



SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO SAC 2021

VICEPRESIDENCIA COMERCIAL

OFICINA DE SERVICIO AL CLIENTE



Resumen Comparativo SAC

	2019	2020	2021
 INBOUND: CHAT, CORREOS, LLAMADAS, VIDEO ATENCIÓN, BUZÓN	13.031	60.975	33.774
 OUTBOUND: LLAMADAS	34.524	32.553	51.652
 OUTBOUND: MAILING PROMEDIO DE APERTURA	449 Campañas - 21% Apertura 166.470 Email Enviados	213 Campañas - 58% Apertura 928.991 Email Enviados	700 Campañas - 40% Apertura 6.063.868 Email Enviados
 REDES SOCIALES: % DE CRECIMIENTO EN SEGUIDORES	Facebook 10% - Instagram 57% Twitter 7% - Linkedin 101%	Facebook 21% - Instagram 85% Twitter 7% - Linkedin 37%	Facebook 3% - Instagram 18% Twitter 2% - Linkedin 24%
 VISITAS EQUIPO COMERCIAL	12.798	27.201	24.157
 INDICADORES DE SATISFACCIÓN	9,1	8,8	8,9
 EDUCACIÓN FINANCIERA	9 Cursos 470 Certificados	9 Cursos 3.028 Certificados	15 Cursos 1.425 Certificados
 PQRS	10 PQR 3 FELICITACIONES	379 PQR 7 FELICITACIONES	589 PQR 5 FELICITACIONES

Logros

- 01 Plan de atención a personas en condición de Discapacidad.
- 02 Implementación de nuevos canales de atención Chatbot
- 03 Integración del proceso de prospección con RD Station y CRM y apoyo comercial Outbound
- 04 Consolidación de un Equipo Micro, donde se realiza todo el proceso de oferta, seguimiento y postventa al cliente.

AGENDA

1. Sistema SAC

2. Estructura Organizacional

3. Canales de Atención

4. Indicadores

5. Educación Financiera

6. Informe de Quejas y Reclamos

1. Sistema SAC



SAC - SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO



LEY 1328 DEL 2009

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



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:

- Contraloría interna: 2 x año
- Revisoría fiscal 2 x año
- Sistema de Gestión de Calidad Cuando haya lugar)

Contribuye a

- Plan anticorrupción
- Informes de sostenibilidad
- FURAG
- SIRECI
- SMGI

Externos

- Comité de Asobancaria SAC (mensual)

2. Estructura Organizacional



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL - PRINCIPALES FUNCIONES



ÁREA QUE GESTIONA EL SAC



3. Canales de Atención



NO PRESENCIAL

- Línea de servicio
- Contáctenos
- Chat
- Bot
- Agendamiento de Llamadas
- Buzón telefónico
- Página Web
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- LinkedIn



PRESENCIAL

- Visitas Comerciales
- Participación en eventos



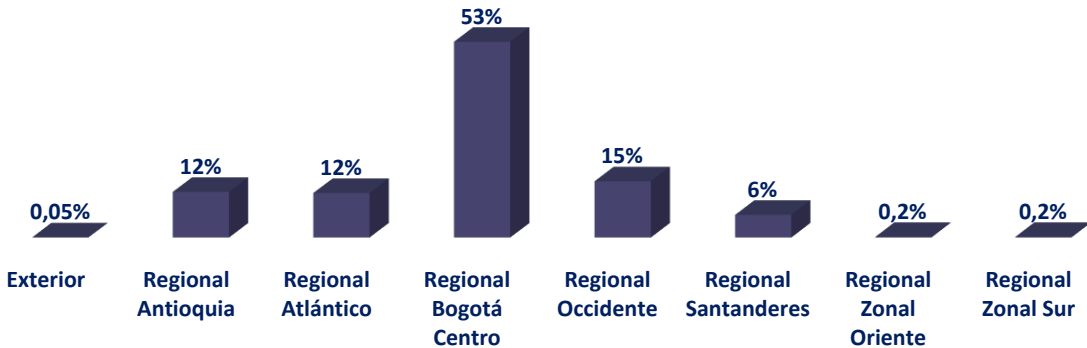
CANAL NO PRESENCIAL – GESTIÓN INBOUND

¿Quien nos consulta?

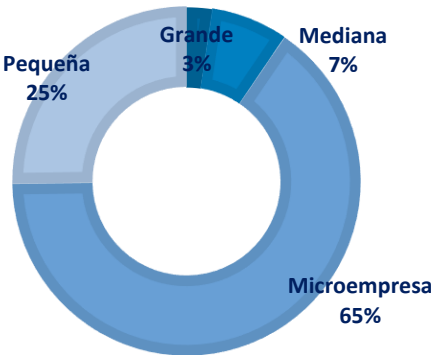
Grupo de interés	Línea	Correo	Chat	BOT - Paso agente	Video atención	Buzón	Total general
Empresario	11.516	5.411	1.226	106	25	31	18.315
Juzgados		2.002	7				2.009
Proveedores	58	705	2				765
Emprendedor	367	225	60	10		2	664
Intermediario financiero	268	100	15			2	385
Estudiante	40	95	5			1	141
Gremios y Aliados	24	53	5	2		1	85
Accionistas	20	16	2				38
Cámara de Comercio	4	17					21
EOCM	12	7	1				20
No informa	429	590	438	44	8		1.509
Otros	762	8.589	262	66	124	19	9.822
Total general	13.500	17.810	2.023	228	157	56	33.774



¿De donde nos consultan?

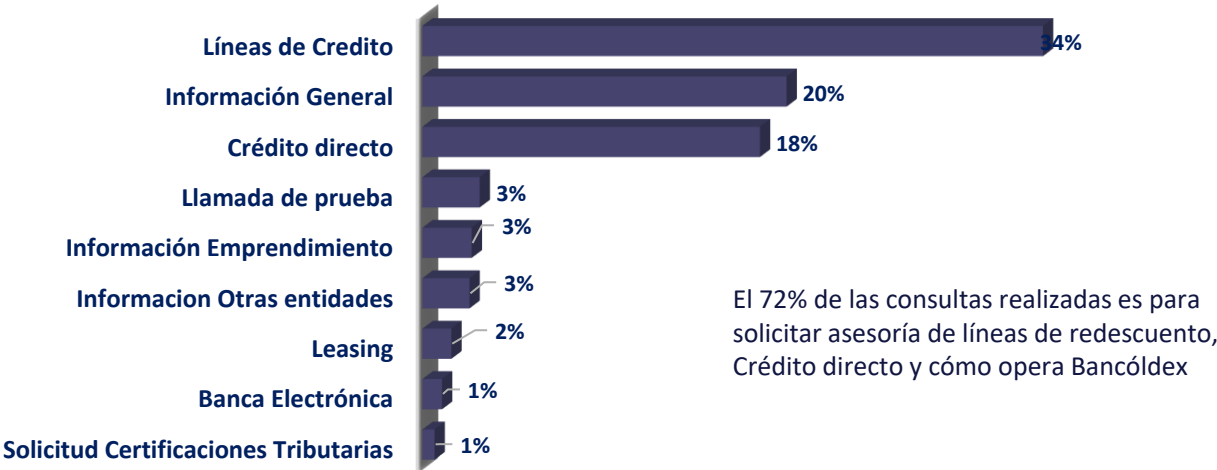


¿Tamaño de Empresas?



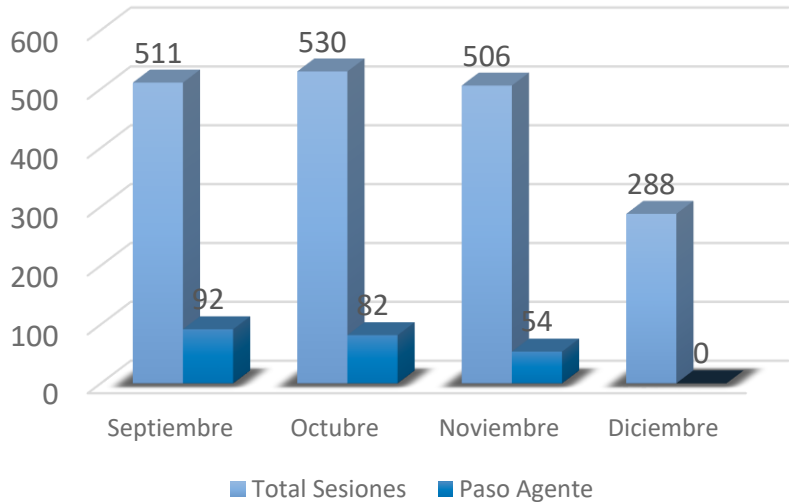
Nota: Los que registran como otros
El 14% de las consultas realizadas no informaron de que región se comunicaban

¿Información que consultan?



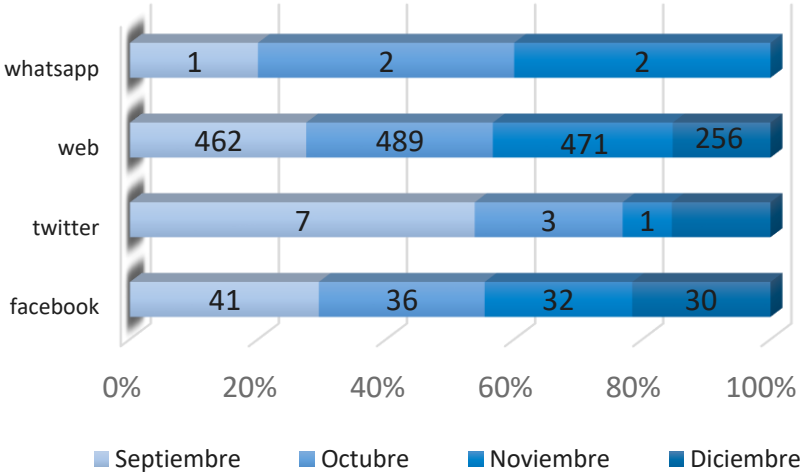
CANAL NO PRESENCIAL – BOT

Medio de Interacción					
Mes	Facebook	Twitter	Web	Whatsapp	Total Sesiones
Septiembre	41	7	462	1	511
Octubre	36	3	489	2	530
Noviembre	32	1	471	2	506
Diciembre	30	2	256		288
Total general	139	13	1.678	5	1.835



De las 1.835 sesiones, se evidencias lo siguiente:

- ✓ 1285 (70%) Consulta de Financiamiento o Líneas de Crédito del banco.
- ✓ 367 (20%) Consulta sobre que es Bancoldex.
- ✓ 184 (10%) No finalizan la interacción o son conexión de broma.



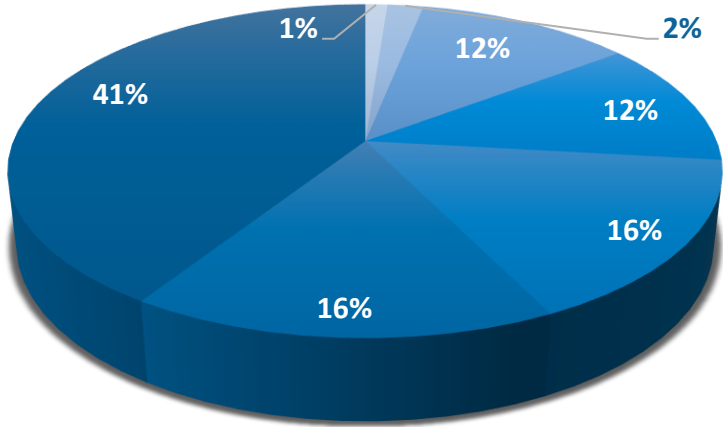
El medio de Interacción por donde los usuarios realizan mas consulta, es la Pagina Web, seguido de Facebook.

En el mes de Diciembre el volumen de sesiones es inferior debido a que la mayoría de empresas se encuentran de vacaciones.

Mes	Total Sesiones	Paso Agente	% Paso Agente
Septiembre	511	92	18%
Octubre	530	82	15%
Noviembre	506	54	11%
Diciembre	288	0	0%
Total	1835	228	12%

CANAL NO PRESENCIAL – OUTBOUND

Campañas	# de Registros	% de Participación
Agendamientos	20.416	39,5%
Oferta de Crédito	12.764	24,7%
Seguimientos	8.434	16,3%
Encuestas	4.329	8,4%
Convocatoria Eventos	3.832	7,4%
Confirmación de Citas Eventos	1.210	2,3%
Actualización de Datos	487	0,9%
General	180	0,3%
Total general	51.652	100,0%



- Zonal Oriente
- Zonal Sur
- Region Santanderes
- Region Antioquia
- Region Occidente
- Region Bogota Centro

Durante el 2.021 El contact center gestionó 51.652 registros de salida relacionados con agendamientos, gestión de oferta de crédito, postventa, invitación a convocatorias, eventos actualización de datos etc.

CANAL NO PRESENCIAL – OUTBOUND MARKETING DIGITAL

Envíos

6.063.868

Apertura

40%

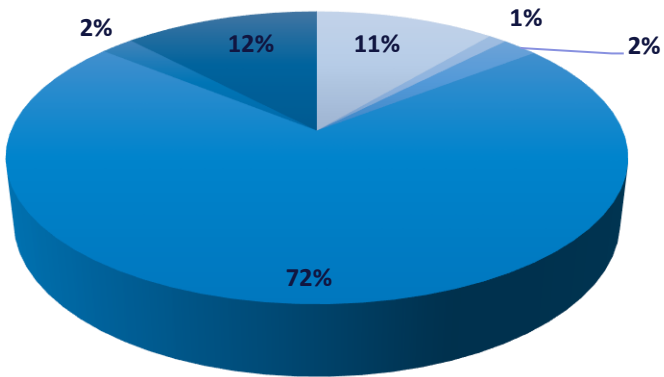
% Clic

30%

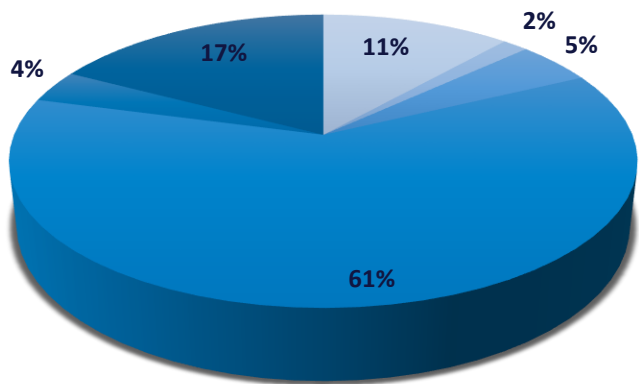
Con base en estos resultados se definen mejores contenidos y canales para campañas posteriores.

