

INFORME FINAL OPCIÓN DE GRADO TRABAJO DE FORMACION
EMPRESARIAL REALIZADO EN LA EMPRESA BAN100

PRESENTADO POR: GABRIELA BENAVIDES PEREZ

TUTORA DE PRACTICA
HANDRIX GARCÍA DURAN

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C
4 DE JUNIO DE 2025

INFORME FINAL OPCIÓN DE GRADO TRABAJO DE FORMACION
EMPRESARIAL REALIZADO EN LA EMPRESA BAN100

AUTOR

GABRIELA BENAVIDES PEREZ

TUTORA DE PRACTICAS

HANDRIX GARCIA DURAN

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MERCADEO

BOGOTÁ D.C

Índice

1. Introducción	
2. Información de la compañía.....	6
3. Análisis del Macroentorno y Microentorno.....	12
4. Formulación del problema.....	18
5. Justificación.....	19
6. Objetivos.....	20
7. Resultados.....	21
8. Conclusiones	
9. Bibliografía	

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de respuestas para comentarios en Facebook sobre crédito de libranza	24
Tabla 2. Matriz de respuestas para comentarios de información general en redes sociales	24
Tabla 3. Matriz de interacciones con usuarios en Meta	24
Tabla 4. Seguimiento semanal de las fichas de Google My Business	34

Índice de Figuras

Figura 1. Descarga de clientes potenciales desde el formulario Dentsu B100 en Meta Ads Manager	22
Figura 2. Panel de formularios de Meta Ads Manager	23
Figura 3. Interacción con cliente sobre crédito de libranza en Meta	25
Figura 4. Seguimiento de comentarios recibidos en fichas de Google My Business	26
Figura 5. Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Calle 76	27

Figura 6. Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Calle 102	28
Figura 7. Pieza enviada a colaboradores con QR para dejar reseñas	28
Figura 8. Pieza enviada a colaboradores explicando cómo dejar una reseña	29
Figura 9. Pieza para motivar a colaboradores a dejar reseñas	30
Figura 10. Hablador con QR entregado en oficinas de captación	30
Figura 11. Perfil institucional en Google Maps – Sede Salitre	31
Figura 12. Perfil institucional en Google Maps – Sede Pasto	32
Figura 13. Recopilación de PQRs por mensajes internos en Facebook (1)	35
Figura 14. Recopilación de PQRs por mensajes internos en Facebook (2)	35

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo documentar y analizar los aprendizajes adquiridos durante la práctica profesional en el banco Ban100. En este informe se realizó un análisis y descripción detallados de su historia, estructura empresarial y la aplicación del mercadeo en una entidad financiera, un aspecto poco convencional debido a la naturaleza intangible de sus servicios, Además, se realizó un análisis del micro y macroentorno, donde se identificaron las variables internas y externas que afectan el avance y crecimiento de la compañía Ban100, para analizar cómo se están gestionando, desde una perspectiva de estudiante próximo a ser profesional en mercadeo. En este informe se presenta el trabajo desarrollado por el practicante durante el transcurso de las prácticas y el proceso que desarrollo en la compañía, este informe respaldado por evidencias que refuerzan el contenido presentado, permitiendo visualizar de forma clara los logros alcanzados y el impacto de las tareas ejecutadas. Mostrando los resultados de la práctica y que se logró con las actividades que desarrollo el practicante, se encontrara las fortalezas de la compañía Ban100, oportunidades de mejoras y así mismo las del practicante.

Historia

Ban100 es una entidad financiera fundada por David Seinjet. Esta inicialmente inició como Credifinanciera aproximadamente hace más de diez años, pero se transformó en Ban100, una marca más fresca, para así adaptarse al mercado y, lo más indispensable, a las normas vigentes para este tipo de entidades.

Ban100 es una entidad financiera que ofrece diferentes productos financieros como tarjeta de crédito, cuenta corriente, de ahorro, inversión y seguros; también ofrecen CDT tradicional y digital. Su segmento potencial es el de pensionados con el crédito de libranza, que únicamente aplica para estos.

Podemos destacar que Ban100 ha sido premiado como Banco Innovador del Año en Inclusión Financiera otorgado por la revista británica Pan Finance en 2022; además, ha sido premiado por tener propuestas innovadoras e inversiones significativas.

Ban100 es una compañía muy completa, liderada inicialmente por David Seinjet; sin embargo, se desprenden varias ramas, las cuales son dirigidas por diferentes colaboradores de la compañía. Encontramos áreas indispensables que son las que hacen de Ban100 una compañía robusta y organizada; entre estas están:

- Finanzas
- Operaciones
- Tecnología

- Marketing

Estas son dirigidas por gerentes y coordinadores, los cuales tienen un equipo de apoyo para alcanzar todas las funciones. Luego de estas áreas encontramos:

- Recursos humanos
- Ventas
- Atención al cliente

Dentro de estas áreas encontramos las oficinas de captación con el equipo completo, el call center, entre otras.

Cada una de estas áreas es indispensable para la organización y funcionalidad de la compañía.

En la compañía Ban100, mi rol es de aprendiz en el área de mercadeo, donde brindo apoyo integral a diversas tareas del departamento. Mis responsabilidades abarcan desde la elaboración de estrategias de mercadeo hasta la coordinación y envío de información a otras áreas. Mi función está alineada con la misión de la compañía; aunque mi contribución no sea directamente visible al público externo, trabajo en la parte interna desarrollando y ejecutando estrategias de mercadeo que permiten alcanzar el segmento de mercado deseado. De esta manera, contribuyo a ofrecer soluciones financieras, innovadoras y una atención de calidad, satisfaciendo así las necesidades del mercado objetivo.

Macroentorno y Microentorno

Macroentorno

Podemos iniciar definiendo el macroentorno de una empresa como el englobe de aquellos factores externos, que están relacionados con el funcionamiento de esta, a pesar de que no son directamente controlados por la compañía, su análisis es clave para la toma de decisiones estratégicas, en el macroentorno encontramos factores como la demografía, economía, cultura, factores políticos, legales y tecnológicos. Economipedia. (s.f.).

Ban100 es una compañía robusta que está en constante crecimiento y posicionamiento, se puede considerar que de estos ha dependido mucho el crecimiento de esta, el hecho de tomar decisiones bajo el análisis de estos factores hace que la compañía puede obtener resultados exitosos al adaptarse a las condiciones del macroentorno y sus necesidades. Estos factores los podemos ver a través de las oportunidades y las posibles amenazas que puede tener la compañía.

Ban100 ha desarrollado una sólida trayectoria en el análisis del macroentorno, permitiéndole identificar con precisión los posibles riesgos y oportunidades que impactan su crecimiento y competitividad, de hecho el analizar estas variables hizo que decidieran cambiar de Credifinanciera a ban100, de igual manera una entidad financiera se enfrenta a desafíos económicos grandes, desde los cambios en la economía en Colombia hasta las políticas o normas vigentes que rigen a la entidad, Los factores externos afectan si no se saben abordar y responder a ellos, pero considero que Ban100 ha logrado adaptarse a estos factores, ellos han visto oportunidades en el área digital, están implementando mayor inclusión financiera y han desarrollado estrategias para entender al consumidor y ampliar su segmento, podemos mencionar un ejemplo, ellos están sacando su CDT digital, tiene el objetivo de abordar nuevos segmentos, este tipo de estrategias se relacionan positivamente con los factores externos.

Microentorno

El microentorno lo podemos definir como aquellos factores que están más relacionados directamente con la compañía, que afectan su capacidad para responder a sus clientes, esos factores son clientes, proveedores, intermediarios, competidores y el público. (La Experta, 2024)

Ban100 es una empresa que tiene como misión Generar valor en sus clientes, empleados y accionistas, mediante productos seleccionados e innovadores, apalancados en un modelo de atención personalizado y distintivo. (Ban100)

Esa misión está directamente relacionada con responder a las necesidades de los clientes, el estar tan enfocados en esto genera que puedan abordar todos los factores del microentorno y desempeñarse en función de tener un crecimiento, y como parte fundamental esto hace que Ban100 este en una posición competitiva buscando atender a sus clientes; esto crea un entorno que relaciona los demás factores, los proveedores los intermediarios, hasta los competidores.

