GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO DESARROLLO CURRICULAR
GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: GESTION BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
- **Código del Programa de Formación**: 121212
- **Nombre del Proyecto**: ASESORIA COMERCIAL Y FINANCIERA: ESTRATEGIA PARA FIDELIZACION DE USUARIOS DEL SECTOR FINANCIERO
- **Fase del Proyecto** : Análisis
- **Actividad de Proyecto**: A15 ELABORAR LA CLASIFICACIÓN DE LA CARTERA TENIENDO EN CUENTA LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA
- **Competencia**: 210301001 Administrar la cartera de crédito de acuerdo con normas legales, institucionales.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: 273008 Aplicar la política institucional en los procesos de administración de cartera según los lineamientos registrados en la normatividad vigente.
- **Duración de la Guía**:36 horas presenciales y 4 autónomas

2. PRESENTACION

En finanzas, un portafolio o cartera es una combinación de las inversiones realizadas por una institución o un individuo. La creación de un portafolio es parte de una estrategia de diversificación de la inversión y limitar el riesgo.

La recuperación de la cartera en el Sector Financiero Colombiano es un proceso indispensable para el equilibrio del mismo, así como la clasificación de dicha cartera, debido a que para una Entidad financiera es importante que los créditos otorgados retornen, por esto deben llevar una adecuada administración del riesgo crediticio SARC

Querido aprendiz después de reconocer los procesos para recuperar la cartera vencida, es fundamental que conozca la clasificación que se le da a los clientes y sus efectos.

La evaluación de la cartera tiene inicio con el otorgamiento del crédito, en ésta fase del proceso se analiza y segmenta al cliente lo cual es de suma importancia para garantizar la veracidad de la información, continúa a través del tiempo esperando sea amortizado en su totalidad y satisfactoriamente, de no ser así se convierte en un indicador de riesgo para la Entidad y el cliente.

Para iniciar el desarrollo de ésta Guía, lo invitamos a observar la Imagen No.2 de forma individual y por medio de un escrito no mayor a una hoja, que deberá hacer parte de su portafolio personal, mencione qué aspectos le llamo la atención; relaciónelos el texto anterior, y por último elabore una conclusión donde presente una posible solución para minimizar o controlar la cartera vencida. Socialícelo con su Grupo para luego realizar la retroalimentación con todo el grupo y su instructor.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Reflexión:

IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS PARA LA CLASIFICACIÓN DE LA CARTERA



Imagen no. 1

Analice la imagen anterior y responda las siguientes preguntas:

a. ¿Qué es la cartera?
b. ¿Cuáles son los métodos de provisión de cartera?
c. ¿Cómo se contabiliza el sistema general?
d. ¿Cómo se contabiliza el sistema individual?
e. ¿Qué es el castigo de cartera?
f. ¿Qué es el recaudo de cartera?
g. ¿Qué importancia tiene para la entidad financiera y para el público en general la evaluación y clasificación de la cartera y el reporte de esta evaluación a las centrales de riesgo?
h. ¿Qué estrategias implementaría un Asesor comercial para recuperar de cartera?
i. ¿Qué es la recuperación de cartera?
j. ¿Qué es el recaudo?
k. ¿Qué son las políticas de cobranza?.
l. ¿Cómo se clasifican los deudores, defínalos?
m. que se realiza una cobranza efectiva.



Imagen No.2

3.2 Contextualización:

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE



El tema de recuperación de cartera tomó importancia en Colombia hacia el año 2000, originado por el alto grado de morosos; éste logró convertirse en uno de los indicadores más importantes del sector financiero. Gracias al SARC-Sistema de Administración del Riesgo Crediticio, se puede medir, clasificar y controlar la cartera de las diferentes entidades financieras.

El análisis de éste tema, hace parte del Programa de Formación Profesional Integral, donde usted apreciad@ Aprendiz se está formando, contemplado en su proyecto formativo que para este caso es La Fidelización del Cliente a través del Servicio en las Entidades Financieras.

La intención de la guía es identificar los procesos para la clasificación de la cartera, logrando la fidelización de los clientes del sector financiero y comprendiendo lo relevante de su labor como Asesor Comercial, que no solo es institucional sino también personal y profesional.

