

Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa Bancolombia

Francy Carolina Garcés López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD

Escuela de ciencias Administración, Contables, Económicas y de Negocios- ECACEN

Administración de Empresas

Diplomado de Profundización en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social
Empresarial

Mayo 27 de 2020

Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa
Bancolombia

Francy Carolina Garcés López

Dr. Henry Hurtado

Asesor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD
Escuela de ciencias Administración, Contables, Económicas y de Negocios- ECACEN
Administración de Empresas
Diplomado en Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social Empresarial
Mayo 27de 2020

Contenido

Resumen	7
Abstract	8
Keywords	8
Introducción.....	9
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivo Especifico	10
Presentación de la empresa.....	11
Direccionamiento estratégico.....	11
Misión.....	11
Visión	11
Valores y Principios	11
Valores Corporativos.....	11
Organigrama	12
Diagnostico Empresa Bancolombia	13
Contextualización del Diagnóstico.	13
Matriz DOFA Empresa Bancolombia.....	14
Empresa seleccionada de talla mundial: (Contextualización)	16
Modelo de Organización de Talla Mundial Aplicable a la Empresa Bancolombia Empresa	
Inditex- España.....	18
Análisis y Evaluación de Banco	22
Fuerzas Eternas del Banco	22
Objetivo de Mercadeo Corporativos Aplicado a la Empresa Bancolombia	23
Experiencia superior del cliente	23
Innovación.....	23

Excelencia operacional y tecnológica.....	23
Cultura humanista y alto desempeño.....	24
Crecimiento rentable y sostenible	24
Objetivos de Mercadeo Social Aplicados a la Empresa Bancolombia.....	24
La estructuración del modelo de comunidades AGRO.....	25
Responsabilidad social y ambiental con paneles solares.....	25
Stakeholders	26
Stakeholders internos	26
Stakeholders externos	26
Matriz de Incidencia Poder vs Interés	27
Sector donde se desarrolla la actividad.....	28
Gestión de Comunicaciones.....	29
Conclusiones.....	34

Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de Impacto Empresa.....	13
Tabla 2. Matriz Dofa	15
Tabla 3. Plan de Comunicaciones	29
Tabla 4. Plan de Acción: Dimensión Económica.....	31
Tabla 5. Plan de Acción: Dimensión Social	32
Tabla 6. Plan de Acción: Dimensión Ambiental.....	32
Tabla 7. Análisis de Fuerzas Externas.....	33

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama Bancolombia.	12
Figura 2. Políticas de Bancolombia.....	21
Figura 3. Fuerzas Externas de Bancolombia.....	25
Figura 4. Mercadeo Social Bancolombia.....	24
Figura 5. Incidencia Poder de los grupos de Interés.....	27

RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO -RAE

1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO	Plan Estratégico de la Gerencia Estratégica y Responsabilidad Social de la Empresa BAMCOLOMBIA
AUTOR	Francy Carolina Garcés López
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de Grado Diplomado
DIRECTOR	Henry Hurtado Bolaños
AÑO	2020
PALABRAS CLAVES	Empresa, responsabilidad social, compromiso social, Grupos de interés Impactos ambientales Emprendimiento
RESUMEN	La investigación que se desarrolló sobre un caso de estudio de responsabilidad social empresarial, caso de Bancolombia, se soporta en la teoría de la responsabilidad social empresarial y las herramientas propias, aplicadas por las empresas para mejorar las relaciones y comunicación con los grupos de interés.
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	La RSE mejorará las relaciones de la empresa con los stakeholders y puede ser importancia para concientizar a los clientes de la madurez y solides de la empresa con la sociedad y el medio ambiente.
METODODOLOGÍA	Investigación aplicada
PRINCIPALES RESULTADOS	Se evidencia la responsabilidad de Bancolombia con los stakeholders El banco tiene incidencia en iniciativas de emprendimiento El banco se preocupa por cuidar el medio ambiente
CONCLUSIONES	La responsabilidad social en las empresas es importante ya que no solamente se debe enfocar en una entidad cuyo objetivo principal sea la obtención de beneficios. ha logrado adaptar a exigencias dentro de un nuevo mercado cada vez ms preocupado por los problemas sociales y ambientales La RSE en una variable competitiva de reconocimiento mundial; que exige aquellos que pretenden aplicarla y hacerla extensiva a los diferentes sectores económicos y empresariales
REFERENCIAS	https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/gobierno-corporativo https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/responsabilidad-social-ambiental https://image.slidesharecdn.com/grupobancolombia-130605201940-phpapp01/95/grupo-bancolombia-9-638.jpg?cb=1416907423 https://www.bnamericas.com/es/perfil-empresa/bancolombia-sa

Resumen

Partiendo de la investigación se escoge grupo empresarial; Bancolombia como objeto de investigación mediante temática de Responsabilidad social y calidad en el cumplimiento y desarrollo de su labor, resaltando la importancia dentro de ella de aplicar métodos valiosos, como lo son los distintos grupos de interés stakeholders. Implementando las relaciones con estos grupos dando como resultado el crecimiento continuo de una empresa que se mantiene en gran posicionamiento comercial, ya que el banco se preocupa por mantener buenas relaciones con estos grupos, Bancolombia mediante temática de responsabilidad social y herramientas aplicadas a los diferentes ámbitos de la empresa entre ellos dando como prioridad a las relaciones y comunicaciones, adicional se compila información relevante que nos permite conocer valores corporativos sociales de acuerdo al mercado que refiere la entidad y además conocer y diagnosticar aspectos internos y externos que permitan realizar de manera acertada diferentes aspectos, concluyendo que es de vital importancia la buena relación con los grupos de interés determinando como resultado final que el banco es una entidad que se preocupa por estar siempre al nivel competitivo generando confianza y respaldo a la sociedad.

Palabras Claves. Compromiso social, empresa, emprendimiento, grupos de interés, impactos ambientales responsabilidad social.

Abstract

Based on the research, a business group is chosen; Ban Colombia as an object of research through the theme of Social Responsibility and quality in the fulfillment and development of its work, highlighting the importance within it of applying valuable methods, such as the different stakeholders. Implementing relationships with these groups resulting in the continuous growth of a company that remains in a great commercial position, since the bank is concerned with maintaining good relationships with these groups, Ban Colombia through the theme of social responsibility and tools applied to different areas. of the company among them, giving priority to relationships and communications, additionally, relevant information is compiled that allows us to know corporate social values according to the market referred to by the entity and also to know and diagnose internal and external aspects that allow us to correctly carry out different aspects, concluding that a good relationship with stakeholders is of vital importance, determining as a final result that the bank is an entity that is concerned with always being at the competitive level, generating trust and support for society

Keywords. Social commitment, company, entrepreneurship, interest groups, environmental impacts, social responsibility.

