

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA



PROYECTO LIDER

**BENEFICIOS CORPORATIVOS COMO
GENERADORES DE VALOR**

BBVA - COLOMBIA

DANIELA CASTRO ROMERO

FACULTAD DE

CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

2014

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	4
1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	6
1.1. BBVA-COLOMBIA	6
1.1.1. Misión.....	6
1.1.2. Visión.....	7
2. IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE PRÁCTICA.....	7
2.1. BIENESTAR Y SALUD OCUPACIONAL (BYSO).....	7
2.2. DOFA	8
2.2.1. Debilidades.....	8
2.2.2. Fortalezas.....	8
2.2.3. Amenazas.....	9
2.2.4. Oportunidades.....	9
3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	9
3.1. PROBLEMA	10
3.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	10
4. MARCO DE REFERENCIA	10
4.1. MARCO TEÓRICO	10
4.2. MARCO CONCEPTUAL	12
5. OBJETIVOS METAS E INDICADORES	13
5.1. OBJETIVO GENERAL	13
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
5.3. METAS	14
5.4. INDICADORES	14
6. CRONOGRAMA.....	15
7. SEGUNDA ENTREGA.....	16
7.1. DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES	16
7.1.1. Actividades objetivo No.1.....	16
7.1.2. Actividades objetivo No. 2.....	16
7.1.3. Actividades Objetivo No. 3	17
7.1.4. Actividades Objetivo No. 4	19
7.1.5. Actividades Objetivo No. 5	22
8. CONCLUSIONES	23
9. RECOMENDACIONES	23
10. BIBLIOGRAFÍA	24
11. ANEXOS.....	25

11.1.	ANEXO 1.....	25
11.2.	ANEXO 2.....	26

Resumen ejecutivo

El Grupo BBVA es una entidad joven, constituida formalmente en el año 2000, pero con una experiencia que supera los 150 años. Una marca comprometida con el presente que no renuncia a la salvaguarda del patrimonio cultural y social que supone su historia.

La historia de nuestro Grupo es la historia de muchas personas que, desde mediados del siglo XIX, han formado parte de entidades financieras que se han ido uniendo para ampliar su proyecto empresarial. Sus empresas: BBVA Seguros, BBVA Asset Management Sociedad Fiduciaria, BBVA Valores comisionista de bolsa y BBVA comercializadora.

Misión

“Aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y progreso en las sociedades en las que está presente” (Banco BBVA, 2014)

Visión

“Trabajamos por un futuro mejor para las personas” (Banco BBVA, 2014)

Area de Bienestar y Salud Ocupacional

El área de Bienestar y Salud Ocupacional hace parte de la dependencia de Recursos Humanos en el BBVA, dentro de los objetivos del área se encuentran: incrementar la satisfacción y motivación de los empleados, mejorar la valoración de la empresa, estimular el sentido de pertenencia, reforzar el compromiso y fidelizar a los colaboradores.

Problema Convenios insuficientes en la ciudad de Medellín los cuales generan malestar en los colaboradores de dicha ciudad.

Objetivos

Objetivo general

Aumentar los beneficios que se ofrecen en el programa *“Más Para Ti -Beneficios Corporativos”* para la ciudad de Medellín con el fin de aumentar los niveles de satisfacción, dando inicio al proyecto en la primera semana del mes de abril y evaluando los resultados en la tercera semana del mes de junio de 2014

Objetivos específicos

- ✓ Apoyar la gestión del área con el proyecto *“Más para ti – Beneficios Corporativos”*
- ✓ Identificar las falencias del área con respecto a los beneficios en otras ciudades en especial en Medellín.
- ✓ Proponer proyecto que busque mejorar la gestión de *“Beneficios Corporativos”* en la ciudad de Medellín.
- ✓ Gestionar los convenios que proponen los colaboradores.
- ✓ Evaluar la satisfacción de los colaboradores de Medellín después de pactar nuevos convenios

Marco de referencia

Marketing interno: “es un conjunto de métodos y técnicas que, puestos en práctica en un determinado orden, permitirán a la empresa aumentar su nivel de efectividad en interés de sus clientes y de sus propios colaboradores” (Levionnois, 1992, pág. 9)

Investigación cualitativa: “metodología de investigación exploratoria sin estructura, basada en muestras pequeñas que proporcionan conocimientos y comprensión del entorno del problema” (Malhotra, 2008, pág. 143).

Análisis de datos secundario: “Son aquellos que ya fueron reunidos para propósitos diferentes al problema en cuestión. Estos datos pueden localizarse con rapidez y a bajo costo” (Malhotra, 2008, pág. 106)

Conclusiones

Bienestar y Salud ocupacional es un área en donde se podría trabajar mejor si las actividades que desde allí se gestionan se realizan de manera equilibrada entre las partes que la conforman, el trabajo en equipo haría de esta área una de las más fuertes, pues las ideas que se generan individualmente tendrían mucho más éxito si se ejecutaran en equipo.

Está a pesar de ser el área más pequeña de Recursos Humanos en el BBVA, ejecuta las actividades que más acogida tienen por parte de los colaboradores, esto hace que BYSO sea un área importante, lastimosamente la labor de marketing interno no es muy buena, esta área no se vende tan bien como deberían o podría, esto por las discrepancias que hay dentro del equipo de trabajo, en definitiva es la gran debilidad que la practicante identifico a través de la gestión realizada durante los 6 meses de práctica.

Todo lo anterior fue con el fin de dar una explicación de el por qué los proyectos que se generan en el área no son tan exitosos como podrían serlo, los beneficios en la ciudad de Medellín no incrementaron satisfactoriamente como se esperaba con la gestión de la practicante. No obstante el beneficios que más era solicitado por los colaboradores en esta ciudad si pudo ser posible (convenio universidad EAFIT) y que de no ser por tales debilidades pudieron incrementar en una mayor proporción.

Recomendaciones

- Realizar toma más agresiva en donde se expongan todos los beneficios a que los colaboradores tienen acceso mediante el portal de Beneficios Corporativos.
- Fortalecer las estrategias de Marketing Interno con objetivos claros, en donde uno de ellos sea que las inversiones que se realizan para fortalecer la relación BBVA – colaborador, no

sean en vano y se aproveche cada una de las herramientas que el banco tiene para lograrlo.

- El trabajo en equipo es fundamental en todos los grupos de trabajo, esto es lo que le hace falta al área BYSO, definitivamente los objetivos se lograrían en un 100% si los miembros de esta área tuvieran mayor compromiso y mejoraran su labor como equipo.

1. Caracterización de la organización

1.1. BBVA-Colombia

El Grupo BBVA es una entidad joven, constituida formalmente en el año 2000, pero con una experiencia que supera los 150 años. Una marca comprometida con el presente que no renuncia a la salvaguarda del patrimonio cultural y social que supone su historia.

La historia de nuestro Grupo es la historia de muchas personas que, desde mediados del siglo XIX, han formado parte de entidades financieras que se han ido uniendo para ampliar su proyecto empresarial.

El Grupo tiene una sólida posición de liderazgo en el mercado español, además, cuenta con una franquicia líder en América del Sur; es la primera entidad financiera de México; uno de los 15 mayores bancos de Estados Unidos por depósitos y uno de los pocos grandes grupos internacionales con presencia en China (Banco BBVA, 2014).