1. ¿Es importante clasificar a los clientes morosos?¿Por qué?
2. ¿Qué impacto tiene el clasificar la cartera, desde la entidad financiera y el cliente?
3. ¿Existe algún beneficio para usted asesor comercial, el clasificar la cartera de la entidad?
4. Con lo anteriormente expuesto, pregúntese y dé respuesta de acuerdo a sus conocimientos previos a los siguientes interrogantes:

A continuación como trabajo autónomo, indague las siguientes preguntas como mínimo a 4 personas, las cuales pueden ser su familia, amigos, vecinos y personas que usted crea que le pueden ayudar:

 ¿Ha escuchado hablar de la clasificación de la cartera en el sector financiero, qué es, para qué sirve, por qué es tan importante?

 ¿Ha sido parte de la clasificación de cartera en el sector financiero?

- Leer el documento proporcionado por el instructor que se encontrará en la carpeta material de apoyo. (Cap 2 Anexo 3 - REGLAS RELATIVAS A LA GESTIÓN DEL RIESGO CREDITICIO).
- Investigue como se clasifican los contratos de cartera comercial.

- Cuál es el objetivo dela cobranza en el sector financiero
- Cuáles son las políticas de cobranza que utiliza el sector financiero
- Cuál es la mecánica de la cobranza que se utiliza en el sector financiero
- Que Técnicas de cobranza se utilizan en el sector financiero.

3.3 Apropiación:

Elabore una base de datos que contenga 100 consumidores financieros con solicitud de vinculación única y productos de Ahorro, consumo e inversión asociados. Presente un informe de cartera con los parámetros establecidos por el instructor. (Haga uso de la plantilla suministrada por el instructor).

Después de haber desarrollado las actividades de contextualización donde evidencia sus conocimientos previos. Con el material de apoyo, didáctico y las consultas que realice de forma autónoma, desarrolle en el ambiente de formación y complemente las siguientes actividades:
1. En una presentación en power paint elabore un cuadro donde plasme los datos más relevantes del SARC, tales como origen, objetivo, alcance, factores, etapas, riesgos asociados, fuentes que lo regulan y a quién se le reporta en caso de presentarse. Socialícelo con su equipo de trabajo y luego de acuerdo a indicación del Instructor preséntelo a todo el grupo. Una vez realizada la retroalimentación déjela como evidencia en su portafolio personal.
2. Con base a los planteamientos expuestos del SARC, En su equipo de trabajo prepare una obra de teatro (juego de roles) donde se evidencie que aplica la normatividad vigente así como el proceso de venta de productos y servicios financieros de acuerdo a la política institucional. Su Instructor evaluará también expresión oral y corporal, presentación personal, actitud, conocimientos sobre manejo de clientes, resolución de problemas y manejo del entorno (riesgo ocupacional), esté atento a la retroalimentación con el grupo.
3. De manera individual y desescolarizada realice la siguiente lectura de la circular 100 de 1995, luego con su grupo e instructor socialícele la información a través del juego del tingo-tango.
4. Respetado aprendiz escoja con su equipo de trabajo una Entidad bancaria, diferente a la de sus compañeros, realicen una visita y consulten los pasos para desembolsar cinco líneas diferentes de crédito, luego muestre ante el grupo e instructor técnico la información obtenida, mediante una sustentación.
6. Querido aprendiz observe los siguientes videos en compañía de su equipo de trabajo
https://www.youtube.com/watch?v=jIyxbK86k7k
https://www.youtube.com/watch?v=pyIj7F91zQo
https://www.youtube.com/watch?v=j1HjlRJoOVA
Posteriormente realicen una dramatización donde se evidencie la información obtenida. Esté atento a la retroalimentación por parte de su instructor técnico.