Email Marketing	Bienvenido a Bancóldex	Corporativo	Educación Financiera	Evento	Newsletter	Productos Financieros	Total general
número de envíos	81	11	33	429	25	121	700
Entregados	13.643	278.694	99.802	2.090.515	2.245.181	1.336.033	6.063.868
Aperturas	4.855	64.815	15.695	479.261	515.469	314.448	1.394.543
Clic	935	2.930	755	35.408	30.476	29.161	99.665

% Apertura



% Porcentaje Clic



■ Bienvenido a Bancóldex ■ Corporativo ■ Educación Financiera ■ Evento ■ Newsletter ■ Productos Financieros

■ Bienvenido a Bancóldex ■ Corporativo ■ Educación Financiera ■ Evento ■ Newsletter ■ Productos Financieros

CANAL NO PRESENCIAL – REDES SOCIALES



Facebook

↑ 3% de Crecimiento
en seguidores

Seguidores Totales
18.431

- Seguidores: 18.431
- Interacciones: 109.348
- Publicaciones: 508
- Consultas: 1.235



Instagram

↑ 18% de Crecimiento
en seguidores

Seguidores Totales
8.139

- Seguidores: 8.139
- Interacciones: 7.360
- Publicaciones: 363
- Comentarios: 455



Twitter

↑ 2% de Crecimiento
en seguidores

Seguidores Totales
77.238

- Seguidores: 77.238
- Interacciones: 5.989
- Publicaciones: 1.217
- Consultas: 161



LinkedIn

↑ 24% de Crecimiento
en seguidores

Seguidores Totales
54.973

- Seguidores: 54.973
- Interacciones: 39.507
- Publicaciones: 303
- Comentarios: 148



Youtube

↑ 6% de Crecimiento
en seguidores

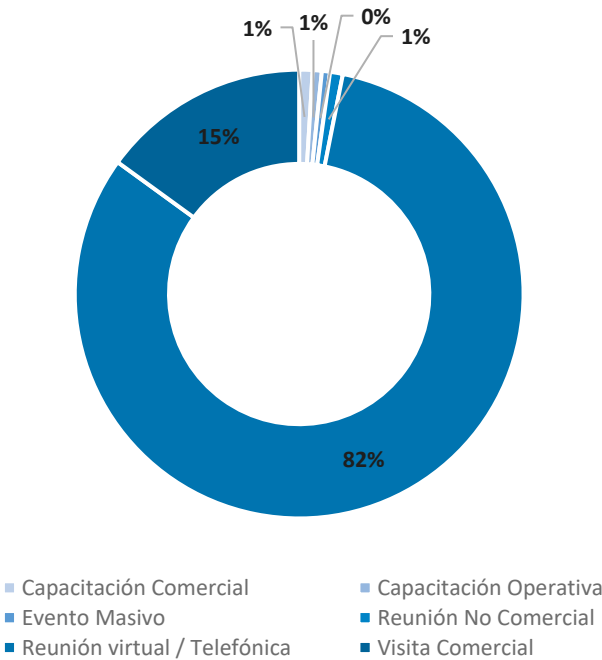
Seguidores Totales
5.059

- Seguidores: 5.059
- Interacciones : 85.463
- Publicaciones: 75
- Comentario: 132

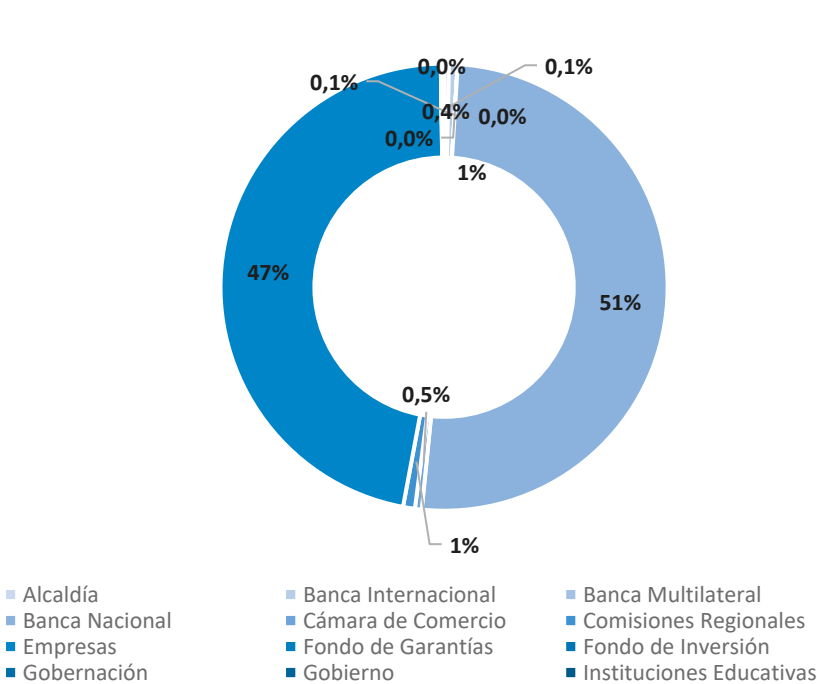
CANAL PRESENCIAL – EVENTOS

Tipo de Evento	Número de Eventos
Reunión virtual / Telefónica	1.9718
Visita Comercial	4.973
Capacitación Comercial	232
Reunión No Comercial	222
Capacitación Operativa	158
Evento Masivo	141
Visita de seguimiento	25
Visita de revisión - Cartera	18
Programa de Estructuración	11
Sesión Técnica	9
Programa de Consultoría	7
Programa de Formación	4
Total general	24.157

% Participación de Eventos

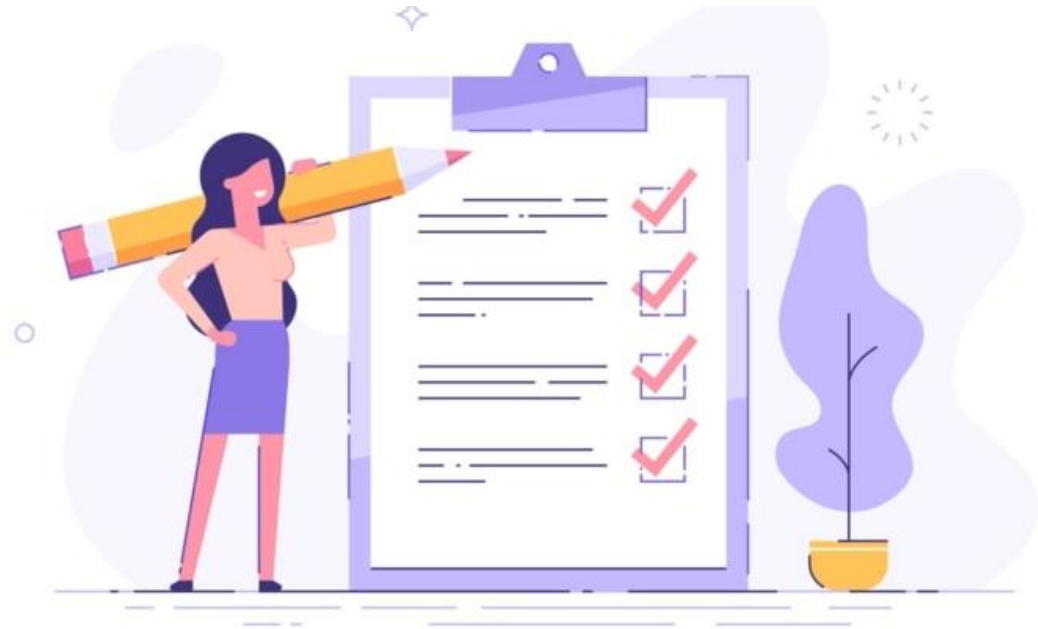


Grupo de Interés



*Visitas realizadas desde las vicepresidencias comerciales

4. Indicadores



☐ Encuesta de Atención de Canales

☐ Encuesta de Satisfacción Postventa

ENCUESTA DE ATENCIÓN DE CANALES

Pregunta 1

¿Cómo califica la atención recibida a través de la línea telefónica?
1907 – 27%

Pregunta 2

¿Cómo califica el trato brindado por el asesor?
1641 – 22%

Pregunta 3

¿Volvería a utilizar los servicios brindados por nuestra línea telefónica?
1471 – 20%

Medición indicador

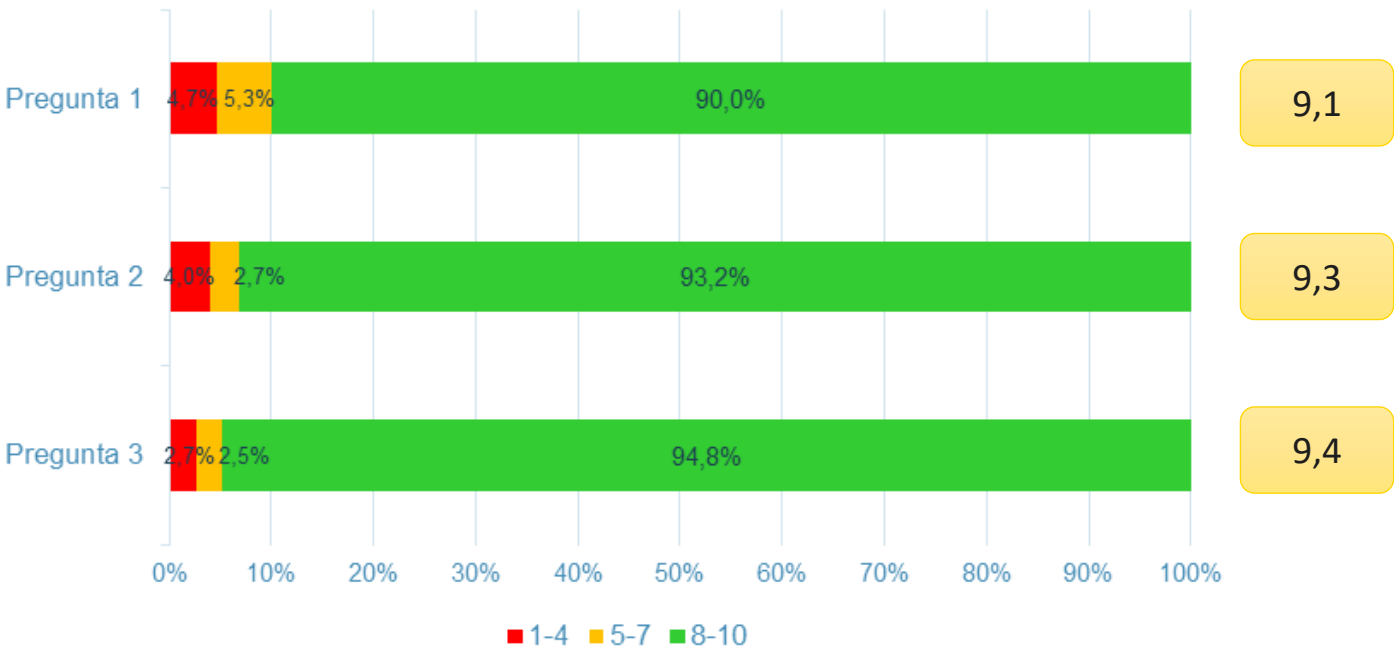


1 - 4

5 - 7

8 - 10

Calificación



Responde encuesta

1.907
27%

PREGUNTAS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POSTVENTA

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?

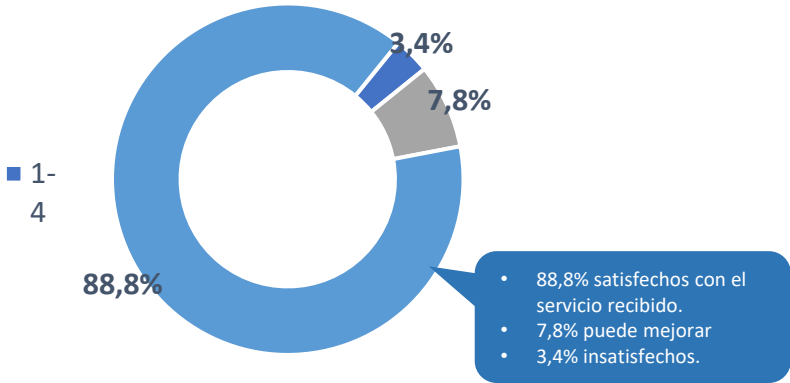
Datos generales

Tipo de cliente	Segmento	Universo	Muestra	Universo / Muestra	% Participación Muestral
Cientes VCO (Producto, Tamaño según Activos, Visitas, Regional)	Cientes VCO	10.794	2.706	40%	47%
Cientes VCP (Producto)	Cientes VCP	1.637	481	6%	8%
Prospectos VCO (Tamaño según Activos, Regional)	Prospectos VCO	7.926	931	29%	16%
Intermediarios financieros	EOCMS	120	63	0%	1%
	Intermediarios financieros	2.048	171	8%	3%
Formación Empresarial	Campus Virtual	1.425	1.381	5%	24%
Email Marketing	Marketing Digital	3.311	53	12%	1%
Total General		27.261	5.786	100%	100%