Sus empresas

BBVA Seguros, es un grupo financiero con una elevada solvencia y rentabilidad, tiene presencia en 32 países del mundo con 103,721 empleados, más de 46.8 millones de clientes y 7,466 oficinas. (BBVA Seguros, 2014)

BBVA Asset Management Sociedad Fiduciaria, fue constituida legalmente como sociedad comercial el 5 de Abril de 1976. Ha tenido un papel muy activo en el desarrollo de macro proyectos nacionales de infraestructura y en general en la estructuración de negocios fiduciarios acordes a los requerimientos de los diferentes sectores económicos del país. (BBVA Fiduciaria, 2014)

BBVA Valores comisionista de bolsa, es una filial del Banco BBVA con una trayectoria de 14 años en el mercado bursátil colombiano que ofrece servicios como: Administración y custodia de portafolios, compra y venta de Títulos Valores, Banca de Inversión, Fondos de pensiones. (Banco BBVA Colombia, 2014)

1.1.1. Misión

“Aportar las mejores soluciones a sus clientes, un crecimiento rentable a sus accionistas y progreso en las sociedades en las que está presente” (Banco BBVA, 2014)

1.1.2. Visión

“Trabajamos por un futuro mejor para las personas” (Banco BBVA, 2014)

2. Identificación del área de práctica

2.1. Bienestar y Salud Ocupacional (BYSO)

El área de Bienestar y Salud Ocupacional hace parte de la dependencia de Recursos Humanos en el BBVA, encabezada por la *directora* que tiene a su cargo tres personas: la primera es un *profesional especializado bienestar* quien se encarga de personal externo al Banco provenientes de las cajas de compensación con las que el Banco tiene convenio¹, la segunda persona tiene el cargo de *profesional especializado salud ocupacional*, esta persona al igual que la anterior, tiene a su cargo personal externo provenientes de empresas aseguradoras² con las que el Banco también tiene convenio, y por último esta el *gestor de bienestar y salud ocupacional* quien tiene a su cargo personal externo proveniente de la empresa proveedora de telefonía móvil en el Banco y a la practicante.

Dentro de los objetivos del área se encuentran: incrementar la satisfacción y motivación de los empleados, mejorar la valoración de la empresa, estimular el sentido de pertenencia, reforzar el compromiso y fidelizar a los colaboradores.

Las tácticas utilizadas en el área se basan en tres ejes que por medio de ciertas actividades buscan tener un alto impacto en los funcionarios, con el fin de mostrar los beneficios que el Banco les ofrece en:

✓ Calidad de Vida

Acciones tendientes a lograr el equilibrio entre los intereses de las personas y las empresas BBVA.

✓ Beneficios personales

Proporciona un conjunto de soluciones para atender las necesidades financieras y de consumo con condiciones diferenciales.

✓ Deportes y cultura

Acciones orientadas a fomentar a través de la recreación, el deporte y la cultura un estilo de vida saludable.

¹ Cafam y Colsubsidio

² Mapfre y AON

En este momento BYSO lidera dos campañas, que son el vehículo para crear, evaluar y desarrollar diferentes actividades que buscan cumplir con los objetivos del área.

Bienestar con su campaña más para ti, maneja todo tipo de convenios los cuales facilitan el desarrollo integral, preocupándose desde su educación profesional (convenios con universidades) hasta su recreación (convenios con cajas de compensación). Por otra parte Salud Ocupacional se encarga de la prevención y tratamiento a las diferentes situaciones que afecten la integridad física y moral del colaborador, por medio de personal propio de empresas especialistas en el tema.

2.2. DOFA

2.2.1. Debilidades.

- ✓ Falta de un proceso de capacitación e inducción al practicante (Bienestar)
- ✓ Los programas de pasión por las personas y salud ocupacional no tienen la misma cobertura en ciudades diferentes a Bogotá. (BYSO)
- ✓ Los colaboradores de afuera de Bogotá sienten insatisfacción por la poca oferta de convenios en las respectivas ciudades. (Bienestar)
- ✓ La planeación en los programas de Bienestar y Salud Ocupacional son realizadas por personal en Bogotá, sin tener en cuenta que estos también van a ser implementados en otras ciudades. (BYSO)
- ✓ Los procesos de compras suelen ser extensos, por lo que en algunas ocasiones no le dan la importancia necesaria a eventos que requieran del insumo demandado, por ejemplo los botiquines.³ El proceso de compra puede durar un mes. (Salud Ocupacional)
- ✓ Sus procesos dependen mucho del área jurídica y gestión humana. (Salud Ocupacional)
- ✓ No hay control de las capacitaciones que se les brinda a los colaboradores en los temas de seguridad en el trabajo y salud ocupacional. (Salud Ocupacional)
- ✓ La mayoría de los encargados de ejecutar y llevar el control de las actividades propuestas por el área no hacen parte del banco, estos son personal de cajas de compensación y empresas aseguradoras. (BYSO)
- ✓ La persona encargada de responder ante alguna eventualidad, como por ejemplo un accidente y este acarree sanciones legales, no cuenta con la respectiva licencia de salud ocupacional.
- ✓ No todos los canales de comunicación son efectivos. (BYSO)

2.2.2. Fortalezas

- ✓ El clima organizacional se presta para el trabajo armónico e integrado.

³ Estos son exigidos por entidades del ministerio de trabajo con un plazo de exigencia de la compra de 10 días máximo.

- ✓ El tamaño del área facilita que la comunicación sea horizontal y el mensaje no se distorsione.
- ✓ Cuenta con herramientas de comunicación entre el empleado y RRHH, como el buzón SAE, la línea 11800, la intranet, sus aplicativos (Beneficios corporativos y JDN) entre otros.
- ✓ El presupuesto con el que cuenta el área es suficiente para ejecutar los proyectos que se ponen en marcha
- ✓ La ejecución de los proyectos no necesita de muchos trámites y procesos.

2.2.3. Amenazas

- ✓ Cancelación de los convenios por parte de las empresas.
- ✓ Persuasión de sindicatos a los colaboradores, para buscar mayores beneficios que afecten el clima organizacional y la estabilidad de la empresa.

2.2.4. Oportunidades

- ✓ Ingreso de nuevos profesionales que potencialicen las actividades en el área y brinden un nivel de innovación que genere impacto en el Banco.
- ✓ Mejores tarifas por parte de las empresas aseguradoras que prestan servicios de asesoría

3. Delimitación del problema

En el área BYSO existe una persona encargada de realizar convenios con diferentes establecimientos en todo el país (entre otras cosas), esta persona quien es el gestor de bienestar⁴ se encuentra en dirección general, ubicada en la ciudad de Bogotá. Gracias a que el área se encuentra ubicada en Bogotá los proyectos y actividades que desde aquí se hacen, tienen una gran acogida por parte de los funcionarios de Bogotá pues la cercanía entre el área y los colaboradores bogotanos es grande, pero a su vez los colaboradores de otras ciudades no sienten el mismo apoyo en cuanto a beneficios y convenios se refiere, es por esta razón que este proyecto buscara aumentar los beneficios para la ciudad de Medellín, con el propósito de aumentar la satisfacción y motivación en los colaboradores de estas ciudades.

