Estrategia cero

Colpatria innovó para cambiar las costumbres financieras



Autor

Marta Lucía Restrepo Torres

Sinopsis

El lector está próximo a conocer la experiencia del Banco Colpatria en el avance directivo y gerencial para la implementación de la "Estrategia CERO", a través de la narración de los aspectos más relevantes de las actividades de innovación "en sus cuatro ámbitos: producto, proceso, mercadotecnia y organización" (OECD, 2006), descritas a partir del método de caso de negocios. Dicha narración provee al lector las principales lecciones de una práctica agil, sencilla y eficiente, que conduce a implementar la estrategia de empresa hacia una ruta de innovación disruptiva (Christensen C. , 1997). El resultado de esta ruta se observa en la ejecución de la "Estrategia CERO", la cual ofrece de manera pionera en Colombia una alternativa para cambiar la costumbre de los colombianos en el manejo de sus recursos, Incentivando su vinculación al sistema financiero. Específicamente para este caso la propuesta del Banco Colpatria se origina en las cuentas de ahorro y corriente, las cuales, a partir de un ejercicio JUicioso de innovación llevan al mercado a una solución atractiva: al clien:e no se le cobran aquellas comisiones que más le afectan el bolsillo, sino que simplemente guarda de manera segura su dinero en el banco controlando su presupuesto, cuidando su gasto, concentrándose en sus planes futuros, reduciendo riesgos y, especialmente, teniendo acceso a la banca digital.

Impreso

Año de publicación: 2016

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 21 x 13.5 cm

Número de páginas del contenido principal: 80 Páginas

ISBN13: 9789588988047

$27.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Para Colombia esta propuesta significa un gran avance en el ámbito bancano, representado en una institución financiera que le apuesta a la profundización en la bancarización de quienes actualmente hacen parte de él. creando una disrupción agresiva: volver a lo básico de la esencia bancaria que es la intermediación, y desde allí, obtener rentabilidad.



Sobre el autor

Marta Lucía Restrepo Torres

País: ColombiaEmail: marta.

E-Book

Año de publicación: 2016

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Tamaño: 4 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 80 Páginas

ISBN13: 9789588988030

$16.000 COP

Palabras clave

Innovaciones financieras; Instituciones financieras; Actitud creadora de negocios; Servicios bancarios; Innovación; Estudio de casos

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

restrepo@cesa.edu.coPerfil ProfesionalMagíster en Comunicación, con estudios en Alta Dirección del Inalde, experta en marketing y Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Perfil AcadémicoTiene Experiencia directiva de más de 20 años en empresas editoriales, de comunicación y el sector educativo. Paralelamente ha sido profesora universitaria desde hace 22 años en marketing e investigación aplicada, espacio en el que ha desarrollado métodos para la gestión de clientes y CRM, bajo el concepto Kapital Cliente). Ha publicado tres libros, más de 150 artículos en prensa y revistas especializadas sobre Kapital Cliente. Forma parte de la Red Iberoamericana de Mercadeo Relacional y CRM y desde hace catorce años dirige académicamente el Forum Latinoamericano de Mercadeo Relacional y CRM. Es Profesora asociada, investigadora y consultora del CESA. Su trabajo académico se ha presentado en Latinoamérica a través de cátedras como profesora invitada, consultoría, investigación aplicada y conferencias en foros internacionales.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen