Listado de Asistencia y guía de aprendizaje

1. Guía No. 1 Fidelización de Clientes
2. Listado de asistencia, ficha principal 2143082 Gestión Bancaria
3. Listado de asistencia, ficha espejo 2143082 Gestión Bancaria
4. Listado de asistencia, ficha 2164924 Gestión Bancaria
5. Listado de asistencia, ficha espejo 2164924 Gestión Bancaria
6. Listado de asistencia, ficha 2186600 Gestión Bancaria
7. Listado de asistencia, ficha 2206873 Gestión Bancaria
8. Listado de asistencia, ficha 2249588 Gestión Bancaria

Proceso de Gestión de Formación Profesional Integral
Formato Guía de Aprendizaje
Identificación de la Guia de Aprendizaje

Guía de Aprendizaje No. 1

- **Denominación del Programa de Formación:** Gestión Bancaria y de Entidades Financieras
- **Código del Programa de Formación: 121202** Versión: **101**
- **Nombre del Proyecto:** Asesoría Comercial y Financiera: Estrategia para Fidelización de usuarios del Sector Financiero.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividades del Proyecto: A9** Diseñar nuevas estrategias comerciales y de servicio al cliente que aseguren la realización de nuevos negocios. **A-10**. Elaborar una oferta comercial ajustada a las necesidades del cliente con la información registrada en la base de datos, que satisfaga las expectativas y necesidades del cliente vinculado; sujeta a las políticas institucionales
- **Competencia: 210301004** Fidelizar al cliente incrementado los vínculos comerciales y logrando la rentabilidad del negocio de acuerdo con las políticas institucionales.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar: : 273005** - Desarrollar estrategias de comercialización de los productos y servicios buscando la fidelización de los clientes y crecimiento de la entidad según política institucional. **273006** - consolidar las relaciones comerciales y financieras con el cliente para generación de nuevos productos y servicios de acuerdo con las estrategias institucionales. **273007** - Identificar clientes potenciales para la generación de nuevas oportunidades de negocio aplicando estrategias de mercadeo.
- **Duración de la Guía**: 80 horas

2. Presentación

Apreciado aprendiz:

El servicio al cliente es vital e importante para una organización, ya que puede ayudar a diferenciar una empresa de sus competidores, de acuerdo con el artículo titulado "La importancia del servicio al cliente". Por ejemplo, puede ser difícil decir la diferencia entre dos negocios de pueblos pequeños, sobre todo si sus precios son similares. Por lo tanto, poner un esfuerzo extra en el servicio al cliente puede ser lo que le dé a un negocio una ventaja competitiva. Es más probable que una empresa con excelente servicio al cliente repita los negocios con los clientes. En consecuencia, la empresa se beneficiará con mayores ventas y beneficios. Por el contrario, las empresas con mal servicio al cliente pueden perder clientes, lo que tendrá un impacto negativo en el negocio. Cuesta mucho más dinero para una empresa adquirir un cliente que retenerlo, debido a los gastos de publicidad y de las llamadas de ventas. Por lo tanto, los esfuerzos que intervienen en el mantenimiento de la calidad del servicio al cliente realmente pagan dividendos en el tiempo.

El servicio al cliente se encarga de cuestiones de la empresa en los puntos de venta, por teléfono e incluso por correo electrónico y dada la situación que se viene presentanto en el mundo, con respecto al COVID19, muchas han tenido que implementar plataformas virtuales. Las empresas que producen productos de alta tecnología, como un software o la televisión por satélite, a menudo cuentan con personal de soporte técnico para resolver problemas. El servicio al cliente es importante para una organización por un número de razones. Ante todo, sería difícil que una empresa pueda sobrevivir sin el servicio al cliente, ya que no habría nadie disponible para atender los pagos o responder a las preguntas de los clientes potenciales.

El servicio al cliente es importante para una organización, ya que es a menudo el único contacto que un cliente tiene con una empresa. Los clientes son vitales para una organización. Algunos clientes gastan cientos y

hasta miles de dólares por año con una empresa. Por lo tanto, cuando se tiene una pregunta o problema del producto, esperan que el departamento de servicio al cliente de una empresa resuelva sus problemas. La mayoría de las entidades siguen teniendo problemas importantes de fidelidad de clientes porque articulan iniciativas inconexas, con visión producto y dirigidas por las capacidades internas en lugar de por las necesidades de los clientes.

Los bancos deben pulsar el nivel de satisfacción de sus clientes para dirigir los esfuerzos de mejora continua del servicio y de la actividad comercial y así mejorar la experiencia de sus clientes ya que una experiencia positiva y sostenida genera incrementos en la vinculación y la fidelidad a largo plazo", ha destacado **Raúl García Monclús, socio director de servicios financieros de Cognodata Consulting.**

Esto muestra que se debe desarrollar diferentes habilidades para poder lograr una venta efectiva y la satisfacción del cliente, es muy importante conocer cada producto del portafolio financiero, tener una excelente presentación personal, ser ágil, eficiente y eficaz, pero lo que da un valor agregado a la labor sin duda es LA ACTITUD, de esta depende el éxito o el fracaso en el proceso de venta, por ésta razón, el Asesor Comercial debe ser integral, dado que el vender productos financieros para lograr la fidelización de clientes tiene inmerso una gran responsabilidad social que impacta directamente la economía de las familias colombianas y del país.

La presente Guía de Aprendizaje tiene como finalidad, orientar su proceso de Enseñanza-Aprendizaje-Evaluación que le permita adquirir conocimientos a partir de la realización de las acciones, descritas en las estrategias metodológicas como: la exploración de saberes previos, la apropiación del aprendizaje y la aplicación del conocimiento, que conduzcan a alcanzar los resultados de aprendizaje planteados en esta Unidad de Aprendizaje y reunir las Actividades (evidencias) de Aprendizaje, donde el aprendiz pueda profundizar y aplicar en su área de desempeño todo lo concerniente a prestar un servicio de excelente calidad que permita fidelizar al cliente.

3. Formulación de las Actividades de Aprendizaje

Los aprendices deben desarrollar a lo largo de la orientación de la competencia las siguientes actividades de aprendizaje:

3.1. Realizar la consulta, definición y socialización por equipos de trabajo de los principales conceptos y términos relacionados y a desarrollar durante la competencia.

-Triangulo de Servicio	**- Momentos de Verdad**	**- Comunicación asertiva**
- Ciclo de Servicio	**- Cliente**	**- PQRS**
- CRM	**- Customizacion**	**- Servicio al cliente**
-Usuario Financiero	**- Defensor del Consumidor**	**- Atencion al Cliente**

3.2. Reflexión Inicial

La comunicación asertiva permite una aproximación al cliente, a través de una forma abierta de comunicarse, sin olvidar la dirección que se lleva de acuerdo con el contexto del cliente y la situación. Asertividad no es sinónimo de ser amistoso, es saber tratar al cliente de la manera adecuada, sin pasar los límites de cada personalidad.