⁴ Jefe inmediato

3.1. Problema

Convenios insuficientes en la ciudad de Medellín los cuales generan malestar en los colaboradores de dicha ciudad

3.2. Pregunta de investigación

¿Cómo se pueden mejorar los convenios en la ciudad de Medellín?

Beneficios corporativos es un programa que tiene mucha acogida por los colaboradores del Banco en todas las ciudades de Colombia, y gracias a esto es que en muchas ocasiones se presenta cierto malestar por la oferta que hay en Bogotá en comparación con otras ciudades. El objeto de manejar beneficios para los funcionarios se integra con los objetivos que tiene el área con respecto a los colaboradores del Banco, es de esta manera que no puede permitirse ofrecer mayores beneficios a unos colaboradores en particular, pues esto puede perjudicar la motivación de los colaboradores que se sientan afectados.

Así pues se espera que en el tiempo de practica (24 semanas) se logre incrementar significativamente los convenios para los colaboradores de la ciudad de Medellín, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta a realizar la cual tiene como fin, identificar cuáles son las preferencias en esta ciudad y así lograr acuerdos con empresas que presten estos productos y/o servicios.

4. Marco de referencia

4.1. Marco teórico

Como en todas las compañías, Recursos Humanos es la “vena” principal para mantener una sinergia entre los intereses de los empleados y el Banco, dicho esto, el marketing interno⁵ es una herramienta indispensable para lograr esta sinergia. Como se mencionó anteriormente el problema al que pretende darle solución la gestión de la practicante, es el poco cubrimiento que hay de las necesidades de los colaboradores en la ciudad de Medellín.

Al igual que lo hacen con sus clientes externos el Banco necesita tener una relación comercial con sus clientes internos, vender sus productos y así satisfacer la necesidades

⁵(...) “es un conjunto de métodos y técnicas que, puestos en práctica en un determinado orden, permitirán a la empresa aumentar su nivel de efectividad en interés de sus clientes y de sus propios colaboradores” (Levionnois, 1992, pág. 9)

de los mismos, pero *¿qué es lo que quiere vender el Banco?*, su identidad e imagen como empresa *¿a quienes quiere el Banco vender su identidad e imagen?*, a todos los colaboradores del Banco, teniendo en cuenta su personalidad y cultura entre otras cosas, *¿cómo?* Aquí es donde tiene impacto este proyecto, la relación comercial entre los colaboradores y el Banco debe ser, en mi concepto, igual en todas las ciudades donde este tenga presencia. “La relación comercial es la adecuación, mediante una búsqueda permanente de la optimización de las interacciones *hombre-organización*” (Levionnois, 1992, pág. 8)

Mercadeo Externo



CALIDAD: productos o servicios fiables de alta tecnología de buena relación calidad-precio

PROFESIONALIDAD: capacidades técnicas y humanas

PROXIMIDAD: Geográfica pictográfica

Mercadeo Interno



RECONOCIMIENTO: ser considerado en función de los resultados obtenidos

DESARROLLO PERSONAL: aprender para enriquecerse, desarrollarse

EQUIDAD: una remuneración justa y estimulante

Fuente: Levionnois Michel 1

4.2. Marco conceptual

Podría decirse que las diferencias entre el marketing externo y el marketing interno no son muchas, pues las teorías de marketing aprendidas durante toda la carrera, las cuales fueron enfocadas a él cliente externo, encajan perfectamente con la gestión que se debe hacer dentro del Banco, así pues, el principio básico del marketing mix también se debe aplicar en este proyecto.

Producto: más que producto es un servicio que pretende brindarle a los colaboradores del banco mayores beneficios.

Precio: en este caso el precio pasa de ser dinero a satisfacción, que en últimas viene siendo eficiencia en el trabajo. El intercambio es *Beneficios – Eficiencia*

Plaza: para efectos de este trabajo la plaza en donde pretende desarrollarse es la ciudad de Medellín

Promoción: el objetivo aquí es informar los beneficios, por medio de los canales que tiene el Banco, especialmente la página de *“Beneficios Corporativos”*

Adicionalmente, basándose en las teorías de la investigación de mercados, se identificó que la mejor manera de empezar con la ejecución de este proyecto es investigando cuales son los beneficios que realmente les interesa a los colaboradores de dichas ciudades. Para empezar se busca hacer una investigación exploratoria que “(...) se caracteriza por la flexibilidad y versatilidad de los métodos, ya que no se emplean protocolos ni procedimientos formales de investigación. Rara vez incluye cuestionarios estructurados, muestras grandes o planes de muestreo probabilístico” (Malhotra, 2008, pág. 80).

Gracias a que la investigación exploratoria brinda diferentes metodologías como: encuestas con expertos, encuestas pilotos, datos secundarios e investigación cualitativa, para fines de este trabajo se van a utilizar las dos últimas mencionadas, es decir análisis de datos secundarios y la investigación cualitativa.

Análisis de datos secundario: “Son aquellos que ya fueron reunidos para propósitos diferentes al problema en cuestión. Estos datos pueden localizarse con rapidez y a bajo costo” (Malhotra, 2008, pág. 106). En este caso serán utilizados datos que fueron recolectados por la empresa **Integro** quien provee el servicio de control de la página *Beneficios Corporativos*, dichos datos fueron tomados con el fin de verificar la frecuencia de uso que tiene la página en todo el país.

Investigación cualitativa: “metodología de investigación exploratoria sin estructura, basada en muestras pequeñas que proporcionan conocimientos y comprensión del

entorno del problema” (Malhotra, 2008, pág. 143). Dentro de la anterior metodología existes enfoques los cuales pueden ser directos o indirectos, para fines de este trabajo se van a utilizar métodos directos o no ocultos pues en este “(...) los propósitos del proyecto se revelan al individuo o son evidentes dada la naturaleza de la entrevista” (Malhotra, 2008, pág. 145).

El primer paso para la ejecución del presente proyecto es la implementación de un cuestionario sencillo (ver anexo 1) que le facilite a la practicante identificar las necesidades que tiene los colaboradores en la ciudad de Medellín.

Como se puede observar en el anexo 1, el cuestionario enviado a los colaboradores de estas ciudades es muy sencillo básicamente por dos grandes razones, la primera y según la literatura, los cuestionarios por e-mail “(...) se autoaplican, de manera que las preguntas deben ser sencillas y tienen que darse instrucciones detalladas” (Malhotra, 2008, pág. 301) y por otro lado, experiencias anteriores en el Banco indican que las cuestionarios demasiado extensos le quitan mucho tiempo al colaborador y eso hace que pierdan interés y no llenen el cuestionario.