Ban100 está en constante desarrollo por generar una interacción asertiva con los diferentes factores, se han encontrado falencias que han generado desafíos para tener el resultado de dar respuesta completa a sus clientes, estas falencias están relacionadas con el servicio al cliente y lo que hay detrás de esta área, entre otras cosas, no obstante querer ofrecer servicios de calidad les ha permitido incrementar una eficiencia operativa.

Ban100 está en proceso de expandir su alcance con la colaboración de diferentes intermediarios que han beneficiado en el sentido de expandir sus segmentos. Esto está relacionado con la posición que han tomado ante sus competidores directos, como Banco W, Finandina etc. La compañía ha optado por hacer un análisis profundo de sus competidores, sus ofertas y estrategias para poder mostrar un diferencial en el mercado y anticiparse a la competencia, así creando valor para nuevos segmentos del mercado.

Variables del macroentorno

1. Factor político y legal

Se puede definir como los cambios en las normativas o regulaciones que pueden afectar las operaciones de la compañía. (López, 2019), Ban100 es una compañía que tuvo una reorganización en su parte legal, por inconvenientes con la compañía anterior que fue Credifinaciera la cual dejó una mala percepción de la compañía, sin embargo, esta compañía es vigilada por la Superintendencia financiera que revisa el cumplimiento con la normativa y que todo se haga de manera transparente, la compañía trabaja con sus colaboradores implementando diferentes cursos y capacitaciones para que también cumplan todas las normativas y aporten al desarrollo en esa área. Esto demuestra un compromiso con las normas y la transparencia que quieren tener, esto se evidencia en la parte interna de la compañía y se verá reflejado en la parte externa.

La compañía Ban100 actualmente cuenta con procesos que se adecuan a las normas vigentes para las entidades financieras, es una compañía que está en constante regulación por entidades que velan por los derechos de los consumidores, y esto hace que se esté constantemente trabajando en la mejora de sus procesos, Ban100 busca ser una entidad ética y responsable

en el sector financiero por lo cual se distingue con su responsabilidad y transparencia para llevar acabo con todos sus procesos, constantemente actualizan sus datos en la página web y en el portafolio de productos que ofrecen para evitar inconvenientes con las entidades reguladoras y así mismo con los clientes, lo que muestra un compromiso con su trabajo.

2. Factor ecológico

Los factores ecológicos se relacionan directamente con medioambiente, la sostenibilidad y como la compañía llega a contribuir con este factor, que hoy en día ya hace parte de la normatividad cumplir con ciertos aspectos.

Ban100 es una compañía que está implementando practicas relacionadas con el desarrollo sostenible y esta cien por ciento comprometido con contribuir y promover la responsabilidad social, tratando de reducir el daño ambiental, un ejemplo de esta práctica es la separación de residuos que se tiene en la compañía de manera interna y en la zona de cafeterías, esto se pasó como propuesta de parte de la aprendiz que está en sostenibilidad.

En el 2022, la compañía se único al protocolo verde de la Asobancaria, iniciando un compromiso mayor con las practicas sostenibles, este proyecto incentivo a las compañías a adoptar políticas que aporten a la sostenibilidad en las actividades bancarias.

No obstante, este compromiso podría ser mayor, no limitándose a las normas sino implantando más propuestas para que se cree una cultura corporativa y que se normalice el compromiso con el medio ambiente y así mismo prácticas que contribuyan con este.

3. Factor Social: Cambios en las tendencias demográficas, estilos de vida.

El cambio en las tendencias demográficas y cambios en la sociedad afectan las estrategias y acciones que se llevan a cabo en la compañía, estas se pueden convertir en situaciones de oportunidad desafiantes para generar un posicionamiento mayor del banco.

Este factor desafía absolutamente a todas las compañías a responder a las necesidades del entorno social y sus cambios, estos cambios generan nuevas estrategias y segmentos de mercado que puede abordar la compañía, enfocando sus productos hacia las diferentes tendencias actuales.

De Ban100 se pueden resaltar un aspecto donde se evidencia una buena respuesta a los cambios demográficos:

- **Envejecimiento de la población**
Colombia ha mostrado un incremento en la población de adultos mayores, se aproxima que en el 2030 la cifra este en 10 millones aproximadamente (DANE, 2023), Ban100 toma estas situaciones con oportunidad para enfocarse en ese segmento y responder a sus necesidades
Ban100 es una compañía que constantemente está realizando investigaciones de los segmentos a los que quiere dirigirse, con el fin de lanzar productos financieros que se adapten a las necesidades del consumidor, actualmente esos estudios se evidencian con el lanzamiento de productos, pautas y piezas que responden a los gustos o necesidades de clientes potenciales y permite adaptarse al entorno social.

4. Fuerzas económicas

Las fuerzas económicas del macroentorno incluyen factores como la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico y el desempleo, que pueden influir significativamente en las operaciones y decisiones estratégicas de las empresas." (Smith, 2020, p. 123).

Este factor afecta las decisiones estratégicas de la compañía, sin embargo, es una oportunidad para mantener la competitividad en el mercado, ellos diversifican sus productos adaptándose a las posibles condiciones económicas de sus clientes, siendo honestos y transparentes con ellos para no generar conflictos o malas percepciones, Ban100 es una compañía que tiene la capacidad de adaptarse a los cambio económicos que surgen, esto se evidencia en el crecimiento que han tenido y en la capacidad de enfrentarse a las diferentes situaciones, Esta entidad ha logrado posicionamiento positivo en el sector financiero gracias a la unión que existe en todas sus áreas.

5. Factor tecnológico

La transformación digital es esencial para que las empresas puedan mantenerse competitivas y responder eficazmente a las demandas cambiantes del mercado." (Smith, 2020, p. 123)

Ban100 está adaptándose a la transformación digital, reconociendo que debe implementar tecnologías avanzadas para tener un crecimiento y así responder al mercado, uno de estos ejemplos es la implementación de la App móvil que facilita al usuario agilizar sus trámites desde su celular, la compañía actualmente está implementando grandes programas que mejoran y optiman la gestión de procesos, facilitando las actividades desarrolladas, el enfoque de Ban100 está directamente relacionado con el avance mediante tecnologías y la implantación de IA que permita a sus colaboradores obtener mejores resultados, en el transcurso de este tiempo se evidencio que aunque Ban100 es una entidad que sigue en crecimiento frente a más competidores que existen en el mercado, busca estar a la altura de lo que se evidencia en este sector, siendo un Banco con las mismas cualidades que otros con más renombre, Es importante destacar el compromiso que tienen con el crecimiento de la compañía y la unión de las áreas para que este se pueda desarrollar.

VARIABLES DEL MICROENTORNO

1. Clientes

los clientes son el elemento más importante del microentorno, ya que son quienes, en última instancia, adquieren los productos o servicios de la empresa. Kotler y Armstrong (2012)

Ban100 se está enfocando en atender las necesidades de sus clientes, como el autor menciona; los clientes son indispensables en la compañía y en todo su proceso de crecimiento, por esto la compañía está buscando estrategias y así entender a qué segmentos va dirigido y sobre todo conocerlo, esto está relacionado con las características, las tendencias del segmento etc. Para esto se están haciendo investigaciones que dan como resultados diferentes Buyer persona.

