

6.

Resultados de clientes

6 a. Medidas de Percepción.

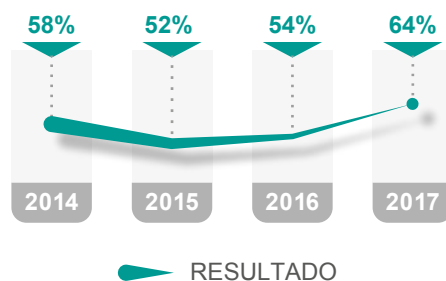
Para Bancoomeva es vital conocer la percepción de los asociados y clientes. Estas percepciones se miden a través de herramientas como encuestas entre los clientes y otros grupos de interés.

Las herramientas arrojan los datos que se reflejan en indicadores:

Índice de Satisfacción de clientes - KAPE (%)



**Índice de Recomendación NPS (%)
(Net promote scoring)**



Mide el conocimiento, uso, satisfacción y expectativas de los asociados de Coomeva en los diferentes productos y servicios que se brindan a este grupo de interés, explorando razones de no uso y los motivos de satisfacción e insatisfacción.

El resultado responde a estrategias orientadas a que los clientes conozcan los productos, los beneficios y hagan uso de ellos; todo esto a través de un plan de medios como: mensajes de texto, insertos en revistas, flyer, medios masivos y página web.

Es importante mencionar que con base en los resultados se genera un plan de mejora de productos, servicios, canales y proceso.

Mide el grado de disposición que tienen los clientes para dar una recomendación sobre Bancoomeva, a partir de los resultados del estudio que mide el grado de lealtad del cliente. Es importante mencionar que esta herramienta se utiliza en Bancoomeva desde 2014.

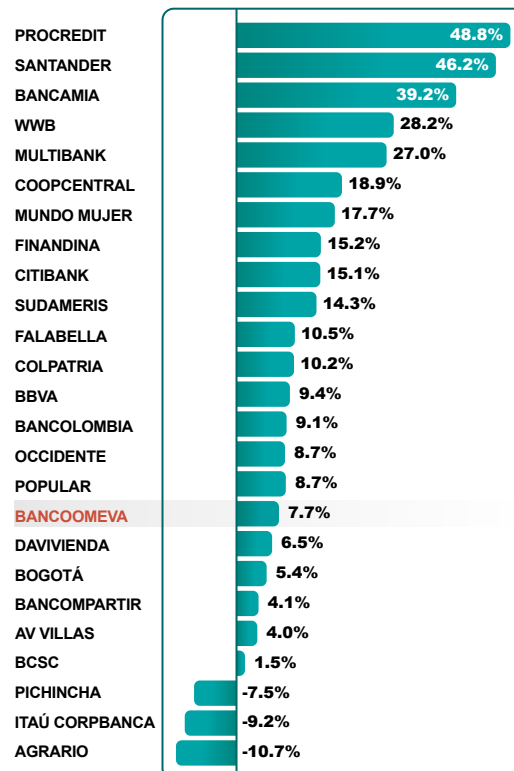
A través de la Voz del Cliente se detectan oportunidades de mejora que nos permiten alinear de manera integral los procesos, las personas, el entorno y los productos.

