



Ámbito Comercial.

Ámbito Comercial

Dentro de cada una de las compañías del Grupo Empresarial Bolívar, tenemos bien definidos y segmentados a nuestros clientes de acuerdo con sus características particulares, tipo de negocio y necesidades; así como reconocemos a nuestros proveedores como los perfectos aliados para llevar a cabo nuestros negocios. El detalle de nuestra gestión con cada uno de ellos se ve reflejado en cada uno de los informes de sostenibilidad 2011 de las diferentes compañías.

Clientes

Nuestros clientes aprecian con deleite nuestro servicio y como consecuencia la mayoría ha adquirido varios de los productos que ofrece el Grupo Empresarial Bolívar. Procuramos que cada cual sienta que se le reconoce su importancia particular por el esmero con que atendemos sus necesidades. A cada uno de nuestros clientes le prestamos servicios de calidad de acuerdo con su segmento.

El Grupo de empresas de la Familia Bolívar, a través de su amplia oferta de valor, cubre las necesidades más importantes de los colombianos, sus familias y/o las empresas alcanzando a Diciembre de 2011 un total de 5.585.395 Clientes, 10,32% más que en el 2010 (5.063.120 clientes).

Ésta oferta de valor incluye soluciones de ahorro, inversión, financiación y transacciones, con las compañías financieras como son Banco Davivienda, Fiduciarias, Leasing Bolívar.



Así mismo, se preocupa por la seguridad de sus clientes y por ello a través de las Compañías de Seguros Personales y Comerciales diseña productos especializados que cubren la vida, la salud, el patrimonio. Por otra parte, con los proyectos desarrollados en la Constructora Bolívar contribuye a que los colombianos puedan adquirir su vivienda; sin dejar a un lado la necesidad de entretenimiento y cultura donde también con Zuana Beach Resort y Ediciones Gamma con la Revista Diners, Revista Dinni y la Revista Axxis está presente.

Asistencia Bolívar, cumple un papel fundamental al apoyar y acompañar a los Clientes y sus Familias en los imprevistos que se presentan en su cotidianidad, este es otro aspecto innovador y de alta aceptación, que apoya el bienestar y el bienestar de los colombianos.

Distribución de Clientes por Compañía 2011

Cifras 2010

Compañía	Persona Natural		Persona Jurídica		Total		Total	
	Cientes	% Part.						
Davivienda	3.877.464	60,72%	177.255	85,15%	4.054.719	61%	3.777.345	73,56%
Seguros Bolívar	2.475.181	38,76%	28.796	13,83%	2.503.977	37,97%	2.166.213	39,18%
Constructora Bolívar	29.213	0,46%	50	0,02%	29.263	0,44%	26.250	0,52%
Leasing Bolívar	3.670	0,06%	1.747	0,84%	5.417	0,08%	5.937	0,11%
TOTAL	5.387.195	100%	198.200	100%	5.585.395	100%	5.063.120	100%

Distribución de Clientes por Edad 2011

Distribución de Clientes por Edad 2010

Edad	Cientes	% Part.	Cientes	% Part.
0-10	130.792	2,4%	123.567	2,5%
11-20	267.034	4,9%	235.903	4,8%
21-30	1.174.007	21,5%	1.148.773	23,3%
31-40	1.362.224	25,0%	1.231.661	24,9%
41-50	1.253.423	23,0%	1.108.975	22,5%
51-60	708.456	13,0%	631.765	12,8%
61-70	381.476	7,0%	298.776	6,0%
71-80	141.691	2,6%	131.367	2,7%
81-90	25.497	0,5%	24.527	0,5%
91-100	4.872	0,1%	4.416	0,1%
TOTAL GENERAL	5.449.472*	100%	4.939.731*	100%

* Incluye 62.277 clientes en 2011 y 60.840 en 2010 que son personas Naturales con negocio



Distribución de Clientes por Genero 2011

Distribución de Clientes por Genero 2010

Genero	Cientes	% Participación	Cientes	% Participación
Masculino	2.642.994	49%	2.457.255	50%
Femenino	2.397.768	44%	2.099.681	43%
NR/ND	408.710	8%	382.795	8%
TOTAL GENERAL	5.449.472*	100%	4.939.731	100%

* Incluye 62.277 clientes en 2011 y 60.840 en 2010 que son personas Naturales con negocio

Número de clientes con productos en más de 1 compañía del grupo empresarial bolívar

No. Compañías del Grupo en la que es cliente	2011				2010			
	Cientes Naturales	Cientes Jurídicos	Total	% Part.	Cientes Naturales	Cientes Jurídicos	Total	% Part.
1	4.202.391	176.446	4.378.837	78,4%	3.970.945	166.570	4.137.515	81,7%
2	1.021.715	16.654	1.038.369	18,6%	765.616	13.994	779.610	15,4%
3	134.100	3.747	137.847	2,5%	116.839	2.974	119.813	2,4%
4	25.543	937	26.480	0,5%	22.309	626	22.935	0,5%
5	3.193	416	3.609	0,1%	2.952	65	3.017	0,1%
6	245	-	245	0,0%	224	-	224	0,0%
7	8	-	8	0,0%	6	-	6	0,0%
TOTAL	5.387.195	198.200	5.585.395	100%	4.878.891	184.229	5.063.120	100%