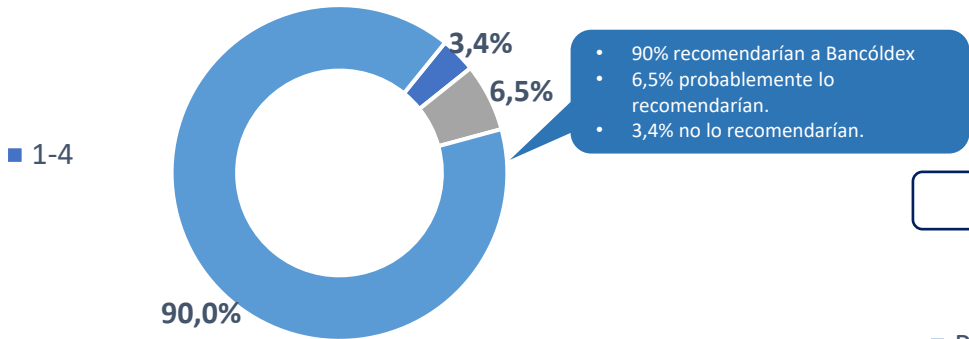
Resultado de encuesta general

Muestra: 5.786

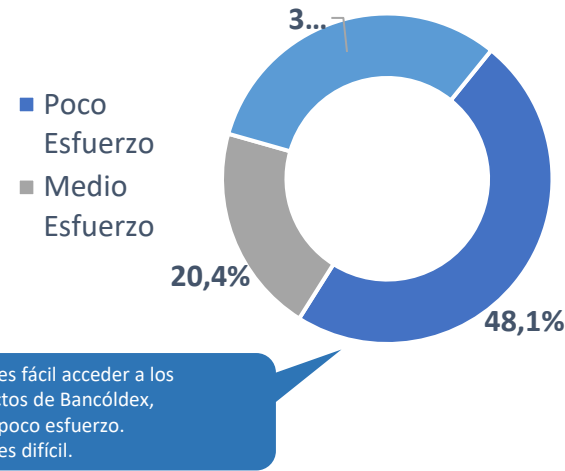
SATISFACCIÓN ➤ 8,98



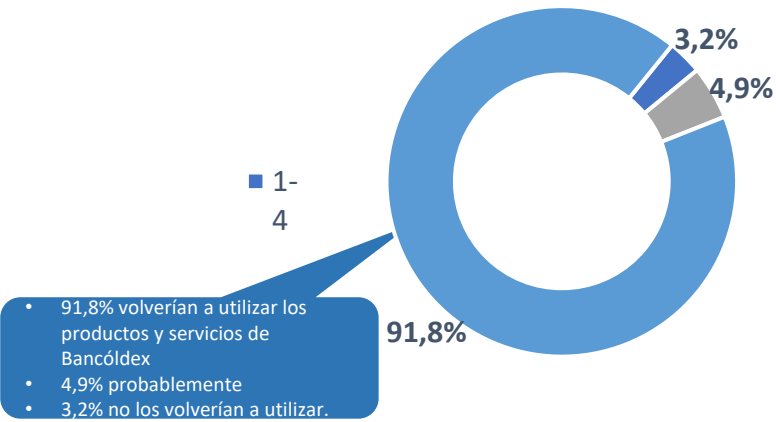
PROMOCIÓN ➤ 9,11



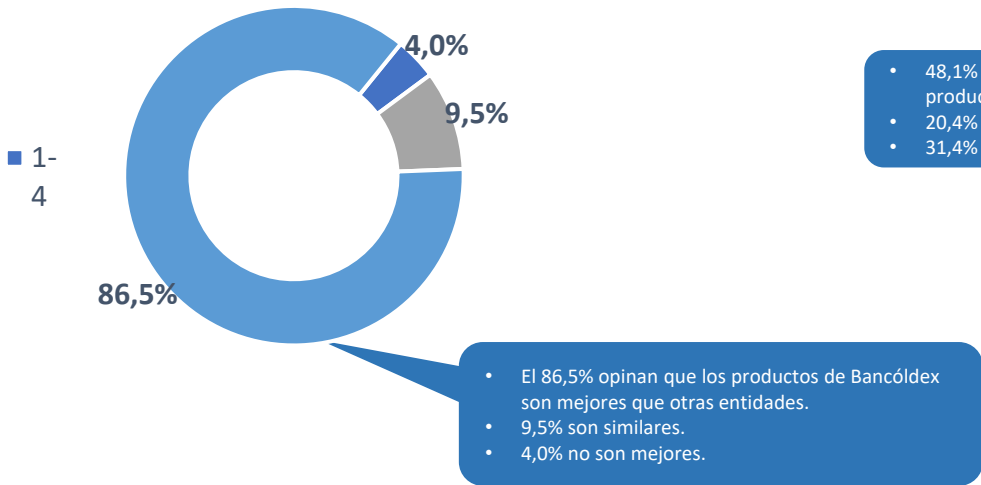
ESFUERZO ➤ 4,85



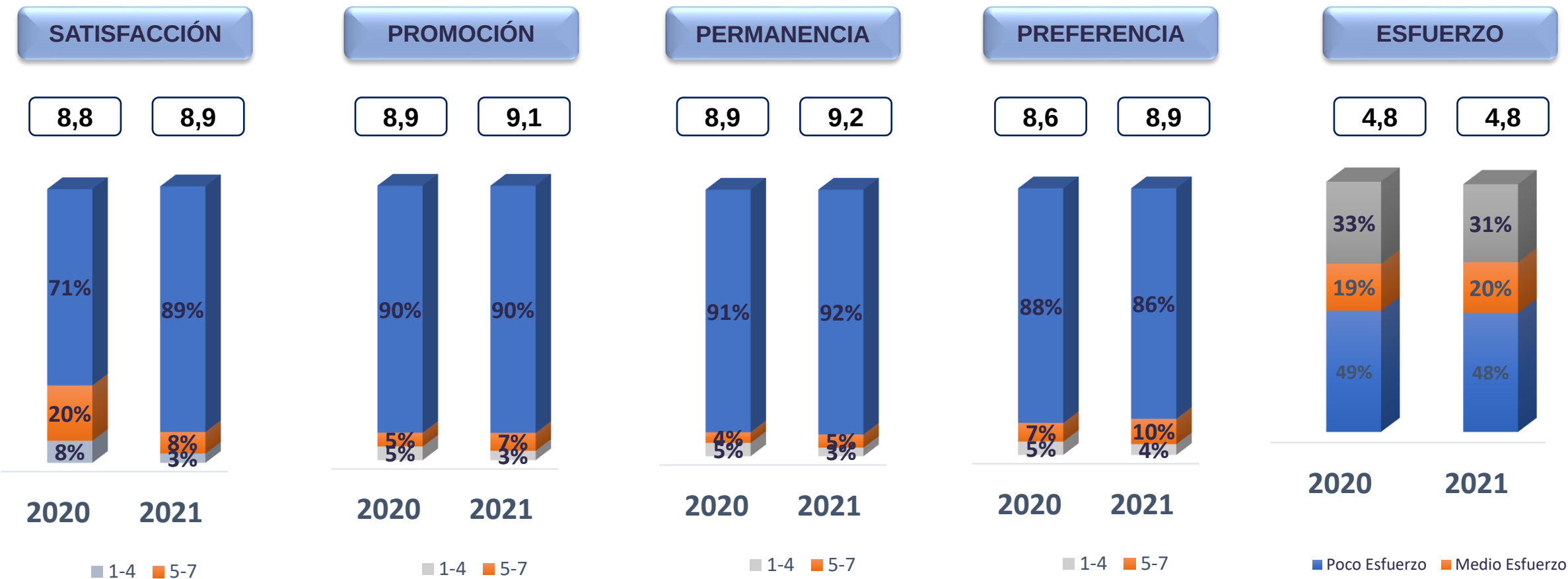
PERMANENCIA ➤ 9,28



PREFERENCIA ➤ 8,93



Resultado de encuesta general - Comparativo

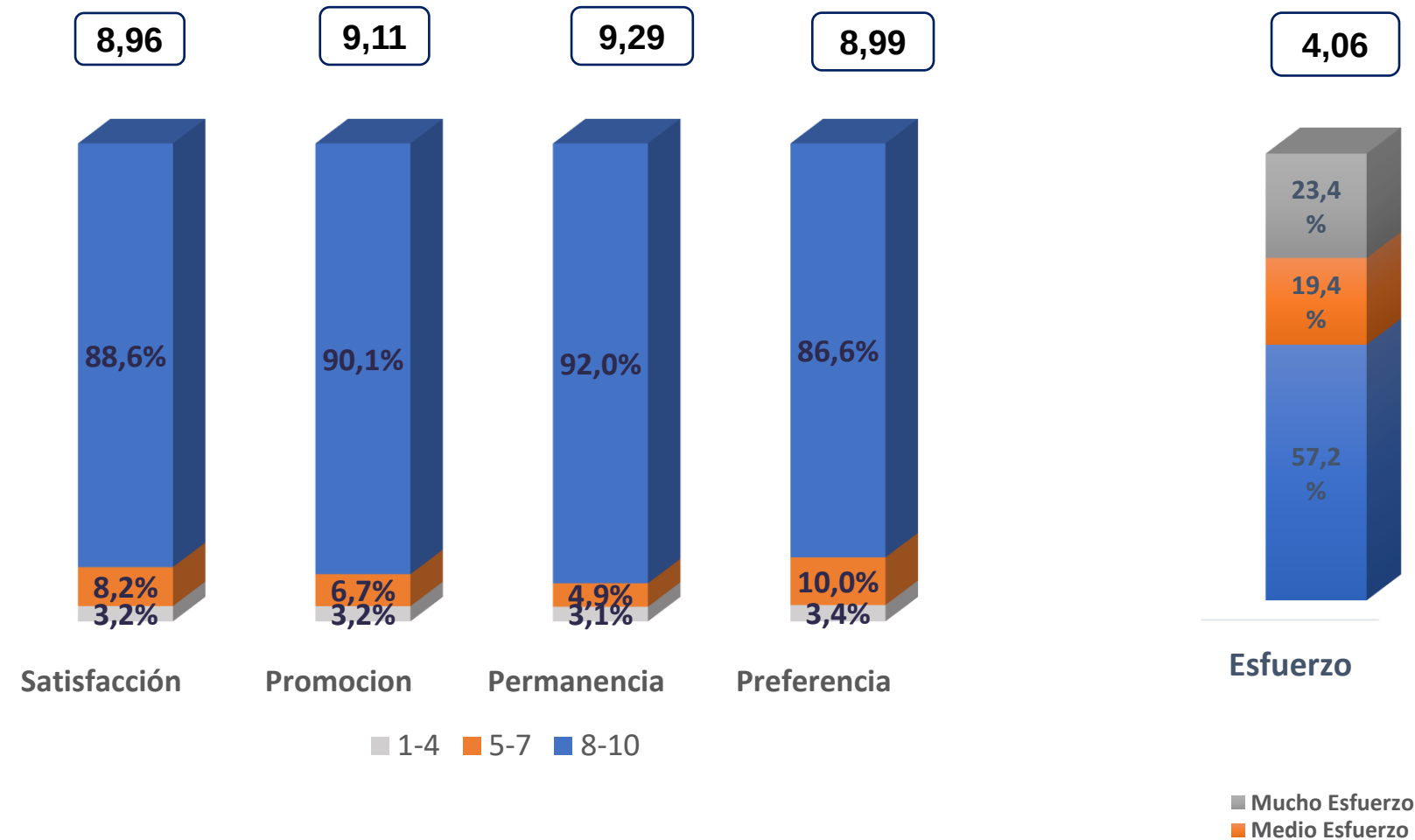


Cientes VCO



Resultado de encuesta general

Muestra: 2.706

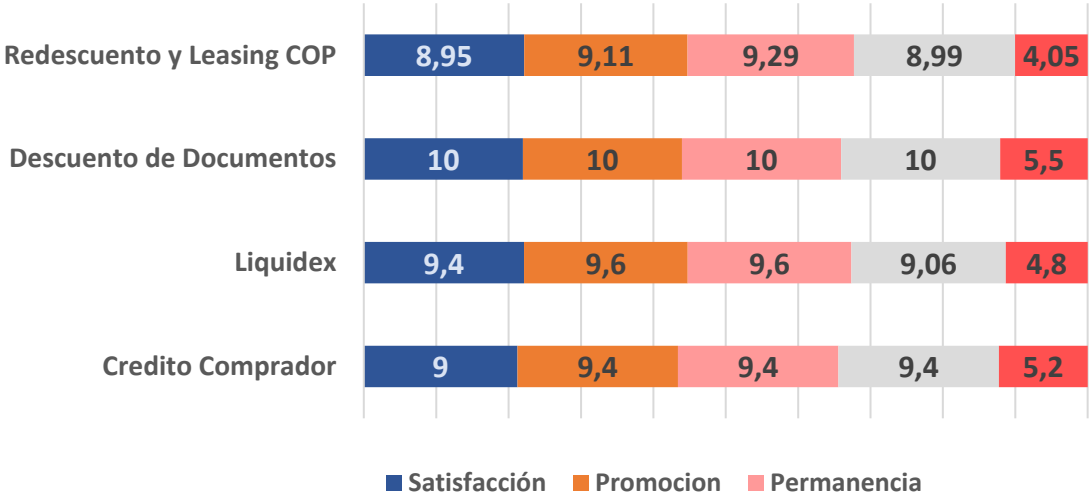


Cientes VCO – Producto

Muestra: 2.706

Calificación por segmento						
Segmento	Muestra	Satisfacción	Promocion	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Credito Comprador	5	9	9,4	9,4	9,4	5,2
Liquidex	15	9,4	9,6	9,6	9,06	4,8
Descuento de Documentos	2	10	10	10	10	5,5
Redescuento y Leasing COP	2684	8,95	9,11	9,29	8,99	4,05

Producto



Insights

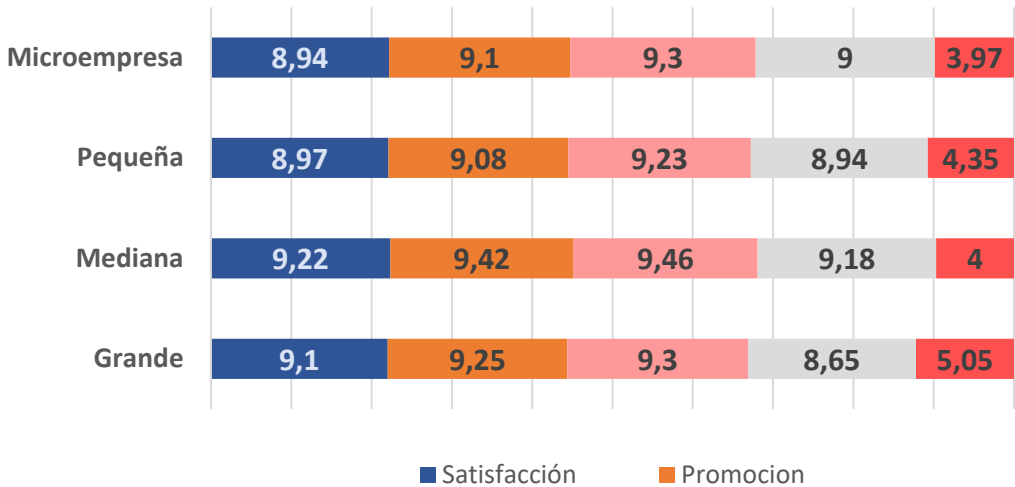
- ✓ “Excelente servicio”
- ✓ “Estoy agradecido por los recursos”
- ✓ “Muy bueno”
- ✓ “Estoy satisfecho con el servicio”
- ✓ “Agradecido con la gerente del Banco”
- ✓ “Me sirvieron mucho los recursos recibidos”
- × “Tasa muy alta”
- × “El intermediario financiero pone muchos problemas”
- × “No le dejaron periodo de gracia a mi préstamo”
- × “Interés muy alto”
- × “Muy demorados los desembolsos”
- × “Mala atención por parte del asesor”
- × “Aliados financieros con requisitos muy rigurosos”
- × “No estoy de acuerdo con los cobros del FNG”
- × “Muy malo el servicio”

Cientes VCO – Tamaño según activos

Muestra: 2.706

Calificación por segmento						
Segmento	Muestra	Satisfacción	Promocion	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Grande	20	9,1	9,25	9,3	8,65	5,05
Mediana	122	9,22	9,42	9,46	9,18	4
Pequeña	556	8,97	9,08	9,23	8,94	4,35
Microempresa	2008	8,94	9,1	9,3	9	3,97

Tamaño según Activos



Insights

- × “Insatisfecho con el Banco Agrario”
- × “Mucha dificultad para acceder a los créditos”
- × “Las tasas de interés son muy altas”
- × “Estoy muy insatisfecho con la asesoría que me dio la entidad financiera”
- × “Me cambiaron las condiciones cuando me dieron el crédito”
- × “Me fue muy mal con el crédito”
- × “Mucha demora del intermediario”
- × “Muy demorados para el desembolso”
- × “Estoy insatisfecho con el crédito que solicite con el Banco de Bogota”

Cientes VCO – Tipo cliente

Muestra: 2.706

Calificación por segmento						
Segmento	Muestra	Satisfacción	Promocion	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Desembolso con visita	245	9,08	9,28	9,41	8,91	4,8
Desembolso sin visita	2461	8,95	9,1	9,28	9	3,99



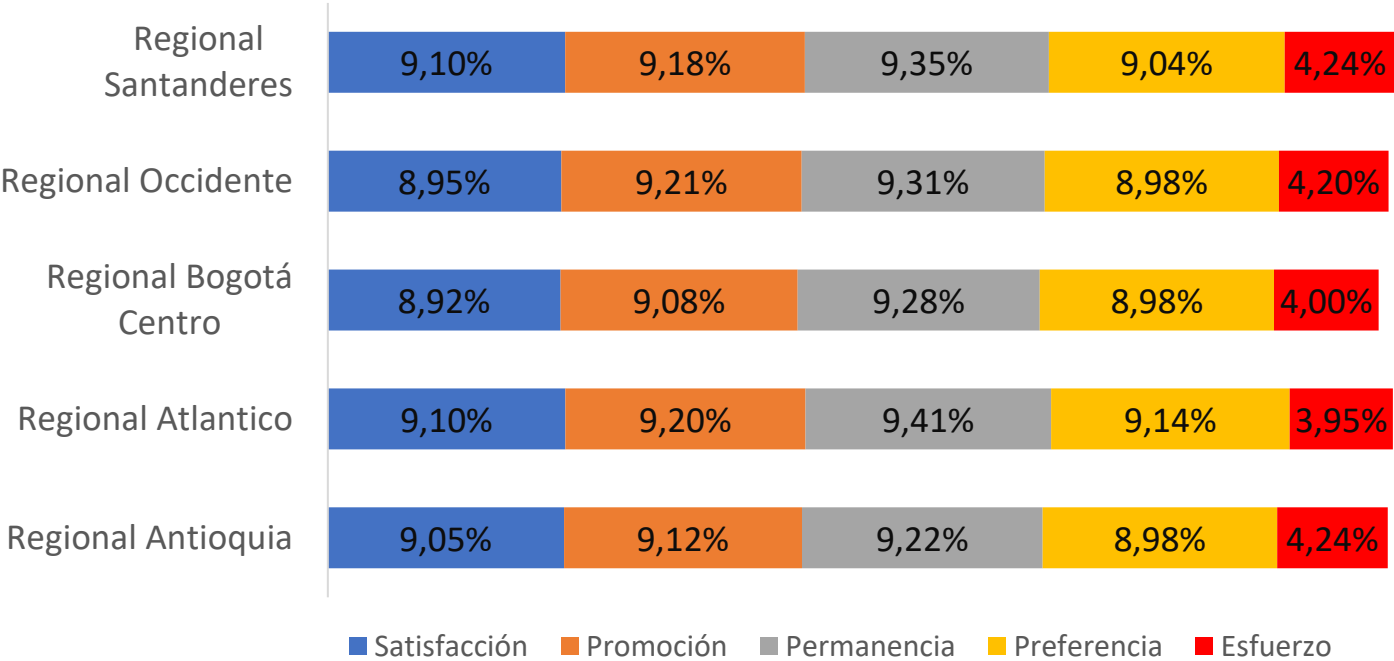
Insights

- ✓ “Estoy muy contenta con los recursos que recibí”
- ✓ “Estoy satisfecha con el crédito que obtuvo la empresa”
- ✓ “Estoy agradecido con el servicio que me prestaron”
- ✓ “Les agradezco su colaboración y espero que se mantengan los niveles de servicio”
- ✓ “Estoy satisfecho con el servicio y con Bancolombia”
- ✓ “Me gustaron los bajos intereses”
- × “La tasa de interés fue un poco alta”
- × “Estoy inconforme con el seguro”
- × “Los bancos siempre niegan los productos Bancldex”
- × “Los tiempos de respuesta son muy demorados”
- × “Las herramientas tecnológicas son muy ineficientes para realizar los pagos”
- × “Muy demorado el proceso”
- × “Muchos documentos para acceder al crédito”