La compañía Ban100 presentaba algunos inconvenientes con la relación de sus clientes, en este caso son las personas pensionadas. Este es un segmento de la población que tiene diferentes dificultades

respecto al uso de herramientas tecnológicas, los usuarios manifestaban su inconformidad especialmente en la oficina y agilidad de la comunicación, la descarga de documentos como extractos y la reclamos o inquietudes, mencionando que el proceso para estos trámites es muy demorado y complejo. Estas situaciones se presentaban por no tener una óptima gestión en los procesos donde el cliente necesita acompañamiento o una respuesta rápida en las PQRS que se radicaban respecto a los inconvenientes mencionados, cabe recalcar que la compañía está mejorando los procesos y la gestión de inquietudes, por medio de estrategias que mejoren la atención al cliente. Cabe recalcar que la compañía Ban100 está resolviendo esta problemática mediante la implementación de nuevas estrategias digitales de posicionamiento.

2. Competencia

La competencia en el microentorno no se limita a los rivales directos, sino que incluye a todas las empresas que ofrecen productos o servicios que compiten por la misma participación en el mercado, obligando a las organizaciones a innovar y diferenciarse constantemente" (Kotler & Armstrong, 2012, p. 98)

Ban100 está en busca de analizar la competencia directa, para poder crear un diferencial en los productos que ofrece, entre ellos se analizan los comportamientos de las entidades financieras que están posicionadas en los mismos productos que ofrece la compañía, entidades como Nubank, Banco Pichincha, Banco W, son entidades que han obtenido un reconocimiento en este sector y Ban100 las toma como referente para adecuar su contenido con lo que este en tendencia en medios o redes sociales, por otro lado tiene competencia indirecta que es Banco Bogotá y Bancolombia, estas entidades tienen una comunicación mucho más estructurada, y son reconocidas por sus clientes, estas se convierten en un modelo para que la compañía Ban100 consolide sus estrategias de comunicación digital. Un ejemplo de un análisis de la competencia es mediante los benchmarks con diferentes temáticas para entender a la competencia y también tomar referentes de cómo están actuando en el mercado.

Es importante destacar que Ban100 toma de referente a sus competidores directos para poder estar alienado de una mejor manera a las tendencias en el sector financiero, se considera que es una oportunidad entender como están trabajando grandes bancos para

tener un mejor crecimiento y más que entrara a una competencia Ban100 busca adquirir patrones positivos de otras entidades, se entiende que el sector al que va dirigido es bastante específico por lo que se busca sacarle el mayor potencial y poder destacar en este.

3. Intermediarios

Los intermediarios de marketing son esenciales para conectar a la empresa con los mercados objetivo, facilitando la distribución, promoción y venta de productos o servicios, lo que permite una entrega de valor más eficiente al cliente. (Kotler & Armstrong, 2012, p. 122)

Ban100 es una compañía que en el sector financiero se puede percibir como pequeña debido a su cambio de nombre, lo que, afectada la percepción de muchos clientes potenciales, ya que no la ven como una marca que produce confianza, más bien es percibida como ajena a las entidades financieras. Ban100 busca contrarrestar esta problemática con diferentes estrategias que se están implementando, para expandir esta área se han establecido diferentes aliados que actúan como intermediarios clave para así tener un crecimiento y potencializar la compañía, no obstante, estas alianzas representan nuevos segmentos y oportunidades para obtener un mayor posicionamiento.

hay que recalcar que Ban100 todavía presenta oportunidades de mejora, respecto a la consolidación de estos intermediarios.

Es importante entender que se debe reforzar este canal para obtener un mayor posicionamiento en el sector financiero, esto también le permitiría explorar otros sectores para tener una mayor influencia en el medio y creando conexiones que impacten positivamente en la atracción de nuevos clientes y el fortalecimiento de la marca.

4. Empresa

La empresa es el núcleo de la cadena de valor, donde la integración eficiente de recursos, procesos y capacidades determina la eficacia de la estrategia competitiva y la creación de valor para el cliente" (Kotler & Armstrong, 2012, p. 145), esto se verá reflejado en la parte externa, la integración de todas las áreas y procesos en la compañía tendrán beneficios.

Ban100 es una compañía que se está consolidando con el tiempo, a pesar de que lleva un recorrido largo aún está en proceso de posicionarse en el sector financiero, esta compañía trabaja arduamente con todo su equipo interno para poder ofrecer productos y servicios de calidad a segmentos de la población que están olvidados. Como lo son los pensionado o personas de escasos recursos, su responsabilidad social es uno de sus pilares y diferenciales que generan un vínculo con el público.

La cultura organizacional de Ban100 se puede definir como una cultura inclusiva, siempre buscan un enfoque social y empático por ende promueven el bienestar de sus clientes, con un trato adecuado que busca generar vínculos emocionales y mostrar los valores de ella, esto permite que la compañía se pueda adaptar a los retos o dificultades que se presenten de manera adecuada.

Es importante destacar que internamente la compañía ofrece un ambiente laboral solidario entre sus colaboradores, motivándolos siempre a trabajar en equipo, esto muestra que se valora el aporte de cada colaborador, independientemente de su cargo.

Durante la práctica profesional, se pudo evidenciar que existe una relación cercana entre los líderes de área y los demás colaboradores, esto genera un mayor trabajo en equipo.

Además, Ban100 es una compañía que incentiva a sus colaboradores a adquirir mayores conocimientos con diferentes cursos que están vinculados a la compañía y esto es una oportunidad para crecer como persona y profesional para ofrecer mejores resultados en lo que cada colaborador pueda llegar a ejercer.

5. Empleados

Los empleados son el activo más valioso de una organización; su compromiso, habilidades y motivación son esenciales para la implementación exitosa de cualquier estrategia competitiva" (Kotler & Armstrong, 2012, p. 168),

Ban100 es una compañía que reconoce que los colaboradores son parte fundamental para su crecimiento, por ende, enfatiza en el bienestar de ellos, de los colaboradores depende que la compañía

funcione de manera organizada y Ban100 busca siempre brindarles una estabilidad, la compañía busca que ellos puedan tener un equilibrio en su vida laboral y personal, un ejemplo de estos son los días de teletrabajo que beneficia a colaboradores que tienen hijos o una familia por la que tienen que responder.

Unos de los valores principales es el bienestar de los colaboradores, Ban100 es una compañía que vela por la seguridad y estabilidad de las personas que hacen parte de la compañía, no solo en un aspecto laboral, también se busca motivar a los colaboradores con diferentes incentivos o detalles que exaltan su esfuerzo en fechas especiales como los son el día de la mujer, de hombre etc., también se puede mencionar que hay días compensatorios como los son días por cumplir años o día de la familia.

Ban100 tiene aproximadamente ciento cincuenta 150 colaboradores en diferentes áreas y mensualmente se realizan actividades o activaciones para los colaboradores, ya sea por el lanzamiento de algún producto o por la celebración de un día especial. Estas actividades hacen que resalten la importancia de lo que hacen y como aportan a la compañía.

Ban100 tiene ambiente o entorno laboral adecuado y agradable, esto se evidencia por medio de charlas y sesiones grupales donde se enseña de temas de prevención para que no se presenten situaciones que incomoden a algún colaborador. Fomentando un ambiente seguro, inclusivo y seguro para todos.

6. Publico

El público es Cualquier grupo de individuos que tiene un interés o impacto real o potencial en la capacidad de una organización para alcanzar sus objetivos. Kotler y Armstrong (2012)

El público llega a ser uno de los principales motivadores de una compañía, este s la razón de ser, en este caso Ban100 tiene segmentos claros a los cuales quiere llegar y ha tenido un gran recorrido por responder a las necesidades de estos.

El público ciudadano que tiene son los pensionados que estén afiliados a los siguientes fondos de pensión: Colpensiones, Casur, Cremil, Fopep etc que busquen adquirir un crédito de libranza, este

enfoque ha permitido a ban100 posicionarse como uno de los pocos bancos que ofrecen productos a este segmento de la población que cada día crece más.

