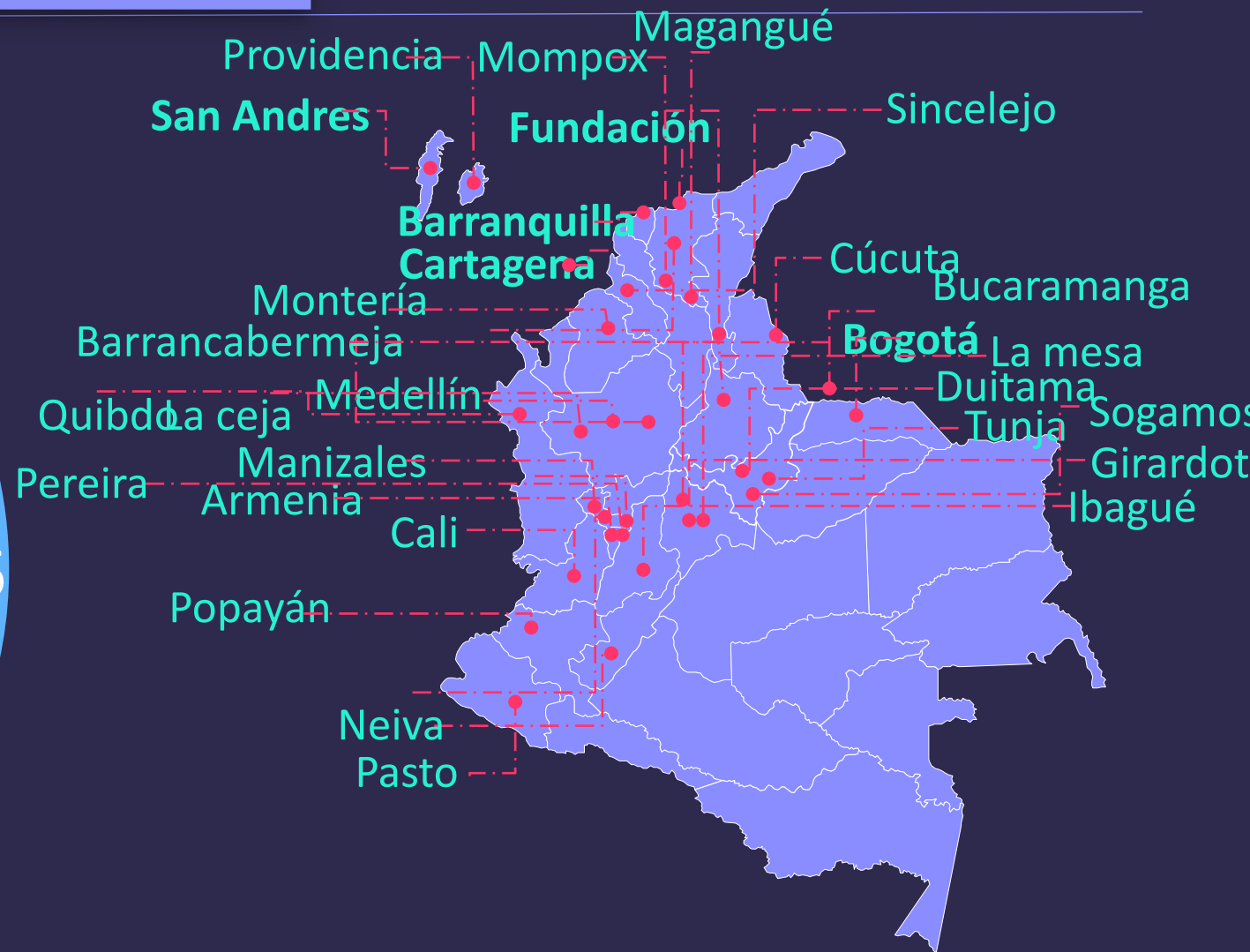


13%

Seguidores: 63.296
Interacciones: 38.119
Publicaciones: 315

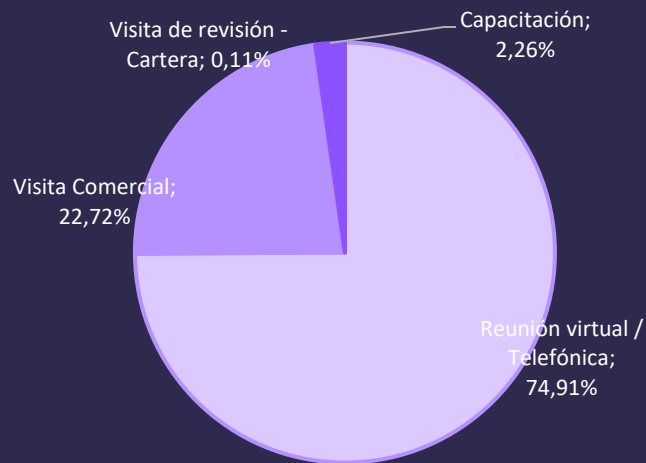
LinkedIn

Estrategia Regionalización

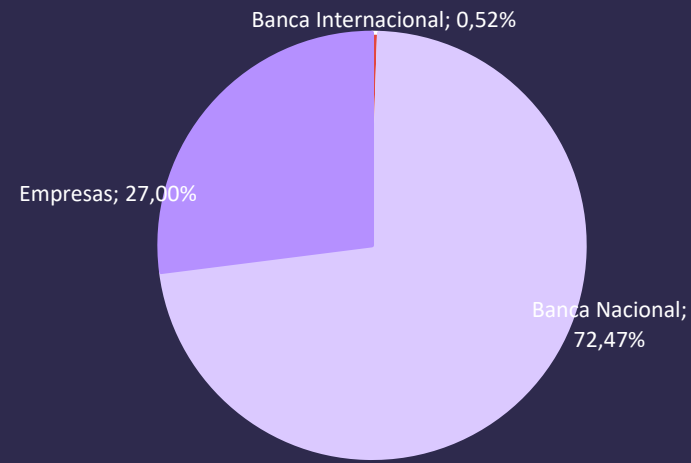


Presencial - Vicepresidencias Comerciales

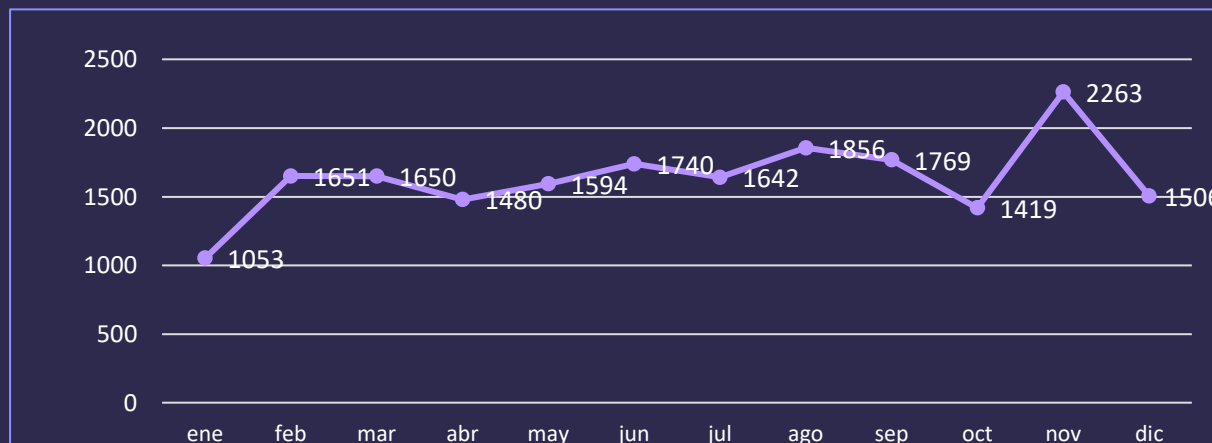
Tipo de Evento



Grupo de Interés



Número de Visitas



4. Indicadores de Satisfacción



Objetivo de Medición de Satisfacción



- ❑ Medir el grado de satisfacción de los clientes, usuarios y grupos de interés con el servicio recibido en Bancóldex.
- ❑ Determinar el nivel de probabilidad de recomendación positiva por parte de los encuestados a otros usuarios.
- ❑ Identificar la percepción y/o imagen que tienen los usuarios de Bancóldex a partir de la experiencia con los productos.
- ❑ Conocer la opinión sobre el esfuerzo que realizan los usuarios para adquirir los producto que ofrece Bancóldex.

Indicadores Evaluados

Satisfacción

- Califique en una escala de 1 a 10, donde 1 es totalmente insatisfecho y 10 es totalmente satisfecho. ¿Indíquenos su grado de satisfacción con el servicio recibido?

Promoción

- Califique en una escala de 1 a 10, donde 1 es nada probable y 10 es muy probable, ¿con qué probabilidad recomendaría a Bancóldex a un amigo, compañero o colega?

Permanencia

- Califique en una escala de 1 a 10, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo por favor indíquenos, ¿volvería a utilizar los productos y servicios de Bancóldex?

Preferencia

- Califique en una escala de 1 a 10, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo ¿Considera que los productos y servicios del Banco se adaptan a sus necesidades, son útiles, diferenciadores y mejores que las de otras entidades?

Esfuerzo

- Califique en una escala de 1 a 10, donde 1 representa poco esfuerzo / fácil y 10 representa mucho esfuerzo / difícil, por favor indíquenos ¿Qué tanto esfuerzo realiza para acceder a los productos y servicios del banco?

Resultado de Encuesta General

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Campus Virtual	Crédito	Crédito Comprador	Crédito Directo Microfinancieras	Factoring	Leasing	Liquidex	No aplica	Redescuento y Leasing	Total
Cientes VCO		12	4		1	3	6		2549	2575
Educacion Financiera	1663									1663
Prospectos VCO		1			1			312	6	320
Cientes VCD		134			15	34	11			194
IF Vigilados								182		182
EOCMS				34						34
Total	1663	147	4	34	17	37	17	494	2555	4968

2022 - 2021

NOTA PROMEDIO POR GRUPO DE INTERES

5,07

Esfuerzo

4,85

Esfuerzo

9,21

Permanen...

9,28

Permanen...