Introducción

Después de indagar y recopilar información, que nos permitió conocer y precisar sobre el manejo dentro de los procesos de la Empresa, Bancolombia, aplicando y desarrollando cada una de las fases que nos enseña el diplomado, dándonos a conocer conceptos y dejándonos claro la importancia que juega el tema de Responsabilidad Social dentro de una empresa. como finalidad determinar las características de las estrategias de responsabilidad social, para el banco las cuales le han llevado a permanecer en el mercado financiero colombiano, estando consolidado como banca líder en el país, adicional a eso demuestra un alto nivel financiero consiguiendo resultados óptimos en asuntos de inclusión social, educación, llegando a zonas lejanas del país, aportando y ofreciendo sus prestaciones a poblaciones de ingresos bajos, de esta manera aportando al desarrollo social, económico, y así permanecer en posicionamiento sin generar ninguna amenaza el entorno ni afectar los grupos de interés, interactuando de manera eficaz y responsable con la sociedad, respondiendo a un mercado que cada vez es más exigente.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Bancolombia a partir de un diagnóstico inicial y un plan de mejoramiento

Objetivo Especifico

Análisis continuo de impacto socio económico ambiental y laboral del desarrollo de la función empresarial.

Hacer valoraciones continuas mediante diagnostico DOFA, el cual nos arroja un análisis claro que nos lleva a tomar decisiones en pro de la organización y mejorar continuamente los procesos internos y externos de la empresa.

Implementar periódicamente estrategias, que permitan cumplir de forma segura la responsabilidad social, como eje fundamental en relación medio ambiente, empresarial basada en el impacto social que se esté viviendo de acuerdo a las circunstancias actuales.

Realizar los objetivos corporativos y sociales y determinar los grupos de interés, para así conocer con amplitud la percepción de todos y cada uno de los que forman parte de la empresa.

Presentación de la Empresa

La empresa que se tomó como objeto de investigación del plan estratégico Bancolombia, es una entidad financiera, siendo el mayor banco de Colombia en términos de activos y patrimonio, proporciona servicios bancarios,

Direccionamiento estratégico

Misión. Garantizar en la prestación de servicios financieros, todos nuestros servicios la calidad seguridad y confianza en pro de brindar a todos nuestros usuarios la mayor satisfacción para que como equipo avancemos juntos

Visión. El mejor posicionamiento entre los mejores como entidad financiera.

Valores y Principios. Integridad, Cercanía, Inclusión, Integralidad

Valores Corporativos

Los valores corporativos de la empresa son:

Lealtad. Ejecutar en el margen ético reglamentario los principios

Responsabilidad social. Nuestro grupo Bancolombia se esmera día a día en cumplir con las expectativas de nuestro usuario prestando nuestro servicio con eficiencia y calidad.

Labor conjunta. Estamos comprometidos con la participación de todos nuestros integrantes promoviendo la participación en el desarrollo de nuestras actividades para alcanzar los objetivos.

desempeño. Trabajamos arduamente para construir día a día las metas propuestas y optimizar el manejo de bienes, para generar valor.

Instrucción al usuario. Creamos vínculos permanentes interactuando con nuestros aliados de forma continua que son nuestra razón de ser

Disposición eficiente. Dispuestos siempre hacer eficiente y estamos en una búsqueda constante de oportunidades.

Seguridad. Proyectamos y brindamos confianza y operamos con altos estándares de calidad siendo responsablemente la información

Organigrama

La organización a través de su estructura organizacional representa una estructura algo compleja considerando que Bancolombia es una organización grande, en la siguiente grafica vemos la representación de ella.

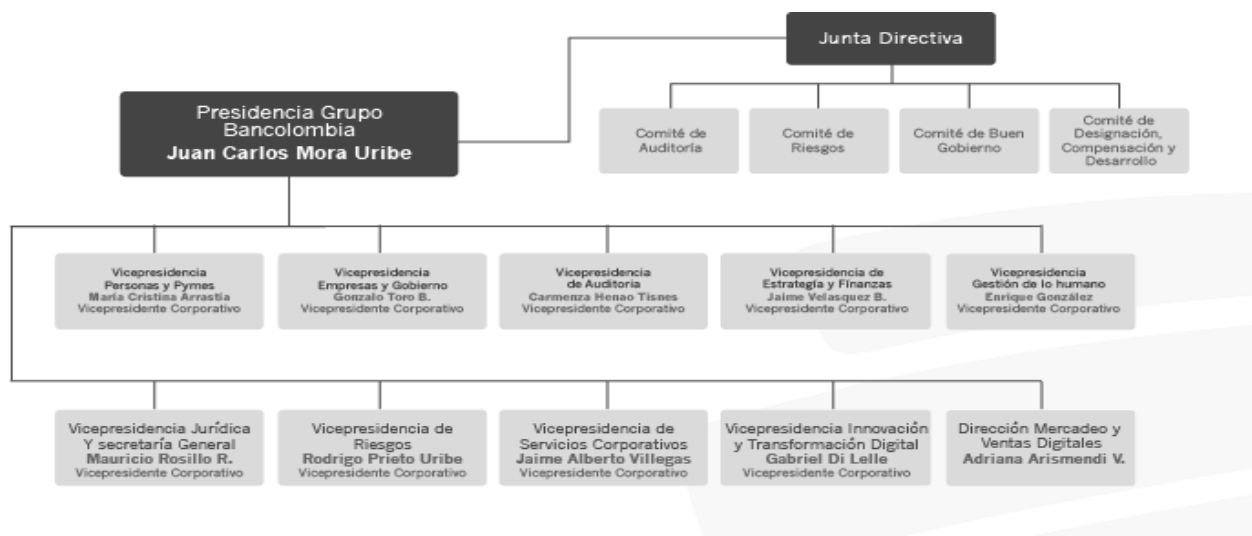


Figura 1. Organigrama Bancolombia. Recuperado de <http://santiago1998.byethost8.com/comites-y-estructura/?i=1>

Diagnostico Empresa Bancolombia

Contextualización del Diagnóstico.