6 b. Indicadores de Rendimiento

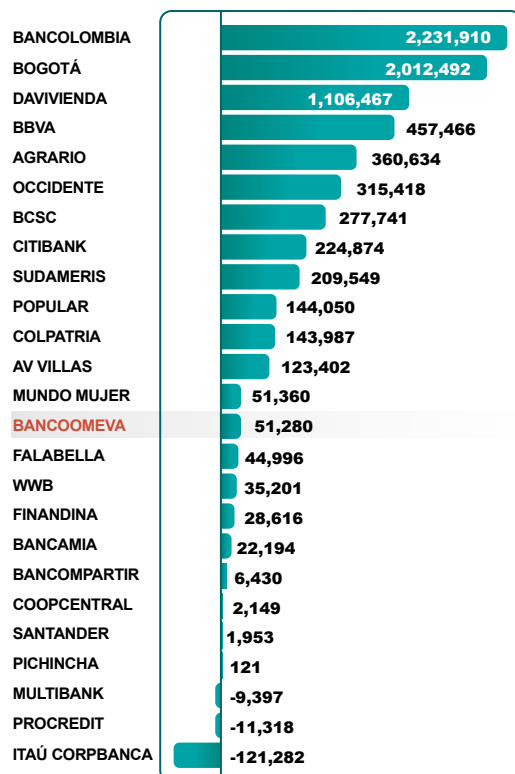
Estas son las medidas utilizadas internamente por la organización con el fin de controlar, comprender, prevenir y mejorar el rendimiento de la organización y la percepción de los clientes externos. Estos indicadores muestran el despliegue e impacto que tiene la organización en las estrategias de clientes.

La tasa anual del crecimiento de las captaciones fue del 7,7% ligeramente por debajo del promedio del sector. Sin embargo se considera importante destacar una tendencia positiva en el comportamiento histórico de la captación apalancada principalmente en la estrategia de crecimiento de la Banca Empresarial.

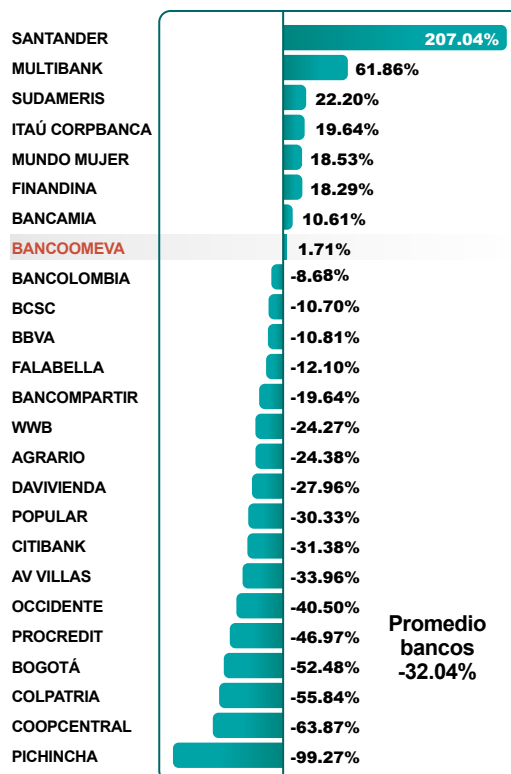
**Benchmark principales
indicadores de resultado
Crecimiento de las Captaciones
Diciembre 2017**