Cientes VCO – Regional Zonal

Muestra: 2.706

Tipo de cliente	Segmento	Regional Zonal	Muestra Subsegmentos	Satisfacción	Promoción	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Clientes VCO	Regional Zonal	Regional Antioquia	198	9,05%	9,12%	9,22%	8,98%	4,24%
		Regional Atlántico	212	9,10%	9,20%	9,41%	9,14%	3,95%
		Regional Bogotá Centro	1.694	8,92%	9,08%	9,28%	8,98%	4,00%
		Regional Occidente	390	8,95%	9,21%	9,31%	8,98%	4,20%
		Regional Santanderes	212	9,10%	9,18%	9,35%	9,04%	4,24%
Total General			2.706	8,96%	9,11%	9,29%	8,99%	4,06%

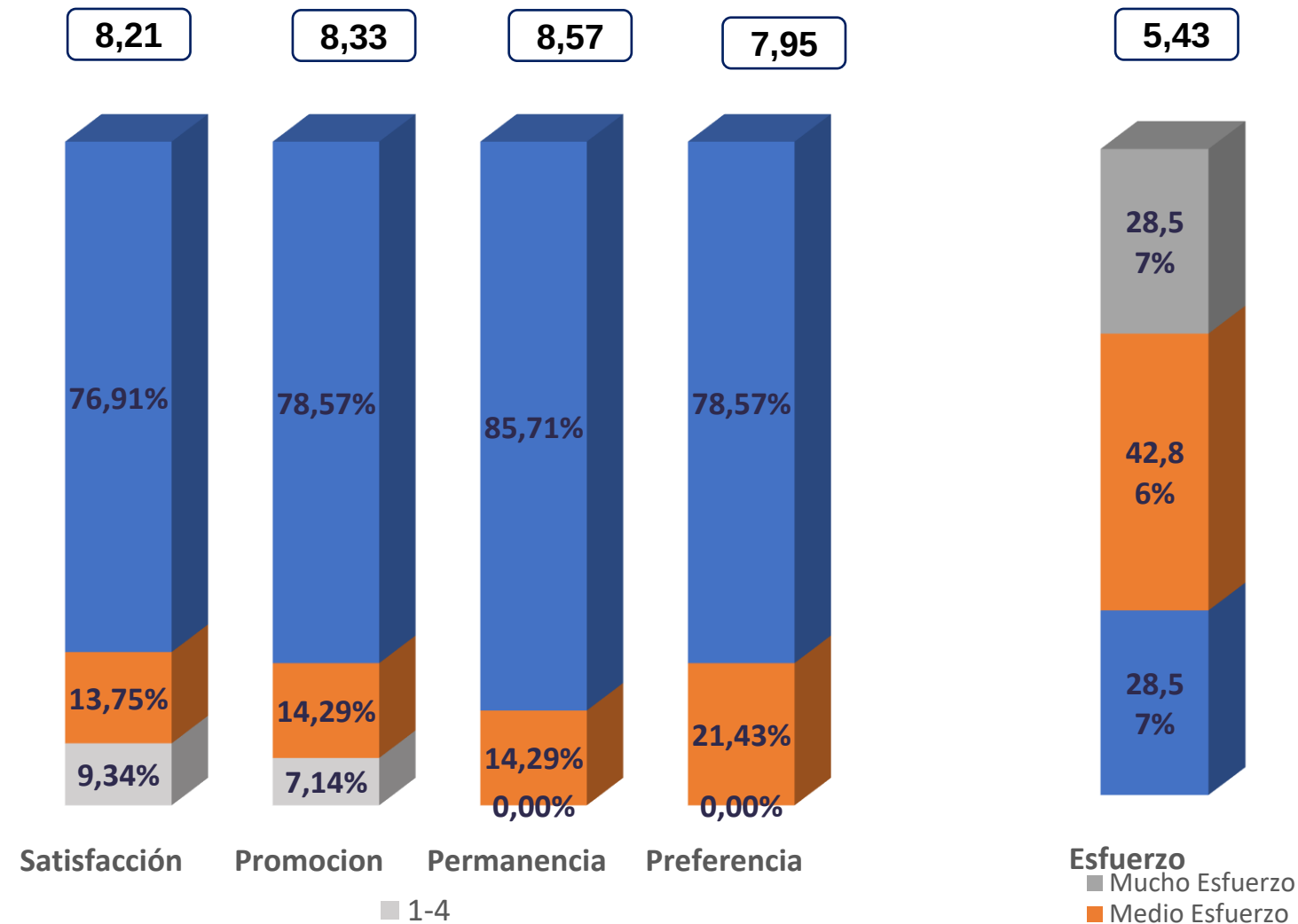


Prospectos VCO



Prospectos VCO

Muestra: 931



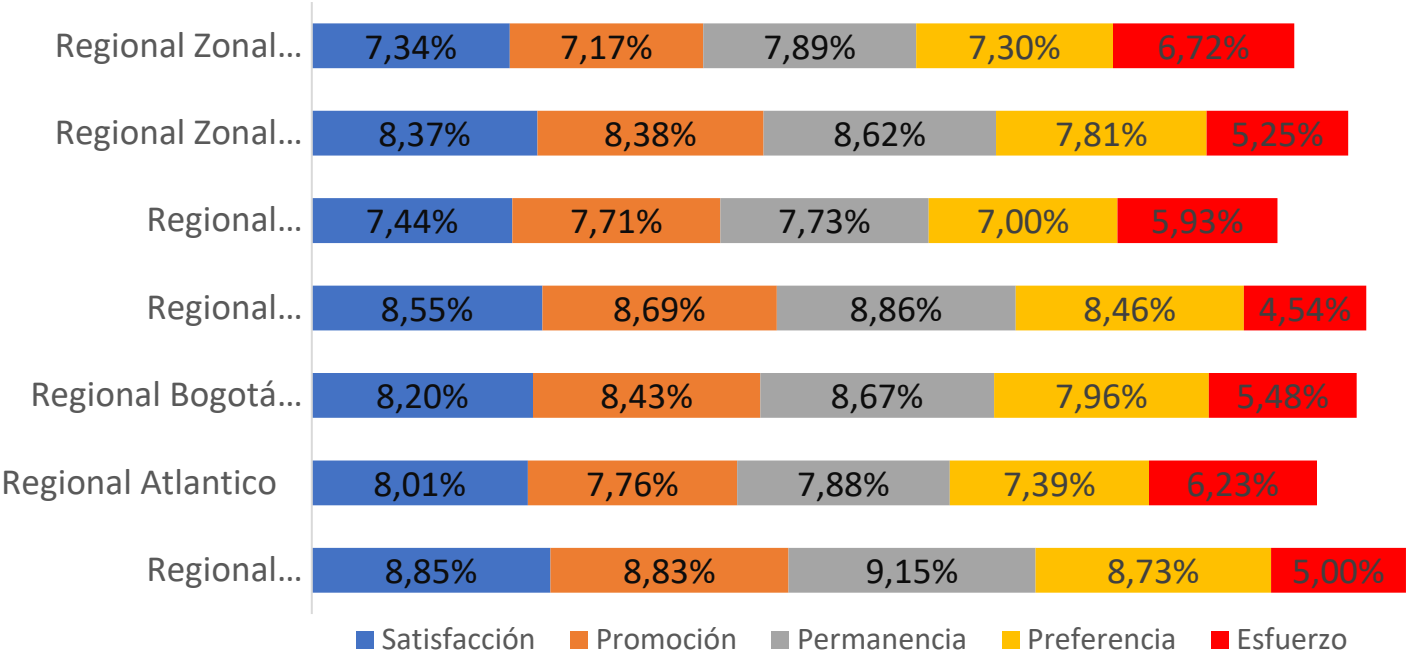
Insights

- ✓ “El servicio fue oportuno”
- ✓ “Agradezco el respaldo”
- ✓ “Estoy satisfecho con Bancóldex”
- ✓ “El servicio del asesor es excelente”
- ✓ “Iza Romero es una persona muy competente y atenta con la empresa”
- ✓ “Excelente servicio asesoría y acompañamiento por parte de la ejecutiva Beatriz Pérez”
- ✓ “Es un Banco con buen servicio, buena asesoría y buenos productos”
- × “Fue un asco el servicio, me dieron la espalda”
- × “Las tasas de interés no son muy buenas. Hay otras entidades que manejan mejores tasas”
- × “No ha servido para mucho. Por parte del estado no ha habido un verdadero incentivo”
- ✓ “Muy complicado acceder a los recursos”
- ✓ “Los intermediarios abusan de los recursos dados por el gobierno”
- ✓ “El servicio y el acompañamiento fue regular”
- ✓ “El proceso fue largo y desgastante, además el manejo es muy desordenado”
- ✓ “Es más complicado acceder a los recursos Bancóldex que a los de la Banca Comercial común”

Prospectos VCO – Regional Zonal

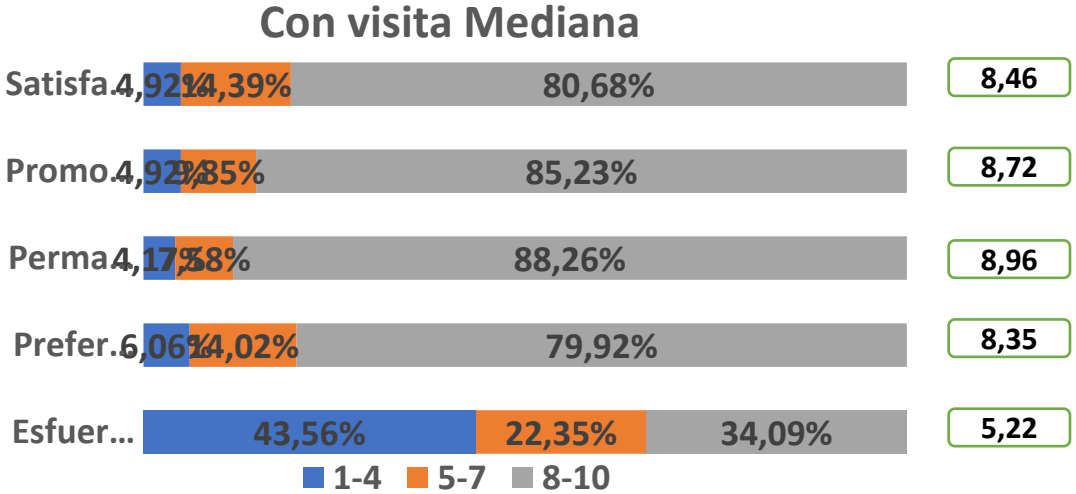
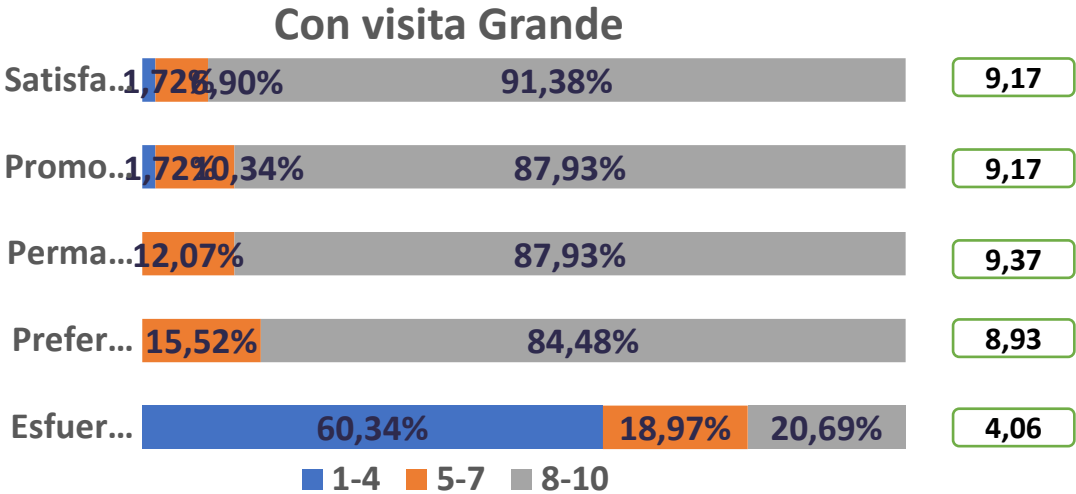
Muestra: 931

Grupo de Interés	Segmento	Regional Zonal	Muestra Subsegmentos	Satisfacción	Promoción	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Prospecto VCO	Regional Zonal	Regional Antioquia	71	8,85%	8,83%	9,15%	8,73%	5,00%
		Regional Atlántico	83	8,01%	7,76%	7,88%	7,39%	6,23%
		Regional Bogotá Centro	460	8,20%	8,43%	8,67%	7,96%	5,48%
		Regional Occidente	147	8,55%	8,69%	8,86%	8,46%	4,54%
		Regional Santanderes	55	7,44%	7,71%	7,73%	7,00%	5,93%
		Regional Zonal Oriente	68	8,37%	8,38%	8,62%	7,81%	5,25%
		Regional Zonal Sur	47	7,34%	7,17%	7,89%	7,30%	6,72%
Total General			931	8,21%	8,33%	8,57%	7,95%	5,44%

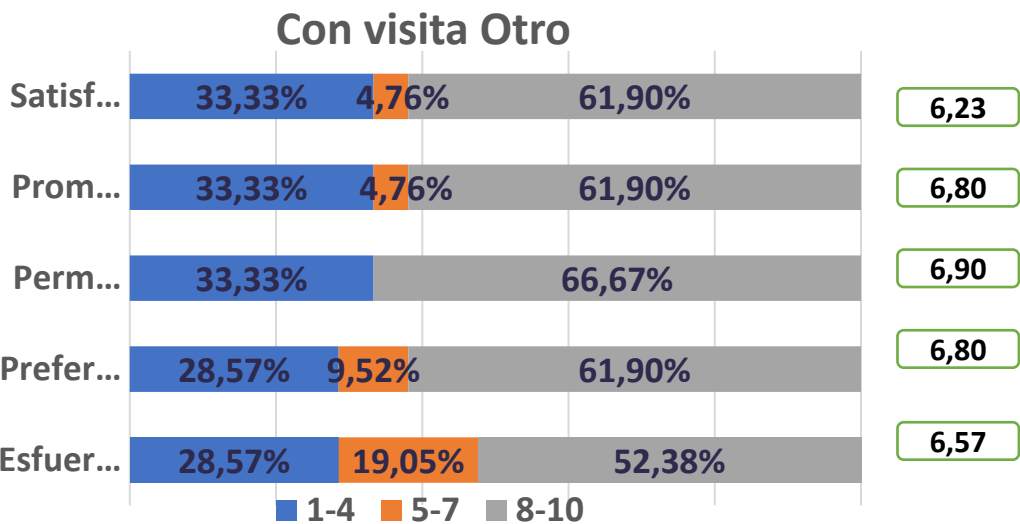
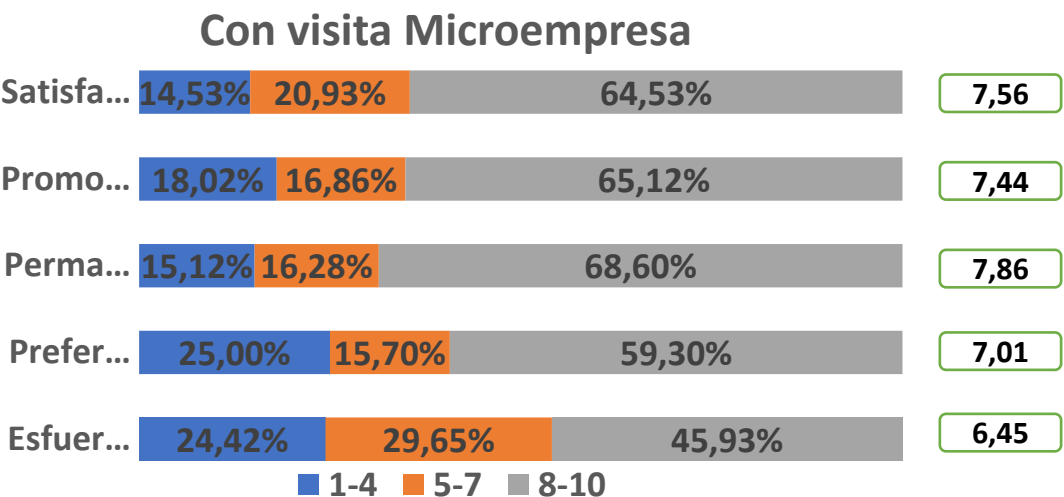
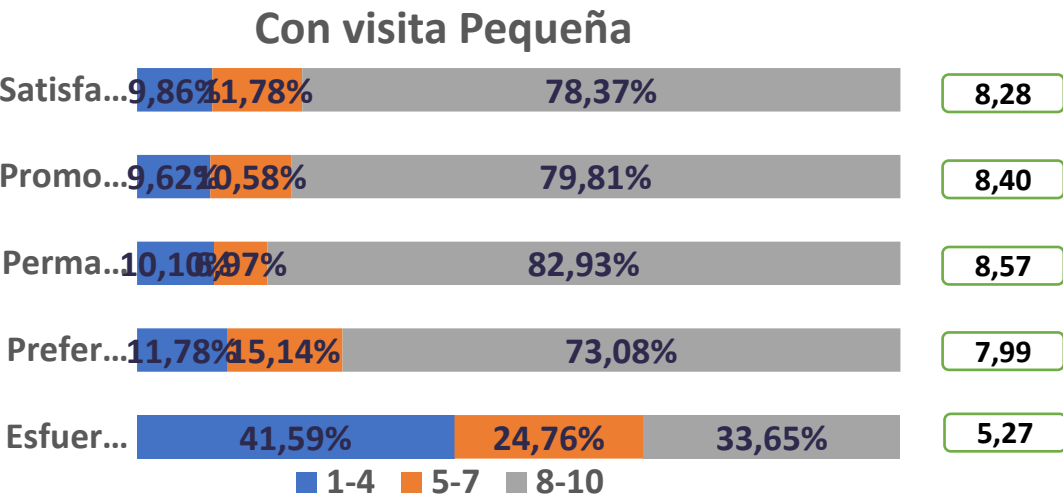