René Francisco Abelló en su libro "8 Pasos Hacia La Calidad en el Servicio" (2008) cuenta la siguiente historia: En cierta oportunidad, siendo las siete de la mañana, una usuaria de servicios de salud acudió a nuestro centro asistencial para solicitar una cita. La recepcionista le informó que las citas ya habían sido asignadas y que por lo tanto debía asistir al día siguiente, pero más temprano (no fuimos testigos del tono en que se lo

dijo, ni supimos si hubo contacto visual). La reacción fue de ira: gritando y agitando las manos, la señora reclamaba que se le atendiera, lo cual generó malestar en las demás personas que se encontraban en la sala de espera. La situación se nos informó y decidimos atender a la señora. No hubo crítica o reclamo alguno en cuanto a su actitud, sino simplemente se autorizó una consulta adicional para una de sus hijas. Como hemos acostumbrado con mi esposa, después de la atención médica, entablamos una conversación informal con el paciente. En este caso, la señora nos contó que vivía muy lejos del centro médico, que trabajaba haciendo aseo en una empresa donde no se les otorgaba permiso a los empleados para acudir al médico, y que su sueldo no le alcanzaba ni para las necesidades básicas. Casi todos los días debía ir caminando de su casa al trabajo y del trabajo a la casa, pues no tenía dinero suficiente para transportarse en bus o colectivo. Y para colmo de males, sus dos hijas, de 10 y 13 años, debían pasar todo el día solas, en el sector subnormal donde vivían, la mayoría de los días con tan sólo un refrigerio de aguade panela y pan a manera de desayuno, almuerzo y comida.

A manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, se le sugiere resolver los siguientes interrogantes:

1. ¿Qué deja ver esa situación?,
2. ¿Cuál es la importancia de mantener relaciones adecuadas con los clientes externos?
3. ¿Por qué es necesario entender que la comunicación asertiva es importante en el servicio al cliente?
4. ¿Cuál es la importancia del cliente para una empresa?
5. ¿Cómo puede una empresa posicionarse y sobrevivir en un mundo tan competitivo?

Socialice sus respuestas, las cuales son procedentes para la intención pedagógica de la guía.

3.2. Contextualización e identificación de conocimientos



“Factores que influyen en la excelencia en el servicio al cliente”

3.2.1. La Personalidad

Es un conjunto de factores típicos de conducta que caracterizan la adaptación del individuo a las situaciones de su vida. Es la peculiar estructura interior, constante y propia de cada uno, conforme a la cual se organiza todo el ser. Es la variable individual que constituye a cada persona y la diferencia de otra, es el conjunto de características psicológicas que posee cada persona y que determina su forma de comportamiento.

Imagen Personal

El impacto que usted logre hacer en el cliente, puede significar la diferencia entre una percepción de calidad o una de servicio mediocre. Usted, al igual que un producto en la góndola de un supermercado, **tiene dos dimensiones: el contenido y el empaque**, es decir, lo que se ve por fuera y lo que lleva por dentro. Seguramente usted manejará ya un magnífico contenido. Este incluye sus conocimientos, sus habilidades, su actitud, además de, a las técnicas de servicio al cliente que usted pueda utilizar para su fidelización.

De manera individual se deben desarrollar el **taller No. 1 "Personalidad e Imagen Personal"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.2.2. Relaciones Interpersonales

La comunicación es el elemento que mejor define a la atención al cliente. Constituye la relación directa que se da entre dos o más personas, esta es la característica básica. Durante esta relación, el cliente tratará de influir en el empleado o empleada de modo que éste le dé información. Que le facilite un producto, realice alguna operación en caja, le indique las condiciones de adquisición de un bien o servicio, qué hacer para obtener un préstamo personal y el trámite a seguir, le gestione la obtención de una tarjeta de crédito. Incluso que se haga cargo de una queja, es decir, que le resuelva un problema o satisfaga una necesidad o expectativa. El empleado, por su parte y desde una perspectiva de calidad de servicio, pretenderá que la información facilitada al cliente sea pertinente y correcta. Por ejemplo, que éste comprenda correctamente las condiciones de venta y garantía, los trámites a seguir para conseguir un crédito; o, en caso de queja, que se resuelva del modo más satisfactorio para ambos y la organización.

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el **taller No. 2 "Relaciones Interpersonales"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.2.3. La comunicación en el servicio al cliente

La atención cliente es un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso, La comunicación entre los actores que forman parte de este servicio, debe ser fluido para que ésta sea eficaz y satisfactoria para los usuarios. Las expectativas y la prestación recibida deben ir de la mano.

La falta de comunicación entre los encargados de atender a un cliente que quiere resolver cuanto antes una incidencia, es el problema más frecuente entre las pequeñas y grandes empresas. ¿Dónde queda entonces el eslogan de turno, donde se nos promete una solución casi instantánea?

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el **taller No. 3 "La comunicación en el Servicio al Cliente"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

Apreciado aprendiz con el desarrollo de los talleres propuestos por su instructor técnico y con la retroalimentación que se desarrolla dentro del ambiente de formación, le van a permitir contextualizar la importancia de la atención al cliente dentro de una entidad financiera, la importancia de la personalidad e imagen personal, las relaciones interpersonales dentro de una organización y la comunicación interna y externa para lograr los objetivos propuestos.

Los conocimientos necesarios sobre los principios corporativos y la cultura organizacional de una empresa estén encaminadas a identificar soluciones de atención y servicio, al cliente interno y externo, mediante la implementación de la tecnología disponible, teniendo en cuenta la normatividad vigente, los requerimientos

de la organización, sin duda esto le permitirá dar cumplimiento al objetivo de su proyecto formativo **"Asesoría Comercial y Financiera: Estrategia para Fidelización de usuarios del Sector Financiero"**

De acuerdo al conocimiento que ha adquirido a través de su formación sobre la Fidelización de clientes, incrementado los vínculos comerciales y logrando la rentabilidad del negocio de acuerdo con las políticas institucionales, es importante que se desarrollen los talleres y actividades propuestas en formación por su instructor técnico, de manera individual y como en equipos de trabajo, que le permitan a futuro poder implementarlos en la atención y servicio al cliente; teniendo en cuenta la normatividad vigente y los requerimientos de la organización.

Evidencia: Una vez desarrollados y socializados los **talleres** propuestos en formación se deben subir a la plataforma

Guárdelo en su portafolio personal

Luego socialícelo con el grupo e instructor.