Utilidades • Diciembre 2017

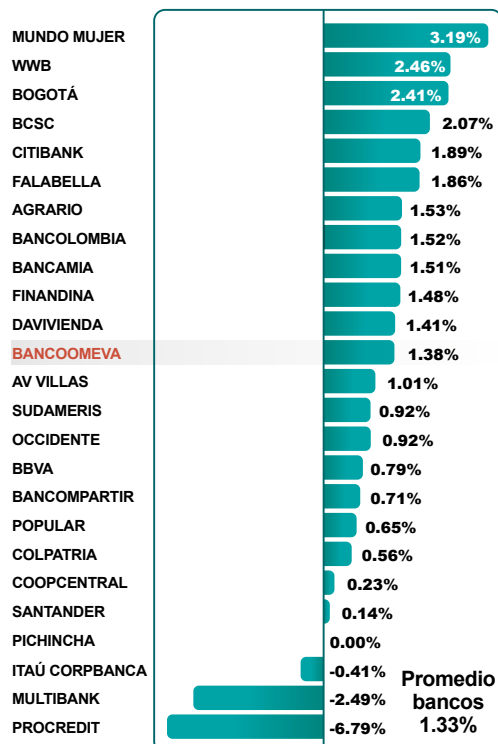


Crecimiento de Utilidades (%) • Diciembre 2017

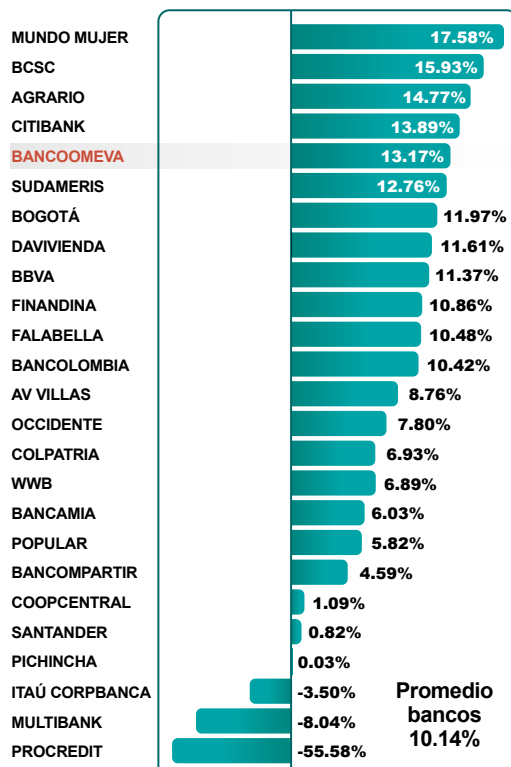


Bancoomeva le ha apostado a una estrategia de crecimiento sostenido y equilibrado que le ha permitido obtener una relación óptima entre crecimiento y rentabilidad, con lo anterior se han logrado tasas de crecimiento en utilidades superiores al promedio de los bancos.

ROA • Diciembre 2017



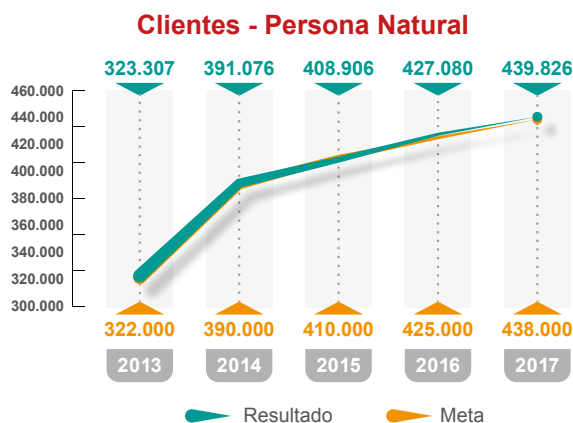
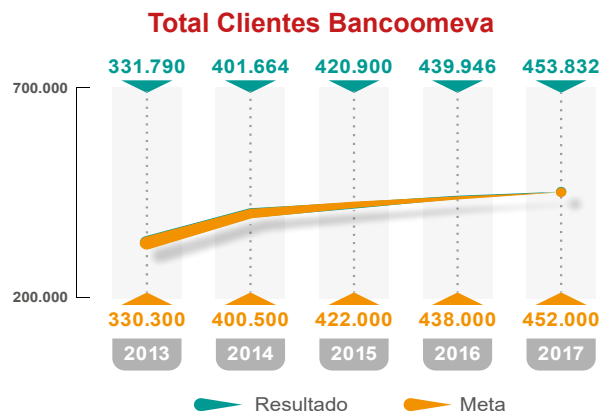
ROE • Diciembre 2017



Fuente: ASOBANCARIA. Metodología: Utilidad de los últimos doce meses en cada período sobre el activo o patrimonio promedio del mismo período.

Como se observa en la gráfica ambos indicadores ROA y ROE presenta un comportamiento positivo frente al sector debido a las estrategias de crecimiento tanto en Banca Personal como en Banca Empresarial a través del esquema de Cash Management y diversificación de ingresos. Lo anterior unido al buen comportamiento en el margen de intermediación.