Tabla 1
Formato de Impacto Empresa

Formato de evaluación Impacto empresa			
	Problema	Impacto	Prioridad atención (alta, media, baja)
ECONÓMI	INTERNO: Bancolombia mantiene un sindicato que influye en las decisiones de la política laboral, siendo muy costoso para la empresa.	POSITIVO: Los trabajadores tienen mucho sentido de pertinencia con el Banco, lo negativo es que se incrementa los costos de nómina	ALT A
	EXTERNOS: En los dos últimos años han llegado varios bancos latinoamericanos, que se ha traducidos en una competencia fuerte. Igual la pandemia hace que las personas ahorran menos y soliciten menos crédito	NEGATIVO: La mayor competencia está llevando a reducir el valor de varios servicios a los clientes y eso se traduce en menor ganancia NEGATIVO: La crisis por la pandemia va a reducir los indicadores de productos colocados y aumentar la morosidad de cartera	
SOC	INTERNO: EL banco tiene un manual laboral, basado en el respeto de los derechos fundamentales y una política de carrera dentro de la institución	POSITIVO: La empresa promueve en los empleados la estabilidad laboral, los ascensos y la formación académica, puesto que invierte en la formación de sus empleados.	ALTA
	EXTERNO: El banco tiene un programa de promoción a los emprendimientos sociales, ambientales y económicos de personas externas	POSITIVO: Promueve la capacidad de producción de las comunidades, así como el cuidado con el medio ambiente y las iniciativas culturales	
AMBIENT	INTERNO: El Banco tiene un programa para la renovación de aires acondicionados de todas las oficinas con el fin de reducir el consumo de energía, apoya a varias organizaciones ambientales y a iniciativas personas de cuidado del medio ambiente. Así como el programa de Bonos Verdes, y una línea especial de crédito para proyectos de producción verdes.	POSITIVO: Contribuye a mitigar el impacto ambiental y la protección del medio ambiente.	ALT A
	EXTERNO: Las líneas de crédito especiales para promover proyectos de Economía Verde o de Desarrollo Sostenible. Al igual que la commercialization de Bonos Verdes	POSITIVO: Con las líneas de crédito especial para emprendedores ecológicos, ayuda al desarrollo de empresas Sustentables y de nuevas tecnologías amigables al medio ambiente.	

Fuente: Autoría Propia

Matriz DOFA Empresa Bancolombia

Se realiza un diagnostico a través del DOFA, para la valoración de las debilidades, oportunidades, fortaleza y amenazas para un preciso estudio, que nos conlleve a estudiar a profundidad de la empresa. En la presente grafica se pueden manifestar los resultados a través del siguiente bosquejo representado en la siguiente tabla

Tabla 2.

Matriz DOFA

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
<p>Nuevas formas de brindar servicios especializados Adopción de tecnología para reducir los costos Nuevos productos financieros adaptados a las necesidades Fortaleza de difusión a la aparición de mercados recientes. Diversificación del riesgo debido a la cantidad de productos Capital humano especializado Mas cercanía con los clientes</p>		<p>Transformación a nivel político – económico Nuevas tecnologías disruptivas Aumento de la ciberdelincuencia Desconfianza de los ahorradores por los bancos Incremento de devaluación Apertura de nuevos negocios de microcrédito Competencia desleal A medida que las economías entren en crisis los ahorradores disminuyen, así como la demanda por créditos Las empresas fintech pueden ser una amenaza muy fuerte, que se tiene que afrontar con productos a bajo costo y mejores ganancias para los ahorradores</p>	
Fortalezas		Estrategias FO	Estrategias FA
<p>Banco líder en varias regiones del país. Alto reconocimiento por los consumidores e inversionistas Buen apalancamiento financiero Excelente plataforma y sistema tecnológico Expansión de los corresponsales bancarios Personal calificado y especializado Excelente personal directivo Excelente portafolio de productos y servicios Mayor utilización de la App Juntos de la mano con el grupo Antioqueño se realizan alianzas que mantienen la posición del tramo financiero colombiano debido a su selecta franquicia</p> <p>Amplio revestimiento de la red de colaboradores</p>		<p>-Implementar servicios realizando estudios de segmentación, dependiendo de lo cultural geográfico para así poder brindar servicios de calidad</p>	<p>Su buen posicionamiento en el mercado atrae a más usuarios por lo que al surgir nuevos bancos no se verá afectado.</p> <p>Estar en constante aprendizaje en lo que respecta al manejo y mejoramiento operativo del personal evitara desfalcos electrónicos</p> <p>Estar en constante manejo de la base de clientes, para fidelizar antiguos y reclutar nuevos es de vital importancia y así evitar la aparición de nuevos entes de microcrédito</p>
Debilidades		Estrategias DO	Estrategias DA
<p>Alta cobro en servicios conexos Demora en estudio de créditos de alta cuantía Diversificación del portafolio ha llevado a aumentar los costos de transacción</p>		<p>Se debe disminuir el tiempo de estudio de créditos, cosa que se mejoraría con la inteligencia artificial al igual que los productos especializados según las necesidades de los clientes Se debe disminuir el tiempo de estudio de créditos, cosa que se mejoraría con la inteligencia artificial al igual que los productos especializados según las necesidades de los clientes</p>	<p>Realizar campañas en los barrios populares para bancarización.</p> <p>Ofrecer líneas de crédito con tasas preferenciales</p> <p>Volver más a menos las aplicaciones informáticas</p>
Fuente: Autoría Propia			

Empresa Seleccionada de Talla Mundial: (Contextualización)

Empresa de clase o talla mundial se comprende una la gran capacidad de abarcar de manera competitiva a nivel mundial para estar a la vanguardia a nivel global estando presente en cualquier parte siendo reconocida por sus altos niveles de productividad y desarrollo

La clase mundial radica en una sucesión de factores, principios y desventajas que están sumergidos en unos protocolos establecidos y que se conllevan a través de la planificación estratégica.

Estando así a la vanguardia con respecto a todo lo que tiene que ver con asuntos culturales tecnológicos social ambiental, económico etc., teniendo en cuenta que día a día el mercado es más exigente y no es preciso apropiarse o quedarse en lo obsoleto, sino que es de vital importancia estar en constante avance a los exigentes cambios continuos en todo ámbitos para que estas compañías sigan en constante crecimiento y puedan responder de manera adecuada a estas exigencias siendo eficaces y con agilidad requieran los cambios del entorno, y a la vez contribuir y aportar al cambio constante.

Para permanecer y ser competentes a estas grandes compañías y poder mantenerse a nivel mundial es de vital importancia que estas conciben nuevas costumbres políticas que alcancen con eficiencia los negocios para de esta forma impartir y darles la importancia a los clientes reconociéndoles al mismo tiempo que ellos son parte fundamental del éxito de la misma. De esta manera el cliente tenga una gran satisfacción por parte de estas empresas ya que estas brindan satisfacción a los clientes de esta manera podrá ser competitiva y

exitosa obteniendo provechosos beneficios en la actualidad y a futuro logrando utilidades en un entorno con una competencia mundial.