8,84

Preferencia

8,93

Preferencia

9,14

Promoción

9,11

Promoción

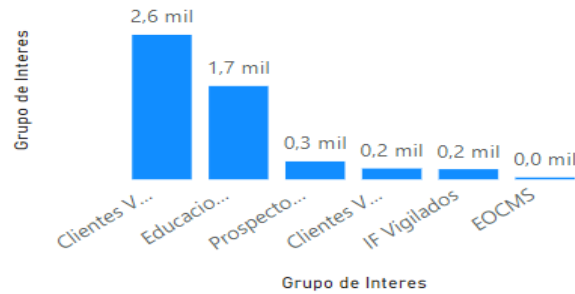
9,03

Satisfacción

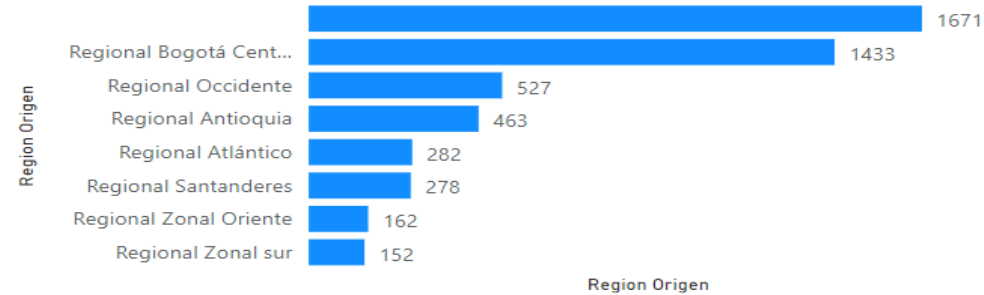
8,98

Satisfacción

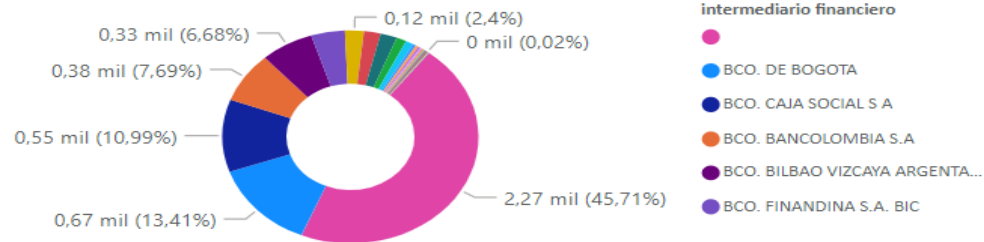
GRUPO DE INTERES



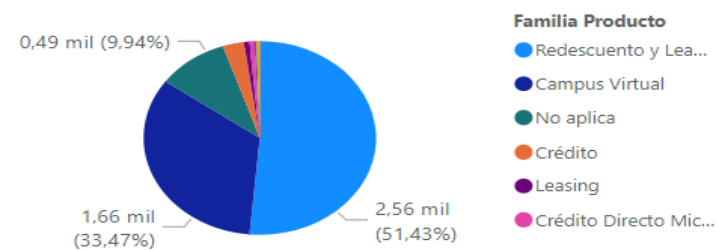
REGIONALES



INTEMEDARIOS FINANCIEROS



FAMILIA DE PRODUCTOS



Cientes VCO

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Crédito	Crédito Comprador	Factoring	Leasing	Liquidex	Redescuento y Leasing	Total
Cientes VCO	12	4	1	3	6	2549	2575
Total	12	4	1	3	6	2549	2575

NOTA
PROMEDIO
POR GRUPO DE
INTERES

4,09

Esfuerzo

9,09

Permanen...

8,69

Preferencia

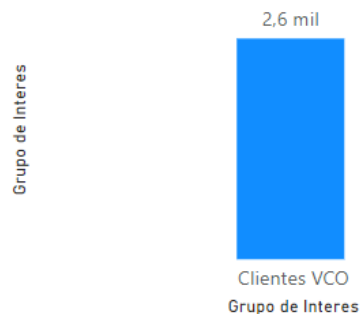
9,02

Promoción

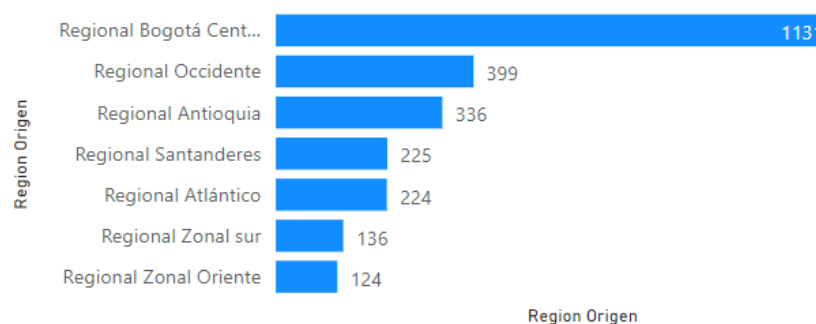
8,93

Satisfacción

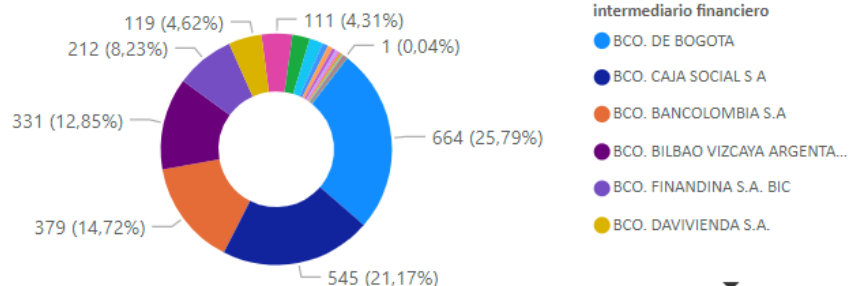
GRUPO DE INTERES



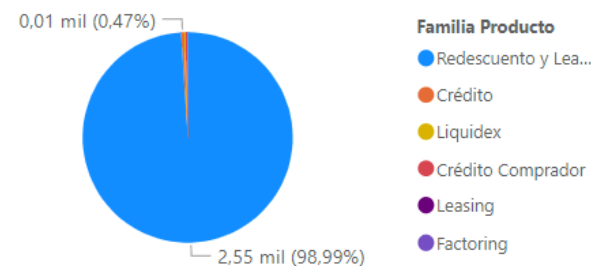
REGIONALES



INTEMEDARIOS FINANCIEROS



FAMILIA DE PRODUCTOS



Intermediarios Financieros Vigilados

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	No aplica	Total
IF Vigilados	182	182
Total	182	182

NOTA
PROMEDIO
POR GRUPO DE
INTERES

4,68

Esfuerzo

9,59

Permanen...

9,00

Preferencia

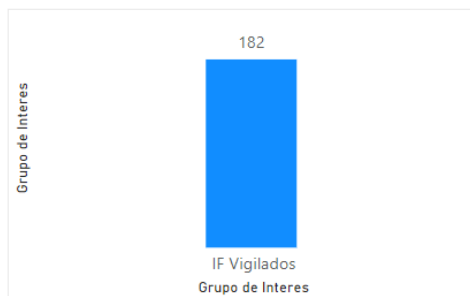
9,49

Promoción

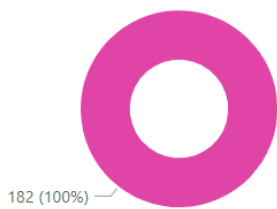
9,36

Satisfacción

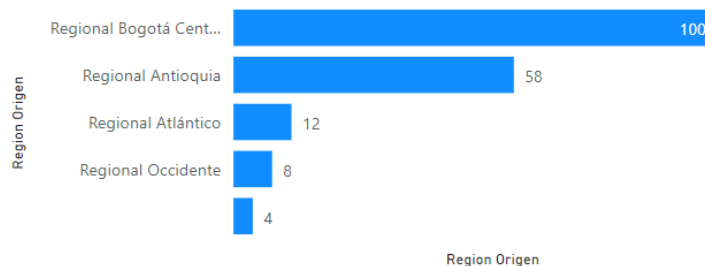
GRUPO DE INTERES



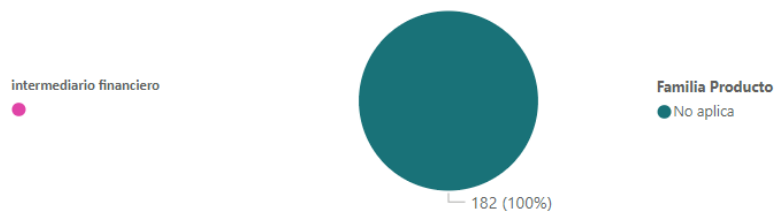
INTEMEDIARIOS FINANCIEROS



REGIONALES



FAMILIA DE PRODUCTOS



FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Crédito Directo Microfinancieras	Total
EOCMS	34	34
Total	34	34

NOTA PROMEDIO POR GRUPO DE INTERES

4,35

Esfuerzo

9,68

Permanen...

9,15

Preferencia

9,53

Promoción

9,32

Satisfacción

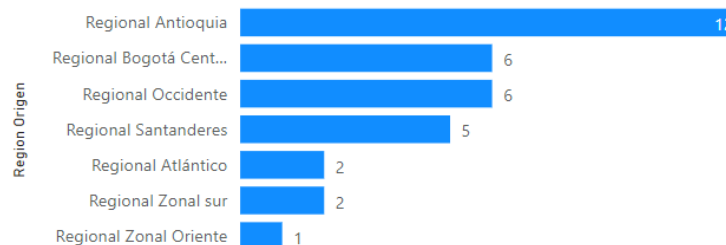
GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes



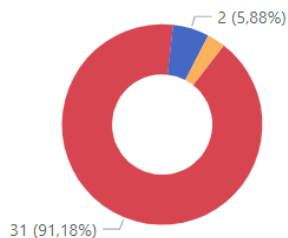
EOCMS
Grupo de Interes

REGIONALES



Region Origen

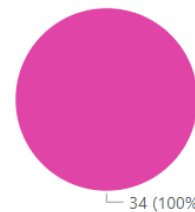
INTERMEDIARIOS FINANCIEROS



intermediario financiero

- No aplica
- CORPORACION DE CREDITO CO...
- INKLUSIVA S.A.S

FAMILIA DE PRODUCTOS



Familia Producto

- Crédito Directo Mic...

Prospectos VCO

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Crédito	Factoring	No aplica	Redescuento y Leasing	Total
Prospectos VCO	1	1	312	6	320
Total	1	1	312	6	320

NOTA PROMEDIO POR GRUPO DE INTERES

5,45

Esfuerzo

8,44

Permanen...

7,75

Preferencia

8,38

Promoción

8,32

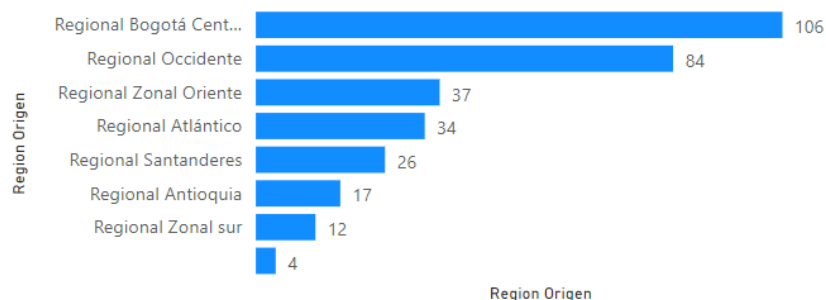
Satisfacción

GRUPO DE INTERES

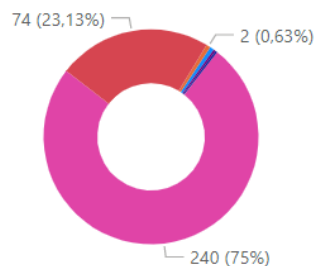
Grupo de Interes



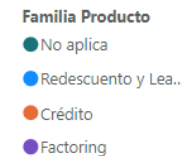
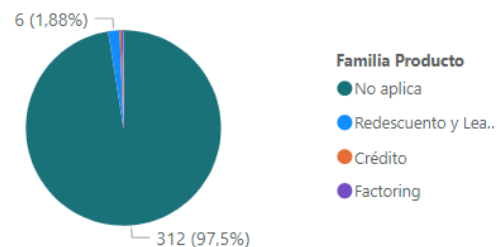
REGIONALES



INTEMDIARIOS FINANCIEROS



FAMILIA DE PRODUCTOS



Cientes VCD

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Crédito	Factoring	Leasing	Liquidex	Total
Cientes VCD	134	15	34	11	194
Total	134	15	34	11	194

NOTA
PROMEDIO
POR GRUPO DE
INTERES

4,89

Esfuerzo

9,37

Permanen...