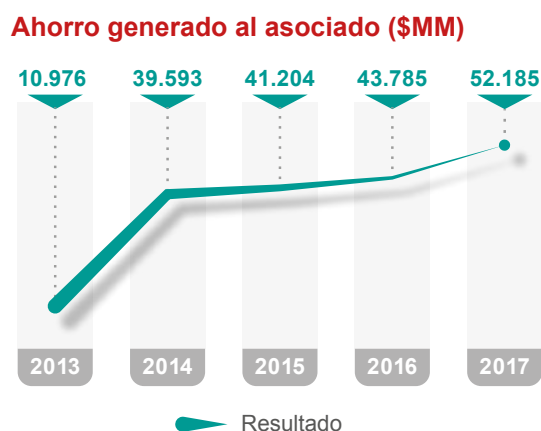
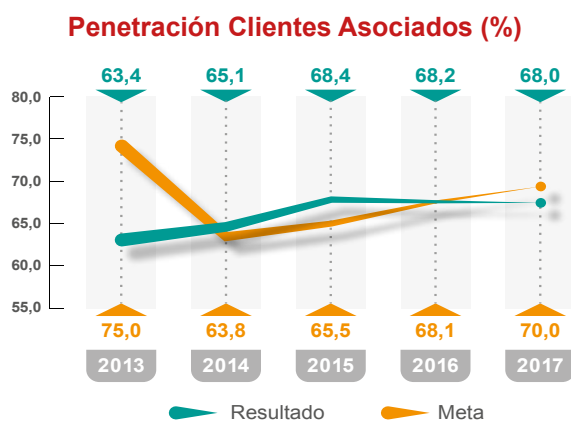
Frente al sector se obtuvo un buen resultado al presentar un ROA por encima del promedio.



Del total de clientes, el 97% corresponden a clientes persona natural y el 3% a clientes persona jurídica. El 36,1% de los clientes son Asociados a Coomeva.

La tendencia creciente en los resultados es producto de la efectividad de la promesa de valor, la cual contiene múltiples soluciones acorde a requerimientos de clientes y mercados de hoy.

La Banca Empresarial presenta un importante crecimiento, lo cual es producto principalmente del apalancamiento en la estrategia de Cash Management (modelo de administración de caja para empresas) para vincular nuevos clientes, con un promedio mensual de 95 empresas.

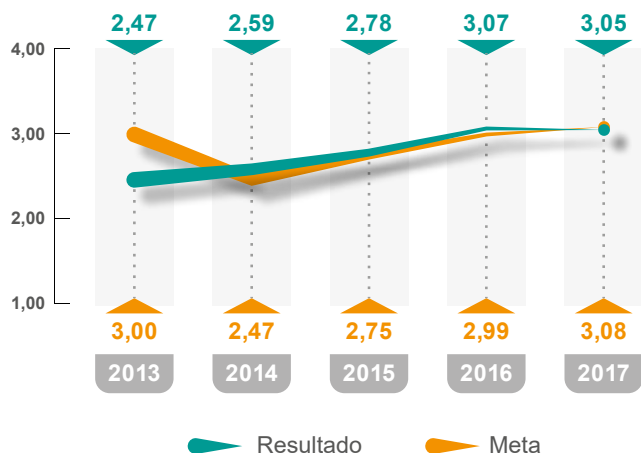


Mide el porcentaje de asociados a Coomeva que están vinculados con productos financieros al Banco. El comportamiento responde a la penetración de la base de asociados mediante estrategia de vinculación temprana y profundización en asociados antiguos con el producto Tarjeta Crédito Coomeva - TAC, complementada con el ofrecimiento principalmente de las líneas Credimutual y Vivienda con condiciones especiales.

Nota: a partir del año 2014 se modificó el método de cálculo de este indicador.