Guárdelo en su portafolio personal y luego socialícelo con el grupo e instructor

Estrategia (Didácticas activas):

- Lectura Comprensiva
- Trabajo autónomo
- Juego de Roles
- Análisis de Casos
- Talleres.

Tiempo invertido en el desarrollo de la actividad 20 horas

(15 horas de trabajo presencial / 5 horas de trabajo autónomo)

3.3. Actividad de Apropiación

Querido aprendiz, llegó el momento de conceptualizar todos aquellos conocimientos que estén encaminados identificar
el Protocolo de Atención y Servicio al Cliente, la importancia de desarrollar estrategias para la atención y servicio al
cliente; interno y externo dentro de toda organización (empresa) que pretenda consolidarse dentro de un sector económico establecido de acuerdo a la normatividad vigente y así lograr la formación integral que usted está cursando.

Para ello debe realizar trabajo autónomo e investigativo que le permita profundizar sobre los temas relacionados a los **"Factores que influyen en la excelencia en el servicio al cliente"**

3.3.1. Momentos de Verdad

En los últimos años, compañías como bancos, tiendas, aerolíneas y de servicios de telecomunicaciones, han dedicado una gran parte de su tiempo a retener a sus clientes actuales, ya que como lo han demostrado investigaciones, el costo de mantenerlos es mucho más bajo que adquirir uno nuevo.

El éxito de estas estrategias de retención depende en cómo se profundiza la relación con el cliente y cómo se logra traducir eso en lealtad y en mayor venta de bienes y servicios. La mayoría de los veces esto tiende

abordarse mediante un sistema de CRM, sin embargo esto no basta; ya que lo que generalmente hace falta es una conexión emocional entre el cliente y los empleados de primera línea, algo que transforma la incredulidad en confianza con una marca.

Esa conexión emocional es la que explica cómo las compañías que ofrecen excelente servicio al cliente generan lealtad durante esos "momentos de la verdad".

Ciclo del Servicio

El **ciclo del servicio** al cliente es la secuencia completa de experiencias que tiene un cliente o usuario con una organización, durante la adquisición de un **servicio** para satisfacer una necesidad

Triangulo de Servicio

Este modelo considera los siguientes elementos clave: la estrategia de **servicio**, el personal y los sistemas de **servicio**. Los tres deben estar enfocados en el cliente como elemento central de la gestión

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el **taller No. 4 "Momentos de Verdad, Ciclo del Servicio y Triangulo de Servicio"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.3.2. CRM Y CUSTOMIZACIÓN

Se entiende por **CRM** (**Customer Relationship Management) Gerencia de Relaciones con el Cliente (GRC)** como el conjunto de procesos dirigidos a optimizar el contacto entre una organización y sus clientes, mediante el manejo de información.

La Customización es el resultado de la transformación de un producto estándar en uno realizado acorde a las preferencias y exigencias del cliente y el mercado. En este proceso, el cliente selecciona componentes, material, color, marca, funciones, etc.

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el taller No. 5 de "**CRM y Customización"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.3.3. Tratamiento De Quejas y Reclamos en el Servicio al Cliente

El atender adecuadamente una queja, en cualquier situación es difícil, tanto aquellas que surgen a raíz de una relación personal como respecto de una situación profesional. Y si además debemos atender quejas causadas por actos de terceros, como puede ocurrir a menudo en los casos de empresa, esa dificultad aumenta, acompañada por una sensación del tipo: "¡pero por qué debo aguantar esto cuando no soy responsable!"
Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el taller No. 6 de "**Tratamiento de Quejas y Reclamos en el Servicio al Cliente"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.3.4. Orientación de la Empresa hacia el Servicio al Cliente

La correcta relación con los clientes permite a las empresas conocer los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades. Las buenas relaciones con los clientes pueden constituir una ventaja competitiva real, ya que los entornos comerciales contemporáneos se perfilan cada vez más uniformes en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de productos, pero se diferencian notablemente en el trato ofrecido a sus clientes.

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el taller No. 7 de "**Orientación de la Empresa hacia el Servicio al Cliente" para** establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

3.3.5. Reglas Básicas para la Excelencia en el Servicio al Cliente

Un cliente es el individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra, mediante una transacción financiera; un cliente es sinónimo de comprador o de consumidor y se los clasifica en activos e inactivos, de compra frecuente u ocasional, de alto o bajo volumen de compra, satisfecho o insatisfecho, y de otras maneras, en consecuencia, el cliente es el individuo más importante en una empresa.

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Éste es una potente herramienta de marketing y puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada para ello se deben seguir ciertas políticas empresariales.

Por medio de trabajo en equipo deben desarrollar el **taller No. 8 de** "**Reglas Básicas para la Excelencia en el Servicio al Cliente"** para establecer la importancia de estos elementos dentro del proceso de la prestación del servicio al cliente con excelencia.

Evidencia: Una vez desarrollados y socializados los talleres propuestos en formación se deben subir a la plataforma

Guárdelo en su portafolio personal

Luego socialícelo con el grupo e instructor.

Guárdelo en su portafolio personal y luego socialícelo con el grupo e instructor

Estrategia (Didácticas activas):

- Lectura Comprensiva
- Trabajo autónomo
- Juego de Roles
- Análisis de Casos
- Talleres.

Tiempo invertido en el desarrollo de la actividad 25 horas

(15 horas de trabajo presencial /10 horas de trabajo autónomo)

3.4. Actividad de Transferencia



Imagen No. 1

Un protocolo de atención al cliente plasma el modelo de actuación a seguir para todo el departamento de servicio al cliente y los empleados de la compañía que tratan con el público, en este caso, de los funcionarios de una entidad financiera (Asesor Comercial, Cajeros, Analistas de Crédito, etc.) que brindan la atención a clientes que requiere de los productos o servicios que estas ofrecen.

Las finanzas son un tema complejo y de cuidado si te gusta mantener el control y una buena estructura para el manejo de ingresos y gastos. Esto no solo se aplica a nivel empresarial, también es necesario a nivel personal, el día a día nos lleva, en ocasiones, a realizar gastos excesivos no planificados que perjudican de alguna manera nuestras finanzas. Es por eso que la **asesoría** en esta materia nos puede servir para establecer las mejores opciones para una inversión, a la hora de **comprar casas**, por ejemplo; administrar planes crediticios o formular métodos eficaces de ahorro.

En todo caso, lo principal es tener la disposición de escuchar y seguir las orientaciones del **asesor financiero**, pues esta es la base para una educación financiera útil y de aplicación real a la vida que promueva la anticipación de gastos normales y la salida ante emergencias de formas poco traumáticas. Para ello, **es muy importante conocer la preparación profesional y de desempeño del asesor a seleccionar**.