Ciertamente estas empresas cuentan con una estructura bien consolidada que les permite no solo mantenerse sino quedarse en un mercado exigente, ya que cuentan con mecanismos desde todos sus aspectos internos y eternos operacionales. Entre ellas podemos ver que la calidad en sus servicios tiene que ser optima y eficiente, se consolidan como empresas líderes en el mercado, dando credibilidad y confianza en sus finanzas en sus empleados clientes aliados etc. Comprometidos en estar certificados y capacitados para brindar servicios con los mejores estándares de calidad, dando apoyo en todo lo que se respecta con programas de salud ocupacional gestión de calidad, estando en constante avance desarrollando planes que le permitan a todos sus grupos de interés interactuar, herramientas útiles y eficaces de accesos a diferente tipo de información que la empresa permita, en cuanto al reclutamiento de personal como de proveedores y aliados siempre estando a la exigencia y protocolos definidos por parte de la empresa, para así mantenerse vigentes en el mercado global competitivo, su buen posicionamientos mantiene debido a todos estos factores que implementan día a día , el generar una producción y rentabilidad que les permite avanzar siendo los primeros, ajustándose a las exigentes normas políticas y protocolos necesarios tanto de la empresa, como del mercado. Se apoyan de todas estas herramientas que los conllevan a crecer y permanecer como empresas líderes a nivel mundial, como, por ejemplo: Coca Cola una empresa que por años ha sido líder en el mercado empresa de clase mundial líder en el mercado de bebidas con orientación de servicio al cliente .

Modelo de Organización de Talla Mundial Aplicable a la Empresa Bancolombia

Empresa Inditex- España

Es un Modelo por Objetivos con estructura plana. Se puede considerar que Bancolombia no tiene la cobertura mundial que tiene Inditex con las tiendas de ropa en las principales ciudades del mundo, con productos innovadores, con una red de distribución global. Hay que aclarar que son de sectores diferentes.

Para lograr la eficiencia de Bancolombia, se propone las siguientes acciones. para lograr Posicionar a Bancolombia como una empresa de talla mundial. Bancolombia debe de sacar productos y servicios que se puedan transar en todo el mundo, vender bonos en las principales bolsas de valores, cómo la de Nueva York, Tokio, Londres, Ciudad de México, con el fin de adquirir capital a bajo costo que le permita emprender un crecimiento por muchos países de Latinoamérica.

Para ser más competitivo le toca implementar una gran central de procesamiento de información, como la montada por Inditex, con el fin de dar respuesta a los clientes de las solicitudes de crédito o por otros productos, que lleguen desde cualquier parte del mundo.

Al mismo tiempo le toca ofrecer productos, como créditos virtuales, donde la tecnología juega un papel fundamental, en el análisis de la información de riesgo de los nuevos clientes y donde puede llegar a muchos clientes que de manera física no lo consigue. Estas tecnologías de inteligencia artificial permitirán ahorrar costos de transacción y de cobranza, evitando caer en el riesgo moral y selección adversa.

La empresa debe de atender los requerimientos de los clientes y ajustarse a la situación de cada cliente y cada país para cobrar tasas de interés diferenciadas, que le

permita ser una empresa que se ajusta a las necesidades de cualquier cliente ubicado en cualquier país.

En lo referente a impactos medio ambientales, se considera que se puede mejorar en el factor medioambiental, de distintas maneras:

La utilización creciente de las transacciones virtuales y de oficinas virtuales ayudará a la menor necesidad de utilización de papel y con ende se estaría protegiendo los bosques del mundo.

Utilización de firmas digital y sistemas biométricos para la identificación de usuarios y hacer transacciones y consultas personalizadas.

Otra estrategia que deberá utilizar Bancolombia para ahorrar en el consumo de energía eléctrica y ayudar a la protección del medio ambiente en la generación de energía eléctrica en sus oficinas y edificios, con base en panes solares, lo cual representaría un ahorro en los costos del servicio y un aporte al medio ambiente con la producción de energía de fuente renovable.

Bancolombia tan bien debe seguir apoyando iniciativas de emprendimiento con créditos blandos y apoyo a emprendedores y líderes ambientales.

Deberá hacer énfasis en otorgar créditos para el desarrollo de empresas encaminadas a la Bioeconomía, en cada país donde haga presencia. Esto ayudará en la aceleración del proceso de transformación de la producción hacía técnicas amigables con el medio ambiente, como lo es la economía circular, la producción de cascada.

Bancolombia deberá hacer alianzas estratégicas con las principales organizaciones defensoras del medio ambiente. Adicionalmente se puede convertir en un banco impulsor del cambio hacia una economía ambiental, ayudando a la reconversión técnica de las empresas.

En los últimos años el mercado financiero ha visto la entrada de los bancos Fintech y aumentando la presión para que los bancos tradicionales sean más competitivo por esa razón se propone que Bancolombia debe convertirse en una organización con un modelo plano basado en objetivos.

Bancolombia debe hacer alianzas estratégicas con otros bancos pequeños para tener de penetrar en países en desarrollo, en los cuales se tiene mayores necesidades de capital financiero y esto le permitirá una mayor presencia en países emergentes, especialmente para las regiones de Centroamérica y África.

El modelo organizacional debe ser coherente con la planeación estratégicas, por lo tanto, se considera que el modelo que más se ajusta para Bancolombia, Modelo por Objetivos, el cual se complementa por meta y objetivos y tienen estructuras planas, para que todas las empresas hagan labores comerciales y otras labores y así logran reducir los costos de forma considerables para la prestación de la oferta de servicios y productos a nivel internacional.

El modelo por Objetivos es muy conveniente para el Banco, pero debe pensar estratégicamente en llegar a nuevos países con una oferta de servicios muy competitiva, que le permita competir de cara a los bancos internacionales.