Mide el beneficio al asociado de Coomeva como resultado de menores precios frente al mercado o con relación a los precios de los clientes no asociados a Coomeva, principalmente en productos de colocación, con énfasis en compra de cartera y créditos de vivienda. Es importante resaltar que la comunidad de asociados de Coomeva es el principal colectivo de clientes de Bancoomeva, razón por la cual se tiene una oferta de valor diferenciada que mantiene en permanente revisión y mejora para este grupo de interés.

Profundización Clientes Asociados (Número)



Mide el número de productos promedio por Cliente Asociado a Coomeva. La tendencia positiva obedece a una estrategia de venta cruzada enfocada en la profundización del colectivo de asociados de Coomeva.

Nota: a partir del año 2013 se modificó el método de cálculo de este indicador.

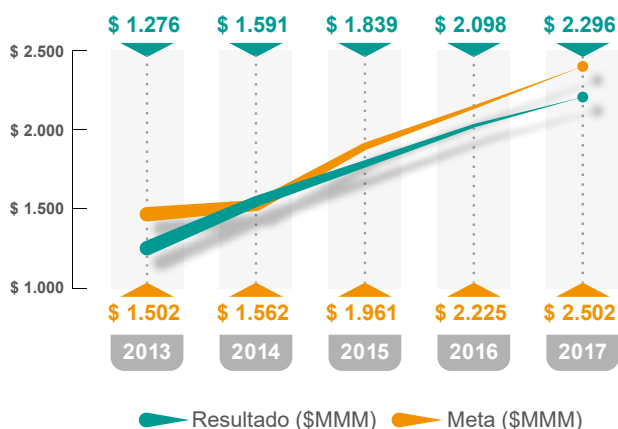
Profundización Total Clientes (Número)



Representa el número de productos promedio de todos los clientes del Banco. La tendencia creciente sostenida de los últimos años responde principalmente a las estrategias de relacionamiento con los clientes.

A partir de 2016, se crea una nueva segmentación basada en el ciclo de vida, en la cual se definió una canasta de productos por afinidad a los segmentos. Se realiza una comunicación y una oferta dirigida con el fin de tener una mayor efectividad.

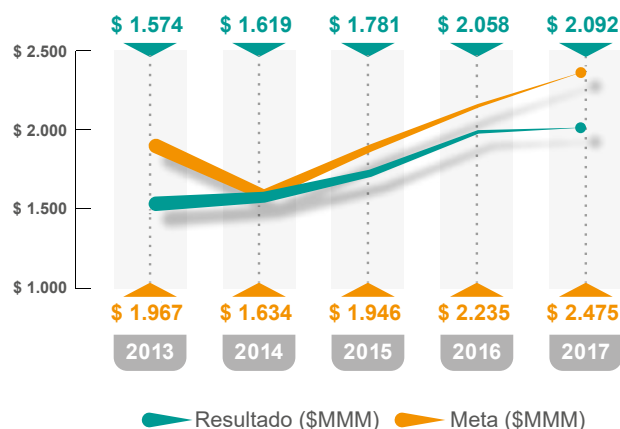
Saldo Promedio Captación (\$ MMM)



Registra un crecimiento anual promedio del 16% superior a la media del 14% del mercado nacional. Se ha crecido el nivel de captaciones en un 80% del año 2013 al 2017 frente a un crecimiento de 71,08% del sistema financiero. Es importante resaltar el crecimiento que se ha tenido en la participación de captaciones del público del 53,1% en 2013 al 68,6% en el 2017.

La apertura de canales de recaudo empresarial, así como la gestión de los excedentes de tesorería de las empresas, acompañados de las campañas masivas de captación de recursos de la Banca Personal, han sido las principales estrategias para el crecimiento.