Un factor determinante en una asesoría presencial será la buena actitud y disponibilidad del asesor financiero que logre vincular y fidelizar al cliente, colmando las expectativas que tenga con respecto a los productos y/ o servicios, además de la buena atención que brinde la entidad financiera.

3.4.1. Asesoría comercial presencial: Para la siguiente actividad se debe realizar una salida de campo, posteriormente realizar un registro detallado de las visitas que realizó, deberá registrar el lugar, la fecha y la hora de la visita, a continuación, encontrara las indicaciones y el registro que deberá hacer de su investigación

Visite tres bancos establecidos en su ciudad, Observe cuidadosamente los programas de atención al cliente, pida toda
la información escrita que tengan en la entidad, inicie su proceso de pesquisa (indagación) así:

1. Determine el tipo de entidad que está visitando
2. Identifique una hora pico para revisar la atención que se presta al cliente.
3. Verifique si existen digiturnos y si estos cumplen su función.
4. Hágase pasar por un cliente normal y pida alguna información, para verificar la atención que le prestan.

5. Contabilice el tiempo de permanencia de uno o varios clientes, así como la suya en la oficina de servicio al cliente.
6. Observe y analice la o forma como los cajeros y asesores comerciales reciben a los clientes que requieren servicios o realizan o retiran depósitos.
7. Observe el grado de satisfacción de los clientes. Haga unas pequeñas preguntas a los mismos sobre el tema.
8. De acuerdo a los talleres realizados en formación con respecto “Reglas Básicas para la Excelencia en el Servicio al Cliente” realice el análisis respectivo de cada uno, si se cumple o no.

El ejercicio finaliza cuando usted haga todo un registro escrito y muy detallado a manera de informe, para ello se debe diligenciar la lista de chequeo propuesta por su instructor técnico.

Como evidencia se debe entregar: con la información recolectada debe realizar la presentación requerida para las tres asesorías comerciales/financieras, se debe escanear la lista de chequeo diligenciada, incluir evidencias fotográficas y los documentos que haya recolectado en cada entidad financiera, con todo este material realice el diagnóstico de la atención y servicio al cliente que pudo percibir en cada entidad financiera, para esto elabore un cuadro comparativo, como conclusiones de acuerdo a los talleres desarrollados en formación con respecto a los “Factores que influyen en la excelencia en el servicio al cliente” indique las recomendaciones que puedan dar para aplicar en su proyecto productivo (Banco Didáctico SENA-BDS)

Para la elaboración y presentación de esta actividad importante que cada grupo incluya la planeación estratégica (misión, visión, valores corporativos), el portafolio de productos y/o servicios, las políticas de servicio al cliente y de asesoría que estos prestan de acuerdo a las necesidades y expectativas financieras del cliente, que ofrece cada entidad financiera, así mismo las conclusiones con respecto a “**Reglas Básicas para la Excelencia en el Servicio al Cliente”**, donde ustedes como clientes pueda dar un diagnostico al respecto, si se cumplen o no y que recomendaciones darían al respecto, teniendo en cuenta que a futuro serán ustedes funcionares de una entidad financiera que van a interactuar con los clientes.

ASESORÍA VIRTUAL



Imagen No. 2

3.4.2. Asesoría Virtual en Entidades Financieras: De manera individual solicite dos asesorías comerciales en dos entidades del sector financiero colombiano a través de las plataformas virtuales implementadas por la entidad, importante realizar su historia sobre la asesoría que requiere de productos y/o servicios solicitados. Tenga en cuenta que usted deberá asumir el rol de cliente (debe dar sus nombres y apellidos reales) y debe interactuar con un asesor comercial en cada una de las entidades que eligió para realizar su actividad.

Una vez entre en contacto con el asesor comercial/ financiero virtual indíquele que usted como aprendiz SENA estará realizando su contrato de aprendizaje y va a requerir de una cuenta de ahorros, para efectos del pago de nómina, razón por la cual necesita la mayor información para ir recolectando la documentación requerida, pero que también está interesado en conocer productos como tarjetas de crédito y CDT pues su interés a futuro es adquirir dichos productos con la entidad financiera.

Una vez termine su actividad con cada entidad financiera, debe tomar los pantallazos como evidencia de la actividad solicitada, luego genere un informe donde haga una descripción detallada desde el momento en que entro contacto con el asesor comercial, realice su diagnóstico del servicio al cliente que pudo percibir con cada uno de los asesores con los que interactuó, por ultimo debe responder a los siguientes interrogantes con un argumento muy bien estructurado donde usted pueda contextualizar la importancia de la atención y servicio al cliente teniendo como punto de referencia la asesoría virtual que recibió con cada entidad financiera que usted eligió para realizar la actividad final individual a través de las plataformas virtuales implementadas por las entidades financieras.

1. ¿Cuál es la diferencia entre servicio y atención al cliente, que impacto tiene cada uno para el cliente?
2. ¿Detalle cada uno de los componentes del triángulo del servicio en cada asesoría que usted recibió y cómo interactúan cada uno en su historia?
3. ¿Cómo podría definir los momentos de verdad en las asesorías virtuales que usted realizo?
4. ¿De acuerdo a estas dos asesorías describa gráficamente donde se reflejen todos los elementos de la comunicación?
5. ¿Qué actitudes del asesor comercial virtual en la prestación del servicio al cliente pueden generar un mal servicio que pongan en riesgo la permanencia del cliente en la entidad financiera?
6. ¿Cuál es el manejo de las PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias) en una entidad financiera? Explique el paso a paso para instaurar una PQR ante una entidad financiera.
7. ¿Por qué es importante Retener y fidelizar a los clientes en una empresa, que estrategias se requieren para lograrlo?
8. ¿Qué son Sistemas de Gestión de las Relaciones con los Clientes (CRM)?, ¿cómo puede una empresa a través del CRM enfocarse en la satisfacción del cliente?
9. ¿Cuáles son los valores que mejoran el Servicio al Cliente? Mencione como mínimo tres y diga para este caso como pueden incidir para lograr la satisfacción del cliente
10. ¿Qué impacto cree usted pueden generar las estrategias utilizadas por una empresa para la atención y servicio al cliente a través de los diferentes medios tecnológicos?
11. ¿Qué aplicaría del **taller No. 7** con respecto a los 8 pasos claves para orientarse exitosamente hacia el servicio al cliente y así lograr su fidelización y vinculación de nuevos clientes?
12. ¿Teniendo en cuenta el **taller No. 8,** como cree que pueden influir los componentes de la ecuación A+C+O+C (atención, calidad, oportunidad y comodidad) tanto para el asesor virtual como para el cliente?
13. ¿Cuáles son sus conclusiones al realizar esta actividad con respecto al servicio al cliente? ¿Cuál es el aprendizaje que le puede dejar para ejercer su laborar a futuro como asesor comercial?