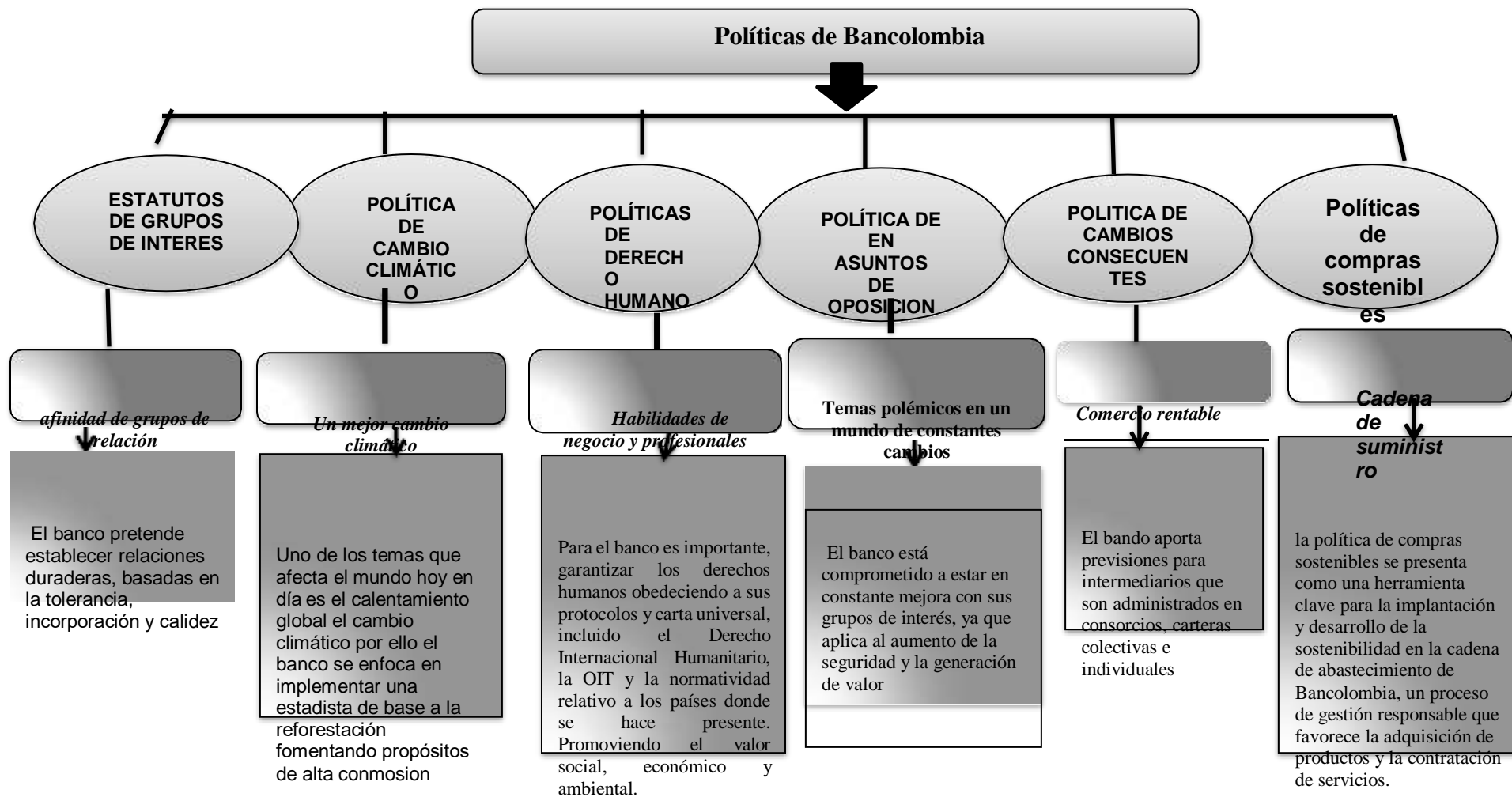


Figura 2. Políticas de Bancolombia. Fuente Autoría Propia

Análisis y Evaluación de Banco

Fuerzas Eternas del Banco

El propósito de una evaluación externa, es implantar una serie descrita de oportunidades, que nos dé como finalidad las amenazas a las que nos enfrentamos como empresa para de esta esta manera prevenirlas.

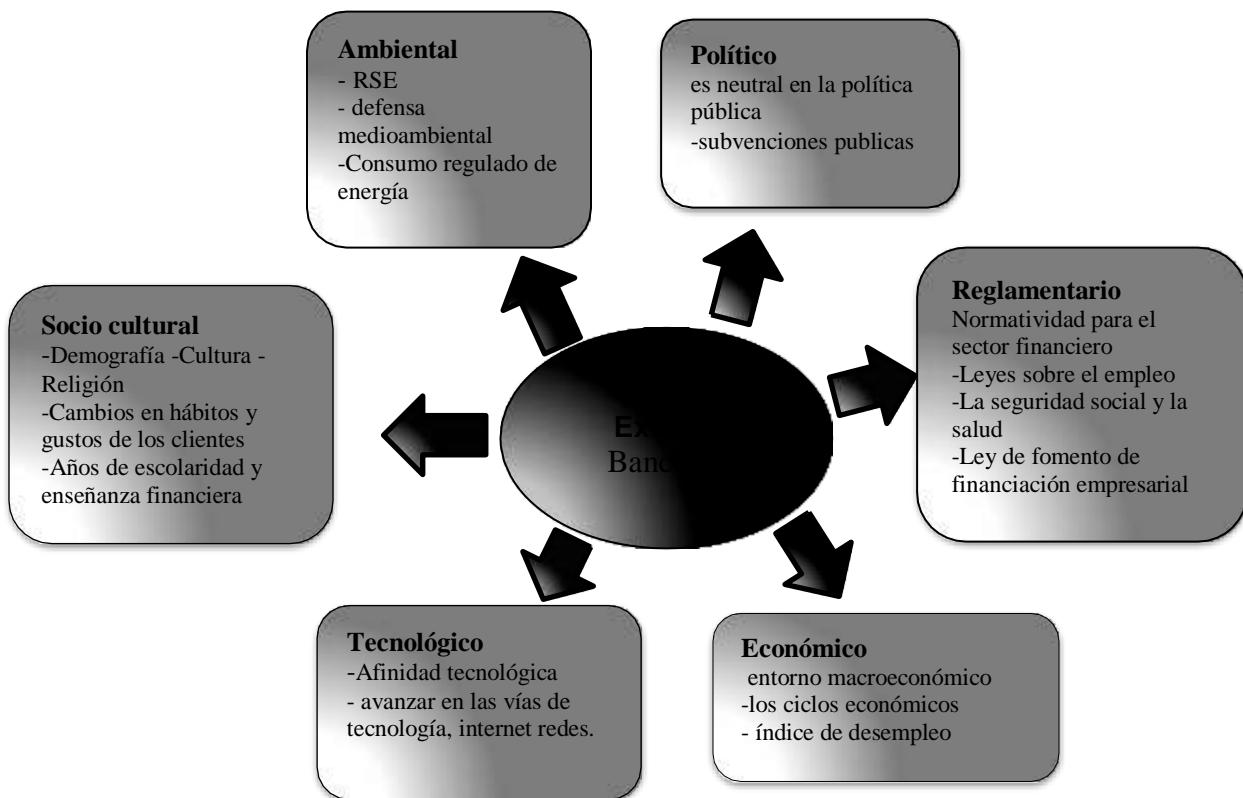


Figura 3. Fuerzas Externas de Bancolombia Fuente: Autoría Propia

Objetivos Corporativos y Sociales

Objetivo de Mercadeo Corporativos Aplicado a la Empresa Bancolombia

Estrategia está fundamentada en cinco pilares estratégicos:

Invención

Practica alta del Cliente,

Desarrollo productivo y Sostenibilidad,

Excelencia Operacional y Tecnológica,

Instrucción Humanista y Alto cumplimiento

Experiencia superior del cliente

Bancolombia ve como eje central a todos sus clientes, por ello se da día a día se ocupa de dar participación a todos nuestros vinculados en cualquiera de nuestras modalidades, prestando oportuna atención para ellos.