Para Ban100, el público financiero es indispensable en su crecimiento, por eso mantienen vínculos con diferentes accionistas, ya que estos mejoran la reputación o la cara de la compañía, también responden a las entidades que regulan el sector y los socios estratégicos. Como la empresa está en proceso de crecimiento y expansión, es necesario tener una buena relación con ellos, mostrando transparencia y confianza, ya que esto permite seguir fortaleciendo su reputación y da apertura a nuevas oportunidades en el mercado.

Siendo una entidad financiera para Ban100 el público gubernamental es indispensable ya que tiene que cumplir con normas regulatorias impuestas por la Superintendencia Financiera y otras entidades. La compañía trabaja por estar al día con estas entidades, es importante resaltar que siempre se hacen revisiones y simulacros de cómo van frente a los temas regulatorios.

El público de medios de comunicación cumple un rol importante, por medio de este la compañía busca posicionar los nuevos lanzamientos de productos mediante noticias, comunicados de prensa, artículos en el periodo y medios digitales, estos medios son claves para expandir información importante de la compañía y que pueda llegar el público objetivo y a nuevos segmentos, Ban100 constante lanza comunicados en el periódico del tiempo, la Republica ya que son medios que generan vistas.

7. Proveedores

Los proveedores constituyen un vínculo importante del sistema general de la red de entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios. objetivos. Kotler y Armstrong (2012)

Aunque Ban100 es una compañía pequeña, los proveedores cumplen un papel indispensable en el trabajo diario, son importantes para la adquisición de materiales promocionales o merchandising, ya sean maletas, pendones, volantes, agendas, esferos, impresiones y otros elementos que son necesarios para las campañas de marketing y para las oficinas de captación, donde se promocionan los productos que tiene el banco. Para mejorar la identidad de marca. El equipo de mercadeo se encarga de contactar a diferentes proveedores para gestionar las muestras y las entregas de lo que se pidió, Estos insumos son necesarios para mantener la presencia de la compañía tanto en eventos como en puntos de atención al cliente. Para Ban100 es importante tener vínculos con proveedores confiables que ofrezcan calidad para cumplir con los estándares de los clientes y que esto genere una identidad de marca clara y diferencial.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La presencia digital de la compañía Ban100 afecta grandemente en cómo los clientes se relacionan con la marca y cómo la llegan a percibir según lo que observen de esta. Una mala reputación digital ha venido afectando la decisión de que los clientes que adquieren productos con el banco, ya que actualmente los canales digitales se convirtieron en uno de los principales medios donde los clientes interactúan con otros y hablan de sus experiencias con la entidad, lo que estaba causando inconvenientes reputacionales ya que los usuarios se expresaban de manera muy irrespetuosa respecto a la entidad y a los servicios al no tener una respuesta en las quejas o inquietudes que realizaban

Estos inconvenientes generan consecuencias negativas, como la desconfianza en nuevos clientes que se interesan en algún producto, generando pérdida en nuevos clientes, esto también estaba fomentando las comparaciones con demás entidades del mismo sector financiero están respaldadas por herramientas o con plataformas más eficientes. Una falencia es su relación con el segmento potencial del banco que son los pensionados al tener dificultades frente a las herramientas tecnológicas, ellos no pueden comunicar sus inquietudes de manera clara y es difícil contactarlos.

Al no implementar una estrategia digital optima se limita el posicionamiento de la marca en los medios digitales, afectando la fidelización de los clientes actuales y los clientes potenciales. El fin de esta práctica es analizar esta coyuntura y así proponer soluciones que incentiven el posicionamiento digital de la marca desde un enfoque de mercadeo estratégico identificando las causas las problemáticas digitales que tiene la compañía actualmente.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la práctica en la compañía Ban100 permitió hacer un diagnóstico de cómo se encuentra la compañía en el mercado frente a sus competidores directos, mostrando falencias clave que estaban creciendo en el área digital y que se convertían en inconvenientes para el crecimiento de esta. Teniendo en cuenta esto, se buscó desarrollar soluciones para mejorar la presencia de la marca, generando una buena percepción en los clientes potenciales y así influir en su decisión de compra. Teniendo en cuenta esto, se buscaron herramientas para entender las necesidades de ellos, dando como resultado la implementación de estas propuestas o estrategias que se tuvieron en cuenta a lo largo de la práctica, direccionadas a mejorar la reputación de Ban100 y la interacción con sus clientes actuales y los que pueden llegar a ser clientes potenciales en canales como lo son las redes sociales, las fichas de Google My Business, con un mayor seguimiento de caso que lleguen a la compañía diariamente.

La práctica es indispensable generando un impacto significativo, ayudando con la mejora de la comunicación de sus clientes, en específico al segmento de los pensionados. El practicante propuso la implementación de estrategias respecto a la comunicación, para que fuera más sencilla y empática con las personas de la tercera edad a través de medios digitales, logrando minimizar las dificultades tecnológicas que pudieran llegar a tener, con una atención cercana y eficiente.

Académicamente la práctica le permitió al practicante aplicar conceptos y estrategias aprendidas en cada semestre que realizo como el análisis de micro y macroentorno, estrategias digitales, posicionamiento de la marca y estudio del consumidor, fomentando la implementación de herramientas que dieran solución a las diferentes problemáticas. Esto contribuyo al crecimiento

personal del practicante entendiendo el desarrollo de un ambiente laboral, adquiriendo conocimientos de personas que llevan años ejerciendo la profesión de mercadeo.

OBJETIVOS

General

Impulsar la gestión digital de Ban100 a través de la mejora en la atención y respuesta de comentarios de pauta en las redes sociales de la entidad, realizando seguimiento a las PQRS, fortaleciendo la interacción con los clientes en redes sociales y fichas de Google My Business, con el fin de mejorar la calidad de marca y así influir positivamente en la decisión de los clientes potenciales para el banco.

Específicos

1. Asegurar una respuesta ágil a los comentarios de pauta en redes sociales, reduciendo los tiempos de respuesta.
2. Realizar la descarga y envío de los leads en los tiempos acordados con el área solicitante.
3. Contribuir al seguimiento de los casos recibidos por redes sociales, realizando el envío de las PQRS de manera oportuna.
5. Contribuir al seguimiento de las fichas de GMB, dando respuesta a los comentarios que se generen por este medio.

RESULTADOS:

Durante el trabajo de prácticas, la practicante realizó diferentes actividades en respuesta al diagnóstico que se hizo inicialmente respecto a las falencias percibidas. Relacionadas con el área digital de Ban100 y con la parte externa que pueden ver los clientes o usuarios potenciales, estas se soportan con el formato de inicio de prácticas. Se puede destacar que el trabajo que realizó la practicante durante este periodo de tiempo fue transversal con todo el equipo de mercadeo. En el transcurso de los seis meses se identificaron varias falencias direccionadas a cómo el cliente percibe, ve la marca y se comunica con ella, por esta razón la practicante realizó actividades diferentes actividades que contribuían con el mejoramiento de la presencia digital de Ban100, a continuación, se explicara el aporte detallado de cada actividad que realizó la practicante y cuáles fueron sus resultados frente a cada una de estas.

Descarga diaria de leads

En el proceso de crecimiento de la marca, el practicante realizaba la descarga diaria de leads en la plataforma de Meta en tres cortes del día aproximadamente se realizaron trescientas descargas (300) a lo largo de las practicas, en este proceso la practicante únicamente descargaba los archivos en las horas establecidas, con el fin de enviarlos puntualmente a el área de canales donde ahí se completaba el proceso de recolección de datos de clientes interesados en adquirir algún producto con el banco, estos datos iban directamente para el call center donde se realiza el proceso para comunicarse con ellos e incentivar la apertura de productos, la practicante fomento la gestión ágil al hacer él envió de estos archivos para que llegaran rápidamente a el área encarda y se gestionaran.