Como evidencia debe realizar un informe escrito donde se incluya los pantallazos de las dos asesorías virtuales, con todos los puntos requeridos, incluyendo las respuestas de los 13 interrogantes con respecto a los “Factores que influyen en la excelencia en el servicio al cliente” para logra la fidelización y así incrementar el portafolio, además de la información requerida de cada entidad financiera con la cual usted interactuó en la asesoría comercial.

Para la elaboración y presentación de esta actividad el aprendiz debe ingresar a la página web de cada entidad financiera, para llevar a cabo la asesoría comercial; además ahí podrá encontrar todo lo referente a la cultura organizacional de la entidad (misión, visión, valores corporativos) el portafolio de productos y/o servicios que ofrece la entidad, las políticas de servicio que la entidad maneja y tips de la asesoría que estos prestan de acuerdo a las necesidades y expectativas financieras del cliente, las cuales se deben incluir en su informe final,

También en dicha evidencia además de incluir todos los puntos requeridos, se deben dar las conclusiones de la actividad con respecto a "**Reglas Básicas para la Excelencia en el Servicio al Cliente"**, donde usted como cliente pueda dar un diagnostico al respecto, si se cumplen o no y que recomendaciones darían al respecto, teniendo en cuenta que a futuro será funcionario de una entidad financiera que van a interactuar con los clientes de manera virtual.

Estrategias: (Didácticas activas)

- Lectura compresiva
- Taller práctico
- Juego de Roles
- Simulación de Casos

Tiempo invertido en el desarrollo de la actividad 35 horas (25 horas de trabajo presencial- 10 horas de trabajo autónomo)

- **Ambiente Requerido:** Ambientes en Centro de Formación o móvil, dotado de equipos de cómputo, aplicativos, recursos de papelería, marcadores, borradores, y herramientas ofimáticas para el desarrollo de la formación de acuerdo con la región (urbana o rural).
- **Materiales**: Memoria USB. - Marcador permanente, borrables y resaltador. Folder, carpeta y ganchos legajadores. - Saca Ganchos, cosedora, gancho clip y mariposa. - Perforadora. - Esferos. - Tijera común, cartulina. - Block papel rayado. - Sacapuntas, borrador y regla.

4. Actividad de Evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Saberes relacionados con la empresa sus principios corporativos y la cultura organizacional. Saberes relacionados con el Servicio al Cliente: Concepto, Tipos de Clientes, Ciclos del Servicio, Momentos de Verdad, Triangulo de Servicio, Comunicación, Relaciones Interpersonales, Etiqueta y Protocolo. **Evidencias de Desempeño** Realización de los talleres propuestos por el instructor en el ambiente de formación. Presenta y argumenta la propuesta comercial y de crédito	**ESPECIFICOS:** Atiende los clientes de acuerdo con los protocolos establecidos por la institución Atiende quejas y requerimientos del cliente cumpliendo con los tiempos establecidos para la respuesta Aplica la Normatividad vigente en la ejecución de los Procedimientos Institucionales. Analiza los procesos de recepción, procesamiento y suministro oportuno de la información Comercial y financiera según requerimientos de la entidad. Evalúa la satisfacción del cliente de acuerdo con sus necesidades y expectativas cumple con los	**DE CONOCIMIENTO:** **Instrumento: Cuestionario** **Técnica: Formulación de preguntas** **DE DESEMPEÑO:** **Instrumento: Lista de chequeo** **Técnica: Observación / juego de roles/Mapa mental y demás productos solicitados**

recibidas en la asesoría comercial presencial y virtual	compromisos adquiridos con el cliente cumpliendo con el protocolo Comercial Analiza los pasos a seguir en una visita comercial de mantenimiento, de acuerdo a pautas señaladas en la política comercial de la institución.	
Evidencias de Producto Informe y presentación del trabajo de campo, correspondiente a las asesorías en tres entidades financieras de la ciudad. Informe actividad final individual correspondiente a las asesorías desde las plataformas virtuales de dos entidades financieras, para la asesoría comercial sobre productos y servicios financieros. Resolución de estudios de caso planteados en la guía de aprendizaje.	Estructura y presenta la oferta de productos y servicios de acuerdo a la actividad económica y necesidades del cliente Actúa con actitud de servicio al cliente interno como externo. Desarrolla estrategias de comercialización para productos y servicios de acuerdo con los requerimientos del cliente.	**DE PRODUCTO:** **Instrumento: Lista de chequeo Técnica: Observación / valoración del portafolio de productos.**

5. Glosario de Terminos

AMV: Autorregulador del Mercado de Valores**,** organización de carácter privado, sin ánimo de lucro, que regula, monitorea, disciplina, y profesionaliza el mercado de valores colombiano.

ASOBANCARIA: Asociación Gremial Financiera Colombiana.

CLIMA ORGANIZACIONAL: Son las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros

CLIENTE: Es la persona que, a través de un proceso de intercambio, espera recibir un producto o servicio para satisfacer integralmente sus necesidades o deseos.

CLIENTE INTERNO: Son todos los empleados de una organización que, a través de intercambio laboral, dan su fuerza de trabajo su entusiasmo y mística, en espera de recibir no solo un salario sino también la satisfacción individual y humana que puede ofrecer el trabajo.

CLIENTE EXTERNO: Son la Razón de ser de la organización. Son las personas a quienes la Empresa aplica todas sus
energías y recursos con miras a crear la máxima satisfacción de sus necesidades.

CONJUNTO DE SERVICIO: Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

CORTESÍA: Es atención, amabilidad, modales.

DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO: es un mediador entre el Banco y el **Consumidor Financiero** y se encarga de ser vocero y representante de los derechos de los **consumidores financieros** ante el Banco.

MOMENTO DE VERDAD: Es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio.

PERCEPCIÓN DEL CLIENTE: Es la imagen que tiene el cliente de la empresa como resultado de las percepciones y experiencias propias o contadas por los demás clientes.

PQRS: **Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias**, por tanto PQRS hace referencia al proceso mediante el cual, una compañía hace la gestión de las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias que hacen los clientes

PRONTITUD DE RESPUESTA: Es la velocidad con la que la empresa responde a las llamadas. Tomas decisiones rápidas,
oportunas y confiables.

RECEPCIÓN: Es la fase donde se establece el primer contacto con el cliente; esta primera impresión es clave en la relación exitosa con el cliente.

RECUPERACIÓN DEL SERVICIO: Es la respuesta de la compañía a un problema de servicio.

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA: Tiene entre sus competencias, ejercer funciones de vigilancia, inspección y control de quienes realizan la actividad financiera, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo o inversión de recursos recibidos (captados) del público.