Innovación

Con el fin de satisfacer las necesidades del cliente estamos a la vanguardia de innovación para el continuo crecimiento y avance.

Excelencia operacional y tecnológica

Nuestras herramientas tecnológicas están disponibles las 24 horas en lo posibles si no hay imprevistos para que todos cuenten con la facilidad de acceso a todas las herramientas tecnológicas disponibles por medio de la empresa.

Cultura humanista y alto desempeño

Capacitar mejorando el talento es herramienta útil y fundamental para cumplir con las metas propuestas y empoderamiento y cumplimiento de las tareas.

Desarrollo Productivo

El incremento retributivo es sin lugar a duda una de nuestros propósitos proporcionando de esta manera un desarrollo económico, social y teniendo en cuenta el bienestar y cuidado del medio ambiente

Objetivos de Mercadeo Social Aplicados a la Empresa Bancolombia



Figura 4. Mercadeo Social Bancolombia. Recuperados de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/responsabilidad-social-ambiental/iniciativas-sociales-y-ambientales>

Bancolombia de la mano con sus aliados ha venido desarrollando planes estratégicos financieros, para las zonas rurales apoyando el campo colombiano. Desde hace un tiempo, Bancolombia cuenta con una fundación enfocada a apoyar pequeños y medianos sectores productivos como asociaciones rurales brindando capacitación e pro de mejorar su desempeño financiero y manejo de los recursos que obtienen mediante su labor. “Para

Bancolombia el concepto de sostenibilidad nace de generar valor compartido en las dimensiones social, económica y ambiental. Gracias a alianzas con entidades públicas y privadas, anualmente impactamos a más de un millón de personas. Nuestro compromiso como banca es impulsar iniciativas que generan desarrollo para el país”, (Mora, 2019)

La ideología de Bancolombia es fomentar e implementar medidas estratégicas que generen productividad y sostenibilidad de los distintos proyectos agrícolas como

Conformación y Asociaciones AGRO.

Hasta el momento el modelo de comunidades rurales ha sido beneficiada a través de apoyo fundamental para el progreso del joven universitario a través del programa Becas Sueños de Paz, y apoyo laboral, (70%). También familias y comunidades indígenas se han beneficiado con el programa Banco 2, siendo 6.500 familias y 5 comunidades. Bancolombia, fue y comprometido con la igualdad de género femenino. Entre sus aportes sociales Bancolombia se ocupa del progreso y desarrollo laboral y personal de la mujer brindando así mejores oportunidades y equidad de género para concretar sus propósitos de vida, el Banco se une a los 7 Principios de Equidad de Género y Empoderamiento Femenino de la ONU, en marcha con el propósito y desarrollo Sostenible sobre equidad de género propiciando un escenario distinto para el género femenino.

Responsabilidad social y ambiental con paneles solares

Bancolombia dejará de emitir más de 420 toneladas de CO2 cada año

En la torre Norte y Sur Dirección General del banco Bancolombia Medellín instauró el sistema fotovoltaico, se prevé que aporta más de un millón de kilovatios, horas por año,

este importante sistema que contribuye de gran manera a la disminución de CO2 en toda la zona también hace presencia en nuestras distintas sedes de la entidad presente en la ciudad, haciendo un gran aporte a nuestro medio ambiente, la entidad en el 2029 realiza un aporte de \$1,3 billones a entidades financieras, para proyectos sostenibles

Stakeholders

El banco se somete a las distintas organizaciones que cuentan con estas provechosas herramientas que generan y aumentan un impacto eficiente a la sociedad y el medio ambiente, teniendo en cuenta sus grupos de interés e invitándolos a generar estrategias de apoyo que cooperen a un mundo más sostenible.

Identificación

Para banco es muy importante la interacción y el trabajo conjunto con sus grupos de interés para la realización de sus actividades como empresa generando incrementando desarrollo de los sectores económicos y prolongando el incremento rentable de todo el país

Stakeholders internos. Funcionarios, socios.

Stakeholders externos. Clientes, proveedores. comunidad.

Matriz de Incidencia Poder vs Interés

Los grupos de interés, stakeholder son asociaciones que hacen parte de una organización y tienen objetivos particulares como los socios, empleados, y directivos, etc.) en la siguiente se hace representación gráfica de esta matriz representando por medio de ella la importancia que tiene cada uno de estos grupos dentro de ella para el banco.