3.4 Socialización:

- Presentación de Informe de cartera de productos asociados.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : 1. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. 2. CARACTERÍSTICAS EXTRÍNSECAS E INTRÍNSECAS DE LAS PN, PJ Y ESTADO. 3. ASPECTOS PSICO-SOCIALES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS BANCARIO. **4.** INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA EMPRESARIAL. **Evidencias de Desempeño** Socialización sobre la investigación **Evidencias de Producto:** 1. Elaboración de Brochure de Productos financieros	1. IDENTIFICA Y CLASIFICA LOS DIFERENTES DEMANDANTES DEL SECTOR FINANCIERO 2. IDENTIFICAS LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO, DE ACUERDO CON EL ESTUDIO 3. TÉCNICO DE FABRICACIÓN Y LO COMPARA CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO Y 4. FACTIBILIDAD TÉCNICA. 5. OBSERVA EL PROCESO DE LA SEGMENTACION DEL MERCADO FINANCIERO. 6. ASPECTOS TÉCNICOS, LEGALES Y DE MERCADO.REALIZA EL INFORME DEL SEGMENTO DEL MERCADO FINANCIERO TENIENDO EN CUENTA LA POLITICA INSTITUCIONAL.	**TÉCNICA:** Observación **DE CONOCIMIENTO** **Instrumento: Cuestionario** **Técnica: Formulación de preguntas** **DE DESEMPEÑO** **Instrumento : Lista de chequeo** **Técnica: Observación Sistemática** **DE PRODUCTO** **Instrumento: Lista de chequeo** **Técnica: Observación / valoración del producto**

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Accesibilidad. Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.

Acercamiento. Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.

Actitud:

A) Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.

B) Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Acuerdo de precios (price fixing). Convenio entre dos o más empresas sobre el precio que cobrarán por un producto.

Adaptación del producto. Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseos de los mercados extranjeros.

Administración de la fuerza de ventas. Análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de su estrategia; y reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.

Administración de mercadotecnia. Análisis, planeación, ejecución y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios provechosos con compradores objetivo a fin de lograr los objetivos de la organización.

Administración de ventas. Actividades del gerente de ventas y su personal fijo encaminadas a encontrar, conservar, motivar, dirigir, evaluar y regular los esfuerzos del personal de ventas.

Administración relación con el cliente. Conocida también como CRM (Customer Relationship Management), es una filosofía empresarial que tiene como objetivo incrementar y perfeccionar la relación con los clientes. Un sistema integrado de información que se utiliza para planificar, programar y controlar las actividades de preventa y posventa en una organización. CRM abarca todos los aspectos de tratar con clientes y clientes potenciales, incluyendo el centro de llamadas, la fuerza de ventas, marketing, soporte técnico y servicio de campo. El objetivo principal de CRM es mejorar el crecimiento a largo plazo y la rentabilidad mediante una mejor comprensión del comportamiento de los clientes. CRM tiene como objetivo proporcionar información más eficaz y una mejor integración para medir mejor el retorno de la inversión (ROI) en estas áreas. El

objetivo del CRM es establecer relaciones de confianza con los consumidores, escuchándolos para conocerlos y para poder satisfacer sus necesidades y deseos, ganando así su fidelidad, y garantizando de esta forma los beneficios futuros para la empresa.

Adopción. La decisión de un individuo de convertirse en usuario regular de un producto.

Adoptadores, Categorías de. Clasificación de individuos de un mercado basado en su aceptación a las innovaciones.

Agencias de servicios mercadológicos. Firmas de investigación de mercados, agencias publicitarias, medios de comunicación, firmas de consultoría en mercadotecnia y otros prestadores de servicios que auxilian a una empresa a colocar y promover sus productos en los mercados adecuados.

Agente del fabricante. Intermediario que vende las líneas de productos relacionados pero no competitivos para varios fabricantes. Cuenta generalmente con un territorio protegido y rara vez posee inventarios o toma el título de los bienes que vende.

Agente intermediario mayorista. Persona que desarrolla las tareas de mayoreo, pero no adquiere el titulo de los productos que maneja.

Agente. Mayorista que representa a compradores o vendedores de manera relativamente permanente; desempeña sólo algunas funciones y no tiene derechos sobre los productos.

Agente vendedor. Mayorista que comercia con los productos de un fabricante y controla las decisiones de fijación de precios y los gastos de promoción.

Alcance. Porcentaje de personas del mercado meta expuesto a una campaña publicitaria durante determinado tiempo.

Alianza estratégica (Strategic alliance). Acuerdo cooperativo entre empresas de negocios a mediano y largo plazo.

Almacenes de distribución. Instalaciones para el almacenamiento y el reenvío. Se usan para facilitar el movimiento rápido de bienes cuando se comercia con zonas remotas en relación con el punto de fabricación.

Ambiente cultural. Instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de la sociedad.

Ambiente de mercadotecnia. Participantes y fuerzas ajenas a la mercadotecnia que influyen en la capacidad de administración de la misma para desarrollar y sostener tratos exitosos con los clientes meta.