9,00

Preferencia

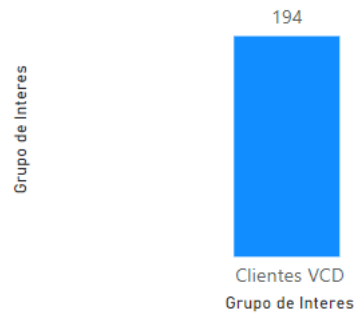
9,18

Promoción

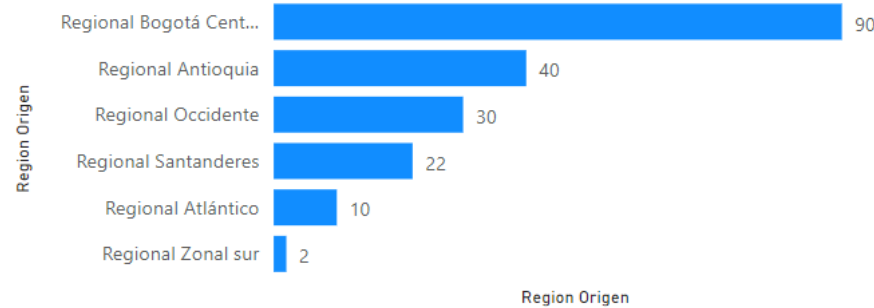
9,01

Satisfacción

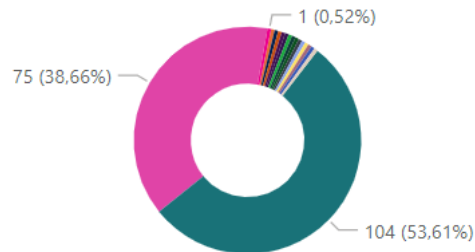
GRUPO DE INTERES



REGIONALES



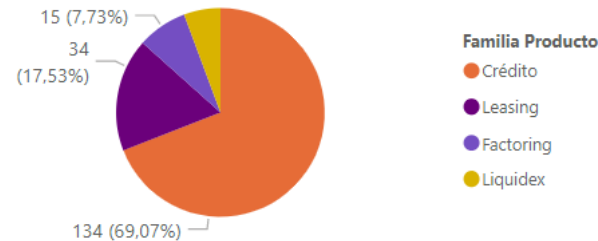
INTEMEDARIOS FINANCIEROS



intermediario financiero

- BANCOLDEX
- ANTIOQUEÑA DE RESORTES S.A.S
- BCO. BANCOLOMBIA S.A
- COMERCIALIZADORA INTERNAC...
- COMESTIBLES DAN S.A.

FAMILIA DE PRODUCTOS



Familia Producto

- Crédito
- Leasing
- Factoring
- Liquidex

Educación Financiera

FAMILIAS POR GRUPO DE INTERES

Grupo de Interes	Campus Virtual	Total
Educacion Financiera	1663	1663
Total	1663	1663

NOTA PROMEDIO POR GRUPO DE INTERES

6,58

Esfuerzo

9,49

Permanen...

