

> Informe Anual 2024

# Servicio

El mundo  
es nuestra  
casa

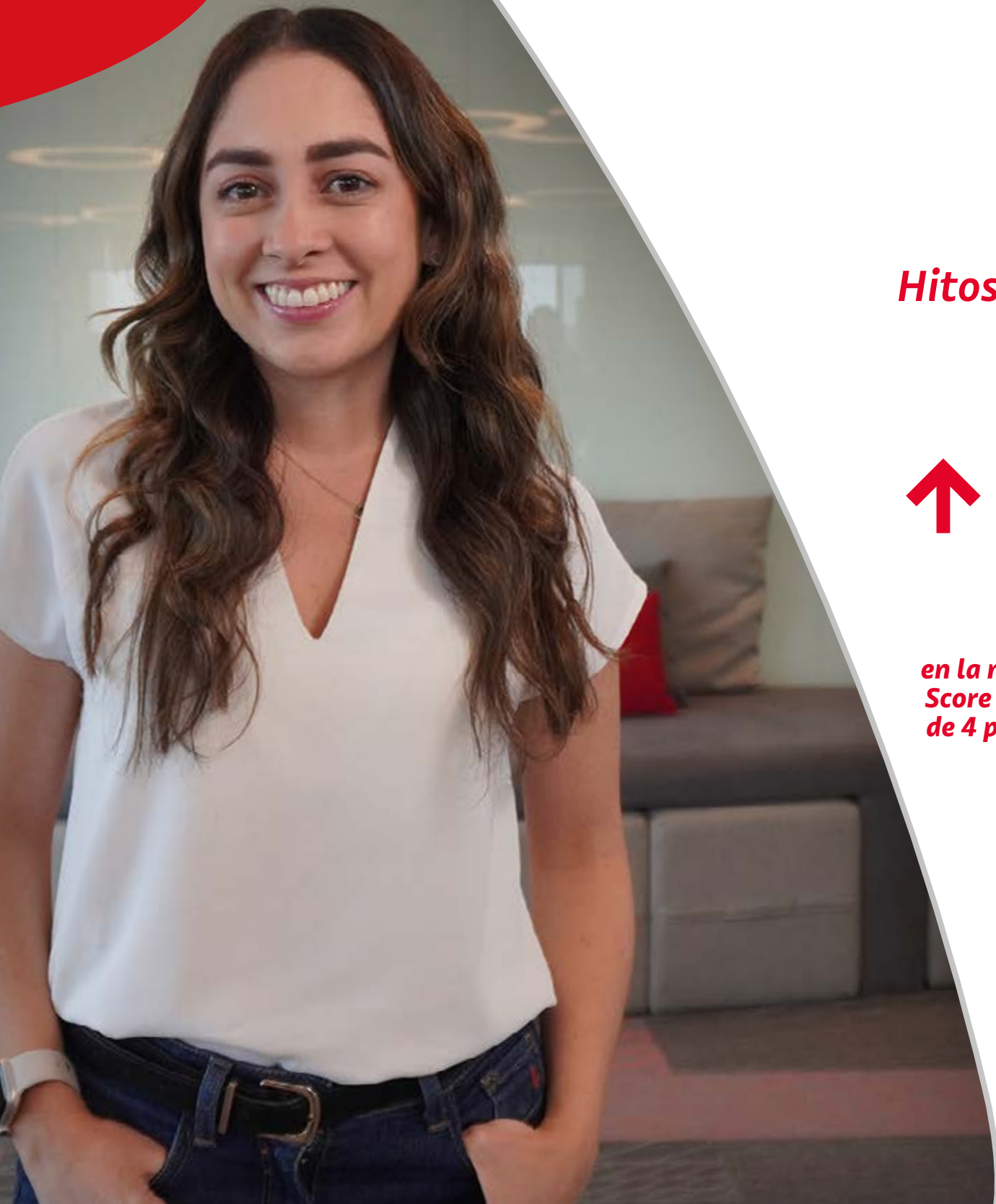






Brindamos experiencias confiables, amigables y sencillas a todos nuestros clientes, que acompañen el logro de sus proyectos, y nos aseguramos de extender este compromiso por el servicio hacia nuestros proveedores, a quienes además acompañamos en la gestión sostenible de sus negocios.