5. Objetivos metas e indicadores

5.1. Objetivo general

Aumentar los beneficios que se ofrecen en el programa *“Más Para Ti -Beneficios Corporativos”* para la ciudad de Medellín con el fin de aumentar los niveles de satisfacción, dando inicio al proyecto en la primera semana del mes de abril y evaluando los resultados en la tercera semana del mes de junio de 2014

5.2. Objetivos específicos

- ✓ Apoyar la gestión del área con el proyecto *“Más para ti – Beneficios Corporativos”*
- ✓ Identificar las falencias del área con respecto a los beneficios en otras ciudades en especial en Medellín.
- ✓ Proponer proyecto que busque mejorar la gestión de *“Beneficios Corporativos”* en la ciudad de Medellín.
- ✓ Gestionar los convenios que proponen los colaboradores.
- ✓ Evaluar la satisfacción de los colaboradores de Medellín después de pactar nuevos convenios

5.3. Metas

- ✓ La primera semana (del 15 al 22 de enero 2014) se analizó cuáles eran las falencias que presentaba el área, esto con el fin de que la practicante tenga el tiempo y herramientas necesarias para ejecutar su proyecto.
- ✓ El proyecto deberá tenerse claro entre la segunda y tercera(del 23 a 31 de enero 2014) semana de la gestión a realizar por la practicante
- ✓ Fomentar el uso del portal de beneficios, con una revisión de los ingresos al portal al principio (enero 2014) y fin (julio 2014) de la gestión de la practicante.
- ✓ Para la última semana de la gestión de la practicante se enviara una encuesta para que la satisfacción de los colaboradores pueda ser medida.

5.4. Indicadores

- ✓ Ratio de visitas al portal de beneficios.
- ✓ Diferencia entre el número de beneficios al inicio de la práctica y al final de la misma.

6. Cronograma

PROYECTO LÍDER: BENEFICIOS CORPORATIVOS COMO GENERADORES DE VALOR

ALUMNO

DANIELA CASTRO ROMERO

EMPRESA

BBVA

			SEMANAS																									
Objetivo específico	Actividad		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
1	Apoyar la gestión del área	Ingreso al BBVA	P																									
		Identificación del área de práctica	R																									
2	Identificar las falencias del área	Identificación de área de acción para realizar proyecto (problema)	P																									
		Contacto con instituciones a nivel nacional con universidades en todo el país	R																									
3	Proponer proyecto que busque mejorar la gestión de "Beneficios Corporativos" en la ciudad de Medellín	Creación de cuestionario para colaboradores en las ciudades de Cali.	P																									
		Aprobación de cuestionario por parte de la directora de RRHH	R																									
		Reunión con AON para envío de cuestionario	P																									
		Contacto con Integro para solicitar información	R																									
		Envío de cuestionario por software AON	P																									
4	Gestionar los convenios que proponen los colaboradores	Recepción de información solicitada a Integro	R																									
		Contacto con la universidad EAFIT	P																									
		Negociación universidad EAFIT	R																									
		Envío de cuestionario por software AON	P																									
5	Evaluar la satisfacción de los colaboradores de Medellín después de pactar nuevos convenios	Publicación del nuevo convenio con la universidad EAFIT en el portal de beneficios	P																									
		Solicitar información a la empresa Integro, con el fin de verificar los ingresos al portal	R																									
		Comparación de tasas de ingreso al portal	P																									
		Retroalimentación del proyecto y la gestión realizada en el portal de beneficios	R																									
		Envío de cuestionario por software AON	P																									

7. Segunda entrega

7.1. Desarrollo de las actividades

7.1.1. Actividades objetivo No.1

Dentro de las actividades que se plantearon para el cumplimiento del objetivo número uno se desarrollaron actividades que le permitieron a la practicante identificar la zona en donde podía desarrollar su gestión, identificar las oportunidades y fortalezas que tiene el área, permitieron que se tuviera una visión más amplia de los límites y recursos con los que se contaría dentro de los 6 meses de práctica.

- *Conocer e interactuar con compañeros y jefes del área:* durante el ejercicio de interactuar con las personas que hacen parte del área de RRHH, la practicante noto que la cultura organizacional era muy agradable, pero que dentro del sub área del BYSO el trabajo en equipo era un poco más difícil, se encontró con que había grandes conflictos de comunicación y trabajo en equipo entre dos de los integrantes del BYSO. Uno de ellos era el jefe inmediato
- *Hacer cuestionamientos acerca de cómo se manejan los proyectos del área:* para la practicante le fue un poco complicado este tema pues asumía que esto haría parte de su proceso de capacitación, proceso que no tuvo. Aunque esto se le dificulto, también ayudo para darse a conocer por sí misma en el área.

7.1.2. Actividades objetivo No. 2

Para la consecución del objetivo número dos fue necesario identificar las debilidades y amenazas del área, para poder enfocarse en un problema y realizar el proyecto líder, para esto la practicante inicio una labor comercial, en donde busco acercamientos con diferentes instituciones de educación superior con el fin de lograr un primer contacto y así incrementar los beneficios que se le ofrecían a la plantilla del Banco, sin embargo era necesario enfocar esta labor a una ciudad en específico.

- *Establecer las responsabilidades que se tendrían durante los 6 meses de práctica:* esta actividad fue desarrollada por el jefe inmediato, en aquella ocasión se plantearon las responsabilidades que tendría a cargo la practicante.
- *Lluvia de ideas para escoger hacia que “rama” orientaría sus esfuerzos:* fue difícil para la practicante establecer una idea de proyecto líder, pues el sub área a la cual ella pertenecía no era muy grande, adicional a esto dentro de las

responsabilidades que tenía a su cargo no se presentaban mayores desafíos ni oportunidades de aprendizaje.

- Se plantearon dos propuestas al jefe inmediato, donde el jefe le dio orientación a la practicante y le ayudo a escoger una de las dos opciones que ella tenía: dentro de la propuestas que se le presentaron al jefe inmediato estuvo la creación de una aplicación móvil en donde las madres gestantes y lactantes tuvieran acceso exclusivo a beneficios que le llamaran la atención. Pero el fin último era darle una mejor seguimiento a todo el proceso que se hace con una mamá, pues dentro de las debilidades que se identificaron en el área, era que el programa que se tiene de “diversidad de género” no se le prestaba mucha atención, y dentro de las primeras actividades que realizo la practicante (interactuar con sus compañeros de trabajo) escucho que desarrollar una nueva modalidad de seguimiento a ese programa tendría un gran impacto, no solo en BYSO sino en todo RRHH. Lamentablemente el jefe inmediato aseguro que ese proyecto no tendría mayor impacto dentro de la organización, así que la practicante tuvo que hacer el segundo en mente que era incrementar los beneficios corporativos en la ciudad de Medellín.