9,24

Preferencia

9,41

Promoción

9,29

Satisfacción



Resultado General - Satisfacción

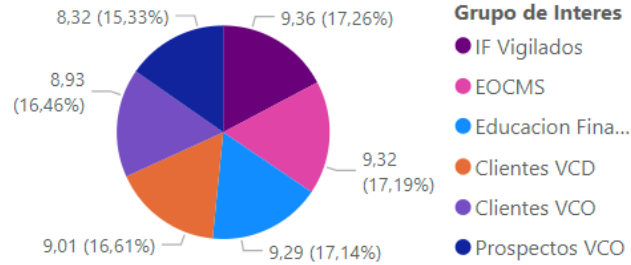
NOTA PROMEDIO

9,03

Satisfacción

RESPUESTAS ENCUESTA CON RELACION A LA SATISFACION

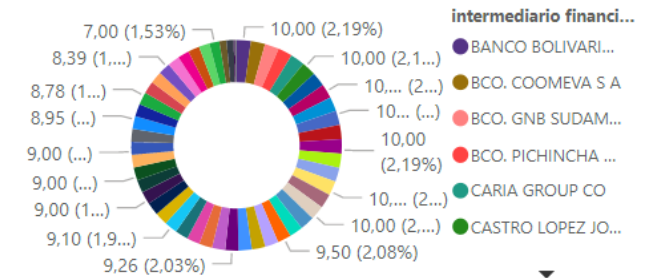
GRUPO INTERES



REGIONAL



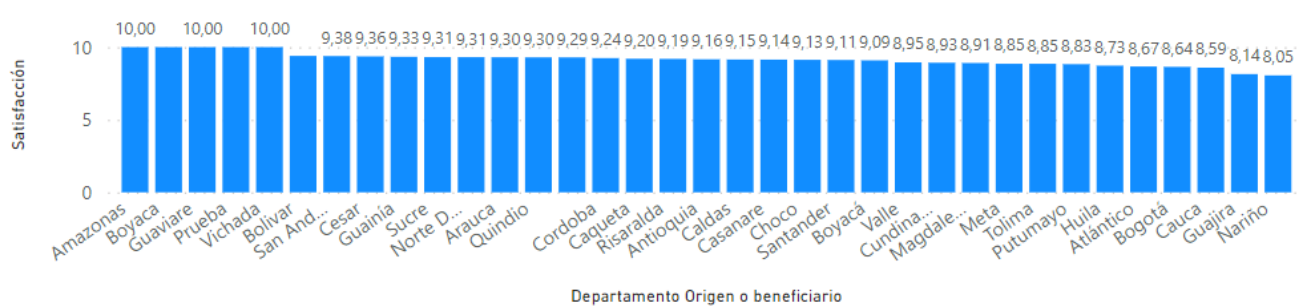
INTERMEDIARIO FINANCIERO



TIPO DE EMPRESA



DEPARTAMENTO



Resultado General - Promoción

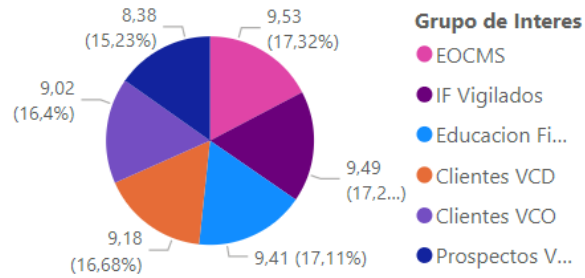
NOTA PROMEDIO

9,14

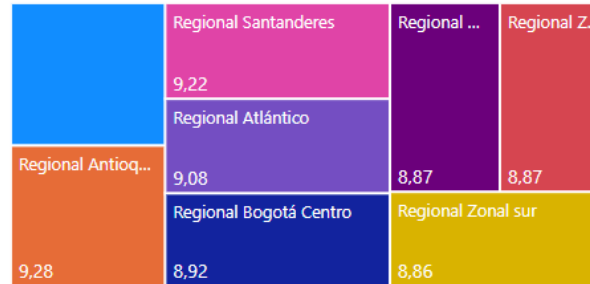
Promoción

RESPUESTAS ENCUESTA CON RELACION A LA PROMOCION

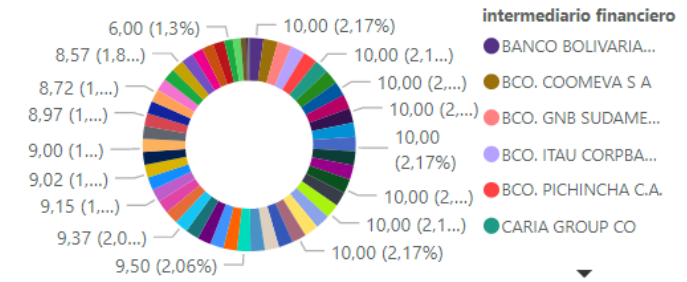
GRUPO INTERES



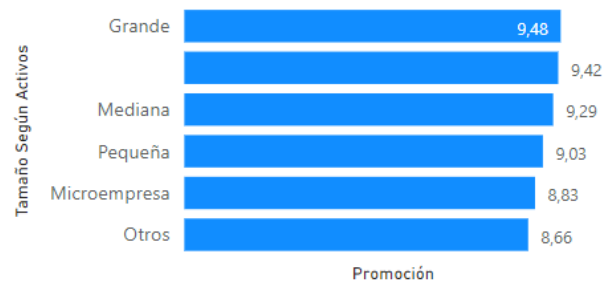
REGIONAL



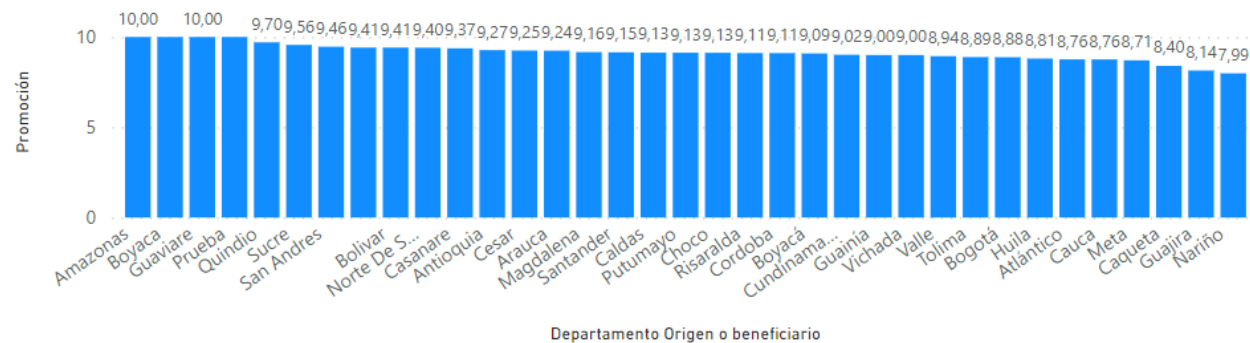
INTERMEDIARIO FINANCIERO



TIPO DE EMPRESA



DEPARTAMENTO



Resultado General - Permanencia

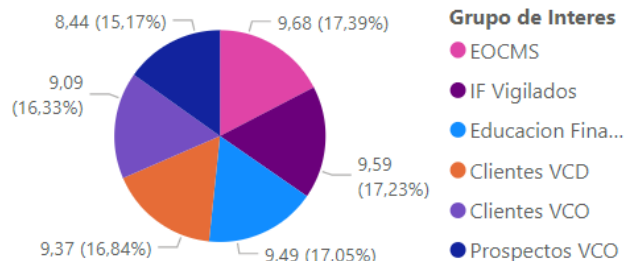
NOTA PROMEDIO

9,21

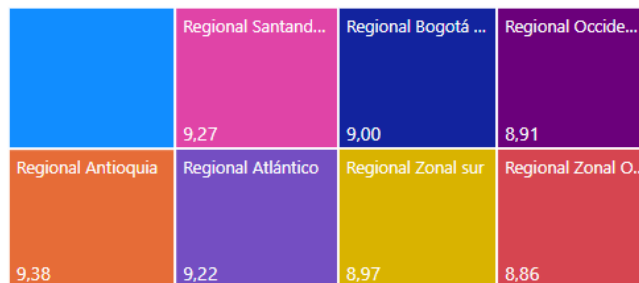
Permanencia

RESPUESTAS ENCUESTA CON RELACION A LA PERMANENCIA

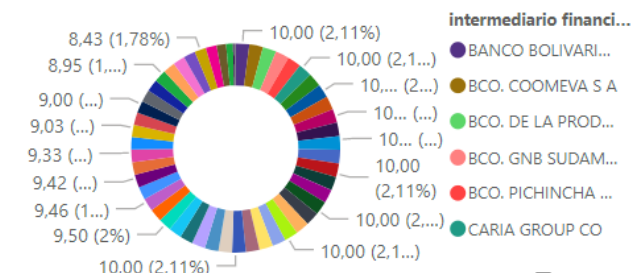
GRUPO INTERES



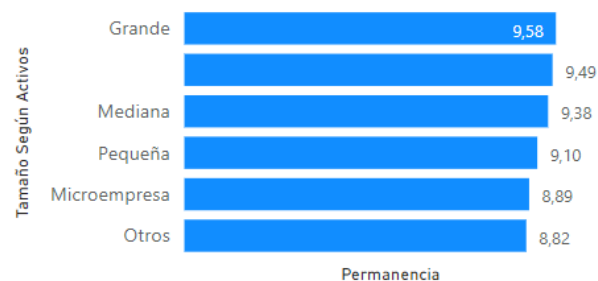
REGIONAL



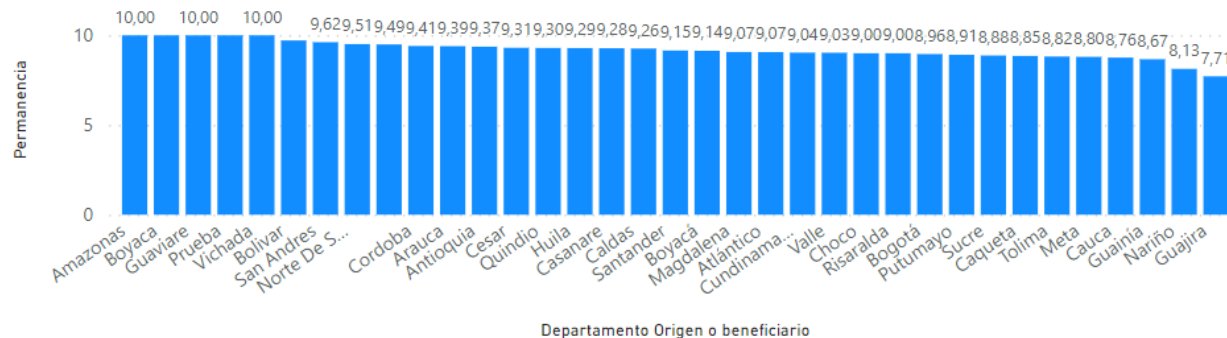
INTERMEDIARIO FINANCIERO



TIPO DE EMPRESA



DEPARTAMENTO



Resultado General - Preferencia

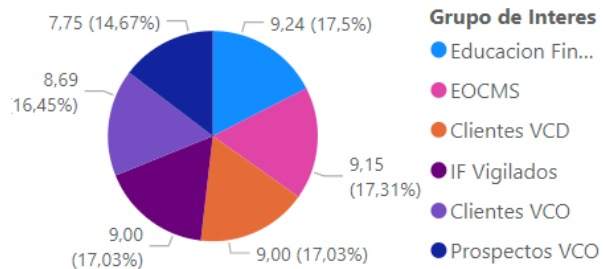
NOTA PROMEDIO

8,84

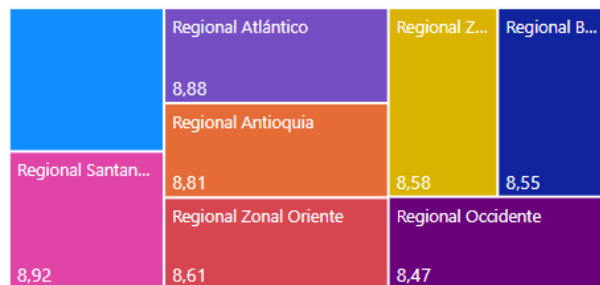
Preferencia

RESPUESTAS ENCUESTA CON RELACION A LA PREFERENCIA

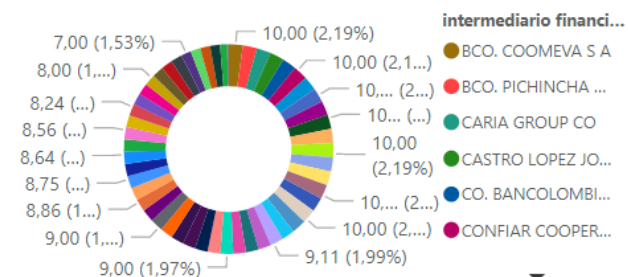
GRUPO INTERES



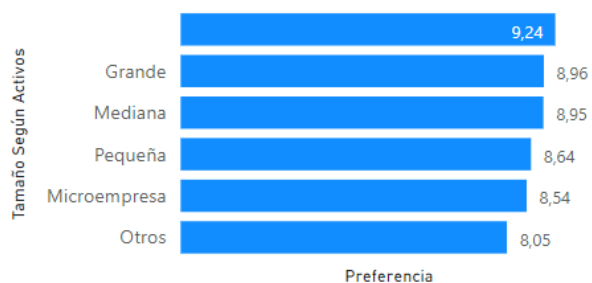
REGIONAL



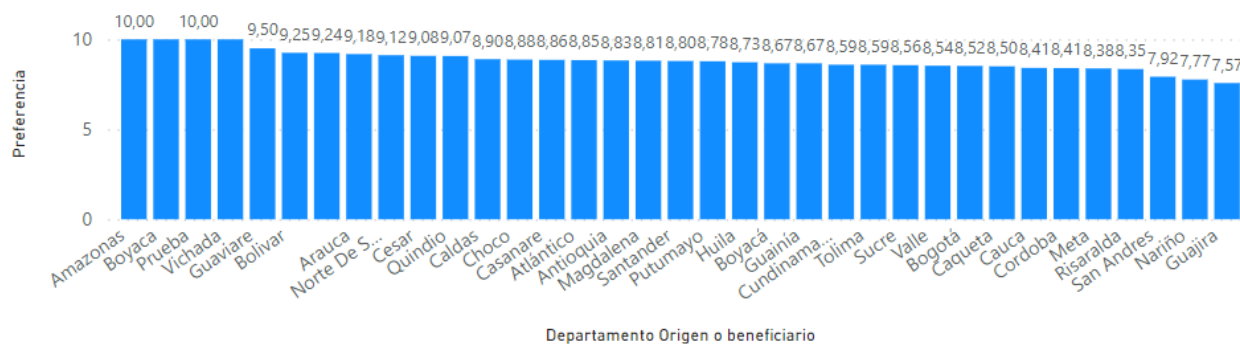
INTERMEDIARIO FINANCIERO



TIPO DE EMPRESA



DEPARTAMENTO



Departamento Origen o beneficiario

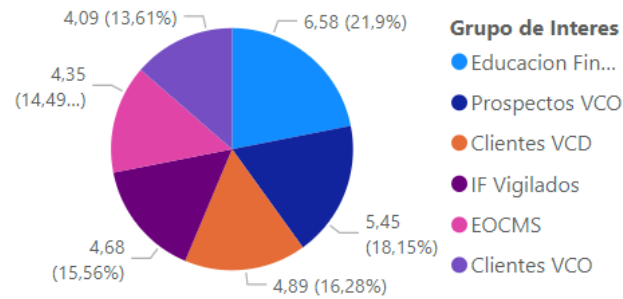
Resultado General - Esfuerzo

NOTA PROMEDIO

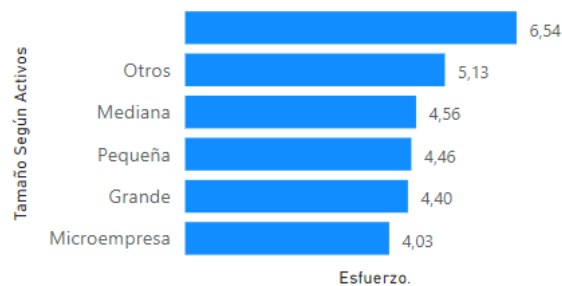
5,07

Esfuerzo

GRUPO INTERES

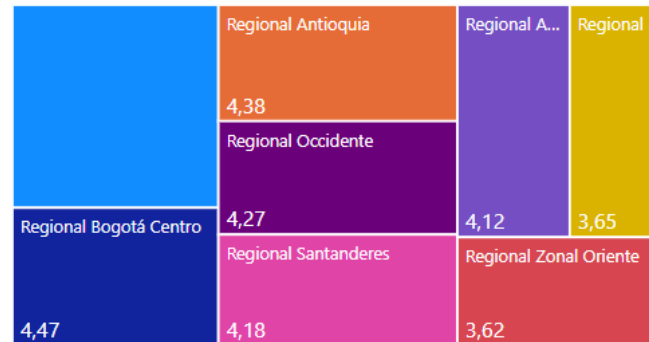


TIPO DE EMPRESA

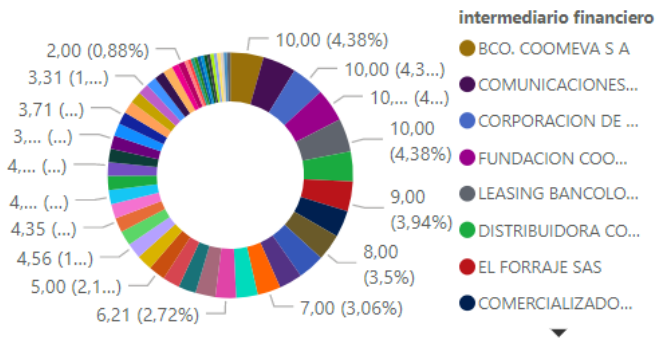


RESPUESTAS ENCUESTA CON RELACION AL ESFUERZO

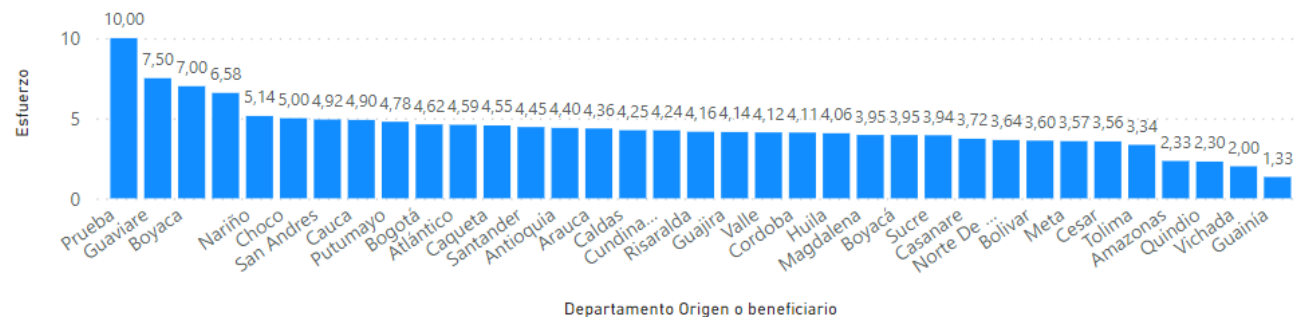
REGIONAL



INTERMEDIARIO FINANCIERO



DEPARTAMENTO



Departamento Origen o beneficiario

Opiniones de los encuestados



CLIENTES VCO

- ✓ “Fue un servicio excelente”
- ✓ “Me fue excelente con el banco”
- ✓ “Hasta el momento ha sido fácil acceder a los recursos y estoy conforme con el servicio”
- ✓ “Estoy conforme con el servicio”
- ✓ “Fue una buena experiencia”
- ✓ “La atención del asesor siempre ha sido muy buena”

- ✗ “Estoy en desacuerdo con el seguro de vida”
- ✗ “La entidad bancaria no cumple con las condiciones ya que generan incrementos del interés VS las tasas pactadas del crédito”
- ✗ “La tasa de interés es muy alta al igual que las cuotas teniendo en cuenta el tiempo que tiene el crédito”
- ✗ “Estoy inconforme con la condiciones que genera el IF”
- ✗ “Es una entidad muy irresponsable porque me encuentro con un doble pago. Me siento engañada con banco Bogotá”
- ✗ “Me están cobrando mensualmente un valor adicional y estoy en desacuerdo con Banco caja social”
- ✗ “Piden muchos documentos”
- ✗ “Intermediario se comunican por llamadas de cobranzas preventiva”
- ✗ “No fue muy buena la información de las condiciones del crédito”
- ✗ “No se cumple con las condiciones pactadas desde un principio, soy cliente hace 12 años y con la ultima línea de crédito subían las cuotas en cada mes”.
- ✗ “incomodidad por demora en la aprobación del crédito y desembolsos”
- ✗ “Nunca me enviaron tabla de amortización”
- ✗ “Estoy insatisfecho por el incremento de cuota sin previa información”

EOCMS

- ✓ “Excelente servicio”
- ✓ “Felicitó la gestión comercial de Hernando Castro - Área de Microcrédito”
- ✓ “Es una entidad que se encuentra a disposición de dar asesoría”
- ✓ “El personal es muy amable”

- ✗ “Tasas muy altas y por eso no se hace diferencia a las demás entidades”
- ✗ “Vale la pena revisar las tasas de interés”
- ✗ “Con el gobierno anterior había mas flexibilidad para ofrecer los recursos Bancóldex”
- ✗ “Bancóldex tiene muchos productos para Bancos pero para Microfinancieras no son muy claros. No se especifica como se utilizarían los recursos y adicionalmente faltan mas capacitaciones para las EOCMS y no limitarse solamente e enviar circulares ya que no sabemos si podemos tomar los recursos o son dirigidos para bancos exclusivamente”
- ✗ “Proceso de afiliación muy extenso”

PROSPECTOS VCO

- ✓ Indica que las tasas son muy asequibles
- ✓ La asesoría es buena pero el proceso para entregar los recursos es muy complejo.
- ✓ Empresario confirma seria mejor el proceso si fuera directo con Bancóldex y no por medio de un intermediario (tercero).

- ✗ Intereses muy altos. Muy complicado acceder a recursos y le gustaría que se manejaran créditos directos y no a través de Intermediarios
- ✗ Cliente manifiesta estar insatisfecha con el proceso ya que segun comenta intento varias veces adquirir recursos con el Banco pero nunca fue posible.
- ✗ No son fáciles ya que se hacen por medio de intermediario este pone muchas trabas.
- ✗ El proceso es muy demorada, por ende fue muy complicado acceder a los productos del banco.
- ✗ Empresario confirma que las entidades bancarias solo ofrecen los créditos del banco y no los de Bancóldex.

CLIENTES VCD

- ✓ “Es bueno el servicio en cuanto a tasas de interés”
- ✓ “Me ha ido muy bien con los servicios de Bancóldex, me siento muy satisfecha
- ✓ Nos indica que le ha ido muy bien con los servicios de Bancóldex, que se siente muy satisfecha
- ✓ Encuesta realizada satisfactoriamente, sugiere abrir nuevas líneas de crédito
- ✓ Es bueno el servicio en cuanto a tasas de intereses, sin embargo el tiempo de desembolso es bastante largo tubo muchos inconvenientes.

- × “Proceso tedioso”
- × “Las personas que están frente al proceso no tienen conocimiento del producto ya que hicieron pagar unos intereses innecesarios”
- × “Tiempos de respuesta muy largos”
- × “Información emitida a clientes Bancóldex a través de correo es muy saturada”
- × “Tiempo de desembolsos es bastante largo y tuvo muchos inconvenientes”
- × “El seguro de vida es de muy alto valor, teniendo en cuenta que el crédito ya venía amparado por el fondo nacional de garantía”
- × “La plataforma de Leasing no permite realizar la búsqueda”
- × “Falta de emisión de extractos periódica ya que no se evidencian mensualmente”
- × “Tasas de interés son bastante elevadas”
- × “No hay mucha información y números de contacto para temas de intereses y cobros”
- × La plataforma de leasing no permite realizar búsqueda.
- × Sería bueno que den la información de que existe la herramienta del portal PSE.
- × Es una entidad muy costosa.

Resultados NPS 2021 vs 2022 - COMPORTAMIENTO GENERAL

Encuestas contestadas



2021:

5786

2022:

4968

Promotores



79,61 %
(4606)



79,91 %
(3970)

Pasivos



13,62 %
(788)



13,39 %
(665)

Detractores



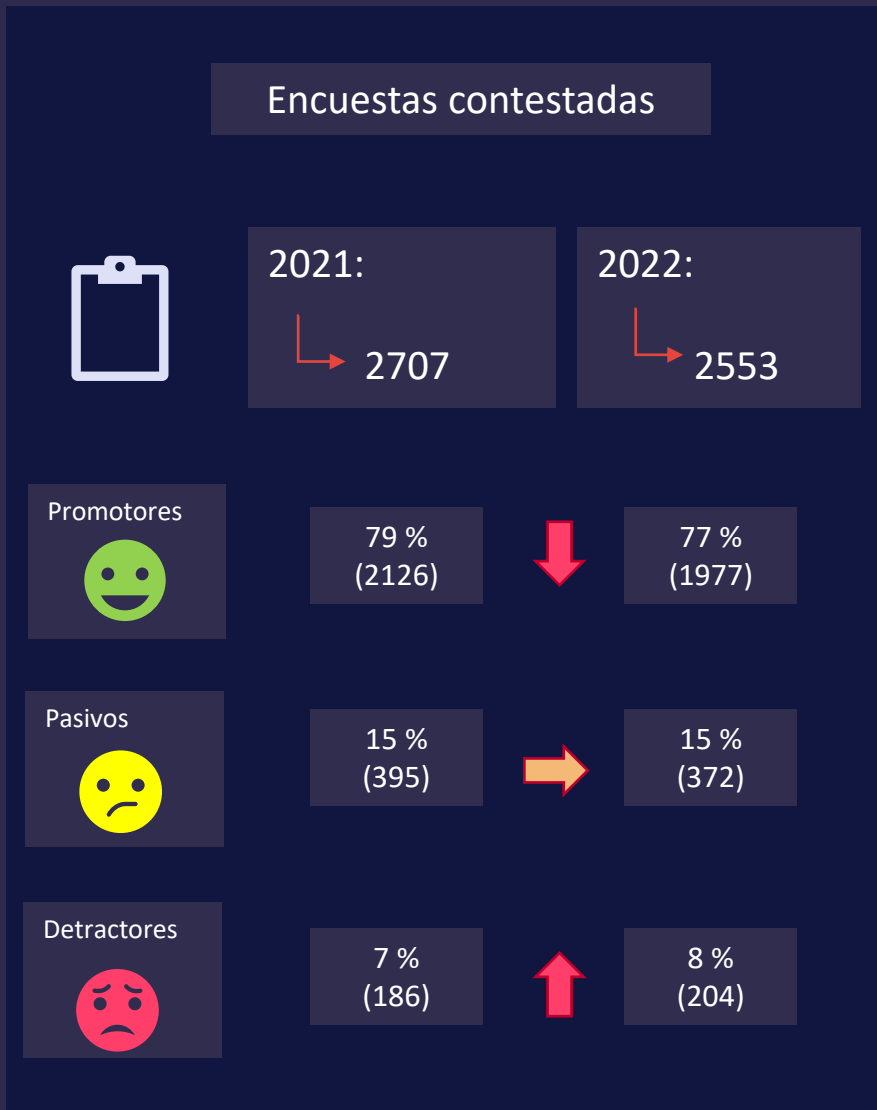
6,77 %
(392)



6,70 %
(333)



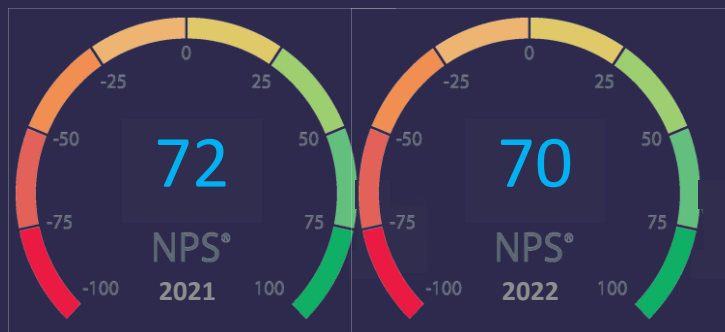
CLIENTES VCO



NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

CLIENTES VCO

REDESCUENTO Y LEASING



INSIGHTS:

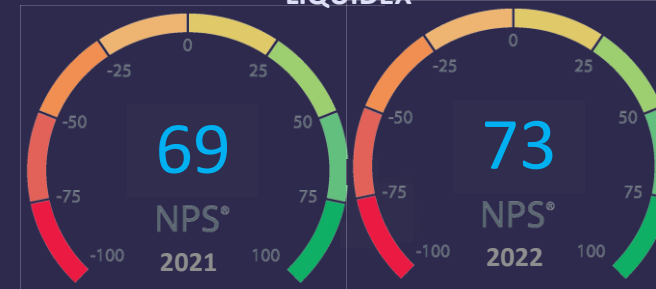
- Tasas de interés altas
- Comisión del FNG muy alta
- Información incompleta
- Cuotas variables
- Intermediarios ofrecen recursos propios por encima de los de BX.
- Falta de recepción de extractos
- Cobro de seguros sin previa notificación
- Inconformidades con Banco de Bogotá, Finandina., BBVA, Caja Social, Davivienda, Bancolombia
- Mal trato de parte de los ejecutivos de los IF. Ponen primero sus prioridades como comerciales que las de los clientes y sus empresas.
- Tiempos de estudio de crédito muy demorados.
- Requisitos y documentación excesivos
- Clientes desconocen que los recursos que toman por IF son de Bancóldex. Comerciales no lo informan.
- Buenos servicios
- Buena experiencia- Cliente frecuente
- El crédito contribuyó al crecimiento de la empresa
- Productos diferenciales para crecimiento y proyección.
- Generar acuerdos con los Intermediarios que permitan reducir los seguros y los costos que son cargados a los clientes.
- Sugieren que no se realicen llamadas preventivas de cobranza desde los IF, únicamente cuando las obligaciones realmente caigan en mora.
- Clientes interesados en recibir mayor información de los productos Bancóldex a través de medios de difusión digitales.
- Ampliación de plazos de las líneas de crédito
- Flexibilizar requisitos para micro y pequeñas empresas.

■ Oportunidades de mejora

■ Fortalezas

■ Sugerencias

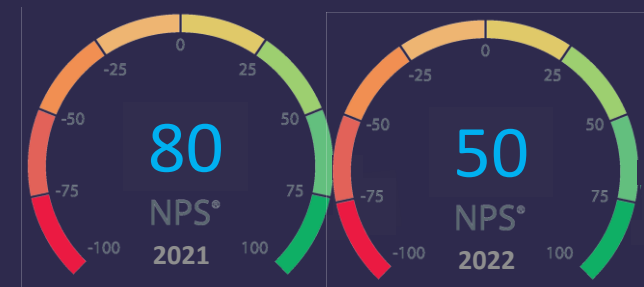
LIQUIDEX



INSIGHTS:

- Asignación de nuevos ejecutivos que no generan interacción frecuente con los clientes.
- Procesos demorados y en manos de muchas personas que dificultan el avance
- Catalogan como malo el servicio recibido por la misma falta de acompañamiento de los ejecutivos.

CREDITO COMPRADOR



INSIGHTS:

- Inconforme con la atención de su intermediario
- Requisitos exagerados aun para tiempos difíciles del país.