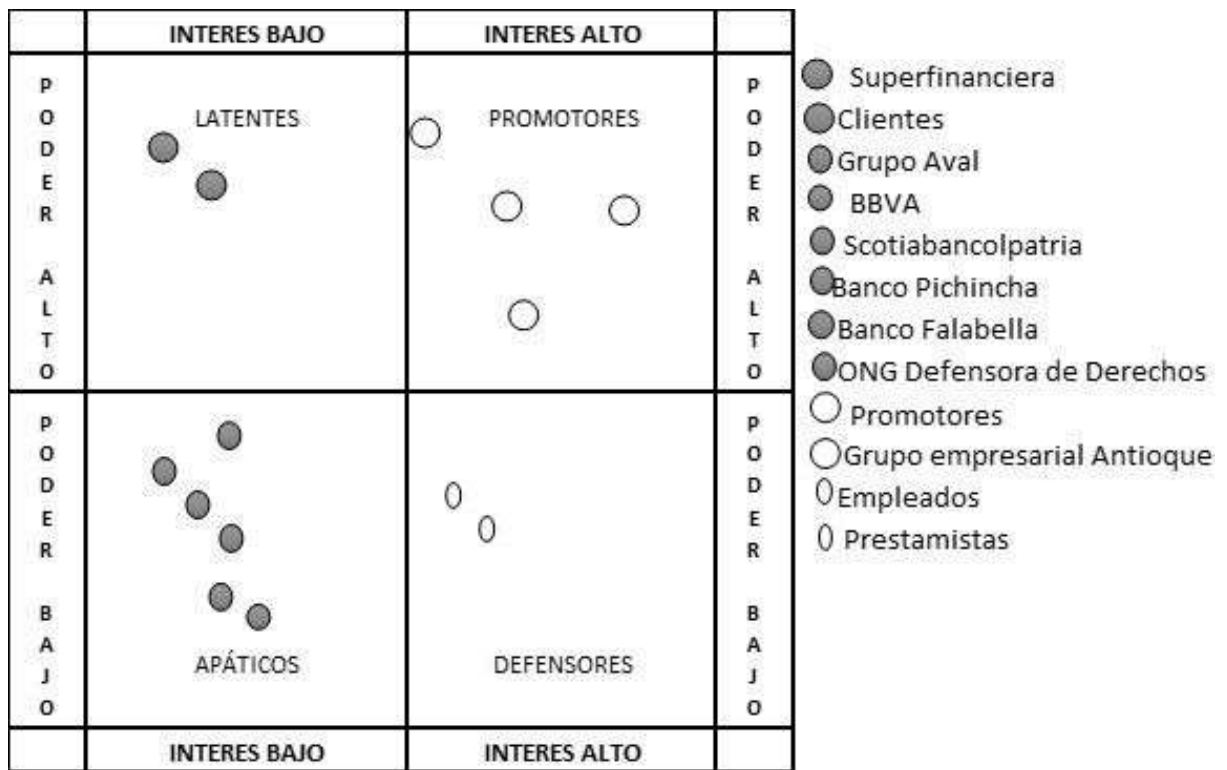


Figura 5. Incidencia Poder de los grupos de Interés.

Fuente: Autoría Propia

La figura muestra a los diferentes grupos de interés clasificados por el interés y poder de cara a las decisiones que toma la alta gerencia del banco y el nivel de poder que tiene cada stakeholder para los intereses y resultados de la empresa; razón por lo cual se debe tener un plan de comunicaciones y monitoreo sobre las implicaciones de las actuaciones de dichos grupos sobre la organización.

El grupo empresarial antioqueño son los dueños del banco y por lo tanto este se comporta como un holding empresarial, en donde el banco debe de servir a las demás empresas e intereses del grupo. Sin desconocer que es uno de los bancos con mayor reconocimiento entre las familias colombianas y con presencia en otros países. Otro promotor son las ONG, que mantienen monitoreando cualquier problema del banco para ventilarlo a la luz pública por eso hay que tener una relación de cuidado y comunicación constante para que se convierte en aliados, como lo son las ONG ambientales, que reciben ayuda financiera para desarrollar los proyectos.

Los latentes que son la Súper financiera y el Banco de la República como autoridad monetaria de país. El banco les debe de brindar información oportuna y pertinente, teniendo la mejor relación y comunicación con estos.

Los grupos de interés apáticos, están los otros bancos competidores y por lo tanto hay que estar informados de las movidas de éstos en el mercado local, para poder competir de mejor forma y ser más competitivos

Sector donde se Desarrolla la Actividad

Su centro de operaciones se encuentra en la ciudad de Medellín, sin embargo, tiene presencia en el 98% municipios del país a través de más de 11.000 corresponsales bancarios Bancolombia. Es un grupo financiero multinacional colombiano. Su presencia está centrada principalmente en sus operaciones en el continente americano, con filiales y unidades de negocio en Centro y Suramérica, distribuidos así: Colombia tiene el 72% de la cartera total, Panamá el 13%, El Salvador y Guatemala el 5% cada uno, esto refleja la importancia de cada geografía para la operación como grupo empresarial

Gestión de Comunicaciones.

En la realización del plan de comunicaciones se organiza de la siguiente manera, demostrando como se llega a cada asociación, a través de la tabla podemos ver como se realiza el cumplimiento de el plan.

Tabla 3

Plan de comunicaciones

Gestión de las comunicaciones						
Stakeholders	Frecuencia	Canal	Recursos			
			Tangible	Tecnológicos	Económicos	Personal
ACCIONISTAS	INFORME MENSUAL	Correspondencia y junta personal			Rentabilidad Cartera decadente Tarjetas colocadas préstamos a personas Financiación concedida	Usuarios corporativos
CLIENTES	INFORME MENSUAL	Correspondencia electrónica El anual por medio físico correo certificado	Los directores de cada región y de cada sucursal anuncian a sus clientes del director de cada despacho y lo hacen desde el área de comunicaciones		Se revise el valor y remesa de la documentación anual por correspondencia documentada Prestamos , cuentas de ahorro e adquisición, informe anual con los valores lucro de la asistencia financiera estipuladas con el banco	
PROVEEDORES	ANUAL	Suministro de Provisión sostenible		Negociaciones Electrónicas		

Nota: Por medio de este recuadro se representan los diferentes medios de interacción con los distintos grupos de interés, Frecuencia, canal y recursos para la gestión de las comunicaciones

Fuente: Autoría Propia

Plan de Acción

A continuación, se muestran los planteamientos esgrimidos del Plan de Acción para que el Banco pueda gestionar mejor la relación con los stakeholders. De igual manera se establecen el seguimiento a cada acción, los objetivos y los recursos necesarios para el desarrollo del Plan de Acción

Tabla 4

Plan de Acción: Dimensión Económica

PLAN DE ACCION EMPRESA BANCOLOMBIA						
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	<u>PROVEEDORES</u>		-pagar dichos créditos refinanciar algunos	80 meses largo plazo	Costos incurridos	
	- Banco de la república		Refinanciar a mejores tasas de interés o a tiempos más largos	120 meses	Refinanciamiento	
	Sociedad Alemana de inversiones				coste de intercambio	
	Desarrollo(BDC)	amparar prestamos concedidos por los proveedores al día con una caducidad de 100% en la cancelacion de los créditos			precio de asesoria testar en constante comunicacion con los proveedores, revelandole la estadísticas de cuentas bancarias de los principales indicadores con los que cuentan para de esta manera brindarles seguridad de que les serán cancelados los créditos otorgados para ser empleados como dinero de capital	Créditos proveedores/ Deudas Pagadas = 1
	Business Development Bank of Cana (BDC) Emerging Markets Partnership (EMP) Rabobank Group de Holanda Svenska HandelInanke de Suecia Swiss Development Finance Corporation					
	<u>CLIENTES</u>	Aumentar la fidelización de clientes			Coste del publico	20% aumento anual de clientes naturales
	- ahorradores				llamar a directores y fidelizar usuarios propaganda	
	Inversores de CDT	Realizar más campañas de mercadeo personalizado llamando a usuarios corporativos para ofrecerles los nuevos productos modernos que tiene Bancolombia	Elevar la cantidad de clientes tanto naturales como corporativos especialmente los clientes corporativos empresariales que ya son los mas ahorradores y solicitan crédito.	90 días de crédito		Clientes nuevos/ clientes totales > 20%
	Crédito de libre inversión				Costo total: 500.000.000 \$	
	Leasing Personas naturales, corporativos Clientes jurídicos Pequeñas medianas y grandes empresas					