**Hitos:**

↑ **78**

**en la métrica Net Promoter Score (NPS), un incremento de 4 puntos con respecto al año anterior.**



**4,6/5**  
**en la valoración**

de la funcionalidad, facilidad de uso, diseño, rendimiento y satisfacción general de la SúperApp en App Store y Play Store.

**99,93%**

**de resiliencia tecnológica<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup> Resiliencia tecnológica: Cálculo de la disponibilidad de los canales davivienda.com, App Davivienda, SuperApp, Portal Empresas, Portal Pyme, Portal Corporativo, App Empresas, Oficinas y cajeros automáticos.



**70%**

**Resolución en primer contacto<sup>2</sup>**

**COP**

**1,3** MILLONES

de transacciones digitales

<sup>2</sup> Resolución en primer contacto: Tasa de resolución en primer contacto desde la perspectiva del cliente en los canales call center, chat y oficinas.

**93%**

**clientes digitales en Colombia**

**COP**

**734** MIL MILLONES

en compras sostenibles, que superó en 83% nuestra meta propuesta para el año







# Estrategia

Todas las organizaciones del Grupo Bolívar desarrollamos una estrategia interinstitucional para asegurar la integración del propósito superior: “Enriquecer la Vida con Integridad”, anticipándonos a las necesidades y expectativas de nuestros clientes y resolviendo con oportunidad y efectividad aquellas inquietudes que se presenten.

Así continuamos consolidando un modelo de servicio al cliente, que les entregue a nuestros clientes mejores experiencias y servicios, y propenda por asegurar en las diferentes interacciones:

- ▶ Cultura de atención, respeto y servicio
- ▶ Claridad y transparencia en la información y comunicación
- ▶ Oportuna y efectiva atención a las solicitudes, requerimientos, quejas y reclamos, identificando la causa raíz y gestionando planes de acción para su solución
- ▶ Seguridad en el trámite de las operaciones
- ▶ Bienestar y educación financiera

Nuestra ambición es convertirnos en un referente en servicio a nivel mundial. Por ello, establecimos el Net Promoter Score (NPS) como indicador estratégico para medir todas nuestras líneas de negocio, segmentos, productos y servicios, con una meta de 90 puntos para los próximos años. En un entorno de retos económicos y sociales, durante el año **incrementamos el nivel de recomendación y satisfacción de nuestros clientes a 78 puntos, un aumento de 4 puntos frente a la medición de 2023.**

***Nuestra meta es un NPS de 90 para ser un referente a nivel mundial.***





Para lograrlo, definimos planes de acción e indicadores de gestión que garantizan mejoras en las fricciones identificadas, buscando que el relacionamiento con nuestros clientes sea cada vez más cercano. También creamos una metodología para decodificar y entender la voz del cliente y llegar a la causa raíz de forma más ágil y detallada. Dicha metodología analiza las diferentes interacciones del cliente (encuestas, contactos, comentarios en redes sociales, solicitudes, quejas, entre otros), y nos permite ejecutar análisis descriptivos, de datos estructurados y no estructurados, modelos de causa y efecto, inteligencia artificial y correlación con variables operativas para medir y proyectar los impactos en nuestros clientes y en el negocio.