Prospectos VCO – Tamaño según activos

Calificación por segmento		
Segmento	Universo	Muestra
Prospectos con Visita Grande	2928	58
Prospectos con Visita Mediana	2498	264
Prospectos con Visita Pequeña	1097	416
Prospectos con Visita Microempresa	784	172
Prospectos con Visita Otro	619	21



Prospectos VCO – Tamaño según activos

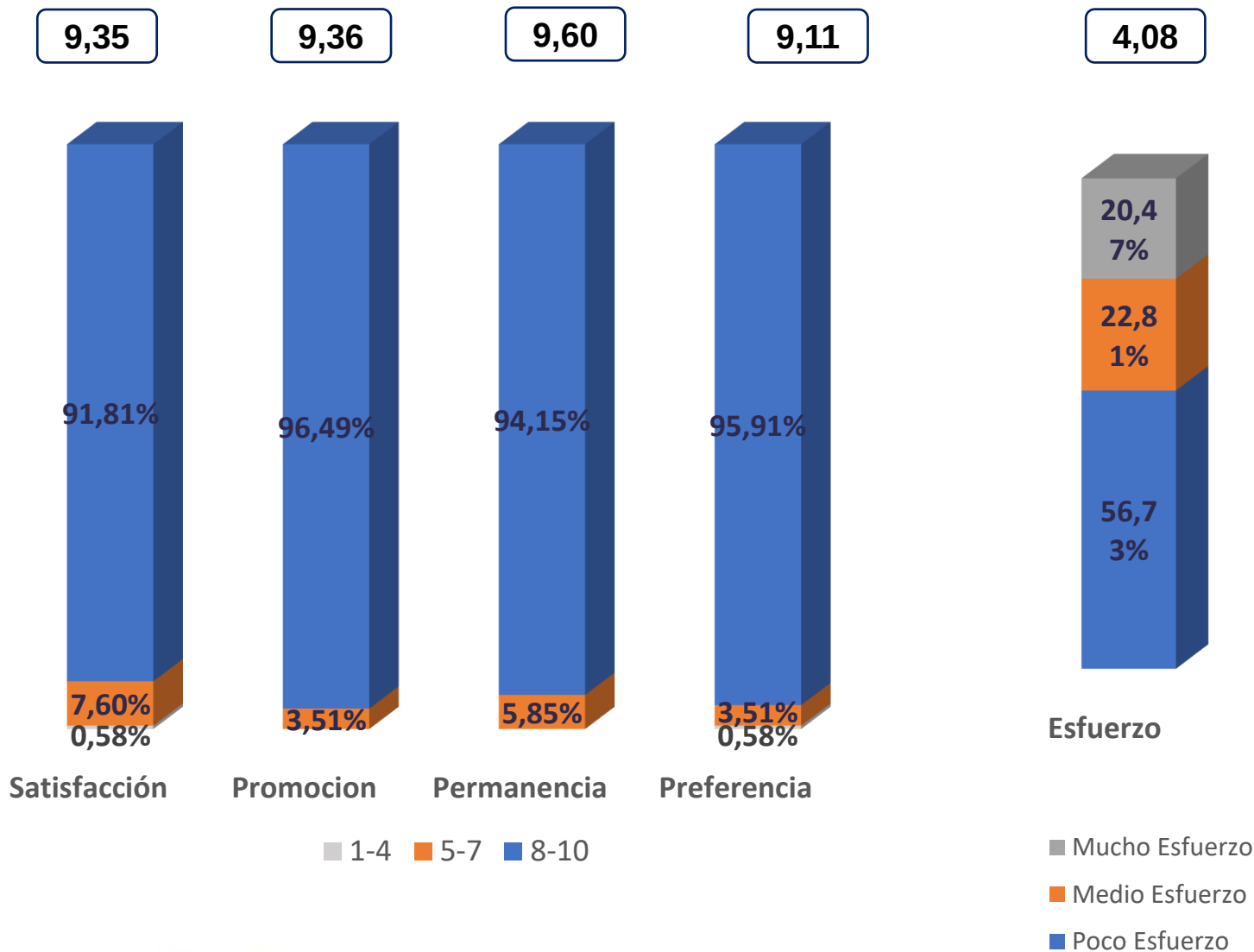


Intermediarios financieros



Intermediarios financieros

Muestra: 171



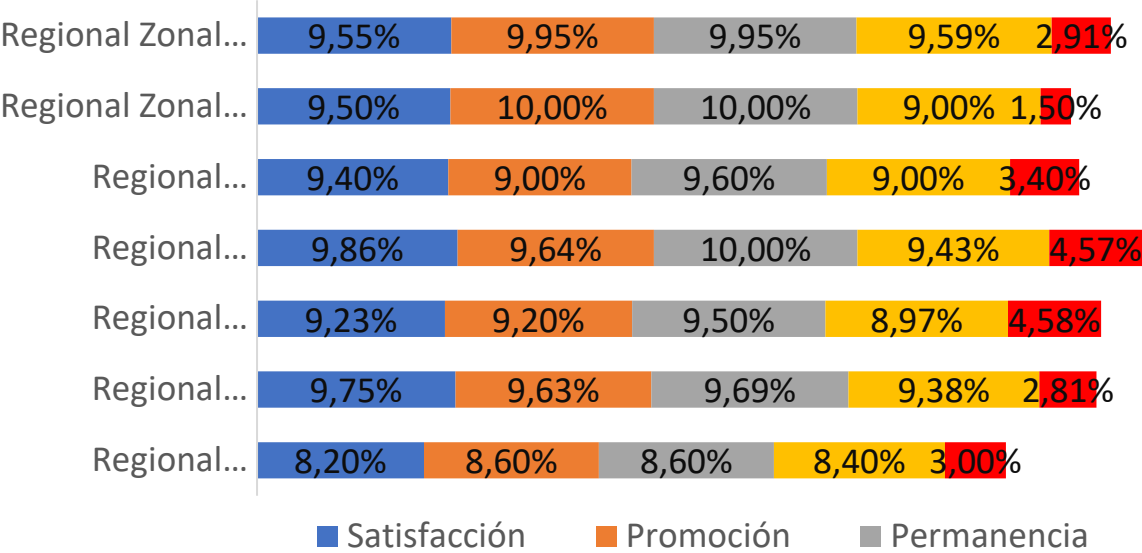
Insights

- ✓ “Todo el servicio es bueno”
- ✓ “El servicio de Bancóldex en general es muy buen y el del señor Eduardo”
- ✓ “Todo muy bien”
- ✓ “Destaco la gestión de **Juliana Navas**, siempre esta muy dispuesta a ayudar”
- ✓ “Muy bueno el servicio y las líneas de crédito”
- ✓ “Excelente servicio”
- ✓ “El servicio recibido por **Juliana Navas** es excelente”
- × “Las tasas de redescuento no son muy competitivas”
- × “Findeter maneja tasas mas competitivas”
- × “Las tasas de interés son muy altas”
- × “Los tiempos de servicio son muy extensos”
- × “ Es compleja la reserva de los recursos”
- × “ Difícil acceder en cuanto al tema operativo, dispendioso los procesos para la solicitud de los recursos”
- × “No estoy de acuerdo con que Bancóldex preste para compra de cartera”
- × “La comisión es muy alta y el cobro anual para los empresarios es muy fuerte”
- × “Subir la información a la plataforma es muy tedioso”

Intermediarios financieros

Muestra: 171

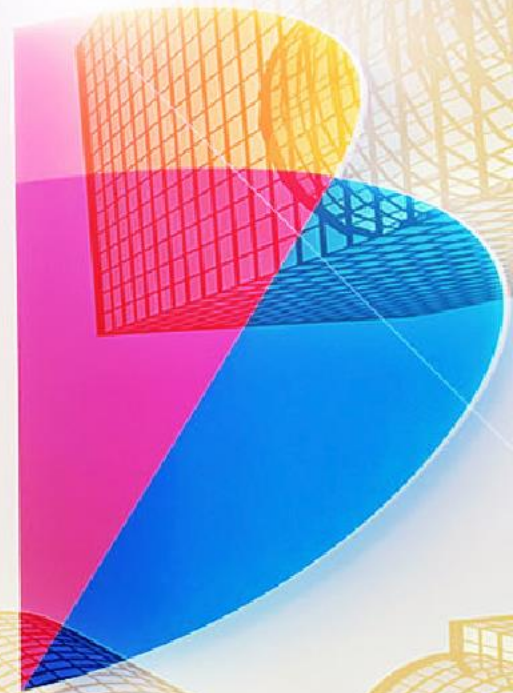
Grupo de Interés	Segmento	Regional Zonal	Muestra Subsegmentos	Satisfacción	Promoción	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Prospecto VCO	Regional Zonal	Regional Antioquia	5	8,20%	8,60%	8,60%	8,40%	3,00%
		Regional Atlántico	16	9,75%	9,63%	9,69%	9,38%	2,81%
		Regional Bogotá Centro	107	9,23%	9,20%	9,50%	8,97%	4,58%
		Regional Occidente	14	9,86%	9,64%	10,00%	9,43%	4,57%
		Regional Santanderes	5	9,40%	9,00%	9,60%	9,00%	3,40%
		Regional Zonal Oriente	2	9,50%	10,00%	10,00%	9,00%	1,50%
		Regional Zonal Sur	22	9,55%	9,95%	9,95%	9,59%	2,91%
Total General			171	9,35%	9,36%	9,60%	9,11%	4,08%



EOCM

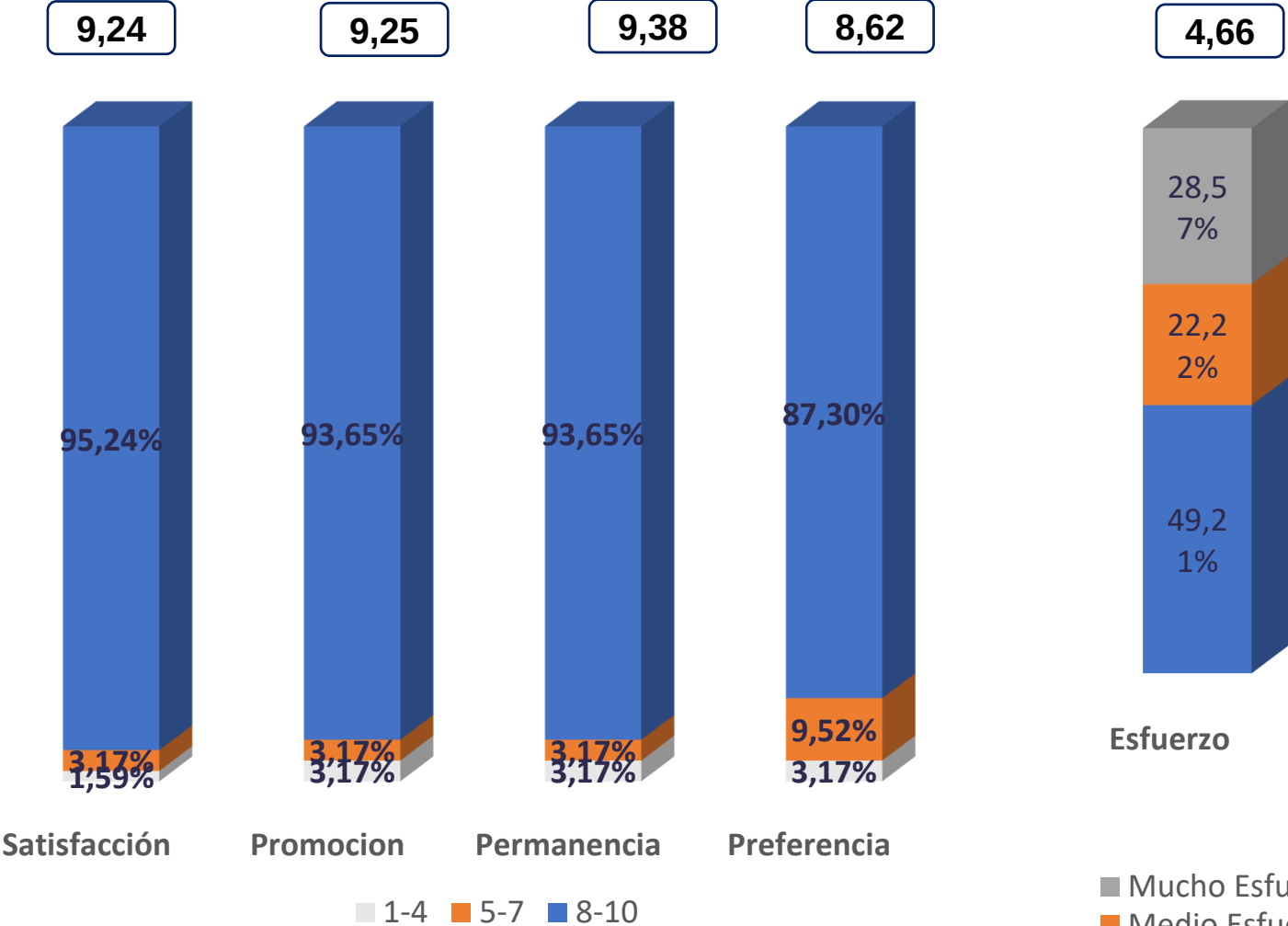
BANCOLDEX

PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL



EOCM

Muestra: 63



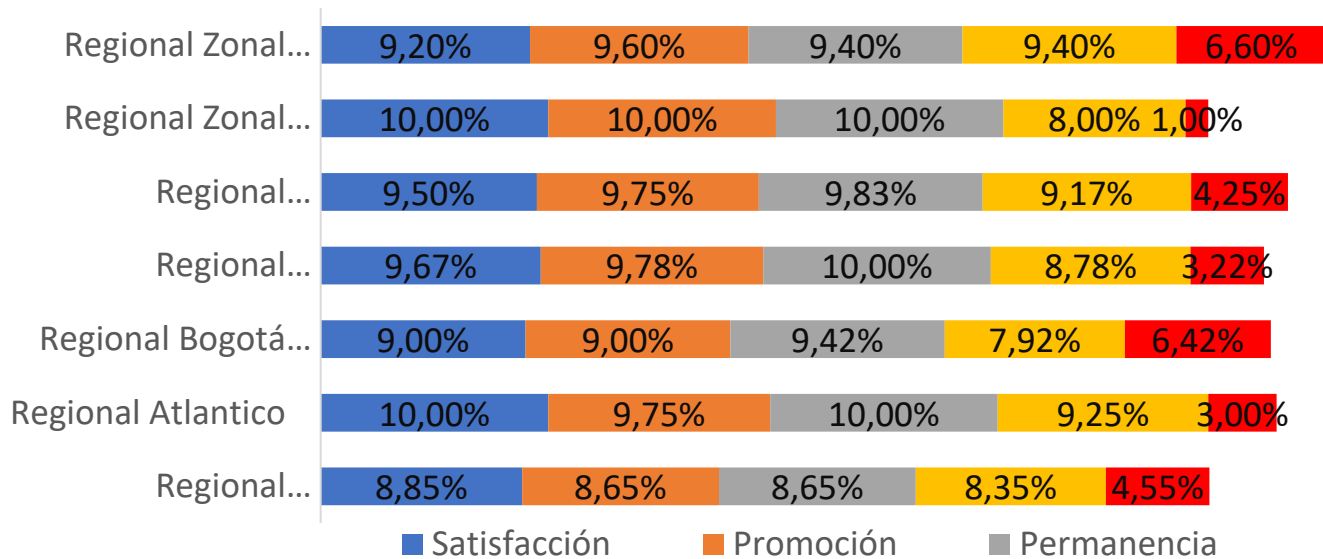
Insights

× “Tiempos de respuesta muy largos”