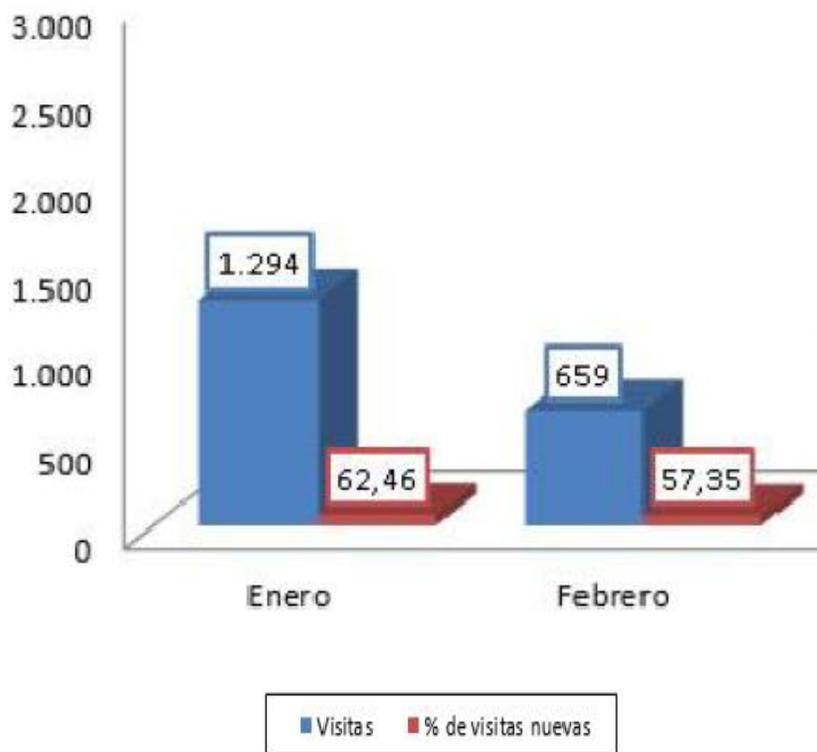
7.1.3. Actividades Objetivo No. 3

La practicante elaboro y envió un cuestionario que le permitió identificar las verdaderas necesidades que se presentaban en las ciudades en donde el Banco tiene presencia, después de eso decide escoger la ciudad de Medellín como foco de su proyecto, adicional a eso desea incentivar el portal de beneficios con el que cuentan los colaboradores del Banco, pues identifica que esa es una excelente herramienta de comunicación que no se está aprovechando como se debería hacer, en la consecución de este objetivo, salta a la vista la necesidad de promover el uso de este portal con el fin de pautar los diferentes convenios, una táctica de mercadeo interno.

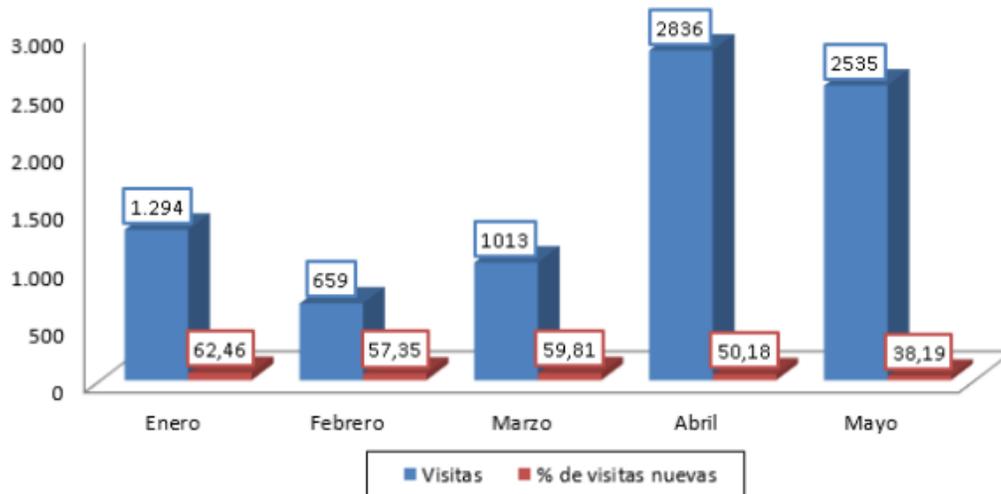
- *Creación de cuestionario:* para la creación de este cuestionario la practicante tuvo en cuenta lo aprendido durante su carrera, especialmente en la clase de investigación de mercados, le fue fácil realizar este cuestionario pues no era muy complejo y a ella le
- *Reunión con jefe inmediato para aprobación del cuestionario:* el jefe inmediato hizo aportes de diseño, pero la aprobación de este no tuvo ningún inconveniente.
- *Contacto con asesora de AON para coordinar como sería el envío del cuestionario previamente realizado por la practicante y aprobado por el jefe:* dentro de las herramientas que cuenta en Banco para comunicarse con sus empleados se encuentra los cuestionarios virtuales, que son enviados y administrados por AON y

fue precisamente por este medio que se fue enviado el cuestionario que realizo la practicante. La reunión que se tuvo con la asesora de esta empresa, le permitió a la practicante saber cuándo y cómo recibiríamos los resultados de esta encuesta.

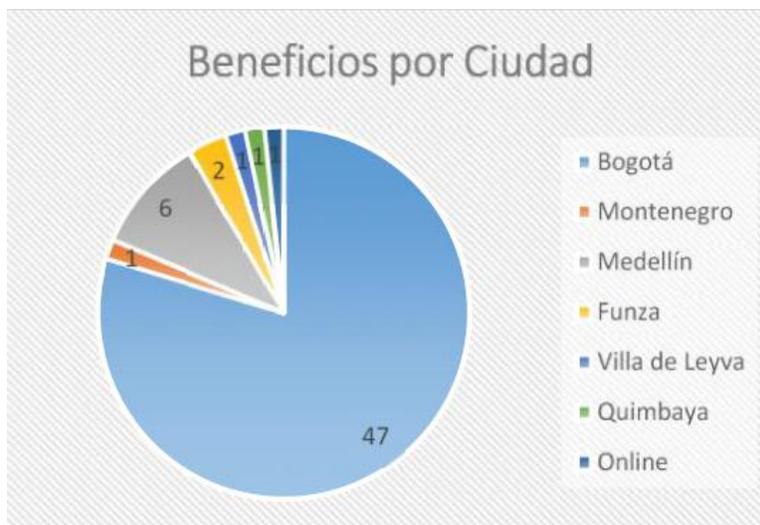
Ingresos al portal de beneficios año 2014



Fuente: Integro



Fuente: Integro

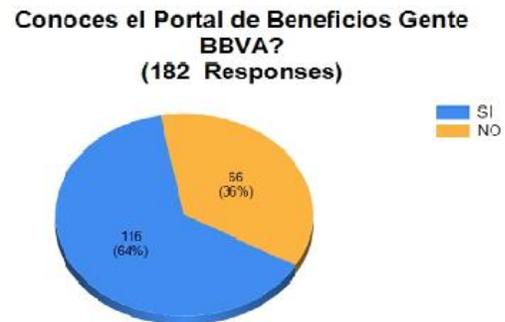
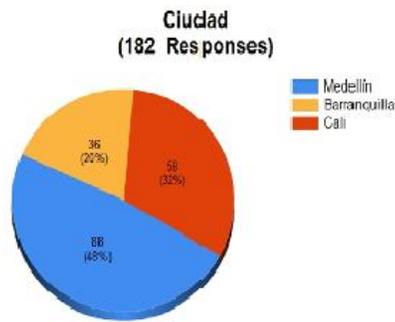


Fuente: Integro

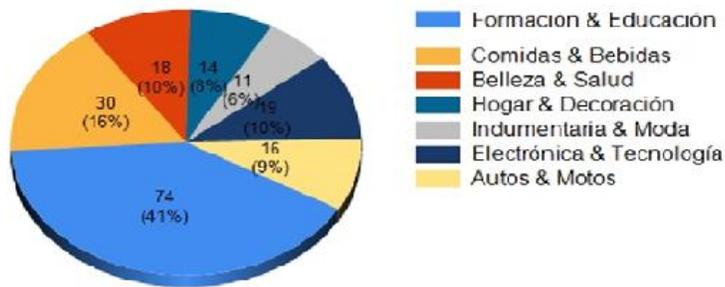
7.1.4. Actividades Objetivo No. 4

Para el cubrimiento del objetivo número cuatro, después de realizado y aprobado el cuestionario, fue necesario enviarlo masivamente, lastimosamente el ratio de respuesta no fue el esperado, pero con la información recolectada se pudo identificar un convenio inexistente en la ciudad de Medellín que cobraba mucha importancia, los colaboradores de la ciudad de Medellín manifestaron su deseo de pertenecer a las universidad EAFIT. Después de esto se intensifico la labor de contacto con esta universidad.