Satisfacción de Nuestros Clientes

COMPAÑÍA	PRÁCTICA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN	RESULTADO 2011
Davivienda	Índice de satisfacción	90,6%
	Evaluaciones periódicas a los clientes de las aseguradoras para medir su nivel de satisfacción	95%
Seguros Bolívar	Encuestas de Satisfacción de los clientes de El Libertador	94%
	Auditoria de servicio y cartas post servicio de Asistencia Bolívar Buzón de Sugerencias: Buzón en cada una de las oficinas donde el cliente detalla su satisfacción (COLVIDA) Telemercadeo: en campaña de Bienvenida, valida el nivel de servicio en el asesoramiento brindado por el personal comercial en el momento de la venta (COLVIDA)	SATISFACION 94%, CONFIABILIDAD 96% Y OPORTUNIDAD 93,5% En forma mensual; promedio de nivel de servicio al 98%
	Servicio brindado en las oficinas en base a la matriz de acuerdos de servicio (COLVIDA)	Medido mensualmente; promedio del último año del 95,83% Medido mensualmente en base al Registro unificado de Servicio, 0%
Constructora Bolívar	Índice de Recomendación Inmobiliario Bogotá	76,49%
	Índice de Recomendación Negocio Inmobiliaria en Cali	SI: 95% NO: 5%
	Índice de Referenciación Tiempo Compartido	83%
	Índice de Servicio y Satisfacción Tiempo Compartido	89%
	Índice de Satisfacción Hotel Zuana	93%
Leasing Bolívar	Encuesta de satisfacción para el proceso de operaciones desembolsadas (Operaciones compra en plaza, importaciones e inmobiliario*)	Operaciones Nacionales 94% Importaciones 96% Inmobiliario 88%





Innovación

Desde 2008 como política y desarrollo de la misión del Grupo Empresarial Bolívar, la Alta Dirección definió una estrategia encaminada a potenciar su capacidad de Innovación a través de diferentes esfuerzos desarrollados dentro de las tres dimensiones de la destreza organizacional con el fin de crear una cultura de trabajo disciplinado de innovación y a mejorar la oferta de valor y los índices de eficiencia de las compañías del Grupo:

- Estructura y Mecanismos Organizacionales,
- Entrenamiento y
- Resultados;



Una de las premisas que rige el desarrollo de nuestra estrategia es la implementación de las iniciativas de tal forma que se convierten en realidades concretas que rompen paradigmas y cuyos resultados pueden cuantificarse y evaluarse no sólo en el ámbito económico sino también en los ámbitos social y ambiental.

Estructura y Mecanismos Organizacionales

- En 2010 se creó el Premio de Innovación de la Familia Bolívar, que busca reconocer a quienes lideran los procesos de Innovación en las diferentes compañías del Grupo, e identificar y divulgar las mejores prácticas. La segunda entrega del premio se llevó a cabo a finales de 2011, en esta ocasión se premiaron 23 proyectos dentro de las diferentes categorías.
- La Expedición de Innovación, tiene como objetivo premiar a los equipos de alto desempeño que se caracterizaron por ser innovadores; y brindarles una experiencia retadora, llena de emoción y sinergia. Para la Expedición de Innovación 2011 nuestros 70 expedicionarios viajaron al Amazonas, donde pudieron disfrutar de la grandeza de la naturaleza y de experiencias que retaron sus habilidades y afianzaron los lazos de integración y sinergia.

Entrenamiento

Contamos con una red de 828 coaches de Innovación, adicionalmente 5275 funcionarios han participado en sesiones, capacitaciones, talleres y charlas enfocadas a fortalecer la destreza de Innovación en la Organización.



Resultados

En el 2011 se presentaron al Premio 173 logros de Innovación de los cuales 61 fueron sustentados ante el jurado externo. Entre los logros más destacados por su efecto en la sociedad se encuentran DaviPlata, marcando un hito en el sector financiero colombiano, con la creación de un producto que le permite a toda la población manejar dinero a través de este revolucionario monedero electrónico que permite disfrutar de todos sus beneficios de manera gratuita, sin necesidad de tener una cuenta, sin utilizar una tarjeta y sin tener que acercarse a una oficina bancaria o llenar formularios. Con DaviPlata los usuarios pueden, por medio del celular:

- Pasar dinero a otras personas
- Hacer giros nacionales sin pagar cargos adicionales
- Sacar plata en cajeros electrónicos sin tener tarjeta
- Pagar servicios públicos y privados
- Recargar el celular

Éste producto ha logrado vincular a más de 500.000 usuarios en menos de 7 meses y trae beneficios tanto a la población bancarizada como a la no bancarizada, a las empresas, los establecimientos comerciales y el gobierno nacional ya que consiente mayor facilidad, agilidad transaccional, seguridad y cobertura, a un menor costo. DaviPlata estimula el desarrollo económico del país, mejora la calidad de la población y fomenta el crecimiento económico.