EOCM

Muestra: 63

Grupo de Interés	Segmento	Regional Zonal	Muestra Subsegmentos	Satisfacción	Promoción	Permanencia	Preferencia	Esfuerzo
Prospecto VCO	Regional Zonal	Regional Antioquia	20	8,85%	8,65%	8,65%	8,35%	4,55%
		Regional Atlantico	4	10,00%	9,75%	10,00%	9,25%	3,00%
		Regional Bogotá Centro	12	9,00%	9,00%	9,42%	7,92%	6,42%
		Regional Occidente	9	9,67%	9,78%	10,00%	8,78%	3,22%
		Regional Santanderes	12	9,50%	9,75%	9,83%	9,17%	4,25%
		Regional Zonal Oriente	1	10,00%	10,00%	10,00%	8,00%	1,00%
		Regional Zonal Sur	5	9,20%	9,60%	9,40%	9,40%	6,60%
Total General			63	9,24%	9,25%	9,38%	8,62%	4,67%



Opiniones de los Encuestados VCO

Oportunidades de Mejora



- ❖ Ampliar la oferta de líneas de crédito
- ❖ Trabajar en la mejora de la plataforma de pagos
- ❖ Mejorar las tasas de interés
- ❖ Hacer mayor publicidad y mas explicita para evitar falsas expectativas en los clientes
- ❖ Los asesores deberían tener una mejor disposición de ayuda y acompañamiento a los clientes cuando se hace la solicitud de crédito.
- ❖ Deberían ampliarse las oportunidades para la Microempresas
- ❖ Hacer el proceso de solicitud de crédito mas fácil y rápido
- ❖ Reducir la documentación exigida para el momento de la solicitud de crédito
- ❖ Efectuar mas control sobre los Intermediarios Financieros
- ❖ Ampliar las oportunidades para las personas que no tienen vida crediticia
- ❖ Asegurar que la información que es enviada vía mail coincida con lo que conocen en las sucursales de los Intermediarios Financieros para evitar perdida de tiempo.
- ❖ Deberían ampliar las alternativas de pago cuando los empresarios presente dificultades.
- ❖ Mejorar los procesos de ingreso de información a Banca Electrónica (Intermediarios Financieros)
- ❖ Ampliación de plazos para PYMES para incrementar la cobertura de empresas que apliquen a créditos (Intermediarios financieros)

Destacados



JULIANA NAVAS

EXCELENCIA EN EL SERVICIO
POSTVENTA 2021



IZA ROMERO

EXCELENCIA EN EL SERVICIO
POSTVENTA 2021



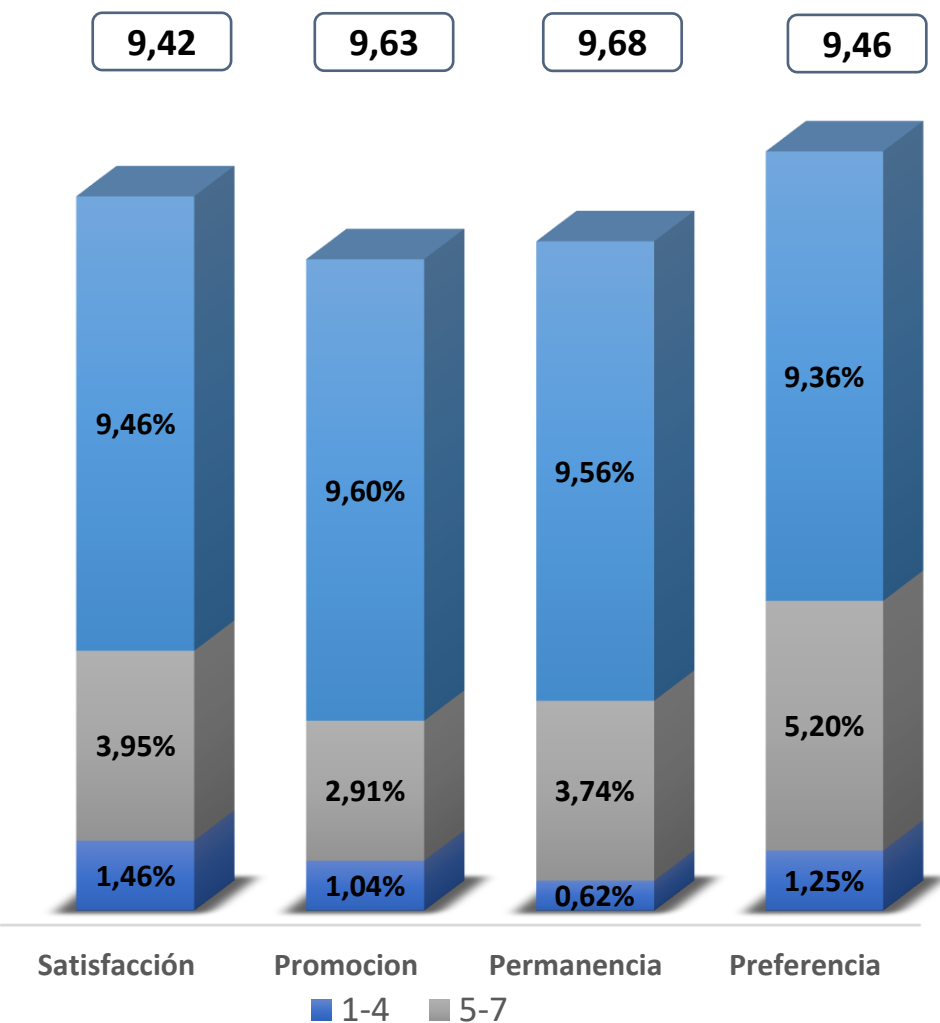
BEATRIZ PEREZ

EXCELENCIA EN EL SERVICIO
POSTVENTA 2021

Cientes VCD



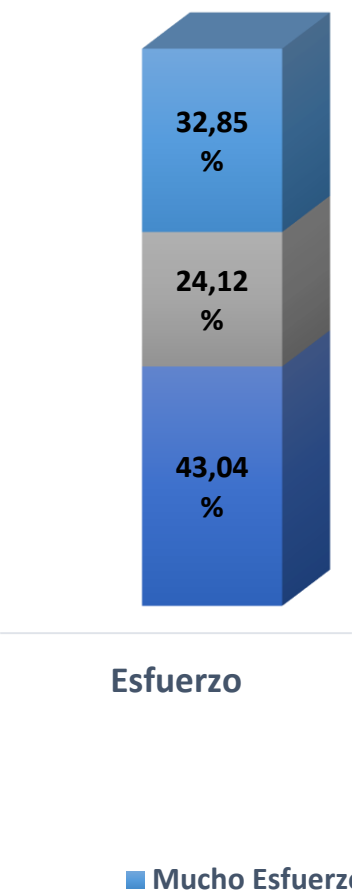
RESULTADO DE ENCUESTA – CLIENTES VCD



Muestra: 481

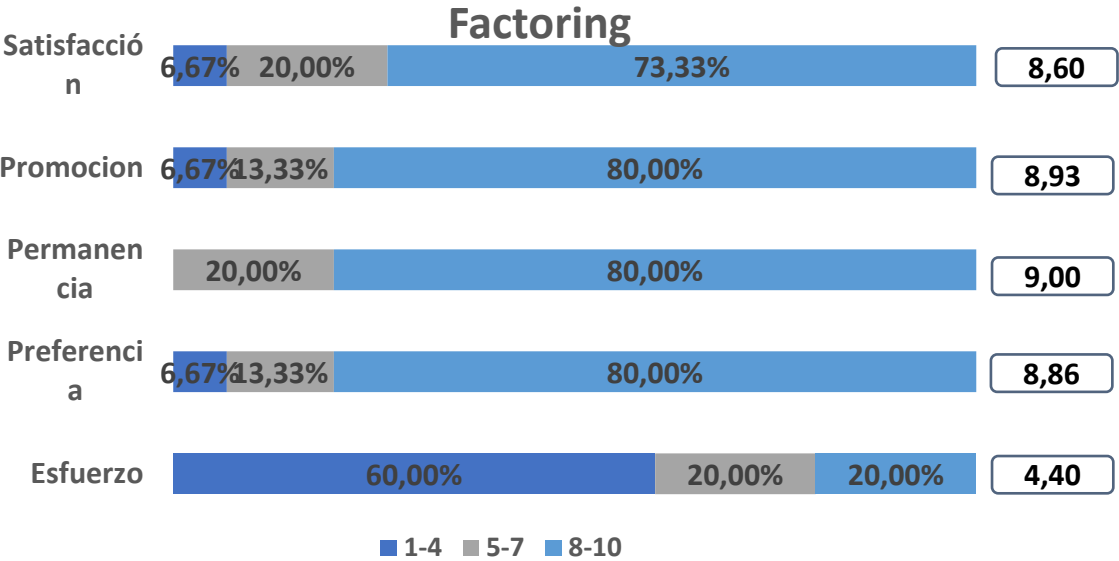
Insights

- ✓ “Ha mejorado el servicio”
- ✓ “Estoy muy contenta con el crédito, las tasas de interés son muy beneficiosas”
- ✓ “Estoy contento porque logre acceder al crédito a pesar que fue algo complicado”
- ✓ “Quiero extender mi agradecimiento total por el apoyo que ha dado Bancóldex a los empresarios”
- ✓ “Muy bueno”
- ✓ “Estoy muy satisfecho con el servicio, espero que sigan así brindando la información correctamente”
- × “Estoy muy molesta con el servicio”
- × “El FNG es muy costoso para tiempos de reactivación”
- × “Proceso complicado para acceder a crédito”
- × “Documentación excesiva para acceder a crédito”
- × “Tiempos de respuesta muy extensos”
- × “La tasa es muy alta”

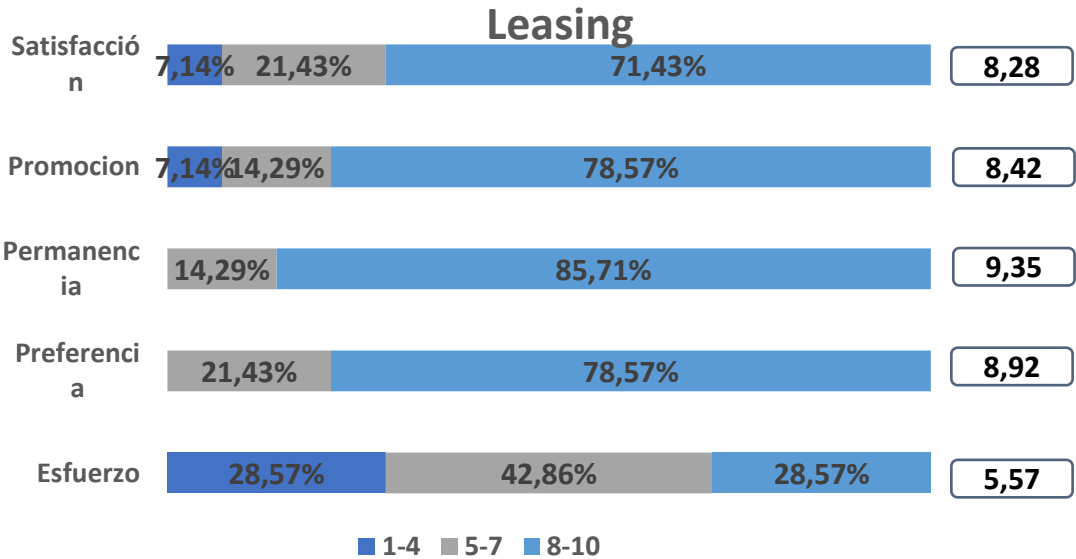
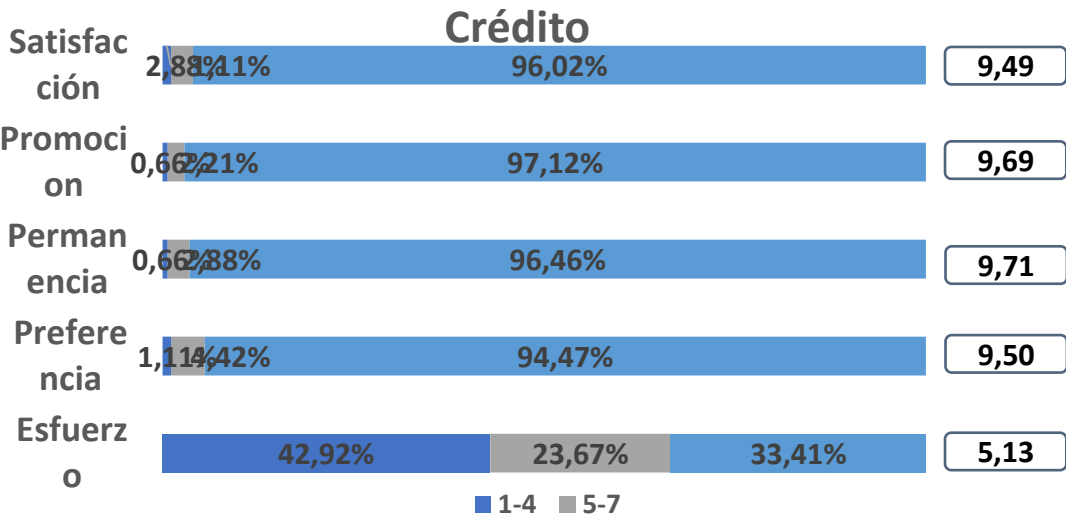


RESULTADO DE ENCUESTA – CLIENTES VCD

Calificación por segmento		
Segmento	Universo	Muestra
Productos VCP Crédito	1503	452
Productos VCP Factoring	69	15
Productos VCP Leasing	65	14



Muestra: 481



Opinión Clientes VCD

POSITIVAS

- ❖ Contenta con el crédito, tasa de interés muy beneficiosa.
- ❖ Fue complicado realizar la operación, pero contento porque se logró.
- ❖ Agradecimiento total por el apoyo que ha dado Bancóldex a los empresarios.



NEGATIVAS

- ❖ Molesta con el servicio, realicé un pago anticipado de 8 millones, para no pagar las siguientes cuotas, pero fui reportada en centrales de riesgo.
- ❖ El costo de FNG es muy elevado para una empresa que está en reactivación empresarial.
- ❖ Siempre fue complicado acceder a los recursos de Bancóldex.
- ❖ Sería bueno antes de hacer el desembolso dar información sobre como es el proceso de pagos; a que cuentas y en que entidades financieras, ya que ellos no manejan cuentas para hacer pagos virtuales.
- ❖ Documentación muy excesiva.
- ❖ El proceso duro más de 3 meses, falta de comunicación con ejecutivo.
- ❖ Mucho papeleo y requisitos para solicitar los recursos.