Figura 1

Formularios de anuncios para clientes potenciales
Administra formularios y conecta tu software de CRM para los anuncios para clientes potenciales. [Crear formulario](#)

Formularios Borradores de formularios Configuración de CRM Filtros: 1 Acciones

<input type="checkbox"/>	Nombre	Estado	Fecha de creación	Número de clientes...	Uso compartido	Cientes potenciales	Promocionar
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario_Libranza_...	Activo	1 mar 2025 a las 10:47 am	613 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario-CREMILL	Activo	28 feb 2025 a las 10:46 am	1.156 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario-Libranza-F...	Activo	4 feb 2025 a las 10:07 am	1.971 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario-Libranza-E...	Activo	20 ene 2025 a las 9:31 am	0 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario-Libranza-S...	Activo	20 ene 2025 a las 9:30 am	0 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu B100 Formulario-Libranza-S...	Activo	4 sep 2024 a las 3:49 pm	0 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu-Formulario-CDT-Jul-24-V2	Activo	11 jul 2024 a las 3:40 pm	0 0 caducados	Abierto	Descargar	Promocio...
<input type="checkbox"/>	Dentsu-Formulario-CDT-Jul-24	Activo	2 jul 2024 a las 9:03 pm	0 0 caducados	Restringido	Descargar	Promocio...

Fuente: Plataforma Meta Ads Manager de Ban100 (2025).

Respuesta a los comentarios de meta.

En esta actividad, la practicante daba respuesta diaria a todos los comentarios que llegaban por la pauta de libranza para pensionados por la plataforma de meta. Aproximadamente llegaban quince (15) comentarios al día. Para dar respuesta a cada uno de estos comentarios, se tenía en cuenta una matriz de respuestas (tabla 1) donde se encontraban diferentes tipos de soluciones. Las temáticas de estas respuestas estaban direccionadas a llevar al cliente a la página web mediante un enlace, se encontraban respuestas de como radicar PQRS, líneas de atención, ubicación de oficinas, donde encontrar información de productos los productos del banco, información de las tasas que maneja la entidad y preguntas frecuentes. luego de eso se registraban en una matriz donde la practicante debía colocar la fecha del comentario, la respuesta que se le dio y el nombre de la persona que dejo el comentario para llevar el control de los comentarios según la pauta que el banco tenía activa.

Tabla 1

Matriz de respuestas para comentarios en Facebook sobre crédito de libranza.

Producto	Contexto	Respuesta actual	Estructura	Respuesta nueva
Libranza	Información	Hola 👋 ¡Gracias por escribirnos! Nuestro crédito de libranza es un préstamo de libre inversión o de compra de cartera que se aprueba a personas vinculadas laboralmente a empresas que tengan convenio con Ban100. Conoce todo lo que necesitas saber en https://ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados	Saludo + nombre + emoji + frase de marca + información libranza (atributos) + direccionamiento a libranza + firma	¡Hola Paula! 👋 Aprovecha al 🏠 los beneficios de nuestro crédito de libranza que se aprueba a personas vinculadas con empresas que tengan convenio con Ban100 y empieza a soñar https://www.ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados Hablaste con Sebas 🤝
Libranza	requisitos	Hola 👋, los requisitos de nuestro crédito de libranza varían dependiendo si eres pensionado, empleado público o docente. Para conocer con mayor detalle los requisitos que te corresponden, ingresa a: https://ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados	Saludo + nombre + emoji + información requisitos libranza + direccionamiento a libranza + frase de marca + firma	¡Hola Paula! 👋 Aprovecha al 🏠 los beneficios de nuestro crédito de libranza. Conoce más en: https://www.ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados Hablaste con Gabi 🤝
Libranza	adquirir libranza	Hola, xx. Con nuestro crédito de libranza podrás estar al 🏠 con tus metas. Para iniciar tu solicitud y que uno de nuestros asesores te brinde asesoría, completa el siguiente formulario https://ban100.com.co/credito/credito-libranza/formulario	Saludo + nombre + emoji + motivación o beneficio + información adquirir libranza + direccionamiento a libranza + frase de marca + firma	¡Hola Jorge! 👋 Estás a un paso de cumplir tus sueños al 🏠. Nuestro crédito de libranza para pensionados es un préstamo de libre inversión o de compra de cartera. ¡Inicia tu solicitud ahora!, déjanos tus datos y nuestros asesores te brindarán la mejor asesoría https://www.ban100.com.co/landing-libranza Hablaste con Gabi 🤝
Libranza	Reportado	Hola, xxx. Si, le prestamos a reportados (si el reporte no es en libranza), creemos en las oportunidades y damos nuestro 🏠, recuerda que esta sujeta a validación según la información de cada cliente. Para más información visita: https://ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados	Saludo + nombre + emoji + sentido de esperanza + información reportado libranza + direccionamiento a libranza + frase de marca + firma	¡Hola Eduard! Creemos en las oportunidades y buscamos que esté al 🏠. Si, prestamos a reportados (si el reporte no es en libranza), la validación está sujeta según la información de cada cliente. Si deseas más información, visita https://ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados Hablaste con Sebas 🤝

Fuente: Elaboración propia, (2025).

Tabla 2

Matriz de respuestas para comentarios de información general en redes sociales.

Producto	Contexto	Respuesta actual	Estructura	Respuesta nueva
Información general	Certificación para declaración de renta / Certificado tributario	Hola, xxx. Gracias por escribirnos. Para solicitar este documento debes comunicarte nuestras líneas de atención. Conócelas en siguiente link https://ban100.com.co/canales-atencion/contactanos	Saludo + nombre + emoji + Frase de la marca + información certificados + direccionamiento a sucursal + Firma	¡Hola José! 👋 Estamos al 🏠 contigo. Recuerda que para consultar tus certificaciones lo puedes realizar por nuestra Sucursal Virtual, regístrate ahora 🏠 y descarga tus documentos en: https://ban100.com.co/canales-atencion/contactanos y acá te dejamos un paso a paso https://www.youtube.com/watch?v=z2WUx5yJp44&t=3s Hablaste con Juanse 🤝
Información general	Ubicación oficinas	¡Hola, xxx, esperamos que estés al 🏠! Nosotros contamos con oficinas en diferentes ciudades del país, te invitamos a ubicar la oficina más cercana https://ban100.com.co/red-oficinas	Saludo + nombre + emoji + Frase de la marca + información oficinas + direccionamiento a red de oficinas + Firma	¡Hola Ar Vall! 👋 queremos estar al 🏠 contigo, contamos con oficinas en distintas ciudades del país. Para ubicar la más cercana a ti, dale clic al enlace https://www.ban100.com.co/red-oficinas Hablaste con Juanse 🤝
Información general	Certificado de deuda	Hola, xxx. Gracias por escribirnos, para solicitar este documento debes comunicarte nuestras líneas de atención. Conócelas dando clic en el siguiente enlace https://ban100.com.co/canales-atencion/contactanos	standby	¡Hola 👋 Recuerda que para consultar tus certificaciones lo puedes realizar por nuestra Sucursal Virtual, regístrate ahora y descarga tus documentos: https://www.youtube.com/watch?v=z2WUx5yJp44&t=3s
Información general	Me interesa	Hola, XXX 👋. Te contamos que tenemos diferentes productos de crédito: crédito de libranza para libre inversión o compra de cartera, tarjeta de crédito, microcrédito y crédito de consumo. Te invitamos a conocer los detalles de nuestro portafolio en: https://ban100.com.co/productos/credito	Saludo + nombre + emoji + motivación + productos + direccionamiento Ban100	¡Hola Eduard! 👋 Estas a un paso de cumplir tus sueños al 🏠, por eso tenemos diferentes productos de crédito para ti. Contamos con crédito de libranza para libre inversión o compra de cartera, tarjeta de crédito, microcrédito y crédito de consumo. Si quieres tener más detalles, ingresa a https://ban100.com.co/productos/credito
Información general	Líneas telefónicas	¡Hola! Contamos con diferentes canales oficiales para que puedas contactarnos 🏠. Te invitamos a ponerte en contacto por el canal de tu preferencia, conócelos en https://ban100.com.co/canales-atencion/contactanos	Saludo + nombre + emoji + Frase de la marca + líneas telefónicas +	¡Hola José! 👋 queremos estar al 🏠 contigo. Contamos con diferentes canales oficiales para que puedas contactarnos 🏠. Busca tu canal de preferencia en https://www.ban100.com.co/canales-atencion/lineas-de

Fuente: Elaboración propia, (2025).