CLIENTES VCD

Encuestas contestadas



2021:

480

2022:

216

Promotores



92 %
(440)



78 %
(168)

Pasivos



6 %
(29)



16 %
(35)

Detractores



2 %
(11)

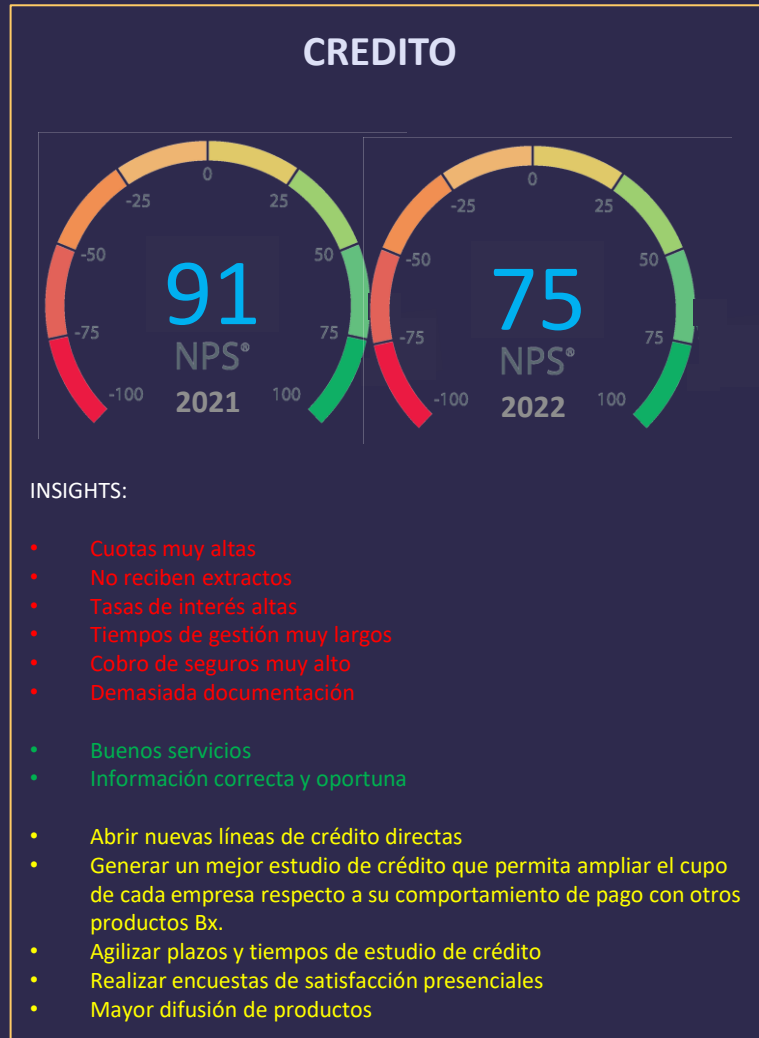


6 %
(13)



NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

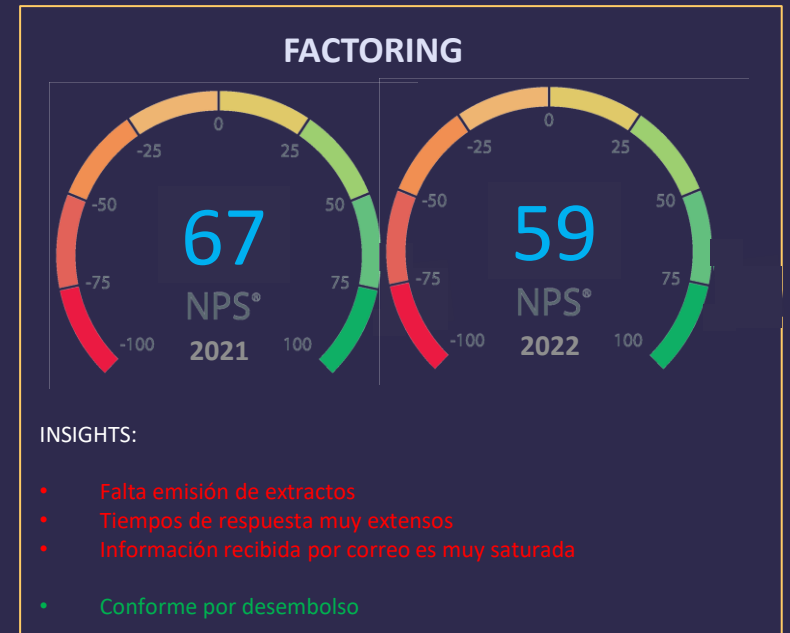
CLIENTES VCD



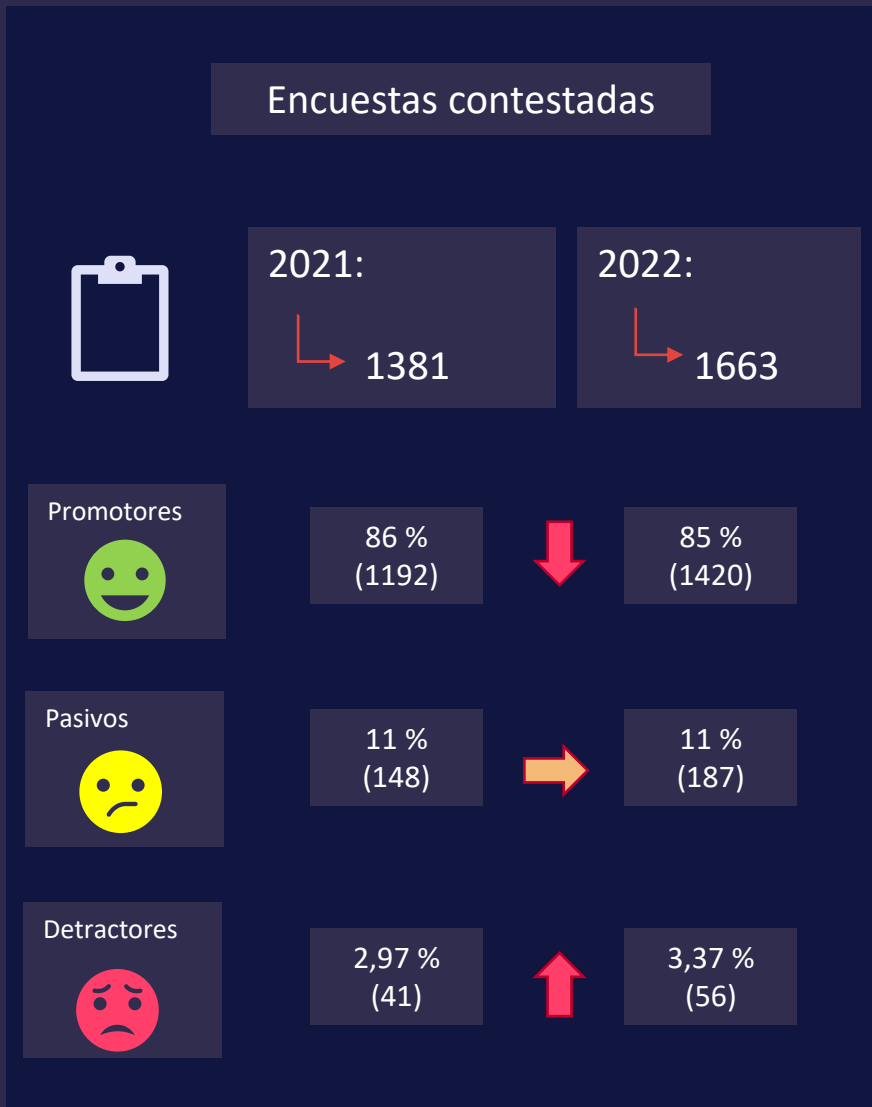
■ Oportunidades de mejora

■ Fortalezas

■ Sugerencias



EDUCACIÓN FINANCIERA



EOCMS

Encuestas contestadas



2021:

63

2022:

34

Promotores



89 %
(56)



91 %
(31)

Pasivos



6 %
(4)



6 %
(2)

Detractores



5 %
(3)

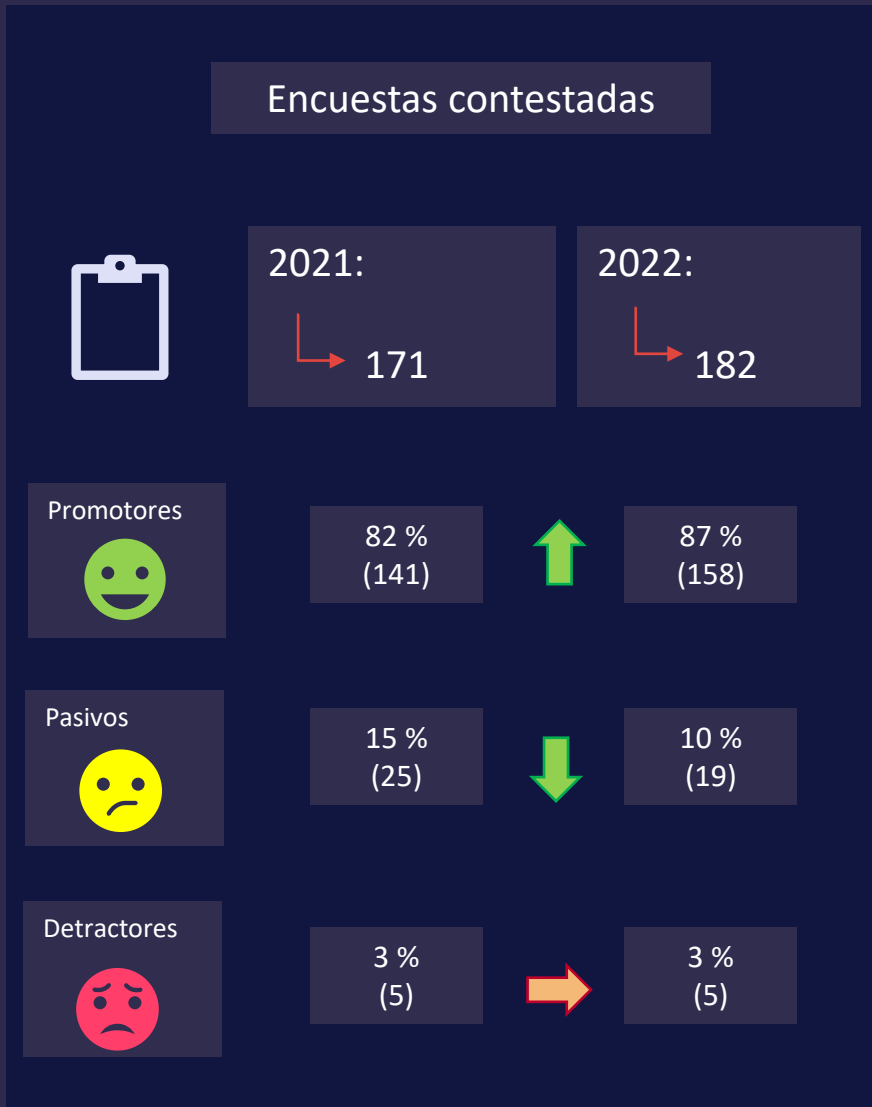


3 %
(1)



NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

IF VIGILADOS



NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

PROSPECTOS VCO

Encuestas contestadas



2021:

931

2022:

320

Promotores



65%
(604)



68%
(216)

Pasivos



20%
(184)



16%
(50)

Detractores



15%
(143)

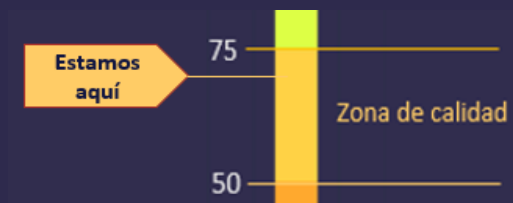
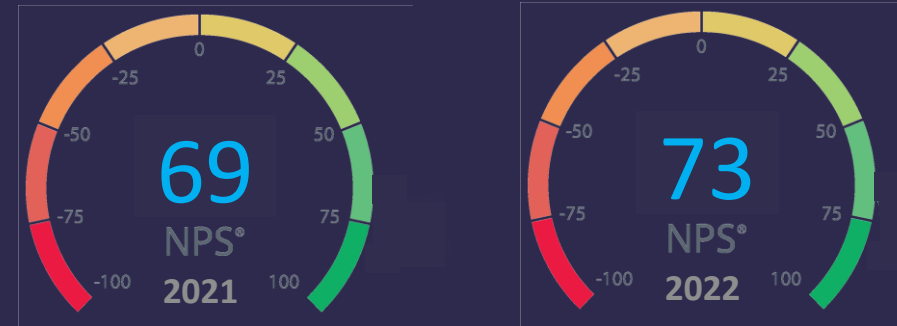


17%
(54)



REGIONALES

REGIONAL ATLÁNTICO



INSIGHTS:

- Clientes inconformes con los altos costos de los seguros
- Tasa de interés muy alta
- Difícil acceso a extractos
- Mucha documentación para solicitud de crédito
- Cliente inconforme por la falta de notificación del cobro del FNG
- Falta agilidad en el estudio de crédito
- Clientes insatisfechos con Banco Agrario
- Excelente servicio y acompañamiento
- Servicio destacada de Beatriz Pérez
- Lo servicios son buenos
- Desean ampliaciones de plazo que disminuyan sus cuotas
- Notificar a los empresarios sobre nuevos productos
- Intermediarios solicitan mas acompañamiento
- Mejorar en temas de publicidad masiva

 Oportunidades de mejora

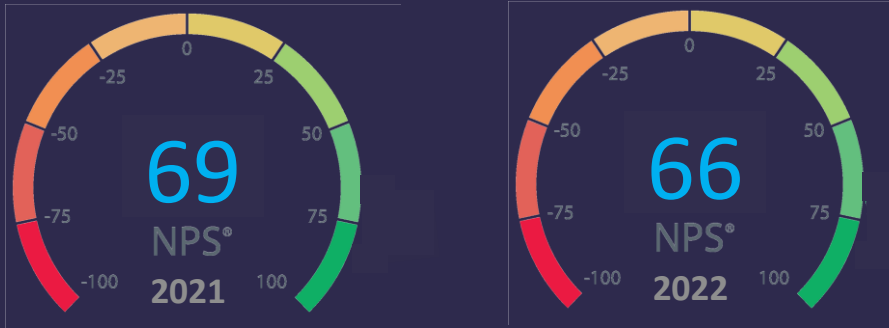
 Fortalezas

 Sugerencias

NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

REGIONALES

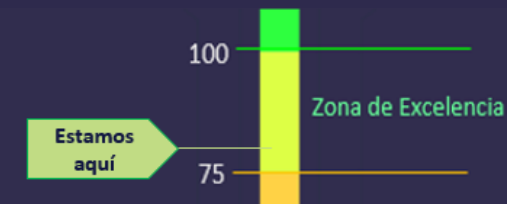
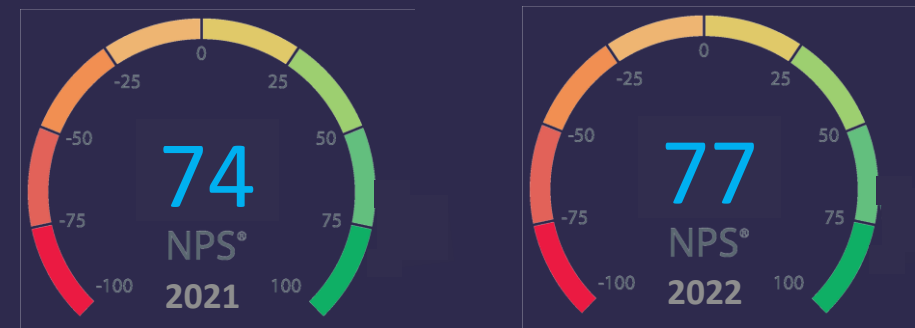
REGIONAL BOGOTA CENTRO



INSIGHTS:

- Cliente insatisfecho con incremento de cuota sin previa información
- Tasa de interés muy alta
- Clientes inconformes con cobertura del FNG
- Cobro de seguros sin información
- Clientes inconformes con Finandina
- Trámite de solicitud de crédito muy complicado y extenso
- Clientes aseguran haber recibido un buen servicio
- Clientes indican que los recursos de Bx ofrecen muy buenos beneficios para los empresarios.
- Clientes sugieren bajar tasas de interés
- Intermediarios sugieren generar mas convenios con gobernaciones y alcaldías
- Clientes solicitan se les informe cuando se abran líneas sostenibles

REGIONAL ANTIOQUIA

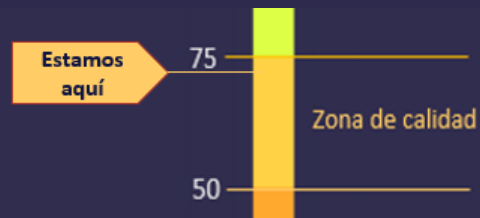
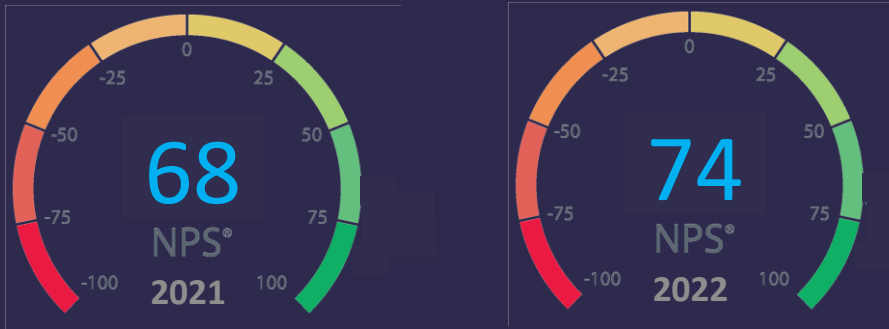


INSIGHTS:

- Estudios de crédito muy demorados
- Tasa de interés muy alta
- Clientes sin respuesta a su solicitud de crédito
- Clientes inconformes con cobertura del FNG
- Clientes con inconvenientes en plataforma de pagos
- Clientes inconformes con el servicio de los IF
- Cliente agradece colaboración y desea que se mantengan los niveles de servicio
- Clientes que consideran que Bx ofrece productos diferenciales para crecimiento y proyección
- Desean mas acompañamiento por parte de sus asesores
- Clientes sugieren mas difusión de campañas

REGIONALES

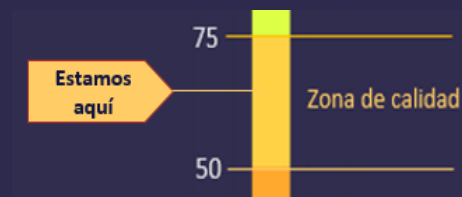
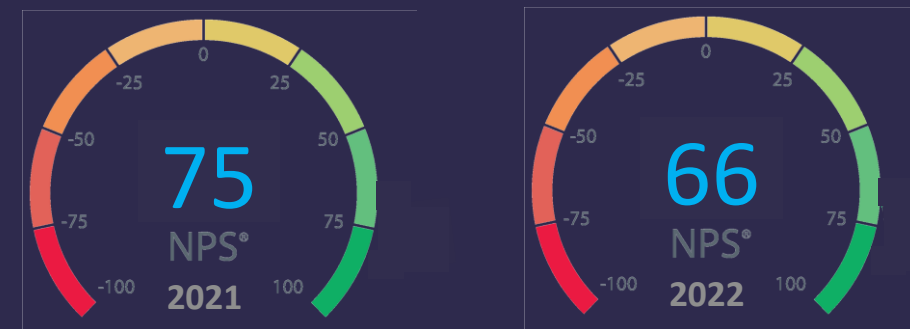
REGIONAL SANTANDERES



INSIGHTS:

- Procesos muy dispendiosos y demorados
- Tasas de interés muy altas
- Se solicita mucha documentación para la solicitud de crédito
- Información recibida por correo difiere de lo que ofrecen las oficinas de los IF.
- Excelente servicio
- Personal muy amable y atento
- Buenos productos y buena asesoría
- Clientes sugieren mas acompañamiento por parte de los ejecutivos de los IF.
- Clientes interesados en recibir por medios de difusión información de nuevos productos
- Cliente sugiere ampliar el portafolio Bx.

REGIONAL OCCIDENTE

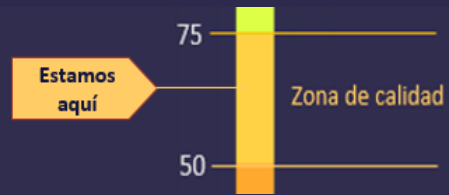
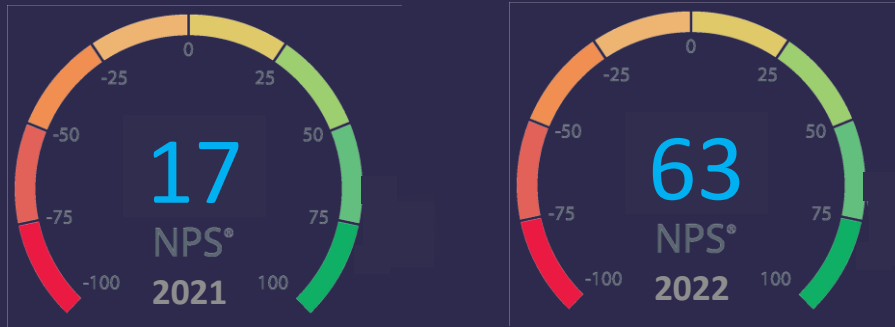


INSIGHTS:

- Clientes sin respuesta a su solicitud de crédito
- Mal trato por parte del asesor que les atendió
- Inconformidad con banco BBVA
- Tasa de interés muy alta
- Gestión de Davivienda muy demorada
- Inconformes con cobro del FNG
- Excelente servicio y agilidad
- Buenas condiciones financieras para acceder a los créditos
- Buena atención por parte de los asesores
- Sugieren flexibilizar los requisitos para pequeñas empresas

REGIONALES

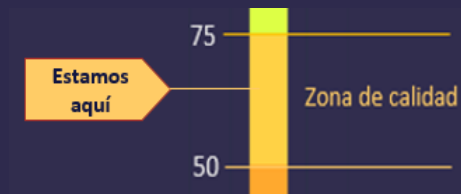
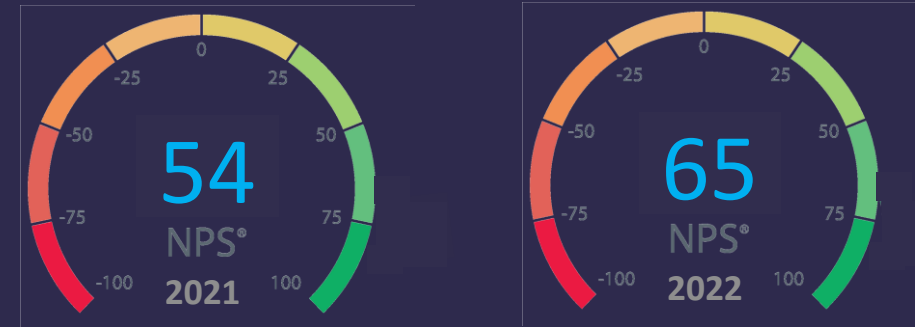
REGIONAL ZONAL SUR



INSIGHTS:

- Tasas de interés muy altas
- Inconformidad con Banco de Bogotá
- Procesos de solicitud de crédito muy demorados
- Inconformidad con cobro de seguros
- Clientes sienten abandono por parte de Bx en el proceso de crédito
- Analistas no generan acompañamiento
- Excelente servicio y atención
- Clientes solicitan productos directos para Microempresarios
- Sugieren ampliar la información y publicidad para Microempresas.

REGIONAL ZONAL ORIENTE



INSIGHTS:

- Inconformes con cobro del FNG
- Tasas de interés muy altas
- Requisitos muy amplios para microempresas
- Inconvenientes con Asesora Monica Rengifo
- Excelente servicio del ejecutivo Daniel Báez.
- Clientes solicitan productos de apoyo económico a emprendimientos
- Clientes interesados en recibir por medios de difusión información de nuevos productos

TAMAÑOS DE EMPRESA

- Oportunidades de mejora
- Fortalezas
- Sugerencias

NPS: Net Promoter Score, es una herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones, esta se calcula sumando el total de las respuestas y restar el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores.