Opiniones de los Encuestados VCD

Oportunidades de Mejora



- ❖ Trabajar en la mejora de la plataforma de pagos
- ❖ Mejorar las tasas de interés
- ❖ Hacer mayor publicidad y mas explicita para evitar falsas expectativas en los clientes
- ❖ Hacer el proceso de solicitud de crédito mas fácil y rápido
- ❖ Reducir la documentación exigida para el momento de la solicitud de crédito
- ❖ Deberían ampliar las alternativas de pago cuando los empresarios presente dificultades.
- ❖ No he logrado concretar crédito, solicito mayor acompañamiento.
- ❖ Tener más acompañamiento sobre los productos de Bancóldex.
- ❖ He tenido inconvenientes con la plataforma de pagos y aún no me dan solución.
Sugiero mejorar el proceso para pagos.
- ❖ Es más complicado acceder a Bancóldex que a un Banco comercial.

Conclusiones generales

- ❖ El ítem evaluado con mayor variación de datos fue el de Esfuerzo, lo que indica que la percepción de dificultad para acceder a los recursos de Bancóldex es alta.
- ❖ Se identifica que la Impresión de imagen y la probabilidad de recomendación se encuentran directamente ligadas a la experiencia obtenida en el proceso.
- ❖ Los encuestados con mayor insatisfacción en los procesos, productos y/o servicios de Bancóldex son los Prospectos VCO.
- ❖ Se evidencia ambigüedad en las respuestas de aquellos que se mantienen en posición positiva, ya que a pesar de haber dado un buen concepto en su calificación dejan un comentario negativo.



5. Educación Financiera



En el año 2021 el Campus Virtual Bancóldex enfocó sus esfuerzos en el apoyo a la reactivación de los negocios, por medio de la generación de nuevos contenidos sobre marketing digital y sobre temas financieros.

Empresarios de 266 municipios participaron en nuestros 17 cursos virtuales obteniendo 1425 certificaciones, de las cuales 364 se generaron mediante alianzas con 10 entidades.



INDICADORES DEL CAMPUS

Municipios

266

Certificados

1425

Alianzas

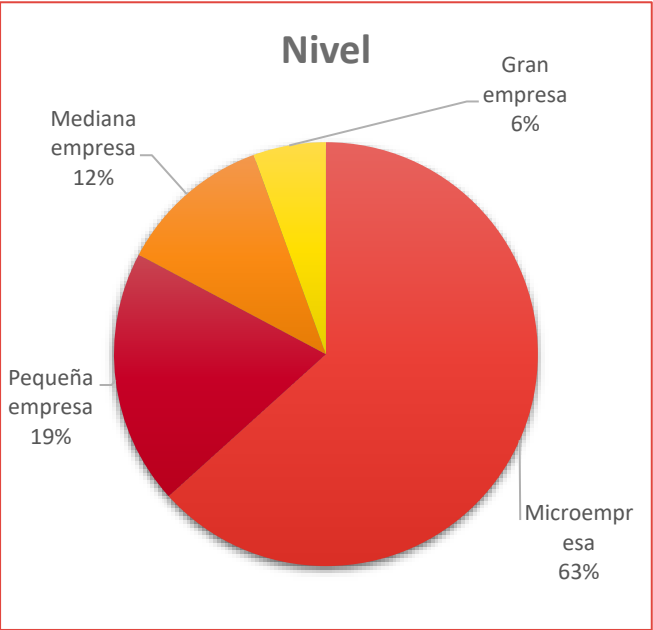
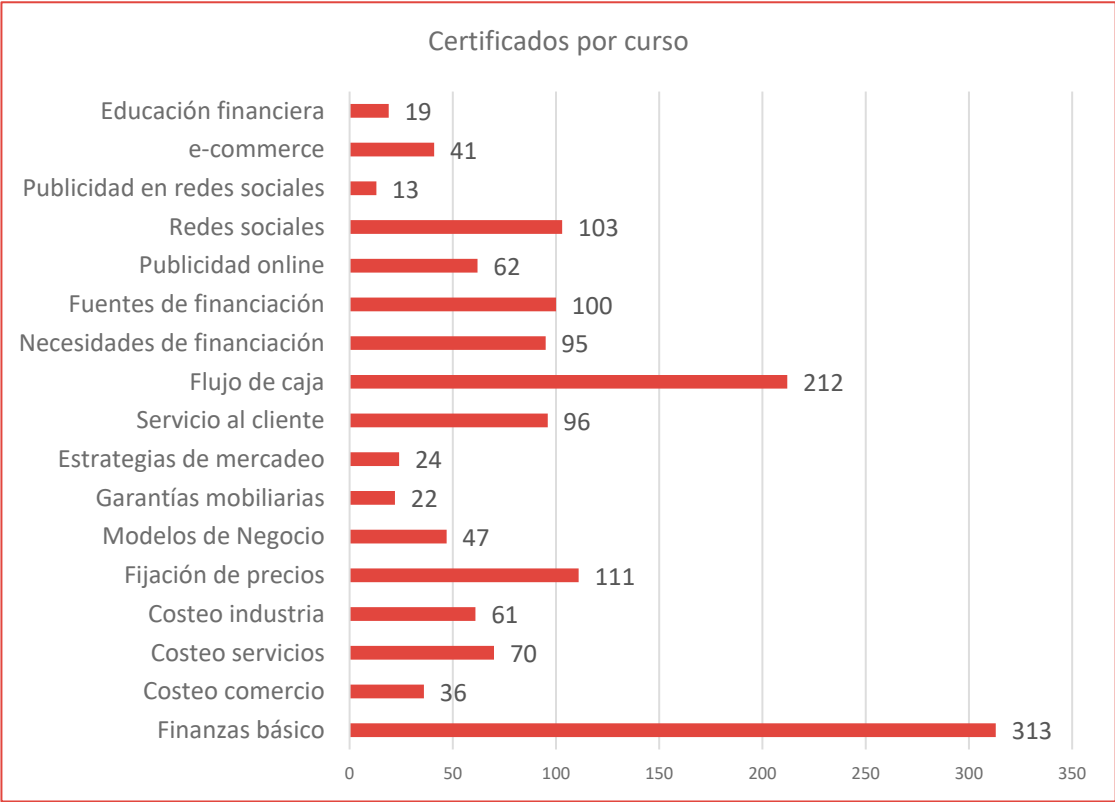
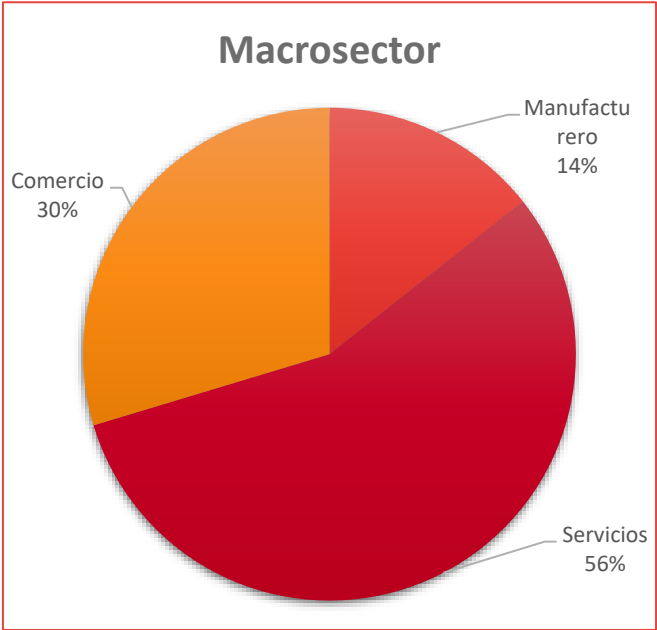
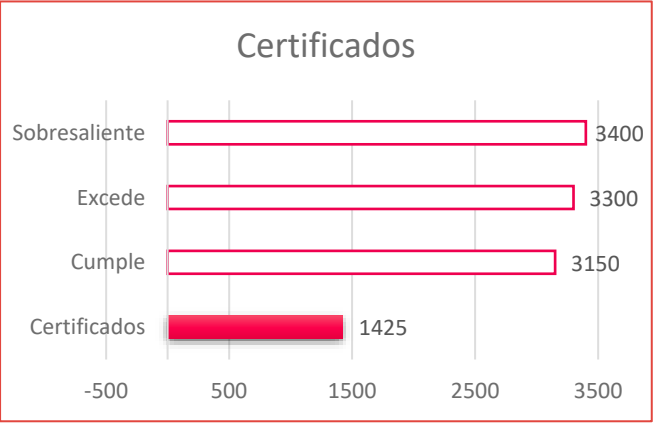
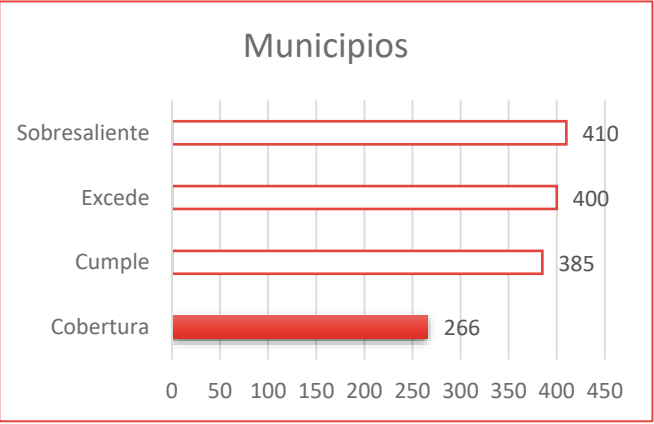
10

Modelos de negocio
naranja

Certificados: 41

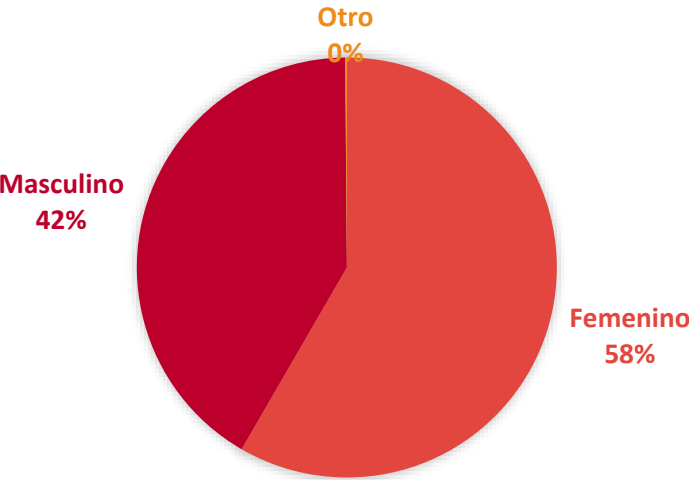
Garantías mobiliarias

Certificados: 22



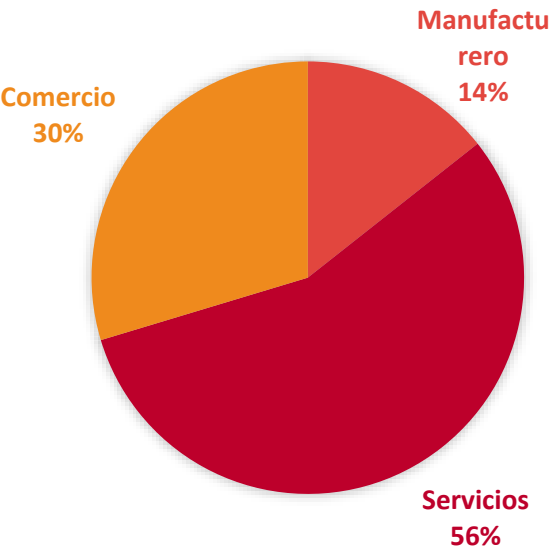
CARACTERIZACIÓN DE LOS PARTICIPANTES

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



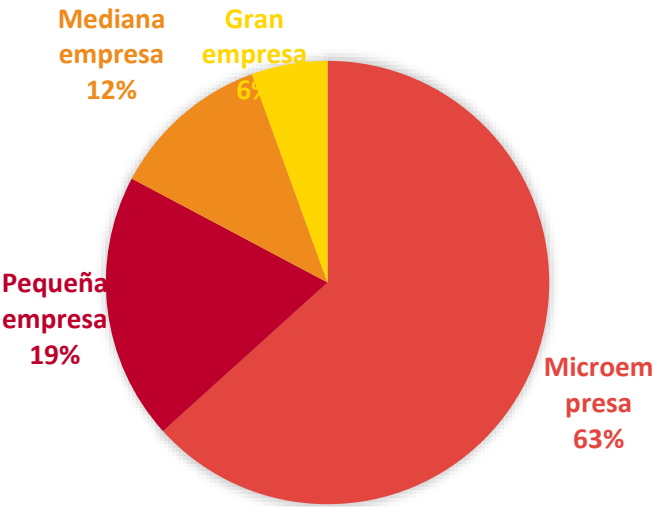
58% De participación de empresarias en los cursos virtuales.

DISTRIBUCIÓN POR MACROSECTOR ECONÓMICO



56% De los participantes provienen de empresas de servicios.

DISTRIBUCIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA



• 63% De los participantes provienen de Microempresas

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Cobertura:

266 municipios

29 departamentos



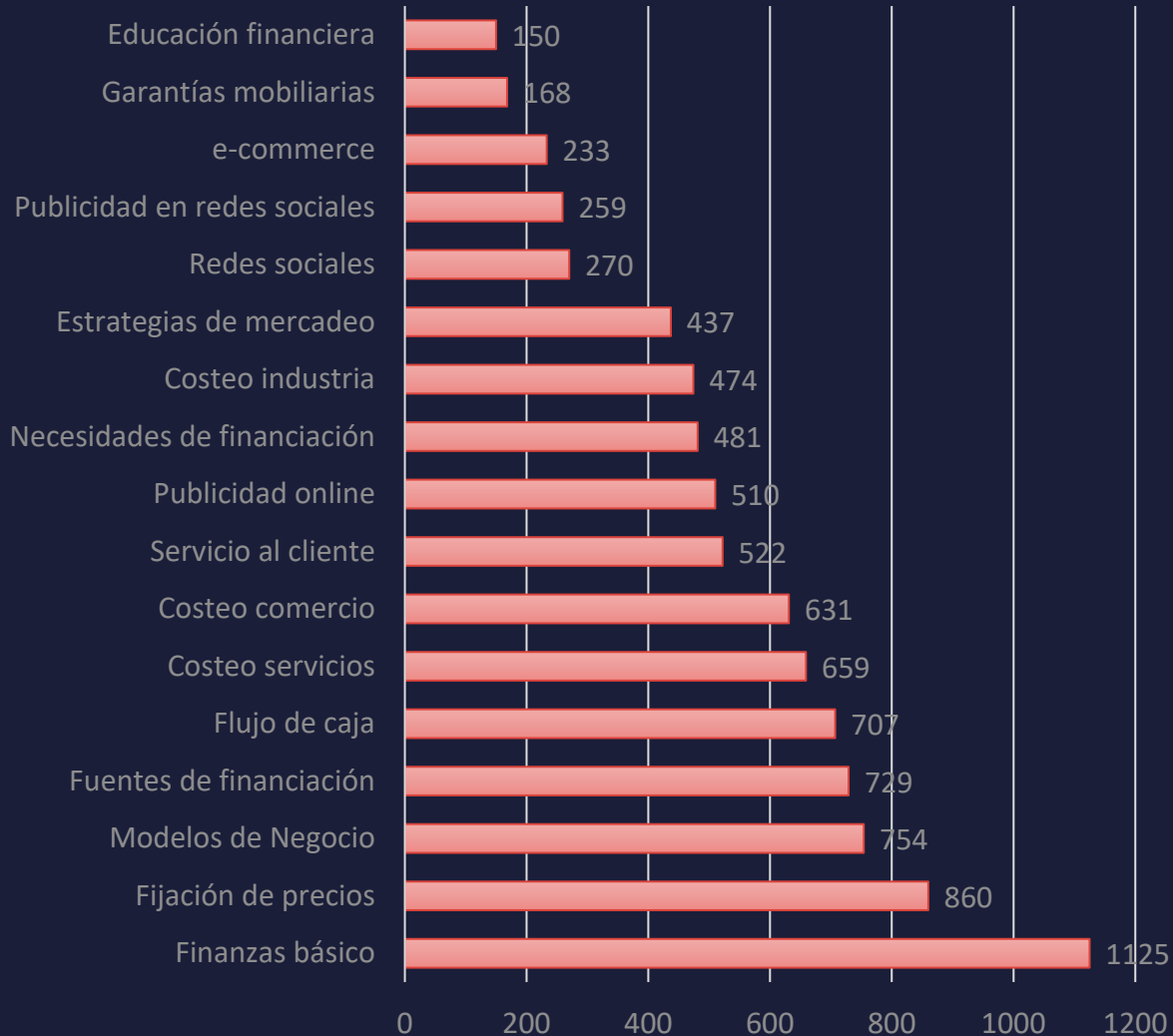
ACTIVIDAD DE LOS EMPRESARIOS EN LA PLATAFORMA