VALOR AGREGADO: Es aquello que es percibido como adicional o extra en el servicio que se está recibiendo.

6. Referentes Bibliograficos

Portales institucionales:
http://www.sena.edu.co
http://biblioteca.sena.edu.co
Asobancaria: http://www.asobancaria.com
Superintendencia Financiera Colombiana https://www.superfinanciera.gov.co/
Banco de la Republica: https://www.banrep.gov.co/

Links de interés:

- **La atención al cliente: http://www.marketing-xxi.com/departamento-de-atencion-al-cliente-104.htm**
- **¿Qué es un cliente interno y un cliente externo?: http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-personalidad-y-servicios-al-cliente-8129.html**
- **La importancia de la imagen personal en el ámbito ccorporativo: http://www.emprendedoresnews.com/tips/imagen-personal-tips-2/la-importancia-de-la-imagenpersonal-en-el-ambito-corporativo.html**

- **Relaciones humanas y servicio al cliente:** https://www.emprendices.co/relaciones-humanas-y-servicio-al-cliente/

Abelló Gómez, René Francisco (2008). 8 pasos hacia la calidad en el servicio (2). Icontec.

CIBERGRAFIA

Imagen No. 1 La importancia del Servicio al Cliente, Recuperado 2 de marzo de 2020
http://www.foodbycontext.com/wp-content/uploads/2016/08/servicio-al-cliente222-1500x800.png

Imagen No. 2 Plataformas Virtuales para la asesoría Financiera. Recuperada 2 de marzo de 2020
https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcRLqdxJqyJZSBfr93doKWw4_8oLMFp0w3BxN-kFXKrtg06ziaR1

Videos:

Video 1: Momentos de Verdad y Ciclo de Servicios. Recuperada el 2 de marzo de 2020
https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM

Video 2: Servicio al Cliente Banco Financiero CRECERH. Recuperada el 2 de marzo de 2020
https://www.youtube.com/watch?v=It8ewYUbVAo

Video 3: Servicio Al Cliente En El Banco. Recuperada el 2 de marzo de 2020
https://www.youtube.com/watch?v=KCeOKVrb_8o

Video 4: Momento de verdad servicio al cliente. Recuperada el 2 de marzo de 2020
https://www.youtube.com/watch?v=GXjaoUVT0RA

Video 5: Atención al cliente. Recuperada el 2 de marzo de 2020
https://www.youtube.com/watch?v=J7QRduVQg-k

Película En busca de la Felicidad (Will Smith). Recuperada el 2 de marzo de 2020

NOTA: Biblioteca virtual SENA **Ingrese a la base de datos SENA.** Puede acceder a colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA. http://biblioteca.sena.edu.co/ dar clic en bases de datos para acceder.

7. Control del Documento (Elaborada por)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Martin Adolfo Alegría**	Instructor Gestión Banca y de Entidades Financieras.	Gestión Administrativa y Financiera entro de Comercio Y Servicios Regional Caucas.	26-03-2020

8. Control de Cambios (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Listado de Asistencia y evaluacion Abril 2021

Ficha de Caracterización: 2143082 Ficha
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE COMERCIO Y

No.	Nombres	Apellidos	Trabajo en Grupos	Sustetacion Grupos	Taller No. 5	Taller No. 6
			abr-07	abr-14	abr-21	abr-28
1	Cristian David	Angel Pastez				
2	José Javier	Baos Muñoz				
3	Angie Teresa	Cabrera Muñoz				
4	Carlos Eduardo	Calvache Chicangana				
5	Ruth Ángela	Campo Agredo				
6	Julián alexander	Campo Buesaco				
7	Jhonier Fabian	Campo Paredes				
8	Henry Andres	Castillo Bojorge				
9	Allison Brillid	Ceballos Bastidas				
10	Jhonnatan Stiven	Chaux Muñoz				
11	Jhulieth Andrea	Collazos Rosero				
12	Víctor Manuel	Concha Mera				
13	Karen Andrea	Coque Mosquera				
14	Patricia	Córdoba Reyes				
15	Jhoan David	Fernández Narvaez				
16	Leidy Vanessa	Fernández Ramírez				
17	Daisy Yiseth	Gómez				
18	Mauricio Antonio	Jojoa Bolaños				
19	Karol Nathalia	Meléndez Cabrera				
20	Juan José	Palechor Coral				
21	Lisseth Camila	Portilla Valencia				
22	Janer Daniel	Rivera Guevara				
23	Marcelo Alejandro	Rosero Benavides				
24	Edisson Andres	Vidal Paz				
25	Yuli Jimena	Puliche				

Listado de Asistencia y evaluacion Abril 2021

Ficha de 2143082 Ficha Espejo
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

				Asignacion trabajo en grupos	Sustentación	Taller No. 5	Taller No. 6
No.	**D.I.**	**Nombres**	**Apellidos**	abr-08	abr-15	abr-22	abr-29
1	1002962308	LEYDY DAYANA	BASTIDAS BOLAÑOS				
2	TI - 1063806037	DAYANA FRANCHESCA	BOLAÑOS COMETA				
3	1003102550	LAURA MARCELA	BOLAÑOS COMETA				
4	1002963404	BRIYIT STEFANY	CAMPO QUIGUA				
5	1061736981	DIANA CAROLINA	CAMPO TRUJILLO				
6	1061753711	MAYRA ALEJANDRA	CASTRO NOREÑA				
7	1061739778	LADY VIVIANA	CHICANGANA MUÑOZ				
8	TI - 1002777797	KAROL YINETH	CHILITO CAJIBIOY				
9	1061989611	GEIRA LUCENY	CHITO OMEN				
10	1144183951	JESSICA	DE LOS RIOS CEBALLOS				
11	1061541025	YANINE	GONZALEZ TOSNE				
12	TI - 1003084803	DIANA MAYERLI	JOAQUI MABESOY				
13	1061797632	BRAYAN NICOLAS	LOPEZ SANCHEZ				
14	TI - 1002877436	YEIMY JULIANA	MAMIAN GUAUÑA				
15	TI - 1003163780	DEIVIN ANDRES	PRADO MAJIN				
16	TI - 1004731248	YOJANA VANESSA	RODRIGUEZ URBANO				
17	1002805987	ERLY YARITZA	RUIZ CORDOBA				
18	1061725959	DIANA MARSELA	SANCHEZ GUZMAN				
19	TI - 1002967131	HELLY TAMARA	SANCHEZ MACA				
29	1002917753	GEISY YURANI	SERNA VELASCO				
21	1002960745	MARIA ISABEL	TOBAR DIAZ				