- *Envío del cuestionario aprobado por el jefe inmediato:* inmediatamente fue aprobado el cuestionario y después de realizada la reunión con AON, fue enviado el cuestionario, este se dejó abierto 2 semanas, la practicante propuso no cerrarla, pero el jefe no se lo permitió.
- *Verificación de los datos arrojados por el cuestionario:* aquí fue donde se identificó que el ratio de respuesta fue muy bajo, la practicante quiso investigar las razones por las cuales se presentaba este fenómeno y le aseguraron que era absolutamente normal que los colaboradores no participaran masivamente de estos cuestionarios, y que de hecho la enviada había sido contestada por muchas más personas de lo usual.
- *Selección de ciudad para gestionar el nuevo convenio:* Medellín fue una de las ciudades en donde mayor acogida tuvo el cuestionario enviado, así que esa fue una de las razones por las cuales decidió tenerse en cuenta las observaciones y sugerencias que se hicieron en el cuestionario enviado, adicional a esto por parte de los colaboradores de esta ciudad se escuchaban comentarios de insatisfacción y comparaciones un poco fuertes entre los convenios de Medellín y Bogotá.
- *Negociación y consecución del nuevo convenio entre el Banco y la universidad:* esta labor fue de las más largas dentro del proyecto líder, tratar de coordinar las agendas del jefe inmediato y la representante de la universidad fue un tanto tedioso, adicional a eso, como en toda negociación hubo propuestas y contrapropuestas que fueron evaluadas juiciosamente por las partes.



Indícanos el beneficio que más te interesaría que profundizáramos en tu ciudad.
(182 Responses)



Fuente: Integro

7.1.5. Actividades Objetivo No. 5

Para cumplir con este objetivo fue necesario hablar con el jefe directo para que facilitara las autorizaciones pertinentes con el fin de pautar los convenios adquiridos durante la gestión de la practicante en el portal de beneficios.

dsn.gointegro.com/co/bbva/doc



Institución	Programas	Descuento	Condiciones	Familiares
	Pregrado y Posgrado (presencial o virtual)	50%	Presencial	
	M.B.A	Contado 28% 6 coutas 25% 12 coutas 22%	España	SI
	Especializaciones	25%		
	Especializaciones OL	30%		
	Pregrado	Presencial 15% virtual 30%	Presencial	
	Administración de Empresas y Economía	20%		
	Especializaciones	Presencial 15% virtual 30%		
	Maestría	10%		
	Doctorado	20%	Presencial	
	Maestría	5%		
	Master On-Line	45%	Virtual	
	Pregrado (incluye Admisión con de empresas y contabilidad)	20%	Presencial	SI
	Diplomado	30%		
	MBA	20%		
	Especialización	20%		
	Especialización y Maestría (solo Bogotá)	5%	Presencial	SI
	MBA: PUCP Y EADA	10% / 20%	Presencial	SI
	PREGRADO	7%	Presencial	SI



Empresa	Acuerdo	Imagen	Contacto
Bodytech	Tarifas Especiales		Alexander Sanchez PBX: (571) 7442222 Ext. 2045 Fax: (571) 7442261 Celular: 3103480315
Friday's	Dcto. 18%		Estela Díaz Valencia PBX: (57) (1) 601 90 90 Ext. 106 FAX: (57) (1) 601 90 27
Capillas de La Fe	Tarifas Especiales		Cristhiam Briseño Cel: 3112315490
Automercol	Tarifas Especiales		Julieth Mosquera M. PBX: 6358220

8. Conclusiones

Bienestar y Salud ocupacional es un área en donde se podría trabajar mejor si las actividades que desde allí se gestionan se realizan de manera equilibrada entre las partes que la conforman, el trabajo en equipo haría de esta área una de las más fuertes, pues las ideas que se generan individualmente tendrían mucho más éxito si se ejecutaran en equipo.

Está a pesar de ser el área más pequeña de Recursos Humanos en el BBVA, ejecuta las actividades que más acogida tienen por parte de los colaboradores, esto hace que BYSO sea un área importante, lastimosamente la labor de marketing interno no es muy buena, esta área no se vende tan bien como deberían o podría, esto por las discrepancias que hay dentro del equipo de trabajo, en definitiva es la gran debilidad que la practicante identifico a través de la gestión realizada durante los 6 meses de práctica.

Todo lo anterior fue con el fin de dar una explicación de el por qué los proyectos que se generan en el área no son tan exitosos como podrían serlo, los beneficios en la ciudad de Medellín no incrementaron satisfactoriamente como se esperaba con la gestión de la practicante. No obstante el beneficios que más era solicitado por los colaboradores en esta ciudad si pudo ser posible (convenio universidad EAFIT) y que de no ser por tales debilidades pudieron incrementar en una mayor proporción.

9. Recomendaciones

- Realizar toma más agresiva en donde se expongan todos los beneficios a que los colaboradores tienen acceso mediante el portal de Beneficios Corporativos.
- Fortalecer las estrategias de Marketing Interno con objetivos claros, en donde uno de ellos sea que las inversiones que se realizan para fortalecer la relación BBVA – colaborador, no sean en vano y se aproveche cada una de las herramientas que el banco tiene para lograrlo.
- El trabajo en equipo es fundamental en todos los grupos de trabajo, esto es lo que le hace falta al área BYSO, definitivamente los objetivos se lograrían en un 100% si los miembros de esta área tuvieran mayor compromiso y mejoraran su labor como equipo.