En 2025, concentraremos nuestros esfuerzos en seguir asegurando experiencias:

### SENCILLAS

- ▶ Avanzar en la estabilidad del ecosistema digital
- ▶ Continuar diseñando experiencias digitales de punta a punta y flujos de autogestión
- ▶ Propender por una atención oportuna a los clientes por medio de los canales digitales, asistidos y físicos

### CONFIABLES

- ▶ Garantizar la seguridad en el manejo del portafolio de servicios de nuestros clientes

### AMIGABLES

- ▶ Consolidar la apropiación de una cultura organizacional donde el cliente esté en el centro de cada decisión

**Buscamos generar experiencias sencillas, amigables y confiables *para nuestros clientes.***





## Atención de nuestros clientes

Establecimos un proceso único a nivel nacional para la atención de nuestros clientes. Los canales digitales disponibles son la web y la SuperApp, donde pueden autogestionar sus solicitudes, lo que facilita **el acceso continuo, rápido y seguro a sus portafolios y a resolver las necesidades que tengan, con amplia información sobre sus productos y servicios**. Además de estos canales, pueden acceder a otros canales de atención, como el chat, el call center y las oficinas de servicio.

Hemos dotado nuestros canales con atribuciones y herramientas para que nuestra resolución en el primer contacto sea cada vez mayor. Estructuramos un modelo de soporte para potencializar nuestro propósito de “resolver en el primer contacto y reducir el esfuerzo del cliente”. Este modelo está conformado por una base de conocimiento robusta que aclara procedimientos y estrategias, y que cuenta con un grupo de expertos especializados en diversos temas, quienes hacen el acompañamiento permanente. En caso de no ser posible la atención, se radica, dependiendo del motivo de la solicitud, en el sistema de relaciones con el cliente (CRM) y se atiende desde un área centralizada.

La metodología de identificación, medición, control y monitoreo de los riesgos permite enfocar acciones especiales garantizando, entre otros atributos, atención adecuada, trato justo, protección y respeto hacia los consumidores financieros para anticiparnos a sus expectativas, y resolver con oportunidad y efectividad sus solicitudes.

Destacamos que nuestro modelo de servicio tiene como parte fundamental identificar la causa raíz por la que se genera una PQR. El diagnóstico continuo nos asegura trabajar con las áreas de negocio, operaciones, servicio y riesgo en la definición de planes tácticos o estructurales que minimicen su ocurrencia y, por consiguiente, la afectación a nuestros clientes.

## Defensor del Consumidor Financiero

El Defensor del Consumidor Financiero vela por la protección de los consumidores financieros. Ante el Defensor también se pueden presentar PQR, que son atendidas siguiendo los procedimientos establecidos, y que están en concordancia a las presentadas ante el ente regulador, la Superintendencia Financiera de Colombia. Sus funciones incluyen atender y resolver quejas, actuar como conciliador entre los consumidores (clientes y no clientes) y el Banco, hacer recomendaciones y proponer modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de todos los consumidores financieros. Su informe es gestionado por las áreas responsables y presentado ante la Junta Directiva.

**Buscamos resolver en el primer contacto las inquietudes y solicitudes del cliente y reducir su esfuerzo.**





## Gestión y protección al consumidor

Bajo el marco normativo incluido en la Ley 1328 de 2009, la Circular Externa 015 de 2010 y la Circular Externa 023 de 2021 de la Superintendencia Financiera de Colombia, implementamos el Sistema de Atención al Consumidor Financiero y definimos el marco rector a través del Manual de Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), que consigna nuestra política para la debida atención al consumidor financiero y brinda los lineamientos para la implementación de una cultura interna en el Banco que le garantice trato justo, protección, respeto y servicio.

Nuestro compromiso de garantizar la satisfacción de los consumidores financieros es cada vez mayor. Este año, orientamos las siguientes acciones para contribuir directamente con los objetivos, la estrategia de servicio y sus atributos de ser confiable, sencillo y amigable.

- ▶ El fortalecimiento de la gestión de riesgo con impacto al cliente
- ▶ La transformación de los procesos de atención y solución de quejas, reclamos y solicitudes
- ▶ La definición de procesos de aseguramiento y el control de la transformación digital

Combinamos la experiencia de nuestros analistas de ciberseguridad con tecnología de inteligencia artificial de vanguardia, ampliando el panorama de nuestras capacidades para resistir las diversas y nuevas formas de

fraude digital, una de las principales preocupaciones de nuestros clientes. Gracias a esta iniciativa, pudimos detectar y prevenir el fraude proactivamente, incluso en un entorno donde el acceso a la inteligencia artificial se ha masificado, protegiendo a nuestros clientes de manera más efectiva contra las amenazas financieras emergentes.

En materia de capacitación, fortalecimos nuestros programas de aprendizaje interno que están dirigidos, principalmente, a dos equipos de personas:

- ▶ Áreas que tienen contacto directo con el consumidor financiero, como las fuerzas comerciales
- ▶ Red de oficinas y personal

Buscamos entregar contenidos diferenciados con énfasis en aquellas actividades que permitan el cumplimiento de los principios SAC, y ejemplificando, a partir de casos que han generado impacto en la relación con el consumidor financiero. Más de 12 mil funcionarios se capacitaron en responsabilidades en la atención de PQR con énfasis en la debida diligencia, información suficiente y clara durante la venta de productos, y mediciones de servicio como NPS con su relevancia de cara a la percepción del cliente, entre otros temas.



***Estamos comprometidos con la satisfacción de los consumidores financieros.***





**Buscamos crear una cultura interna que garantice trato justo, respeto y servicio al consumidor financiero.**

El resultado principal de estas capacitaciones fue garantizar la continua comunicación y el respeto entre el consumidor financiero y las diferentes áreas del Banco, dando a conocer las actualizaciones normativas para generar una mayor consciencia de la importancia del SAC para nuestros funcionarios y clientes.

Además, ampliamos el programa “Un Mundo sin Barreras” (UMsB), que busca el desarrollo de una cultura de trato justo y respeto hacia el consumidor financiero en condición de **discapacidad. Fomentamos la igualdad y seguimos avanzando en el desarrollo de soluciones que permiten el acceso a las personas con cualquier tipo de discapacidad a los servicios financieros y no financieros, y las empoderamos para alcanzar sus metas y gestionar sus presupuestos y los de sus familias.** Como resultado de ello, identificamos a 800 clientes que se identifican con discapacidad, y certificamos a más del 80% de nuestra gente en UMsB.

### **Gobernanza y supervisión de la gestión de quejas**

El área de servicio al cliente hace parte de la Vicepresidencia Ejecutiva de Medios y es supervisada por la Vicepresidencia de Operaciones, que establece las estrategias y lineamientos en el proceso de atención de PQR. De igual manera, la Dirección de Círculos de Logística lidera operativamente la atención oportuna, y a partir de los atributos de servicio, asegura el cumplimiento de los indicadores de gestión y reporta el análisis de las causas de las reclamaciones al Comité de Servicio y a los

directores de área para mitigar futuros eventos que puedan generar insatisfacción en los clientes.

La estrategia de servicio, así como el sistema de atención al cliente, son supervisados por los siguientes órganos de gobierno:

### **COMITÉ EJECUTIVO DE SERVICIO**

Ente encargado de propiciar un ambiente de atención y respeto al cliente y al consumidor financiero mediante el cumplimiento de las siguientes funciones: la definición de la estrategia de servicio, el monitoreo de la experiencia, el fortalecimiento de la cultura de servicio, y la definición y administración del Sistema de Atención y Protección al Consumidor Financiero.





## COMITÉS DE SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO OPERATIVO (SARO) Y SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO (SAC)

Son Comités de apoyo a la Junta Directiva y al Representante Legal en el cuidado del consumidor financiero y el cumplimiento de los pilares normativos y de servicio. Son los responsables de validar y aprobar las estrategias para un cambio cultural alineado con los principios del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, y con las conductas adecuadas y definidas como entidad. De igual manera, propenden por la implementación de planes de mejoramiento según los riesgos y los impactos en clientes, la evaluación de los eventos representativos y el aseguramiento de los planes de mitigación, apoyando la resolución de situaciones críticas.