Listado de Asistencia Abril 2021

Ficha de Caracterización: 2164924 PPAL
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y DE
Estado de la Ficha de Caracterización: EN EJECUCION
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE COMERCIO Y

				Trabajo en Grupo	Sustentacion Grupos	Taller No. 5	Taller No. 6
No.	**Nombres**	**Apellidos**	**Correo Electronico**	abr-06	abr-13	abr-20	abr-27
1	JIMMY EVELIO	ALPALA ALPALA	jhimievelio10@gmail.com				
2	MONICA LIZZETH	AÑAZCO QUIÑONES	monicaanazco@misena.edu.co	APLAZAMIENTO			
6	JHOAN VANNESSA	BOLAÑOS MOSQUERA					
7	NATALIA ANDREA	ERAZO FERNANDEZ	erazonatalia200@gmail.com				
8	JAVIER FERNANDO	FLOREZ VARGAS	jfflorez040@misena.edu.co				
9	NICOLLETE ALEXANDRA	GARCIA ARBOLEDA	d.anisi0809@hotmail.com				
10	NELSON ALEJANDRO	HOYOS HURTADO	alejohh147@gmail.com				
11	TATIANA	MAMBUSCAY	tatianamambuscay21@gmail.com				
15	DAVID ANDRÉS	ORDÓÑEZ ALEGRÍA	davidandres198@hotmail.com				
16	ROSA ICELA	ORTIZ VILLA	Rozaixela@hotmail.com	RETIRO VOLUNTARIO			
17	MARIA VICTORIA	PATIÑO PATIÑO	mariavpat@unicauca.edu.co				
18	JESUS ALBERTO	PAZ CHICUE		RETIRO VOLUNTARIO			
22	CRISTIAN SANTIAGO	RODRIGUEZ PARDO	Santyrpr4@gmail.com				
23	JOHN DAVID	ROSERO SEQUEIRA	johnse9207@gmail.com	APLAZAMIENTO			
24	LISBETH VIVIANA	RUIZ DIAZ	vr9686142@gmail.com				
25	JULI PAULINA	SALAZAR VILLAQUIRAN	jupausavi@gmail.com				
28	PAOLA ANDREA	VELASCO CAMPO		APLAZAMIENTO			
30	VALERY JULIANA	VILLORINA LONDOÑO					

Listado de Asistencia Abril 2021

Ficha de 2164924 ESPEJO
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y DE
Estado de la Ficha de EN EJECUCION
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE

					Taller 1 Servicio al cliente	Sustentación Taller No. 1	Taller No. 1 Imagen Personal Personalidad	Taller No. 3 Relaciones Interpersonales
No.	Doc.	No. Documento	Nombres	Apellidos	abr-05	abr-12	abr-19	abr-26
1	CC	25287632	ANGELICA	AVIRAMA-HERNANDEZ	cumplio			
2	TI	1002778113	FABIAN ALBERTO	BASTIDAS-GURRUTE	cumplio			
3	TI	1002966187	ESTEFANIA	BRAVO-OREJUELA	cumplio			
4	CC	1017135413	ELKIN EDUARDO	CACERES-ATEHORTUA	cumplio			
5	CC	1083553542	YANEIRIS DE JESUS	CAMACHO-JIMENEZ	cumplio			
6	CC	1061539053	JEISSON ALEXANDER	CAMPO-CHIRIMUSCAY	No asistio	No asistio		
7	CC	1061687101	RICHARD	CASTRO-CASTILLO	cumplio			
8	CC	1061801465	FRANCY DIANEY	FERNANDEZ-CHAVACO	cumplio			
9	CC	1061743941	JHONY ESTEBAN	LOPEZ-MUÑOZ	Desercion			
10	CC	1085261354	JAIRO ANDRES	MARTINEZ-BASTIDAS	cumplio			
11	CC	10293072	LUIS BOLIVAR	MENA ASTUDILLO	cumplio			
12	CC	1061724001	ASTRID IVONNE	MUÑOZ-BECERRA	cumplio			
13	CC	1058975561	MARLENY	MUÑOZ-CAICEDO	Aplazar			
15	TI	99070409352	CAROL DANIELA	NUÑEZ-GONZALEZ	cumplio			
16	CC	1061715401	ROBIN	QUIJANO-DELGADO	cumplio			
17	CC	1059474079	MARY PATRICIA	QUINAYAS-				
19	CC	1060880837	MARIBEL	VILLADA-LLANTEN	cumplio			
20	CC	1061732310	BRAYAN FERNANDO	ZUÑIGA-TIMANA				
21	CC	1010138614	ANGI CAROLINA	VELASCO ULCHUR	cumplio			

Listadado de Asistencia y Reporte de Evaluación-Abril 2021

Fecha del Reporte: 09/02/2021
Ficha de Caracterización: 2186600
Cógigo: 121202
Versión: 101
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
Estado de la Ficha de EN EJECUCION
Fecha Inicio: 01/10/2020
Fecha Fin: 30/09/2022
Modalidad de Formación: PRESENCIAL
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

					Fidelización de Clientes	Sustentación	Taller No1. Imagen Personal Personalidad	Taller No. 2 Relaciones Interpersonales
Tipo de Documento	**Número de Documento**	**Nombre**	**Apellidos**	**Estado**	abr-06	abr-13	abr-20	abr-27
CC	34566170	IVONE	ALARCON CASTELLANOS	EN FORMACION				
CC	1143975133	JONATHAN	ANAYA SOLANO	EN FORMACION	Informa que solito Retiro Voluntario			
TI	1002792474	NATALIA	BELTRAN BERMUDEZ	EN FORMACION				
TI	1003103457	YINA ALEXANDRA	BOLAÑOS COMETA	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061738803	EYDI JOHANA	BURBANO CORDOBA	EN FORMACION	No asistio	No Regreso		
CC	76330531	JOSE ALBERTO	CAMPO BUENDIA	EN FORMACION				
CC	1002970874	YAN CARLO	GOMEZ ÑAÑEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1002963351	ANGIE TATIANA	HERNANDEZ CHILANGUA	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061744923	DAYANA LIZETH	ILES HOYOS	EN FORMACION				
CC	1061777555	CARLOS ANDRES	LEITON VIDAL	EN FORMACION	NO	NO		
CC	1063817005	JOSE MANUEL	MENDEZ MUÑOZ	EN FORMACION	NO	NO		
CC	1061816802	JHOINNER EFREN	NARVAEZ	EN FORMACION	NO	NO		
CC	1061225718	JHON FAIVER	OIDOR PICHICA	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061753666	JAZMIN LORENA	PALECHOR	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061786298	**MELISSA JULIETH**	**PALECHOR ANACONA**	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1061684017	ANGIE FERNANDA	QUINTERO SANDOVAL	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061761176	CRISTIAN DANIEL	RODRIGUEZ GALLARDO	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1063806219	CARLO EDUARDO	SANABRIA	EN FORMACION				
CC	76329207	YAMID OVEIMAR	SANDOVAL MUÑOZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061788339	LEIDY VIVIANA	SOLANO RUIZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061804820	MARIA CAMILA	SOLIS ALEGRIA	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1002778212	VICTOR ALFONSO	VIDAL BOLAÑOS	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1003036477	CLARA YADIRA	ZAMBRANO YANDI	EN FORMACION	Cumplio			
CC		MARIA FERNANDA	MUÑOZ MEJIA	EN FORMACION				
		JUAN JOSE	PALECHOR	EN FORMACION				