La oferta de formación virtual para 2021 incluyó los siguientes cursos libres:

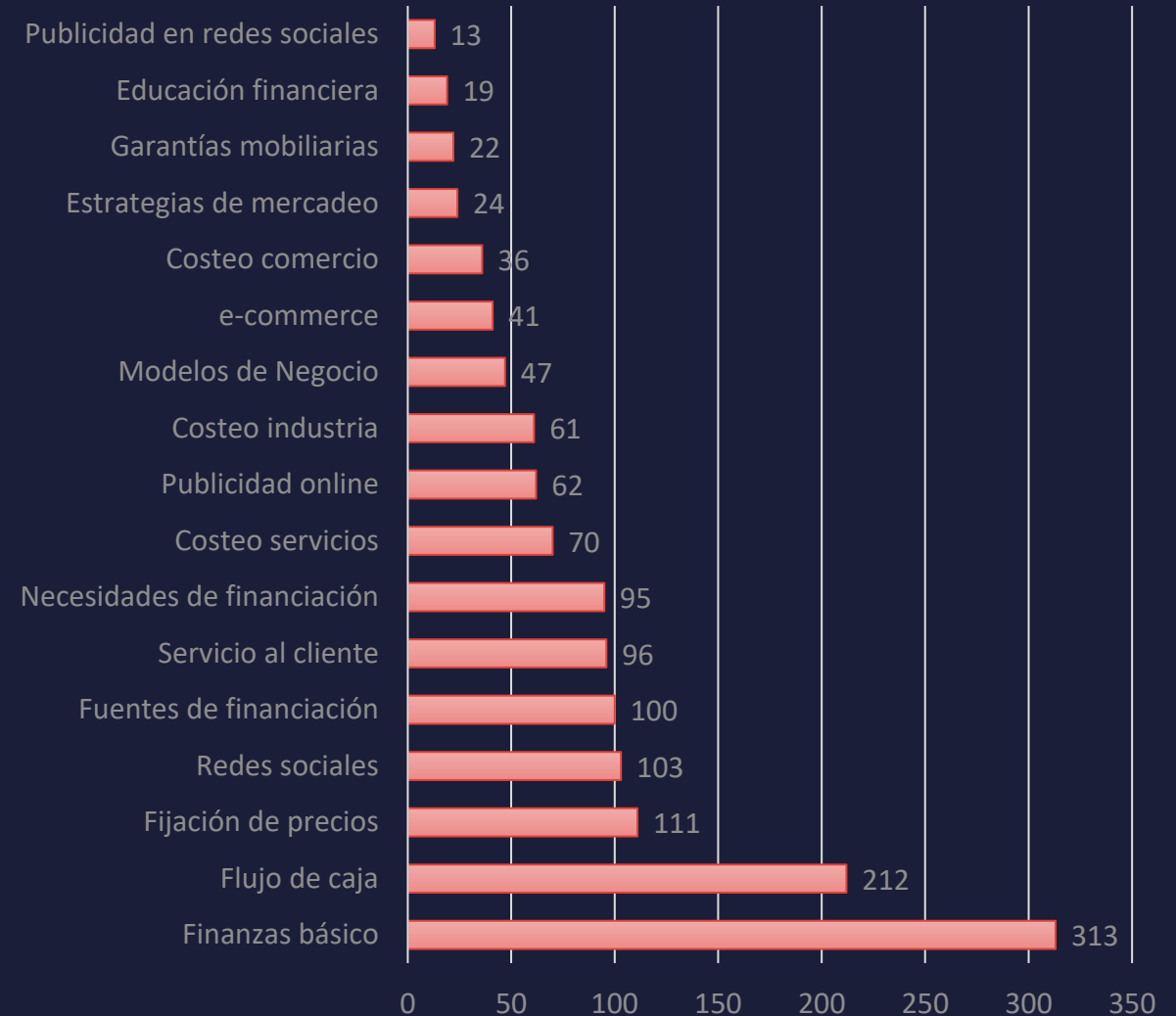
- Finanzas, conceptos básicos
- Costeo para empresas comerciales / de servicios / manufactureras e industriales
- Fijación de precios
- Garantías mobiliarias
- Estructuración de modelos de negocio para empresas creativas y culturales
- Estrategias de mercadeo
- Servicio al cliente
- Flujo de caja
- Necesidades de financiación
- Fuentes de financiación
- Publicidad Online
- Redes sociales
- Pauta en redes sociales
- E-commerce
- Educación financiera (Prueba piloto del proyecto de Banca de las Oportunidades)

PARTICIPACIÓN EN LOS CURSOS

Ranking por número de inscripciones



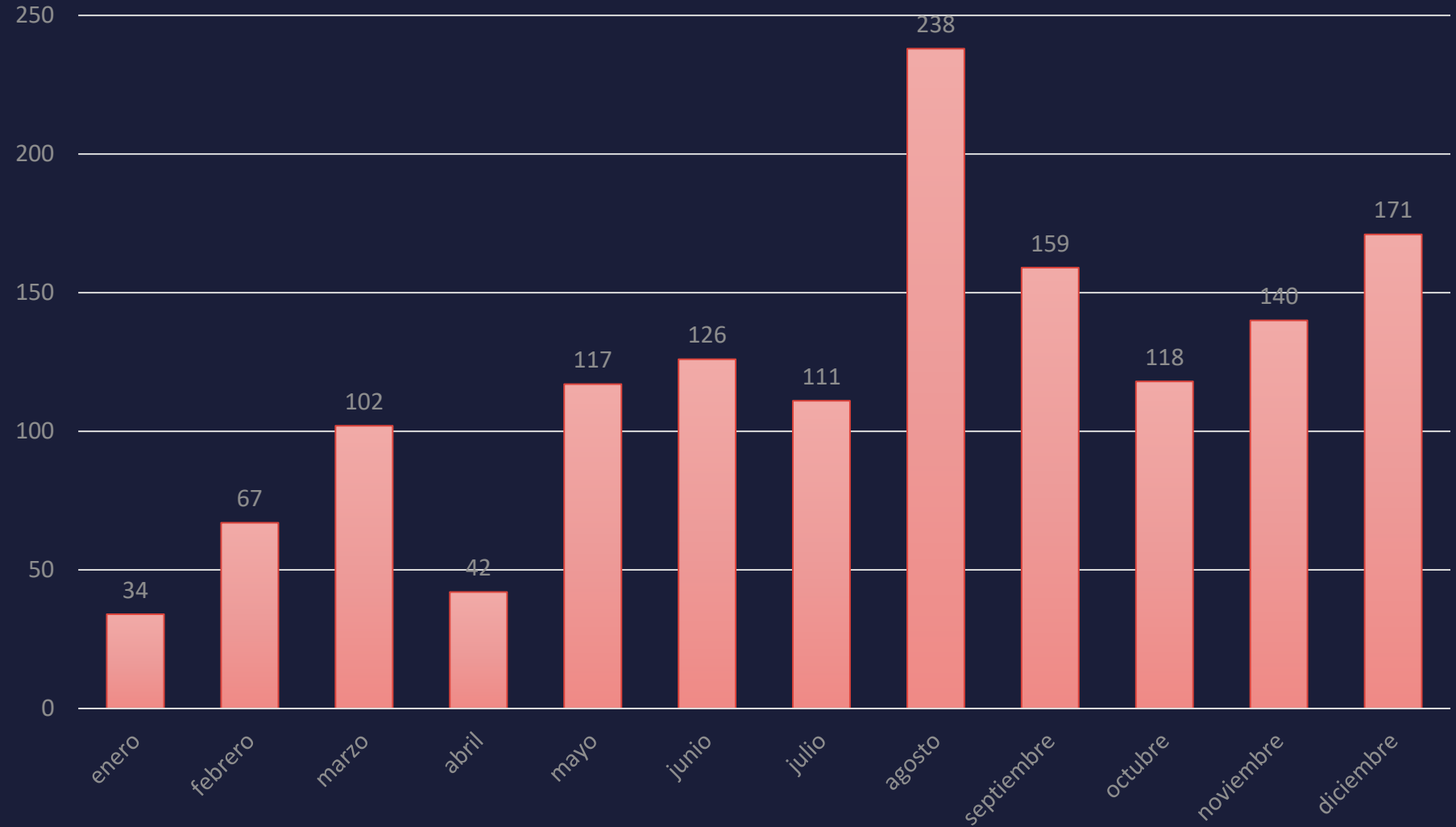
Ranking por número de certificaciones



CERTIFICADOS GENERADOS POR MES

Agosto

Fue el mes con mayor número de certificados, con un total de 238



APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO

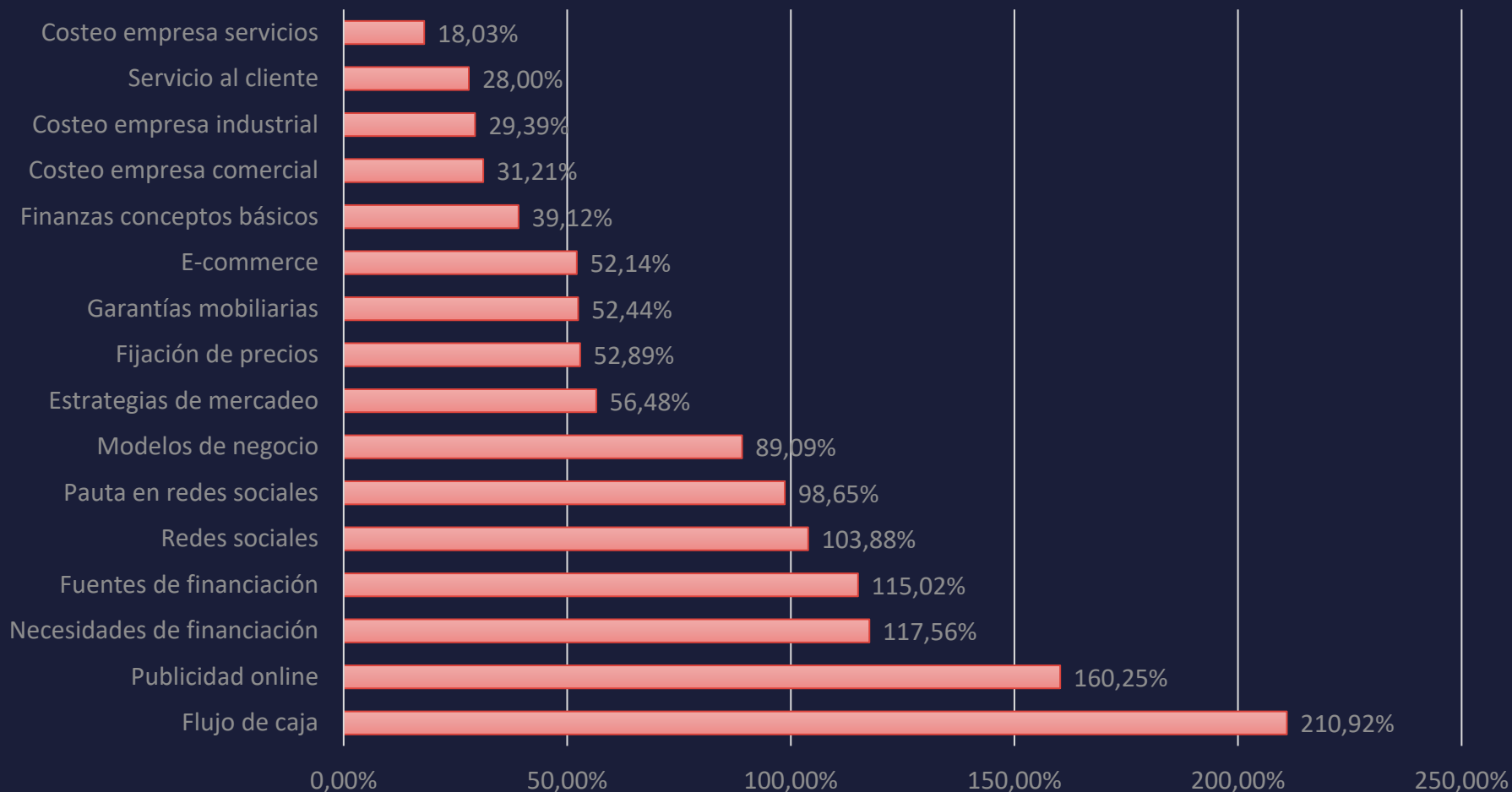
66,4%

Incremento de los niveles de conocimiento de los empresarios

La apropiación del conocimiento se calcula a partir de la diferencia en las calificaciones promedio de la evaluación inicial y final de cada curso.

Se realiza un promedio general para obtener el nivel total de apropiación.

Apropiación de conocimiento por curso



ALIADOS

En el año 2021 se establecieron alianzas con **10 entidades** para poner al servicio de los empresarios la oferta formativa del Campus Virtual Bancóldex.

Fruto de estas alianzas se generaron **364 certificados** de participación para los empresarios que completaron los cursos.

Entidades aliadas:

Cámaras de Comercio de Ibagué, Putumayo, Valledupar, Sogamoso, Dosquebradas, Magdalena Medio, Cartagena, Honda y San Andrés.

Secretaría de Gobierno del departamento de Guaviare.

ACTIVIDADES DE FORMACIÓN – FUNCIONARIO

Capacitaciones



- 91 Capacitaciones de productos, servicios y habilidades blandas con **865** asistentes desde contact center.
- 4 Capacitaciones de productos y servicios con asistencia de **390** funcionarios.

Lengua de Señas



- 1 Curso básico de Lengua de Señas - Asobancaria con **20** asistentes.

SAC Bancóldex



- Curso SAC **264** Funcionarios antiguos y **80** funcionarios nuevos con certificado.
- Sistema de Gestión SAC **51** Funcionarios.

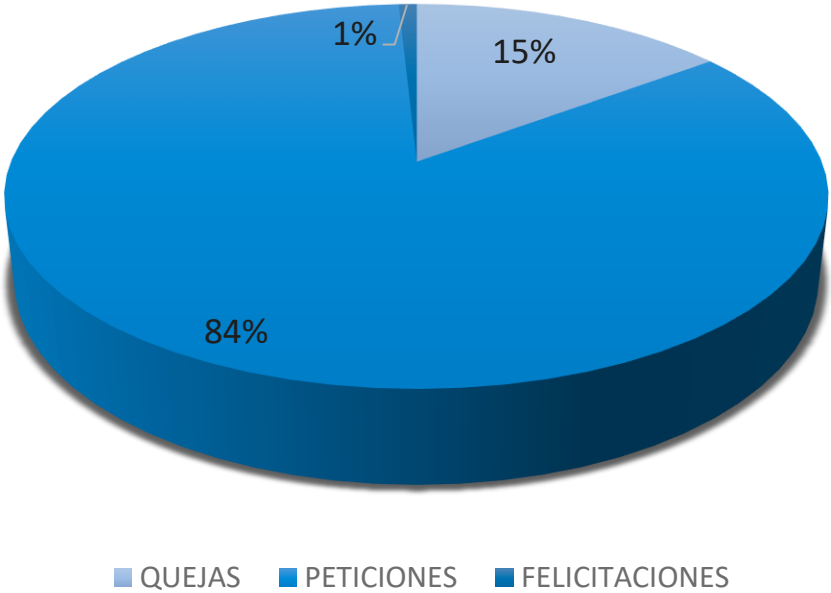
6. Informe de Quejas y Reclamos



INFORME DE QUEJAS Y RECLAMOS

PQRS	TOTAL
Peticiones	501
Quejas	88
TOTAL	589

FELICITACIONES	5
----------------	---





PROMUEVE EL **DESARROLLO EMPRESARIAL** DE COLOMBIA

www.bancoldex.com



Bancóldex Bogotá:
(+57 1) 742 0281

Línea gratuita nacional:
01 8000 18 0710



**El progreso
es de todos**

Mincomercio