### INFORME SAC A JUNTA DIRECTIVA:

La Junta Directiva es informada periódicamente sobre el desempeño del SAC. En los informes presentados durante 2024, se **destacó nuestro compromiso en anticiparse a las necesidades y expectativas de los clientes** para resolver de forma oportuna y efectiva cualquier situación que pueda generar inconformidad, así como la gestión, resultado y monitoreo de los principales aspectos relacionados con el SAC.

De forma complementaria, existen órganos de supervisión externa como la Superintendencia Financiera de Colombia, el Defensor del Consumidor Financiero, el revisor fiscal externo KPMG y la auditoría interna.

*Avanzamos en la implementación de planes de mejora según los impactos y riesgos en los clientes.*







## Gestión de nuestra cadena de valor

*La conexión con nuestros proveedores se caracteriza por la empatía, el respeto, la confianza y la transparencia, valores que fortalecen nuestra relación.*

Desde nuestros temas materiales de servicio y bienestar reconocemos que nuestros proveedores son un actor clave para el cumplimiento efectivo de nuestro propósito: El mundo es nuestra casa, hagámosla más próspera, incluyente y verde. Por eso, buscamos construir una **cadena de abastecimiento sólida y transparente, a través de un proceso de vinculación amigable, confiable y sencillo, que cuente con un acompañamiento permanente realizado por nuestros equipos en Colombia y Centroamérica.**

Esto ha permitido que junto con nuestros proveedores tengamos una visión común, en la que podamos guiarlos en su transición hacia prácticas más sostenibles, promoviendo la diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) y la gestión ambiental en sus operaciones. Estos son nuestros logros más destacados en 2024:



## Gestión de proveedores:

En nuestra plataforma de abastecimiento contamos con **5.293** proveedores registrados para Colombia y las Filiales Internacionales, distribuidos así:

En Colombia se formalizaron

**2.726**

contratos a

**1.504**

proveedores,

de los cuales **1.451 (96%)** son locales y **53 (4%)** extranjeros.

En las Filiales internacionales se formalizaron

**1.481**

contratos a

**677**

proveedores,

de los cuales **582 (86%)** son locales y **95 (14%)** extranjeros.

## PROGRAMA DE DESARROLLO DE PROVEEDORES

Para fortalecer la gestión sostenible de nuestros proveedores, elaboramos e implementamos internamente una herramienta de medición integral para evaluar el nivel de madurez ASG y de Diversidad, Equidad e Inclusión (ASG+DEI) y definimos una ruta de acompañamiento que les permita avanzar en el camino de la sostenibilidad.

Para esta iniciativa, priorizamos a **341** proveedores en Colombia y Centroamérica, quienes respondieron la encuesta por medio de nuestra plataforma de abastecimiento estratégico. A partir de este diagnóstico, incorporamos criterios que evalúan la Gestión de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS), considerando su probabilidad de impacto. Este análisis incluyó a **91** proveedores clasificados como críticos. De estos, el 20% se ubicó en la categoría de riesgo ambiental y social A (alto), el 76% en la categoría B (medio), el 4% en la categoría C (bajo), con los que realizamos una gestión adecuada para mitigar los riesgos identificados.

Queremos motivar e inspirar a la cadena de abastecimiento en la implementación de iniciativas sostenibles, promoviendo la adopción de buenas prácticas ambientales y compartiendo nuestros principios de DEI.

En 2025 seguiremos fortaleciendo nuestro programa de desarrollo con estrategias de sensibilización y formación para aquellos proveedores que fueron priorizados en el diagnóstico. Estas acciones apalancarán el cierre de brechas con acciones de sensibilización, formación, desarrollo y reconocimiento, para el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos de Misión Verde 2030.

*Trabajamos de la mano de los proveedores para fortalecer nuestra gestión sostenible.*





## PAGOS A PROVEEDORES

Pagamos a un total de 1.793 proveedores, 28.569 facturas en cuentas Davivienda por un valor de COP 1,6 billones.