Figura 3

Interacción con cliente en publicación sobre crédito de libranza en Meta.



Fuente: Centro de comentarios de la plataforma Meta de Ban100 (2025).

Tabla 3

Matriz de interacciones con usuarios en meta

Tipificación	Producto	Pregunta	Respuesta actual	Fecha	Nombre
Producto	Libranza	Paul Mardila Me interesa mucho	¡Paul Mardila! 😊 Estas a un paso de cumplir tus sueños al 🏠, por eso tenemos diferentes productos de crédito para ti. Contamos con crédito de libranza para libre inversión o compra de cartera,. Si quieres tener más detalles, ingresa a https://ban100.com.co/productos/credito	10/03/2025	Paul Mardila
Producto	Libranza	Gloria Stella Duran Morales Qué tasa de interés manejan. Gracias	¡Hola Paula! 😊 Queremos acompañarte a dar cada paso al 🏠. Para crédito de libranza, puedes consultar las tasas vigentes en https://ban100.com.co/productos/credito-de-libranza-para-pensionados	10/03/2025	Gloria Stella Duran Morales
Producto	Libranza	German Dario Falco Londoño No lo recomiendo, tengo un crédito con ellos y llevo dos años pasándolo y todavía le debo aun más de lo que me prestaron. Y si el crédito es por 15000000 ellos entregan 11300000, es decir que empiezan ganándose 3700000 de una . No se lo recomiendo a nadie.	Estamos aquí para ayudarte y queremos estar al 🏠 contigo. Escribenos un mensaje privado para que protejas tus datos personales o diligencia el formulario en https://www.ban100.com.co/canales-atencion/contactanos para que podamos encontrar juntos el paso a seguir y darle solución a tu caso. Estamos atentos a tu solicitud. Contigo Gabi ❤️	14/03/2025	German Falco

Fuente: Elaboración propia, (2025).

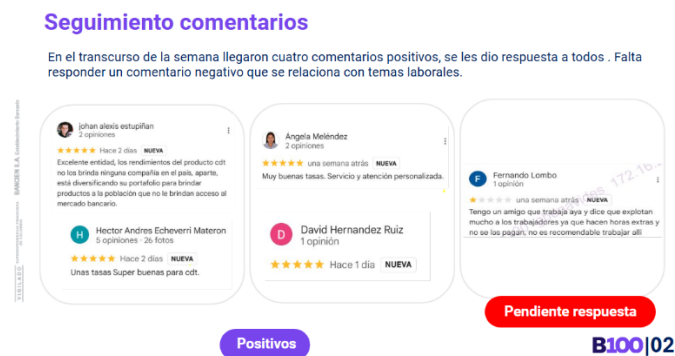
Seguimiento de las fichas en Google My Business.

Para tener una contextualización de las fichas de GMB, es necesario entender que el perfil de empresa de **Google My Business** es una herramienta de presentación del banco en el medio digital. Google ofrece esta herramienta de manera gratuita, en la cual los usuarios podrán encontrar información de la compañía y recomendaciones de otros clientes; por esto es importante resaltar que tener una ficha de Google abre la posibilidad de posicionarnos de manera amplia. Esto significa que aparecemos en las búsquedas locales de Google y en Google Maps.

Teniendo en cuenta lo anterior, la practicante inició un proyecto llamado Cliente Feliz, que estaba enfocado en la mejora de las calificaciones de las fichas de Google My Business. Este proyecto tenía dos fases, una de manera interna con los colaboradores y otra de manera externa con los clientes actuales.

Figura 4

Seguimiento de comentarios recibidos en las fichas de Google My Business.



Fuente: Elaboración propia, (2025).

Figura 5

Interacción con clientes en las fichas de Google My Business.



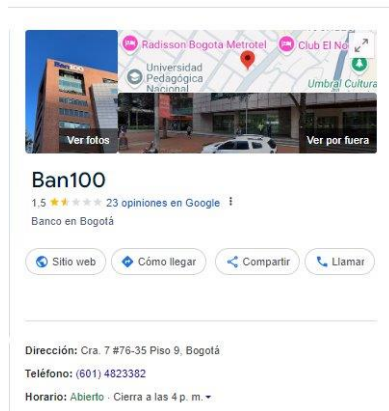
Fuente: plataforma de Google Maps, (2025).

El objetivo de este proyecto era mejorar las calificaciones y comentarios de las fichas del GMB de Ban100, generando posicionamiento en las búsquedas locales de Google y en Google Maps.

A continuación, se mostrarán evidencias del estado anterior de algunas de las fichas del banco para entender el crecimiento que se evidenció, es importante identificar las bajas calificaciones para aplicar efectivamente las propuestas.

Figura 6

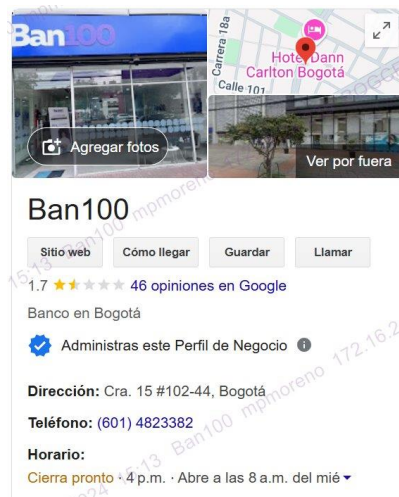
Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Calle 76.



Fuente: plataforma de Google Maps, (2025).

Figura 7

Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Calle 102.



Fuente: plataforma de Google Maps, (2025).

En este caso evidenciamos tres (3) fichas que contaban con una calificación muy baja. En el momento que se identificó esta falencia, se inició la primera fase del proyecto:

Internamente, se inició una campaña motivando a los colaboradores del banco para que dejaran una reseña o comentario en la ficha de la sede a la que pertenecían; esto sí inició con el envío de correos de manera interna. Para esto, la practicante propuso diferentes copys para las piezas que se querían enviar. Aproximadamente se realizaron quince (15) envíos internamente; estas son algunas de las piezas propuestas por la practicante que se enviaron a nivel interno.

Es importante recalcar que no fue un trabajo fácil ya que muchas veces en la compañía no existe esa identidad corporativa para participar de aquellas actividades que buscan hacer crecer a la compañía, sin embargo, con paciencia y motivación los colaboradores contribuyeron en la participación de este proyecto, con un entendiendo claro de lo que pretendía con el proyecto fue más sencillo su aporte.

Figura 8

Pieza interna enviada a colaboradores para dejar reseñas por medio de un QR.



Fuente: Área de diseño Ban100, (2025).

Figura 9

Pieza interna enviada a colaboradores sobre como dejar una reseña.



Fuente: Área de diseño Ban100, (2025).

Figura 10

Pieza interna enviada a colaboradores motivando a dejar reseñas por medio de un QR.



Fuente: Área de diseño Ban100, (2025).

Luego de esto se inició la campaña de manera externa con los equipos de captación, dándoles recursos para que en las oficinas de captación motivaran a los clientes satisfechos a dejar su experiencia con el banco o con el servicio recibido. Para eso se propusieron piezas con un QR que direccionaba a las fichas según la oficina a la que el cliente asistiera.