GRANDES EMPRESAS



INSIGHTS:

- Inconsistencias en las proyecciones de pago
- Tasas de interés altas
- Desgaste operativo en los procesos de solicitud de crédito
- Los intermediarios perciben que los ejecutivos a cargo tienen mucha carga y por ende no pueden garantizar un adecuado acompañamiento
- Excelente servicio
- Reconocimientos para asesoras Gloria Trisancho, Viviana, Monica, Jorge Daniel Balcázar
- Ampliar oferta de productos BX
- Crear nuevos productos para clientes corporativos
- Realizar mas convenios con gobernaciones y alcaldías
- Incrementar la frecuencia de visitas de parte de los ejecutivos a cargo de los intermediarios financieros.

TAMAÑO DE EMPRESA

MEDIANAS EMPRESAS



INSIGHTS:

- Tramite para crédito directo complicado y extenso
- Solicitudes sin respuesta
- Falta de emisión oportuna de extractos
- Inconformidad con el cobro
- Muy buenos beneficios para los empresarios
- Satisfacción
- Abrir oferta de créditos directos para microempresarios
- Mejorar la publicidad que se envía por correo electrónica ya que es muy saturada.

MICROEMPRESAS



INSIGHTS:

- Tasa de interés muy alta
- Clientes inconformes con cobertura del FNG
- Falta información de parte de los asesores de los IF.
- Cobro de seguros sin previa información ni notificación
- Inconformidad con Banco Davivienda.
- Clientes categorizan como favorable el contar con el apoyo y los recursos de BX.
- Servicio excelente
- Clientes solicitan productos de apoyo económico a emprendimientos
- Clientes solicitan mayor claridad con los planes de pagos que se entregan.
- Sugieren abrir puntos de atención en municipios de difícil acceso

TAMAÑO DE EMPRESA

PEQUEÑAS EMPRESAS



INSIGHTS:

- Tasa de interés muy alta
- Clientes inconformes con el servicio de Finandina y BBVA
- No están de acuerdo con el cobro del FNG
- Tiempos de estudio y desembolso muy prolongados
- Desconocimiento del origen de los recursos que son entregados por los intermediarios ya que no se aclara que son BX.
- Falta de recepción oportuna de extractos
- Clientes aseguran haber recibido un buen servicio
- Destacan la excelencia y la agilidad en los procesos.
- Clientes sugieren bajar tasas de interés y considerar el mercado para estar al mismo o mejor nivel.
- Clientes desean conocer la oferta de productos por medios masivos de difusión

EMPRESAS (OTROS)



INSIGHTS:

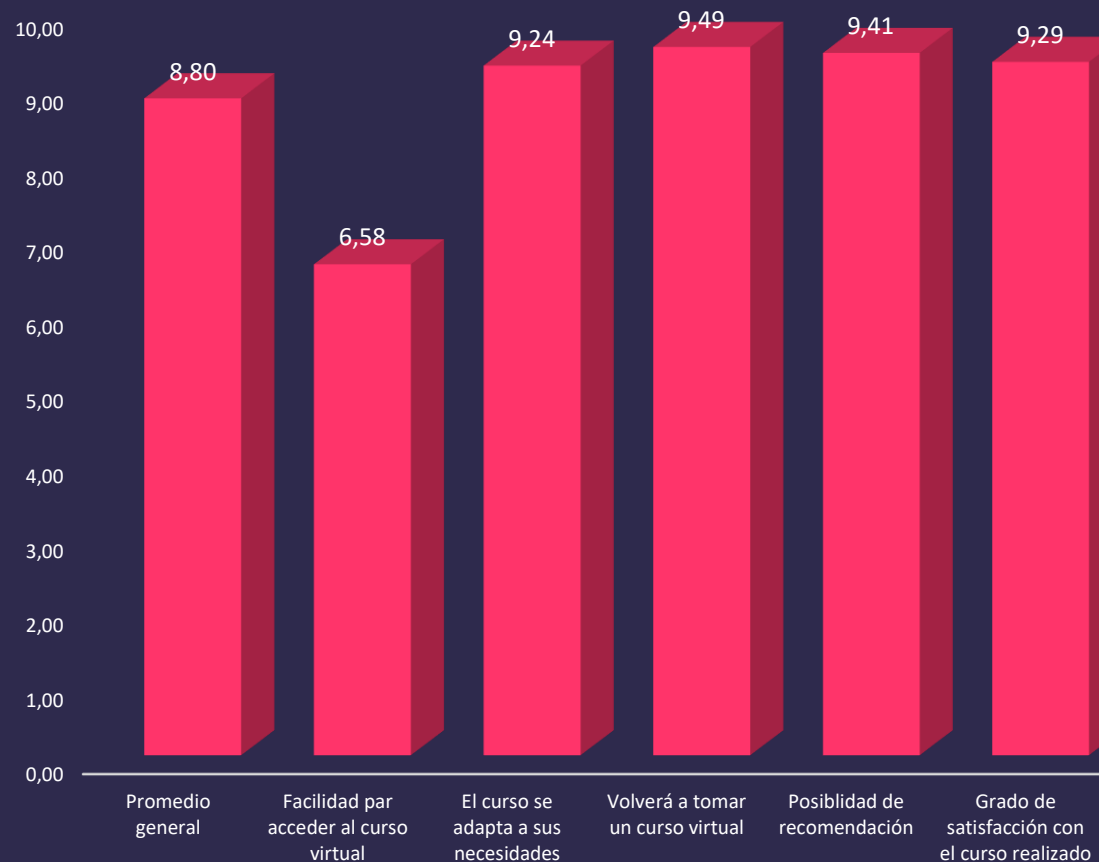
- Procesos de solicitud de crédito muy demorados
- Falta de contacto de los ejecutivos con los clientes durante el avance del proceso
- Inconformidad con la comisión del FNG
- Solicitudes de crédito sin respuesta
- Excelente atención
- Servicio eficiente
- Disminuir los documentos y los requisitos por parte de los Intermediarios para poder acceder a recursos BX.

Satisfacción de los Usuarios del Campus Virtual Bancóldex

1.663 encuestas

Fueron diligenciadas por participantes en nuestros cursos virtuales durante 2022

La encuesta consta de 5 preguntas, que el participante califica en una escala de 1 a 10.



5. Educación Financiera



Estrategia de Educación Financiera

De acuerdo con el manual SAC de Bancóldex, en donde se establece que se deben desarrollar programas de educación financiera a los clientes sobre los diferentes productos y servicios, obligaciones, derechos y costos de los productos y servicios, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos, según las instrucciones que para el efecto imparta la Superintendencia Financiera de Colombia, para el año 2022 se establecieron diferentes líneas de acción, según plan de trabajo aprobado por la Vicepresidencia de Estrategia Corporativa, que presentamos a continuación.

Actualización de la Página WEB del Banco: En el marco de la actualización de la página web del Banco, se reestructuró el minisitio de Fortalecimiento Empresarial, incluyendo una sección especial para Educación Financiera.



Educación Financiera a Empresarios

FORTALECE TU EMPRESA

Encuesta de inicio - Fortalece tu empresa

Esta encuesta se utiliza solamente para establecer tu conocimiento inicial sobre el tema.

1. Ley de borrón y cuenta nueva
2. Cumplimiento normativo en la empresa
3. Buenas prácticas de gestión de riesgos empresariales
4. Prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo
5. Buenas prácticas de ética empresarial
6. Buenas prácticas de gobierno corporativo

Prueba de conocimientos - Fortalece tu empresa

Instagram post featuring various financial education graphics. One graphic shows '3 Metodos de gestión de precios' and another says 'Funciones de la banca de inversión'.

Bancoldex mailing campaign titled 'CONCEPTOS CLAVES A LA HORA DE SOLICITAR UN CRÉDITO'. It lists key concepts for credit application:

- 1) **Tiempo:** plazo en el cual se va a pagar la deuda. Es el monto de dinero que se pide prestado.
- 2) **Capital:** monto de dinero que se pide prestado.
- 3) **Costos adicionales:** costos por la aplicación o administración del crédito.
- 4) **Interés:** monto de dinero que se cobra por la utilización del crédito en un tiempo determinado, de acuerdo a la tasa de interés pactada.
- 5) **Tasa de interés:** relación entre el riesgo y la utilidad que se puede obtener por la utilización de una suma de dinero en aplicaciones y tiempos determinados.

Website for 'POTENCIANDO TU EMPRESA. PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL'. It states: 'ESTE PROGRAMA ESTÁ CONSTITUIDO POR 8 CURSOS, DE LOS CUALES PUEDES TOMAR LOS QUE TÚ QUIERAS. CADA CURSO OTORGA SU PROPIO CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN. SI COMPLETAS CUATRO CURSOS PODRÁS OBTENER EL CERTIFICADO DEL PROGRAMA.'

FORMALIZATE	FORTALECE TU EMPRESA	FINANZAS: CONCEPTOS BÁSICOS PARA TU NEGOCIO	FLUJO DE CAJA	IDENTIFICA TUS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN	FUENTES DE FINANCIACIÓN: ¿DÓNDE OBTENER EL DINERO PARA TU NEGOCIO?
CONTROLA LA BASE DE DATOS FINANCIERAS DE TU EMPRESA	ESTRATEGIAS PARA EL MANEJO DE LOS RIESGOS	MANEJO DE TERCEROS	MANEJO DE TERCEROS	CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN	CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

Ejercicio de la actividad minera

- Personas naturales y jurídicas.
- Título minero.
- Registro Minero Nacional.
- Autorizaciones ambientales.

Desarrollo de Nuevos Contenidos

Con el propósito de ampliar la oferta de contenidos sobre educación financiera para los empresarios, se han desarrollado nuevos contenidos para el Campus Virtual Bancóldex.

Campañas de Educación Financiera Redes Sociales

Con el apoyo de la Dirección de Comunicaciones del Banco se han realizado diferentes publicaciones en redes sociales, con contenidos relacionados a la educación financiera empresarial.

Campañas de Educación Financiera Mailing

Con el apoyo del Departamento de Mercadeo se han realizado campañas de mailing periódico en las que se ha difundido información sobre Educación Financiera y sobre los Servicios No Financieros del Banco.

Programa de Formalización, Inclusión y Educación Financiera

En el documento CONPES 4005 de 2020, se encargó a Bancóldex el desarrollo de un programa de formalización, inclusión y educación financiera básica empresarial.

El programa consta de 8 cursos, cada uno de los cuales otorga certificado de participación:

- Formálizate
- Fortalece tu empresa
- Finanzas, conceptos básicos para tu negocio
- Flujo de caja
- Identificación de necesidades de financiación
- Fuentes de financiación
- Costeo
- Fijación de precios

Cumplimiento de Requerimientos Normativos y Compromisos Adquiridos

Dando cumplimiento a los requerimientos normativos formulados por la Superfinanciera y a los compromisos adquiridos por el Banco, se desarrollaron actividades de socialización respecto a la Ley 2157 de 2021 (ley de borrón y cuenta nueva) y sobre la Ley 2127 de 2021 (ley de bancarización minera):

- Documentos publicados en la página web del Banco, sección de Educación Financiera
- Contenidos publicados en el Campus Virtual Bancóldex
- Difusión en redes sociales
- Campañas de Mailing
- Webinar

ACTIVIDADES DE FORMACIÓN – FUNCIONARIO



Capacitaciones

Capacitaciones de productos, servicios y habilidades blandas con un promedio de asistencia de 28 asesores por capacitación



SAC Bancóldex

Sistema de Gestión al Consumidor Financiero SAC
422 Funcionarios.

1 Capacitación DCF a 200 Funcionarios

3 Capacitación Productos y Servicios del Banco con asistencia aproximada de 170 Funcionarios



6. Informe de Quejas y Reclamos



Tipologías de las PQRS Recibidas



Total general: 401

Nota: Durante el 2022 se recibieron 33% menos peticiones y 24% menos quejas con respecto al 2021.



BANCOLDEX.COM



BANCÓLDEX BOGOTÁ
(601) 742 0281

LÍNEA GRATUITA NACIONAL
01 8000 18 0710



GOBIERNO DE COLOMBIA