10. Bibliografía

- BBVA Seguros. (21 de 02 de 2014). *BBVA Seguros*. Obtenido de <http://www.bbvasseguros.com.co/index.php?page=107&pkorig=203&pkitemor=109>
- Banco BBVA. (21 de 02 de 2014). *Intranet BBVA*. Obtenido de Intranet BBVA: <https://bbva-intranet.appspot.com/home.jsp#5aa62b9?atom=00005384&url=XjjZi253341253246253246Z6fhjQ6cY6ejhQ6eUj2eUi2eYWhkZ6fRRlQ2532464cYIU4cY6e6b2532466cYIU6cY6e6b2532466cYIU6cY6e6b253346Vk6eS253344T6fS2e46UjSX2532366e6fTU49T253344373433363931343725323649>
- Banco BBVA Colombia. (21 de 02 de 2014). Filiales. *Filiales*.
- Bancomer. (21 de 02 de 2014). *Bancomer*. Obtenido de http://www.bancomer.com/nuestrom/infos/rinve_estat_socia.pdf
- BBVA Fiduciaria. (21 de 02 de 2014). *BBVA Asset Management Sociedad Fiduciaria*. Obtenido de https://www.bbvaassetmanagement.co/html/BBVA_AM_Colombia.html
- Integro. (2014). *Reporte mensual*. Bogotá.
- Levionnois, M. (1992). *Marketing interno y gestion de recursos humanos*.
- Malhotra, N. K. (2008). *Invetigación de mercados*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Prado, L. d. (s.f.). Marketing Interno. *Boletin de lecturas sociales y económicas UCA*.

11. Anexos

11.1. Anexo 1

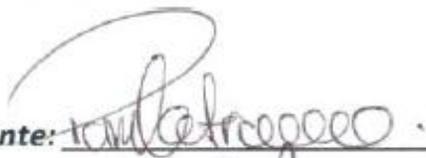

Querida Familia BBVA Con el fin de ofrecerte más y mejores convenios que te beneficien, queremos que nos ayudes contestando esta pequeña encuesta la cual nos permitirá conocer tu opinión.
¿Conoces el portal Beneficios Corporativos ?
SI _____ NO _____
¿Lo haz utilizado?
SI _____ NO _____
Asigna un número del 1 al 7, siendo 1 el beneficio que más te interesa y 7 el beneficio que menos te interesa en las categorías en las que te gustaría aumentaran los beneficios en tu ciudad, para ti y tu familia.
<i>Formación & Educación</i> _____ <i>Comidas & Bebidas</i> _____ <i>Belleza & Salud</i> _____ <i>Hogar & Decoración</i> _____ <i>Indumentaria & Moda</i> _____ <i>Electrónica & Tecnología</i> _____ <i>Autos & Motos</i> _____
Si conoces un establecimiento de comercio, universidad o cualquier otro que quieras que contactemos, por favor proporciónanos los datos del mismo.
Sugerencias:

11.2. Anexo 2

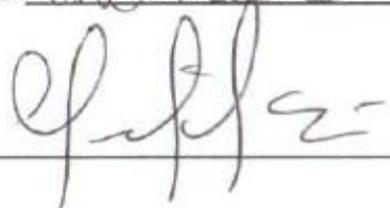
Bogotá /25/06/2014

YO, **Misael Fonseca Paez**, estoy al tanto del avance en el proyecto líder **BENEFICIOS CORPORATIVOS COMO GENERADORES DE VALOR**, el cual está siendo elaborado por **Daniela Castro Romero** en el marco de su Práctica Empresarial en **BBVA Colombia**.

Firma del estudiante: _____



Firma del jefe: _____





MATRIZ FINAL DE ANÁLISIS DE RENDIMIENTO Y COMPETENCIAS ELABORADA POR EL JEFE INMEDIATO

Nombre de la Empresa	Banco BBVA Colombia
Área de trabajo	Recurso Humanos
Nombre completo del estudiante	Daniela Castro Romero
Jefe o responsable de práctica	Misael Fonseca
Cargo del jefe o responsable de práctica	Gestor de Bienestar

1. MATRIZ FINAL DE ANÁLISIS DE RENDIMIENTO DEL ESTUDIANTE EN PRACTICA PROFESIONAL

Para cada criterio por favor indique el porcentaje correspondiente, dentro del rango indicado, de acuerdo a la escala de calificación que identifique el desempeño del estudiante.

ASPECTO	ESCRIBA EL % CORRESPONDIENTE DE 0% - 100%	NO APLICA (x)	ESCALA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO
1. ACTITUD PERSONAL Y PROFESIONAL EN LA PRÁCTICA			EXCELENTE
Asumió las responsabilidades asignadas con ENTUSIASMO y COMPROMISO	93%		100% - 90%
Mostró ACTITUD positiva y DISPOSICIÓN hacia el trabajo	95%		BUENO
Tiene gran RESPONSABILIDAD ante las tareas asignadas, tomándolas como desafíos	93%		85% - 75%
Mostró INTELIGENCIA EMOCIONAL y PROFESIONAL en el manejo de los obstáculos e inconvenientes	90%		ACEPTABLE
Cumplió con la PUNTUALIDAD esperada	90%		74% - 60%
2. RELACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES EN LA ENTIDAD			DEFICIENTE
Identificó la MISIÓN y PRINCIPIOS de la Entidad	90%		58% - 0%
Estableció los canales de COMUNICACIÓN e INTERCAMBIO necesarios para realizar su trabajo	90%		NO APLICA
Mantuvo buenas RELACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES con sus interlocutores y compañeros	90%		X
Influyó en la generación de una DINÁMICA DE TRABAJO APROPIADA al interior de la Entidad	90%		
3. ALCANCE DEL TRABAJO REALIZADO			
Cumplió con las funciones y trabajos propuestos en la CALIDAD esperada	85%		
Cumplió con los OBJETIVOS y METAS planeados durante la práctica	90%		
Cumplió con la OPORTUNIDAD (capacidad de respuesta efectiva y eficiente) frente a las funciones y actividades de la práctica	85%		
Hizo un aporte real al DESARROLLO CONCEPTUAL y realización del proyecto líder	80%		
Hay un VALOR AGREGADO que deja el (la) estudiante a través de su proyecto líder	80%		
4. EL IMPACTO DEL TRABAJO REALIZADO			
Contribuyó a mejorar los OBJETIVOS Y ORIENTACIONES del trabajo propuesto	90%		
Formuló ACTIVIDADES CONCRETAS de trabajo en procura de los objetivos planteados	90%		
Logró el MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN del área de prácticas y/o la Entidad	90%		

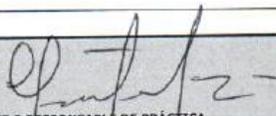
2. MATRIZ FINAL DE ANÁLISIS DE DESEMPEÑO POR COMPETENCIAS DEL ESTUDIANTE EN PRACTICA PROFESIONAL

COMPETENCIAS PERSONALES

Para cada definición por favor indique con una X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE la periodicidad con la que observa que el estudiante pone en práctica dicha competencia. Si en el desarrollo de la Práctica empresarial y dadas las condiciones de la empresa no se han presentado situaciones donde el estudiante haya podido demostrar dicha competencia por favor deje la casilla en blanco.

DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA	NO APLICA
1. Tiene disposición para trabajar por objetivos ajenos	X				
2. Tiene un trato amable y cordial con los demás		X			
3. Tiene facilidad para trabajar en colaboración con otros	X				
4. Reconoce y valora la opinión de otros		X			
5. Busca información suficiente para cumplir con los objetivos trazados	X				
6. Cuestiona y busca diferentes alternativas para lograr resultados		X			
7. Tiene facilidad para resolver retos de manera innovadora			X		
8. Logra hacerse entender por los demás		X			
9. Tiene claridad y fluidez en su expresión oral	X				
10. Se anticipa a situaciones futuras			X		
11. Desarrolla acciones considerando otras alternativas		X			
12. Tiene en cuenta los efectos que sus acciones tienen a largo plazo			X		
13. Identifica oportunidades de mejora para la entidad	X				
14. Lidera y sienta precedente en todas las tareas en las que se involucra		X			
15. Se pone al frente de su equipo de trabajo, obteniendo los resultados esperados.		X			
16. Tiene seguridad en sí mismo	X				
17. Toma decisiones con criterio propio	X				
18. Reconoce y valora sus capacidades y competencias		X			
19. Mantiene posturas claras en situaciones de controversia		X			
20. Maneja situaciones de tensión		X			
21. Conserva su capacidad de análisis en una situación de crisis		X			
22. Sabe argumentar y defender sus ideas frente a terceros	X				
23. Fomenta alianzas para lograr consensos		X			
24. Tiene la capacidad para acomodarse en situaciones y contextos sociales diferentes	X				
25. Organiza de manera clara sus ideas y sabe plasmarlas por escrito		X			
26. Reconoce y se le facilita identificar los aspectos más relevantes de una situación o problema			X		
27. Tiene capacidad para resolver un problema articulando diversos enfoques, conceptos, y explicaciones administrativas.		X			

COMENTARIOS Y/O RECOMENDACIONES FINALES SOBRE EL DESEMPEÑO Y/O RENDIMIENTO DEL ESTUDIANTE

 FIRMA DEL JEFE O RESPONSABLE DE PRÁCTICA	 FIRMA DEL ESTUDIANTE
---	--

FECHA EVALUACIÓN FINAL DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL:

Bogotá D.C., 29 de julio de 2014.

Señores
BBVA Colombia (Nombre de la empresa)
Ciudad.

Apreciados señores,

Por medio de la presente me permito manifestarle que los estudiantes del Programa de Administración de Empresas como parte del programa de la práctica académica deben cumplir con la elaboración de un proyecto denominado "Proyecto Líder".

La finalidad de dicho proyecto consiste en que el estudiante identifique una problemática y a través de un proceso de observación, análisis y formulación de la misma, diseñe un plan de mejoramiento a la luz de su formación profesional que se convierta en un valor agregado y pueda ser socializado o aplicado dentro de la organización. Todo lo anterior, apuntando a que el estudiante obtenga una experiencia formativa de campo en la que pueda articular sus competencias investigativas básicas con su práctica universitaria.

Este año el programa de Administración de Empresas ha tomado la decisión que dicho proyecto tenga la calidad de Trabajo de Grado. Lo anterior implica que el mismo deberá ser entregado a la Biblioteca de la Universidad y el documento quedará a disposición de la misma y podrá ser consultado por la comunidad académica dependiendo las condiciones seleccionadas en el presente documento.

De esta forma y respetando las disposiciones respecto a la información de la Entidad tenemos algunas propuestas para que, por favor, seleccione la que considere pertinente y se ajuste a sus requerimientos:

1. El Proyecto podrá quedar a disposición de la Biblioteca con el nombre e información de la Entidad.
2. El Proyecto podrá quedar a disposición de la Biblioteca, siempre y cuando sea con nombre y datos ficticios de la Entidad.
3. El proyecto podrá ser consultado por la comunidad académica solo a partir de la fecha que determine la Entidad (dd/mm/aa), no antes.
4. El proyecto será entregado a la Biblioteca bajo reserva académica; de tal forma, no podrá ser consultado por la comunidad académica.

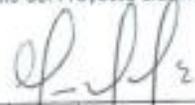
En consecuencia y bajo la condición seleccionada anteriormente, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente se autorizan a la Pontificia Universidad Javeriana, a los usuarios de la Biblioteca Alforso Borrero Cabal S.J., así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la sala de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca	X	
2. La consulta física o electrónica según corresponde	X	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer	X	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet	X	
5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Pontificia Universidad Javeriana para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones	X	

Nombre del estudiante: Daniela Castro Romero

Nombre de la empresa: BBVA Colombia

Título del Proyecto Líder: Beneficios corporativos como generadores de valor


Miguel Fonseca P.
 Gestor Bienestar

FIRMA DE LA EMPRESA

(Nombre de la persona de la empresa que firma la presente carta de autorización)

(Cargo de la persona de la empresa que firma la presente carta de autorización)

Las condiciones generales de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal, S.J. referentes a los trabajos de Grado se encuentran en el anexo 1 de la presente carta de autorización.

De antemano agradecemos su colaboración.

Cordial saludo,


 Daniel Andrés Londoño Bedoya
 Director del Programa de Administración de Empresas
 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
 Pontificia Universidad Javeriana


 Sergio Torres Valdivieso
 Director del Departamento de Administración de Empresas
 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
 Pontificia Universidad Javeriana


 Natalia Andrea Escobar Montañez
 Coordinadora General Prácticas Universitarias
 Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
 Pontificia Universidad Javeriana

Anexo 1

Requisitos, políticas y formatos del proceso

La Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J., de la Pontificia Universidad Javeriana actúa como depositaria de las Tesis y de los Trabajos de Grado, elaborados por los estudiantes de la Universidad, los cuales son requisito para optar a un título académico en un determinado programa.

Las Tesis y los Trabajos de Grado forman parte de la colección bibliográfica de la Biblioteca y son memoria institucional de la Universidad, en la medida en que se cuente con las respectivas autorizaciones o cesiones por parte de sus titulares. Por ello, las tesis y trabajos de grado se conservan debidamente organizadas en un sitio designado específicamente para ello, denominado "Sala de tesis".

Artículo 98 del Reglamento de Estudiantes: *"En los currículos de los programas académicos se podrá incluir la realización de un trabajo de grado para los programas de pregrado, especialización o maestría, y de una tesis para los doctorados (...)"*

Información confidencial - Restricciones a los contenidos

Si la Tesis o Trabajo de Grado llegare a contener información de naturaleza confidencial, reservada, estratégica, privilegiada o de carácter similar, o haga parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado para no afectar la novedad o cualquier otra clase de protección posterior, el (los) estudiante (s) deberá (n) indicar por escrito tal situación, con el fin de poder tomar las medidas correspondientes para que la información conserve dicha calidad.

Compromisos de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal, S.J.

1. De acuerdo con la carta de autorización (licencia de uso), suscrita por el (los) autor (es), la Biblioteca procederá a ingresar las Tesis y los Trabajos de Grado en: la sala de tesis, en el catálogo BIBLOS, en la Biblioteca Digital PUJ, en bases de datos y otros sitios web con los que previamente tenga convenio de difusión, según corresponda.
2. En los casos en que las Tesis y Trabajos de Grado contengan información confidencial, secreta, estratégica o privilegiada; o hagan parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado para no afectar la novedad o cualquier otra clase de protección posterior y esta situación haya sido comunicada a la Biblioteca de manera previa en la carta de autorización (licencia de uso), la Biblioteca procederá a: ingresarla, catalogarla, clasificarla, ocultar su registro y enviarla a un sitio reservado establecido para tal finalidad.
3. La Biblioteca no se hace responsable por los conceptos emitidos por el (los) autor (es) en las Tesis y los Trabajos de Grado.