Este proceso fue complicado porque en las oficinas del banco llegan muchos clientes insatisfechos y el trato hacia los asesores es agresivo, sin embargo, se obtuvo un resultado eficiente capacitando a los asesores para que seleccionaran los clientes satisfechos y pudieran persuadirlos de dejar una reseña en algún de las fichas del banco, haciéndoles ver que la opinión de los clientes transforma y aporta en bran manera para mejorar y ofrecer cada día mejores servicios y productos.

También se le entregó a cada oficina un hablador para que colocaran en alguna superficie visible y que así el cliente pudiera escanear el código QR y dejar su reseña positiva.

El enfoque de todos estos recursos motivaba a los clientes a apoyar la calificación de la sede a la que asistieron, destacando que la opinión del cliente es indispensable para la compañía.

Figura 11

Hablador que se entregó a las oficinas de captación de Ban100 para que los clientes dejaran sus reseñas.

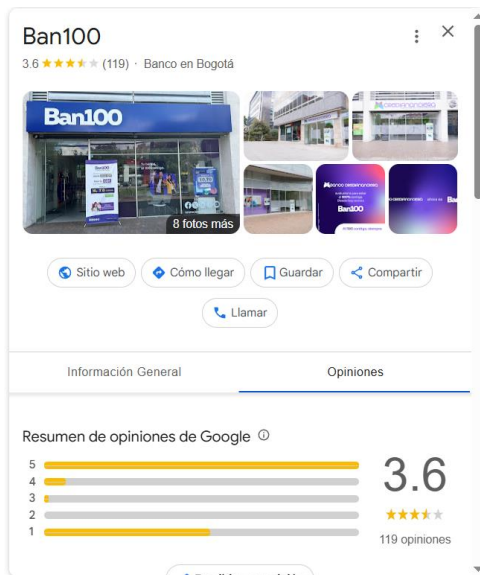


Fuente: Área de diseño Ban100, (2025).

El resultado de este proyecto tuvo un impacto positivo en el aumento de las calificaciones de las once fichas, generando que nueve fichas tuvieran una calificación por encima de 4,0, como se evidencia a continuación:

Figura 12

Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Salitre



Fuente: plataforma de Google Maps, (2025).

Figura 13

Perfil institucional de Ban100 en Google Maps – Sede Pasto



Fuente: plataforma de Google Maps, (2025).

El practicante logro contribuir con el aumento de las calificaciones de las fichas, con la gestión rápida de los comentarios. La implementación de respuestas adecuadas para cada comentario y la participación en el proyecto enfocado a subir estas calificaciones, con una disposición para adecuada para hacer la revisión de las fichas diariamente.

Informe semanal para las oficinas de captación.

Teniendo en cuenta que las fichas empezaron a aumentar sus calificaciones progresivamente, la practicante realizaba el envío de un informe semanal, comentando cómo iban las fichas y sus calificaciones, mediante un cuadro donde se llevaba el registro del aumento de las calificaciones **semanalmente**.

Tabla 4

Tabla que muestra el seguimiento semanal de las fichas de Google.

Sede	Décimo segundo informe		Décimo tercer informe		Décimo cuarto informe		Décimo quinto informe		Observaciones
	Comentarios	Calificación	Comentarios	Calificación	Comentarios	Calificación	Comentarios	Calificación	
	25/04/2025		2/05/2025		9/05/2025		16/05/2025		
Paso ancho	41	3,6	41	3,6	41	3,6	41	3,6	Mantiene su calificación
102	119	3,6	119	3,6	119	3,6	119	3,6	Mantiene su calificación
Salitre	21	3,7	21	3,7	21	4,0	28	28	Aumento su calificación
Medellin	84	4	86	4,1	87	4,1	87	4,1	Mantiene su calificación
92	22	4,2	22	4,2	22	4,2	22	4,2	Mantiene su calificación
Bquilla	31	4,2	31	4,2	31	4,2	31	4,2	Mantiene su calificación
Bmanga	37	4,5	47	4,5	47	4,5	50	50	Mantiene su calificación
Pacific Mall	72	4,5	72	4,5	72	4,5	77	77	Mantiene su calificación
Bulevar	13	4,7	16	4,7	15	4,7	15	15	Mantiene su calificación
Pasto	31	5	31	5	31	5	31	5	Mantiene su calificación

Fuente: Elaboración propia, (2025).

Este reporte iba dirigido a cada Gerente, para informar el estado semanal de sus fichas. Se obtuvieron resultados muy positivo porque esto motivo a los equipos a aumentar sus calificaciones, frente a las demás oficinas, resaltando que oficinas cumplían con el objetivo y la meta planteada en el inicio, logrando una sana competencia para mejorar la reputación de la compañía.

Gestión de PQRS

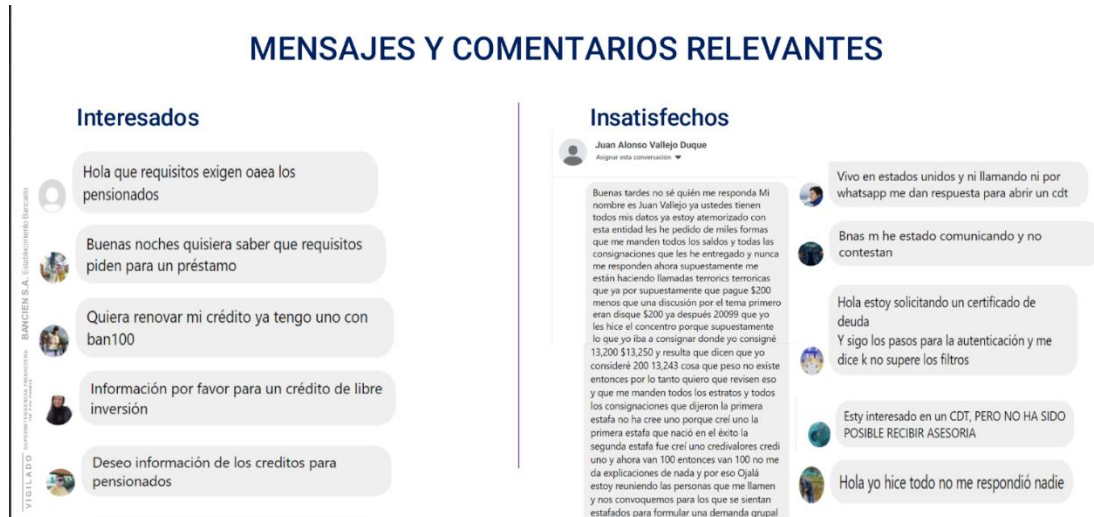
La practicante gestionaba las PQRs que llegaban por medio de redes sociales específicamente Facebook; esto se realizaba diariamente con el fin de agilizar la respuesta a los clientes que presentaban algún inconveniente. El proceso que realizaba la practicante iniciaba cuando se recibían los casos con datos de clientes actuales, luego se gestionaba con el área de soporte para recibir un radicado y que este se le pudiera brindar al cliente con una respuesta ágil y oportuna, este proceso fue indispensable para mejorar la comunicación o relación que tienen los clientes con la compañía y como ellos podían encontrar una solución para la problemática que presentaban.

Las actividades que se mencionaron antes fueron realizadas diariamente por la practicante con el objetivo de optimizar la comunicación y relación con los usuarios, y mitigar los puntos débiles de la compañía. Estas actividades estaban directamente relacionadas con el mejoramiento de la presencia digital de la compañía, por lo que se enfatizó en que los procesos fueran realizados por la practicante, generando óptimos resultados como: el mejoramiento de la percepción del cliente hacia la marca, afianzar el vínculo con los clientes, se generó la solución de inquietudes por medio del área SAC, incremento el número de clientes satisfechos, no obstante estos datos los maneja el área servicio al cliente.