Total Colocación (\$MMM)



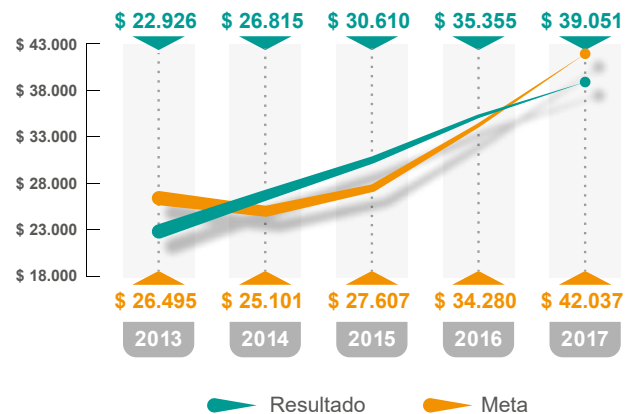
Mide los desembolsos de créditos realizados a los clientes.

Bancoomeva ha mantenido estable su crecimiento frente a una desaceleración del sector. Registra un crecimiento en el nivel de desembolso en un 33% del año 2013 al 2017, producto de la estrategia de profundización de clientes.

Mide los ingresos por venta de registros de Seguridad social de la Planilla Integrada de Liquidación de Aportes PILA. Bancoomeva es líder a nivel nacional en el servicio de recaudo de seguridad social, cerrando con una participación del 56% en el mercado asistido del sector financiero, creciendo 6 puntos porcentuales frente al año inmediatamente anterior*. Además, registra un crecimiento a nivel interno del 70% en lo corrido del 2013 al 2017.

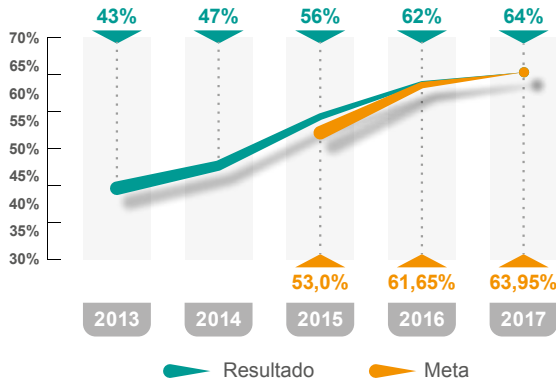
Si bien la tendencia del ingreso durante los últimos 5 años es positiva, es importante resaltar que la variación frente a la meta en el año 2017 se dio por el impacto del decreto 1765 del 2017 que incentiva el pago electrónico en lugar de la planilla asistida, principal esquema de recaudo del Banco para atención al cliente. Con el fin de mantener una tendencia positiva del ingreso, se implementó las siguientes estrategias: vinculación de nuevos clientes de otros operadores para ganar participación en el mercado, incrementar presencia en municipios donde no aplica el decreto y prestar el servicio de liquidación directamente en los puntos de pago de nuestro aliado Efecty.

Ingresos por comisión PILA (\$MM)

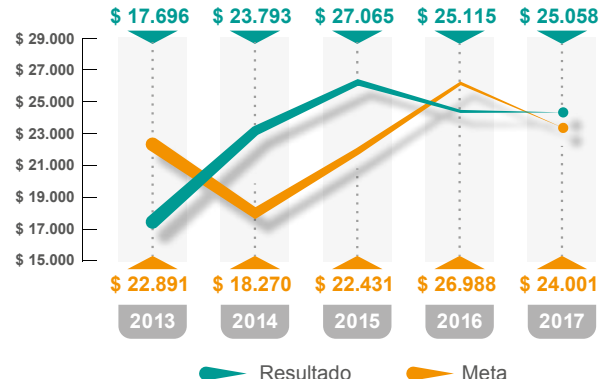


* Fuente: Estadística ACH Colombia.

Índice de Transaccionalidad Banca Electrónica (%)



Banca Seguros (\$MM)



Registra un crecimiento del 49% del año 2013 al 2017 apalancado en la estrategia de interacción digital del Banco que contiene Banca Móvil, Oficina Virtual, Portal de pagos, Botón de pagos PSE (Pagos seguros en línea) y Cajeros automáticos. Los resultados de este indicador permiten evidenciar el esfuerzo de la organización por brindar diferentes medios y canales de servicio a los clientes para "Facilitarles la vida".

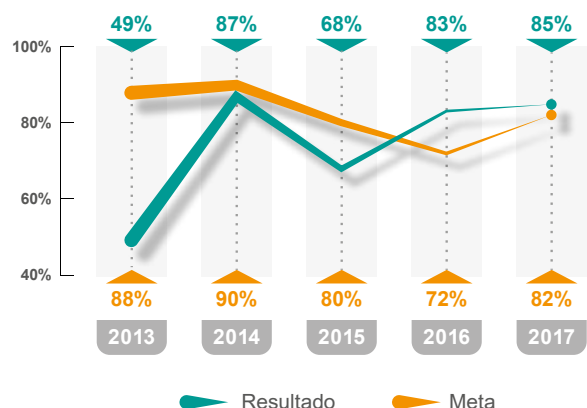
Apalancado en una estrategia de profundización, se ha logrado mantener una tendencia positiva en los ingresos por banca seguros, brindando productos que generan mayor tranquilidad a los clientes en caso de desempleo, incapacidad total, enfermedades graves y fallecimiento. El crecimiento del 15% del año 2017 se logra gracias a la estrategia de venta cruzada con los productos de colocación especialmente consumo y vivienda el cual paso del 64% promedio año 2016 al 79% en el año 2017.

Indicador de Cumplimiento en la respuesta definitiva de Quejas, reclamos, derechos de petición y tutles (%)

Qué mide: Mide el porcentaje de cumplimiento en la respuesta definitiva de quejas, reclamos, derechos de petición y tutelas.

Cómo se mide: Se mide el total de casos cerrados en el mes, teniendo en cuenta la fecha máxima en la cual se debe dar respuesta, con el objetivo de saber si dimos respuesta al cliente en el tiempo establecido.

Análisis del resultado: En el 2016 se finalizó la implementación de la herramienta BPM Smart Atentos, la cual permitió la automatización y optimización del proceso de gestión y atención de casos. Adicionalmente, se implementaron células de trabajo en la operación diaria de acuerdo con su complejidad del caso (alta, media, baja, menor) de manera que permita trabajar los casos de forma especializada optimizando tiempos y recursos.



Premios y distinciones:

Premio Nacional a la Excelencia e Innovación en la Gestión 2017

Con este reconocimiento recibido el 30 de noviembre en Bogotá, Bancoomeva se convierte en el primer y único banco galardonado en el tiempo de existencia de la Corporación Calidad, miembro activo de la Fundación para la Gestión de la Calidad (Fundibeq) y perteneciente a la Red Iberoamericana de Excelencia en la Gestión (Redibex).



Great Place to Work

El 14 de diciembre Bancoomeva obtuvo el puesto 13 entre las 20 mejores empresas para trabajar en Colombia, otorgado por la firma Great Place to Work.

La calificación de nuestros colaboradores y el análisis realizado a nuestro sistema de gestión de talento humano, nos llevaron a ocupar este puesto entre 279 empresas participantes en Colombia este 2017.



Sello de Equidad Laboral Equipares - Nivel II Plata

Bancoomeva obtuvo en el 2017 el Sello de Equidad Laboral Equipares Nivel II Plata, por su compromiso por la igualdad de género, otorgado por la Presidencia de la República, el Ministerio de Trabajo, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. Este reconocimiento reafirma nuestra convicción en que la equidad de género aporta a una cultura organizacional diversa e incluyente.

Bancoomeva ocupó el puesto No 18 entre las marcas de servicio más valiosas en Colombia de acuerdo con el estudio realizado por Compassbranding.



<http://compassbranding.com/wp-content/uploads/2017/10/EL-VALOR-DE-LAS-MARCAS-Y-SERVICIOS-2017.pdf>