Nota: En esta grafica podemos ver representado los indicadores con un impacto económico

Fuente: Autoría Propia

Tabla 5
Plan de Acción: Dimensión Social

Social	ONG	Mejoramiento del ambiente laboral de todas las sucursales existentes en Bancolombia	Amplio revestimiento de servicio al cliente	50 proyectos de emprendimiento apoyados por año
	Nacion		optimo ambiente laboral promoviendo y desarrollando politicas laborales de carrera en donde se	
	Empleados	El aumento motiven extensión de las redes para empleados mas servicio al cliente eficientes tanto por con la política de ser productivos como corresponsales bancaros	por sus estudios realizados concediendole a cada empleado un auxilio para realizar una carrera profesional o técnica	decrecimiento del número de quejas laborales en un 10% anual
		Incremento de la cobertura por corresponsales bancarios en un 60% de numero de cajeros electrónico con los que cuentan		

Nota: En esta grafica podemos ver representado los indicadores con un impacto Social

Fuente: Autoría Propia

Tabla 6
Plan de Acción: Dimensión Ambiental

Ambiental	Distribuidores	Disminuir la inasistencia laboral de los empleados en un 30% para el primer año	2.000.000.000	
	Usuarios	Se hacen acuerdos con de entidades de comunicación y de proyectos del fin de impulsar este estado y regimen de soporte proyectos de ONG al impacto ambiental en la restauracion del medio ambiente para el país	Anual	Hectáreas amparadas de ecosistemas estratégicos por año/ Hectáreas deforestadas
	-ONG			En apoyo para estos proyectos
	Estado			

Nota: En esta grafica podemos ver representado los indicadores con un impacto ambiental

Fuente: Autoría Propia

Tabla 7

Análisis de Fuerzas Externas

ESTUDIO DE FUERZAS EXTERNAS	
Político	Económico
Disminución de los servicios cobrados a los clientes por aprobación.	La posible recesión de la Economía Colombiana, puede aumentar el riesgo de incumplimiento de los clientes y personales y corporativos
Disminución de los servicios cobrados a los clientes por aprobación	La posible recesión de la Economía Colombiana, puede aumentar el riesgo de incumplimiento de los clientes y personales y corporativos
El TLC Colombia-Estados Unidos, está colocando fuerte presión para el pago en igualdad de condiciones, lo cual aumenta los costos de nomina	La devaluación fuerte del tipo de cambio le representa sobre costos para el banco, debido a que se encare el costo de los créditos con los acreedores internacionales
El TLC Colombia-Estados Unidos, está colocando fuerte presión para el pago en igualdad de condiciones, lo cual aumenta los costos de nomina	La devaluación fuerte del tipo de cambio le representa sobre costos para el banco, debido a que se encare el costo de los créditos con los acreedores internacionales
Socio Cultural	Tecnológicos
Consolidar la cultura del banco en los empleados y corresponsales bancarios	La erupción de los Fintech es una amenaza real para el Banco, que puede provocar la reducción de las colocaciones de crédito
Consolidar la cultura del banco en los empleados y corresponsales bancarios	La erupción de los Fintech es una amenaza real para el Banco, que puede provocar la reducción de las colocaciones de crédito
Consolidar la cultura del banco en los empleados y corresponsales bancarios	La erupción de los Fintech es una amenaza real para el Banco, que puede provocar la reducción de las colocaciones de crédito

Nota: Atraves de esta grafica se realiza un analisis de las fuerzas externas que tienen como finalidad realizar una investigacion sobre lo que podria favorecer como tambien lo que podria afectar y asi formular estrategias de mejoras.

Fuente: Autoría Propia

Conclusiones

La responsabilidad Social juegan un papel fundamental dentro de las organizaciones puesto que hoy en día ya no solo es importante que una empresa aporte a la sociedad oportunidades laborales patrimonio, sino que se debe tener en cuenta las exigencias del mercado en pro de los problemas ambientales cada vez más exigente en temas de responsabilidad social empresarial ambientales y así de esta forma promover estas iniciativas que en la actualidad se reconocen y hacen parte importante y fundamental en el impacto ambiental en beneficio a una sociedad, que se preocupa por el medio ambiente. Las empresas en el corto y mediano plazo deben gestionar mejor sus planes, acciones y comunicación de la responsabilidad social empresarial y su influencia en el entorno, debido a que las nuevas generaciones son más conscientes la responsabilidad como consumidores y de las acciones de RSE de las empresas es muy influyente a la hora de tomar las decisiones de consumo.

Los Programas de RSE de las empresas mejorar las relaciones con los grupos de interés y pone de manifiesta el cumplimiento de la razón social de las organizaciones. Al mismo tiempo que se hacen más visibles las empresas, haciendo pública la información y sus acciones que ayuda a la buena información en los mercados, lo que favorece a los Estados y a los consumidores.

Referencias Bibliográficas

- García, O. (2016). *Fundamentos teóricos de la planeación estratégica*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/9476>.
- Narváez, M. (2018). *Matriz DOFA*. . Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/20870>.
- Pardo, Juan Nicolas (2016). El relacionamiento con inversionistas: arte y ciencia del posicionamiento y conquista del mercado. Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/mercado-capitales/relacion-inversionistas>
- Pérez Salazar, A., & Gutiérrez Urrea, L. C. (2013). Análisis del impacto que tiene el cambio de imagen en el posicionamiento de marca de algunas empresas que pertenecen al grupo empresarial antioqueño (Doctoral dissertation, Universidad EIA).
- Prieto, J. (2012). *Gnmklestión estratégica organizacional*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3204280&tm=1510418067904>.
- Vargas Gómez, I. N., & Cortes Camacho, A. M. (2015). Entidades bancarias y la responsabilidad social empresarial: análisis comparativo 2013-2014 de Davivienda, Bancolombia y el Banco de Bogotá.

Anexos

Link Código de Ética

https://drive.google.com/file/d/1dK_9CYrUklXiH_xO3OKzCKLIvuh3-hyE/view?usp=sharing