Estos resultados evidencian muestran más estrecha con sus clientes actuales y puede motivar a más usuarios a iniciar procesos con Ban100

Figura 14

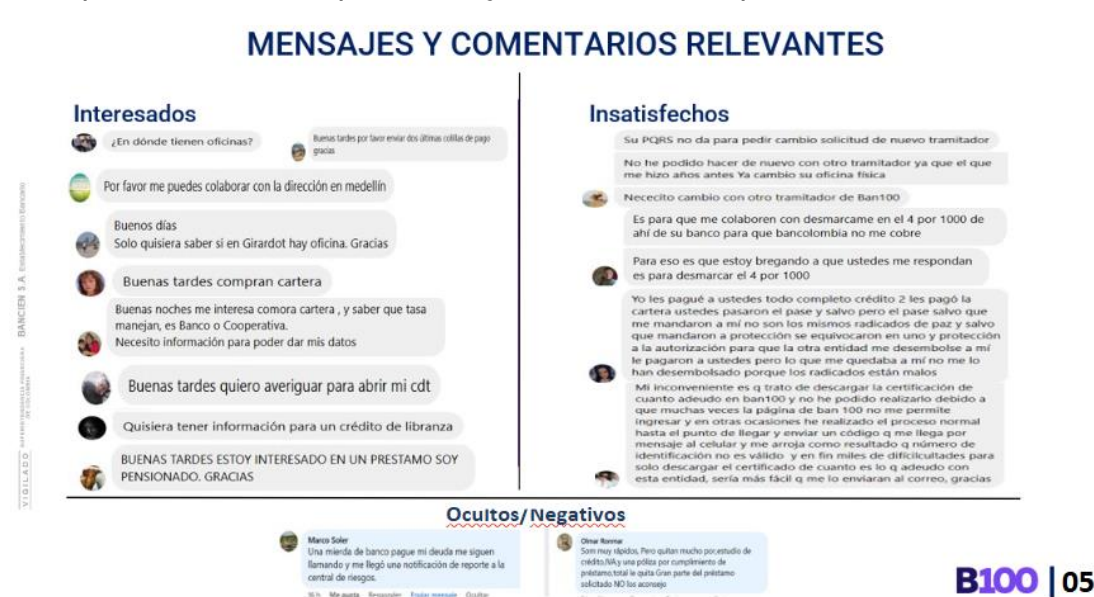
Recopilación de PQRs por mensajes internos de la plataforma Facebook.



Fuente: Elaboració propia, (2025).

Figura 15

Recopilación de PQRs por mensajes internos de la plataforma Facebook



Fuente: Elaboración propia, (2025).

Habilidades y logros adquiridos del practicante

La práctica empresarial es una formación completa que le permitió al practicante crecer como estudiante próximo a graduarse en mercadeo, esta experiencia permite indagar en un entorno laboral y enfrentarse a diferentes situaciones reales que llevan consigo desafíos o retos como: gestión de las emociones en situaciones de presión, manejo de las diferentes personalidades de los colaboradores, aprender a trabajar en equipo no es sencillo pero es necesario en un ámbito laboral siempre con respeto, La práctica generó situaciones para reflexionar en el practicante, mostrando la necesidad tener madurez para estar en un entorno laboral. Es importante recalcar que este tipo de experiencias forma en diferentes áreas.

Se puede destacar que las principales habilidades fortalecidas fueron las habilidades blandas, esto creó mayor disciplina, responsabilidad y liderazgo en el practicante, mostrando que como seres humanos necesitamos crecer y avanzar para ofrecer mejores resultados.

Durante el proceso de prácticas le fue posible aplicar conocimientos adquiridos en su desarrollo como estudiante, por lo que esto permitió conocer cómo se debe desarrollar en un aspecto laboral, y como poder comunicarse y poder desarrollar habilidades de trabajo en equipo entre otras, La experiencia de las prácticas le permitió a la practicante aplicar conocimiento teórico en las campañas que lanzó el equipo de mercadeo, tales como identificar las necesidades del consumidor para segmentar los clientes, estrategias para el posicionamiento de marca, creación de campañas en medios ATL y BTL.

Es importante mencionar que esta práctica permitió identificar falencias y puntos de mejora en el practicante como el poco conocimiento en manejar plataformas tales como meta, mejoras en la organización de información para presentar informes, mejora en la organización del tiempo para priorizar actividades. Lo generó resultados positivos en la mejora de aspectos clave como lo son: la organización del tiempo para priorizar actividades, mayor compromiso para entender diferentes herramientas del medio digital y agilidad a la hora de responder PQRS. Estos avances generaron que el practicante diera mejores resultados, cumpliendo con los objetivos de la compañía.

CONCLUSIONES

Importancia del análisis del entorno de la compañía

Hacer un análisis profundo del entorno de la compañía fue de vital importancia para conocer el estado de la empresa, este permitió hacer un diagnóstico y entender que mejoras se podían implementar para dar solución a estas problemáticas, no dejando a un lado las fortalezas que se identificaron en la compañía y como se podía sacar un potencial más grande de las mismas.

Aplicación de estrategias optimas en el sector financiero

En el transcurso del desarrollo de la práctica fue posible identificar la importancia de aplicar el mercadeo de una manera adecuada, con estrategias al sector financiero específicas como: la segmentación demográfica en campañas para conocer la edad, el estrato al que pertenecen y sus ingresos mensuales, también se aplicaron formularios en las diferentes pautas para segmentar de una mejor manera a los clientes potenciales con esto el análisis de métricas para entender la conversión y los clics de nuevos clientes. Todo se implementó con el fin de responder a las necesidades del cliente, entender al usuario en el sector financiero es indispensable para genera una buena reputación, y que este pueda llegar a recomendar la marca.

Crecimiento de la presencia digital en redes o canales de difusión

El principal y mayor aporte durante el periodo de prácticas en la compañía Ban100 radico en propuestas y estrategias que fortalecieran la presencia digital de la compañía en redes sociales gestionando la respuesta oportuna de comentarios, con el fin de crear una buena relación con el cliente, así mismo en las fichas de Google my bussines fortaleciendo cada una de las fichas que tiene Ban100, contribuyendo a la mejora reputacional de la entidad.

Importancia de las prácticas en la formación del practicante

Las prácticas profesionales llegan a ser indispensables en la formación de una persona. Estas permiten conocer cómo se puede desenvolver una persona en un entorno laboral, también permite identificar puntos de mejora y fortalecerlos, se evidencio el aporte de ideas y procesos para el crecimiento de la marca.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Área de diseño. (2025). Piezas campaña clientes felices.

Autor. (2025). Matriz de interacciones con usuarios sobre crédito de libranza en Meta. Elaboración propia. No publicada.

Autor. (2025). Matriz de respuestas para comentarios en Facebook sobre crédito de libranza. Elaboración propia. No publicada.

Ban100. (2025). Plataforma Meta Ads Manager. Fuente interna. No publicada.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). Boletines sobre personas mayores. Ministerio de Salud y Protección Social. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/boletines-personas-mayores-dic-2024.pdf>

Economipedia. (s.f.). ¿Qué es el macroentorno? Impacto, análisis y factores clave. <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

Google Maps. (2025). Perfil institucional de Ban100 en Google Maps

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14^a ed.). Pearson Educación.

La Experta. (2024). Macroentorno y Microentorno: Diferencias principales. La Experta. de <https://laexperta.com/marketing/macroentorno-y-microentorno/>

López, M. (2019). *El impacto del entorno político y legal en las empresas*. Editorial Financiera. <https://www.editorialfinanciera.com/entorno-politico-y-legal>

Smith, J. (2020). *Estrategias empresariales en tiempos de cambio económico*. Editorial Académica.