Vocero Ppal
Vocero Suplente

Listado de Asistencia y Reporte de Juicios de Evaluación- Abril

Fecha del Reporte: 10/02/2021
Ficha de 2206873
Cógigo: 121202
Versión: 101
Denominación: GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
Estado de la Ficha de EN EJECUCION
Fecha Inicio: 03/11/2020
Fecha Fin: 02/11/2022
Modalidad de PRESENCIAL
Regional: 19 - REGIONAL CAUCA
Centro de Formación: 9307 - CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

T.D	# Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Taller No.1 Fidelización de Clientes	Sustentación	Taller No. 1 Personalidad e Imagen	Taller No. 2 Relaciones Interpersonales
					abr-06	abr-15	abr-22	abr-29
CC	1061795653	ANA MILENA	AGUIRRE YASNO	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1002876713	BREISLY SILVANA	AVIRAMA JALVIN	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1003036581	ELMER ENRIQUE	CAMAYO COMETA	EN FORMACION				
CC	1061800633	JINETH FERNANDA	CAMPO ANGULO	EN FORMACION				
CC	1002963225	ANDRES SANTIAGO	CHARFUELAN LOPEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1003037150	ERIKA JOHANNA	CORTES RIVERA	EN FORMACION				
CC	1064438226	ASTRID CAROLINA	DIAZ TORRES	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061760810	JERLEY STEVEN	FERNANDEZ LOPEZ	EN FORMACION	No asistio			
CC	1002961649	CRISTIAN FELIPE	GALLEGO CASAS	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1002952930	YUELI	GOLONDRINO TROCHEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1003104007	YESICA ALEJANDRA	HERNANDEZ PAPAMIJA	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1002966733	ESTEFANI ESTELLA	HERNANDEZ PLAZA	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1002793586	MONICA LISBETH	HOYOS ORTEGA	EN FORMACION				
TI	1002922944	NICOLL YISEL	LLANTEN CHAMORRO	EN FORMACION				
CC	1004439836	SILVIA DANIELA	LOPEZ LOPEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1059912098	YAMILETH PAOLA	MELENDEZ GALINDEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1002963049	LICETH VALENTINA	NARVAEZ MARTINEZ	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1084226971	FANNY ELIZABETH	ORDOÑEZ CHAVES	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061749929	JAIDY YURANY	ORDOÑEZ MALPUD	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061767199	RONAL GABRIEL	ORTIZ GUACA	EN FORMACION				
CC	1060804024	KAREN YULIETH	PARRA QUILINDO	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1002959921	VERONICA	RESTREPO MOLANO	EN FORMACION	Cumplio			
TI	1068216782	MABY YESENIA	SANCHEZ MUELAS	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061822835	ANDRES MAURICIO	SILVA SOLANO	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1002821175	ANNY LUCIA	URIBE UCUE	EN FORMACION	Cumplio			
CC	1061781307	LUISA MILENA	VELASQUEZ CAIPE	EN FORMACION				
CC	1060240377	VIVIANA	YATA RODRIGUEZ	EN FORMACION	Cumplio			

Listado de Asistencia Abril 2021

Ficha de Caracterización: **2249588** - GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS

Estado: EN EJECUCION

Fecha del Reporte: 30/01/2021

	TD.	No. Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Taller 1	Sustentacion	Taller No. 1 Personalidad e Imagen Personal	Taller No.2 Relaciones Interpersonales	Taller No.3 La comunicación
						abr-07	abr-14	abr-16	abr-21	abr-23
1	CC	4774939	GUILLERMO LEON	AGREDO MALDONADO	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
2	CC	1061805354	VALENTINA	ARROYO GOMEZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**No asistio**			
3	TI	1004539116	ANYI JISSELA	BRAVO YANALA	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
4	CC	1061714260	NURY VIVIANA	BURBANO LOPEZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
5	CC	1061712078	CINDY CATHERINE	CAMPO MUÑOZ	EN FORMACION					
6	CC	1061772780	LEIDY JIMENA	CHITO NARVAEZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
7	CC	31331702	PAOLA ANDREA	COBO FLOREZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**No asistio**			
8	TI	1004539254	LISBETH CAROLINA	DIAZ YANALA	EN FORMACION	CUMPLIO	**No asistio**			
9	TI	1086774066	ERIKA JULIANA	DIAZ YANALA	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
10	CC	34324184	ANA DEINY	FERNANDEZ SALAZAR	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
11	CC	1061807688	HOLMMAN DAVID	GARZON SANCHEZ	EN FORMACION		**No asistio**			
12	CC	1061806434	KEIDY LORENA	GUERRERO MONCAYO	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
13	CC	1002836793	DIANA CAMILA	HENAO SALAZAR	EN FORMACION					
14	CC	1002961860	LISTE PAOLA	JIMENEZ SANCHEZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
15	CC	1007209336	DIANITH XIOMARA	LIZ ACHIPIZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**90**			
16	CC	1061691386	YULI LORENA	LLANTEN MARTINEZ	EN FORMACION	CUMPLIO	**100**			
17	CC	1002959422	JULIETH XIOMARA	MARQUEZ GAVIRIA	EN FORMACION		**No asistio**			
18	TI	1002968739	CAMILA ANDREA	MONTERO REINOSO	EN FORMACION					
19	CC	76313141	NESTOR RAUL	ORDOÑEZ [illegible]	EN FORMACION					
20	CC	10723931	DERIAN ALEXIS	PENAGOS VELASCO	EN FORMACION					
21	CC	1061684022	DEYSI LORENA DE JESUS	PIAMBA	EN FORMACION					
22	CC	1006662919	VERONICA SOFÍA	ROSERO ENCISO	EN FORMACION					
23	CC	1193271072	JHON EDUARD	SANCHEZ ERAZO	EN FORMACION					
24	CC	1002957937	TATIANA ALEXANDRA	TORRES ROJAS	EN FORMACION					
25	CC	1061763901	LINA ISABEL	VALENCIA CIFUENTES	EN FORMACION	CUMPLIO	**90**			