Igualmente, como parte de la estrategia, establecimos relaciones más cercanas con **26 proveedores**, pagando **499 facturas** por un valor de **COP 42 mil millones**.

### Vivimos nuestros Premios Inspira:

*Celebramos la excelencia de nuestros proveedores, aliados y clientes.*

Vivimos nuestra cuarta edición de los Premios Inspira, en la que reconocimos a aquellas empresas que rompieron paradigmas, rediseñaron experiencias y transformaron procesos para ser más eficaces.

Tuvimos más de 150 iniciativas evaluadas en las categorías de transformación digital, eficiencia en procesos, sostenibilidad, impacto positivo y de negocio en Colombia y Centroamérica.

Por primera vez, premiamos a un cliente de Colombia en la categoría de pymes sostenibles, una distinción dirigida a empresas que operan a nivel nacional y que demuestran un alto nivel de madurez en sostenibilidad.

Estos fueron nuestros 24 ganadores en Colombia y Centroamérica:

Categoría	Región	Proveedor	Proyecto
Transformación digital	Colombia	ITAC, IT Applications Consulting S.A.	Proyecto API B2B
	Panamá	Maxia Latam	Modelo Gestión de Mantenimiento de Activos a través de MAXIA SYM
	Costa Rica	Evertec	Tokenización Débito y Crédito
	Honduras	Enhanced Technical Support Consulting, S.A. de C.V	Servicios de Infraestructura de Comunicaciones
	El Salvador	Martinexsa El Salvador, S.A. de C.V	Servicios administrados Data Lake Cloudera
Eficiencia en procesos	Colombia	Andina de Seguridad del Valle LTDA	Clientes Andina - Tracking
	Panamá	Colliers Panamá	Contrato de Administración de Bienes Adjudicados
	Costa Rica	Suplidora de Equipos S.A.	Equipos Contadores de Billetes para puesto de cajas
	Honduras	Ingeniería de Telecomunicaciones SA de CV	Plataforma de Monitoreo SOLARWINDS
	El Salvador	Turing Challenge Sociedad Limitada	Implementación de API para extracción de datos vehiculares y documentos



Categoría	Región	Proveedor	Proyecto
Sostenibilidad	Colombia	Gaia Servicios Ambientales S.A.S.	Recálculo emisiones metas basadas en ciencia
	Costa Rica	Potencia Activa S.A.	Utilización de procedimientos y Políticas Noviolentas
Aliado de negocio	Colombia	Ingeniería Maquinaria y Equipo de Colombia SAS	Equipo y Maquinaria
		Ercó Energía SAS.	Eficiencia Energética
		Colombiana de Comercio LTDA Corbeta	Vehículo Productivo
	Costa Rica	Servicios Bolívar S.A Ciencuadras	Inmobiliario
	Costa Rica	FarmaValue	Tarjeta de Marca Compartida FarmaValue - Davivienda
Impacto positivo	El Salvador	Gesel S.A. de C.V.	Agencia de Cobro con mayor recuperación de cartera saneada
	Colombia	Academia del Ser Col SAS	Kits de duelo
		Viventa, L.L.C.	Viventa 1% Pledge
	Costa Rica	Tau Technologies AI de Latinoamerica SA	Sistema Independiente de Intérprete de Lengua de Señas
	Honduras	United Way Honduras	Desarrollo de programas educativos para la primera infancia y jóvenes de Honduras
El Salvador	Excelergy, S. A., de C.V.	Adquisición de Certificados de Energía Renovable	
Pymes sostenibles	Municipio de Candelaria, Departamentodel Valle del Cauca	C.I Lago Verde S.A.S.	Gestión de buenas prácticas sostenibles



Con estas iniciativas generamos valor a nuestros grupos de interés, ampliando sus posibilidades de crecimiento en el negocio y el mercado.





## Compras verdes

En el marco de nuestra estrategia **Misión Verde 2030**, y con el objetivo de fortalecer nuestra ruta de abastecimiento sostenible, hemos logrado avances en compras verdes:

Superamos significativamente nuestra meta de compras verdes, alcanzando COP 734 mil millones. De ese total, COP 671 mil millones (91%) correspondió a Colombia y COP 634 mil millones (9%) a Centroamérica. Esto representó un 183% por encima del objetivo inicial de COP 400 mil millones.

Rediseñamos nuestra metodología de evaluación para identificar y priorizar 45 categorías con impacto ambiental significativo en áreas clave como: tecnología, operaciones, talento humano y administrativo.

Diseñamos y parametrizamos 15 fichas técnicas ambientales en nuestra plataforma de abastecimiento estratégico. Esto permite a los proveedores proporcionar información específica sobre los bienes o servicios ofertados, fortaleciendo así la evaluación ambiental de nuestros proveedores de manera ágil y eficiente.

Para 2025, nos fijamos una meta de COP 400 mil millones en compras verdes. Este objetivo se centrará en bienes o servicios de las especialidades de compras con impacto ambiental significativo.

COP

**734**

**mil millones  
fueron nuestras  
compras verdes.**

## Compras con proveedores incluyentes

Enmarcados en el propósito compartido de fortalecer nuestra cadena de suministro y generar prosperidad para las personas y los territorios, desde 2020, diseñamos un proyecto de inclusión laboral que promueve oportunidades de empleo formal a través de nuestros call centers en Pensilvania, Caldas, y Malambo, Atlántico. Los call center son operados por un proveedor estratégico con quien hemos vinculado a 392 personas, pertenecientes a poblaciones en situación de vulnerabilidad.

En Pensilvania, 71% del talento humano accedió a su primer empleo formal y 8% proviene del casco rural del municipio. En Malambo, 29% del personal encontró en este modelo su primera oportunidad laboral. Este resultado se materializa no solo en su desarrollo laboral, sino también en una experiencia de servicio más cercana y con impacto social para nuestros clientes. Gracias a este modelo, **hemos logrado impactos significativos reflejados en un NPS de 80.**

Además, y como parte de nuestro compromiso con la mejora continua, realizamos una encuesta de percepción entre las personas para evaluar la gestión del proyecto. Los resultados evidenciaron que 81% considera que el call center ha generado un impacto positivo en la comunidad por dinamizar las economías locales. Para 2025 priorizaremos la formación y el desarrollo de nuestra gente: implementaremos un plan de capacitación en habilidades técnicas y blandas que permitirá afianzar su crecimiento profesional y, al mismo tiempo, mejorar la calidad del servicio prestado a nuestros clientes.



## Potencialización de servicio

Para nosotros es muy importante contribuir al bienestar de cada una de las personas que nos prestan apoyo en los diferentes procesos. Por ello, en el caso específico del contrato de limpieza, elegimos un aliado que se enfoca en formar a su personal conforme a los lineamientos de sostenibilidad y eficiencia que hemos establecido. Entre ellos, está la implementación de modelos tecnológicos amigables con el medio ambiente, que generan valor a los procesos actuales y contribuyen al cumplimiento de nuestras metas.

Como resultado, el proveedor ha capacitado a su equipo en temas clave como el manejo de residuos y la conservación de recursos hídricos y energéticos. Alcanzamos más de 17 mil capacitaciones a las 480 operarias asignadas al Banco, quienes cubren 586 frentes de trabajo. El proveedor también ha desarrollado tecnologías innovadoras, como el uso de QR y aplicaciones móviles para controlar las inspecciones diarias de limpieza, eliminando por completo el uso de papel en este proceso.

Para las tareas de limpieza y desinfección, se introdujo el uso del Clorado Orgánico, una solución más respetuosa con el medio ambiente, ya que se adhiere a materiales orgánicos como el agua, reduciendo significativamente la liberación de residuos contaminantes.