Ambiente económico. Factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto del consumidor.

Ambiente natural. Recursos naturales que los comerciantes necesitan para su producción o aquellos que se ven afectados por las actividades comerciales.

Ambiente político. Leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de determinada sociedad y los limitan.

Ambiente tecnológico. Fuerzas que producen nuevas tecnologías, nuevos productos y oportunidades de mercado.

Análisis de gastos respecto de las ventas. Análisis de la relación entre los gastos de mercadotecnia y las ventas para mantener ésos en el nivel adecuado.

Análisis de la cartera. Instrumento mediante el cual la administración identifica y evalúa los diferentes negocios que constituyen la compañía.

Análisis de valor. Enfoque de reducción de costos en el que los componentes se analizan cuidadosamente para determinar si es posible rediseñarlos, estandarizarlos o fabricarlos mediante métodos de producción más baratos.

Análisis de ventas. Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Análisis del punto de equilibrio. Evaluación financiera del potencial de ganancia de precios alternativos,

Análisis financiero. Análisis de la proyección de ventas, costos y utilidades de un nuevo producto para determinar si dichos factores cumplen con los objetivos de la compañía.
Balanza de pagos (BP). Registro estadístico que resume sistemáticamente las transacciones económicas entre los residentes de un país y el resto del mundo, realizadas durante un período determinado.

BENCHMARKING. Metodología que promueve la incorporación en las empresas de prácticas y métodos exitosos, no importa donde estén. Incita a ser creativos mediante la copia de estrategia, productos y procesos aplicados en otras áreas, no necesariamente similares a la de la empresa que los implanta.

Beneficio del producto. Características del producto o servicio que son percibidas por el consumidor como una ventaja o ganancia actual y real.

Bienes de consumo. Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo.
Cadena de tiendas. Dos o más establecimientos de propiedad y control asociados, que cuentas con un solo centro de compras y mercadeo y que venden géneros similares de mercancía.

Cadena de voluntarios patrocinada por el mayorista. Sistema de organización de mercadotecnia vertical por contrato en los cuales los mayoristas organizan cadenas de minoristas independientes voluntarios que les ayudan a competir con grandes cadenas corporativas.

Calidad del producto. Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.

Canal de distribución (canal de mercadotecnia).

A) Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.

B) El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final

Canal de distribución convencional. Canal que consiste en uno o más productores independientes, mayoristas y minoristas, quienes libremente buscan maximizar sus utilidades respectivas, aún a costa de los beneficios del sistema en su conjunto.

Canal de mercadotecnia directa. Canal de mercadotecnia directa que carece de niveles intermedios.

Canales de comunicación no personal. Medios que llevan mensajes sin tener contacto o retroalimentación personal, incluyendo los masivos y los selectivos, las atmósferas y los eventos.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

https://sites.google.com/site/icygnes/glosario-terminos-de-mercadeo-marketing

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**SANDRA PATRICIA BASTIDAS**			**17/09 /2019**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

Centro de
Comercio y Servicios
Regional Cauca

Bienvenidos al programa

TECNOLOGO EN GESTIÓN BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS



Justificación del programa



El programa de Tecnólogo en Gestión Bancaria y de Entidades Financieras, se creó para brindar al sector de servicios financieros, la posibilidad de incorporar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno

Qué hace un **Tecnólogo en Gestión Bancaria y de Entidades Financieras**

- Vincula y da asesoría comercial y financiera al cliente,
- procesa depósitos, pagos y retiros en moneda legal y extranjera,
- fideliza al cliente incrementando los vínculos comerciales y logrando la rentabilidad del negocio,
- evalúa el riesgo crediticio y la rentabilidad de las operaciones financieras,
- desarrolla operaciones en moneda extranjera por ingresos y egresos de divisas,
- administra la cartera de crédito y el riesgo de la unidad de negocios.





DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE	Lectiva	Total
	15 meses	24 meses
	Práctica	
	9 meses	

Que aprenderás

Dar asesoría comercial y financiera para satisfacer las necesidades del consumidor financiero



Que aprenderás



Interpretar Indicadores Financieros y evaluar capacidad de endeudamiento

Que aprenderás

Desarrollar estrategias de mercadeo para vinculación de nuevos clientes



Que aprenderás



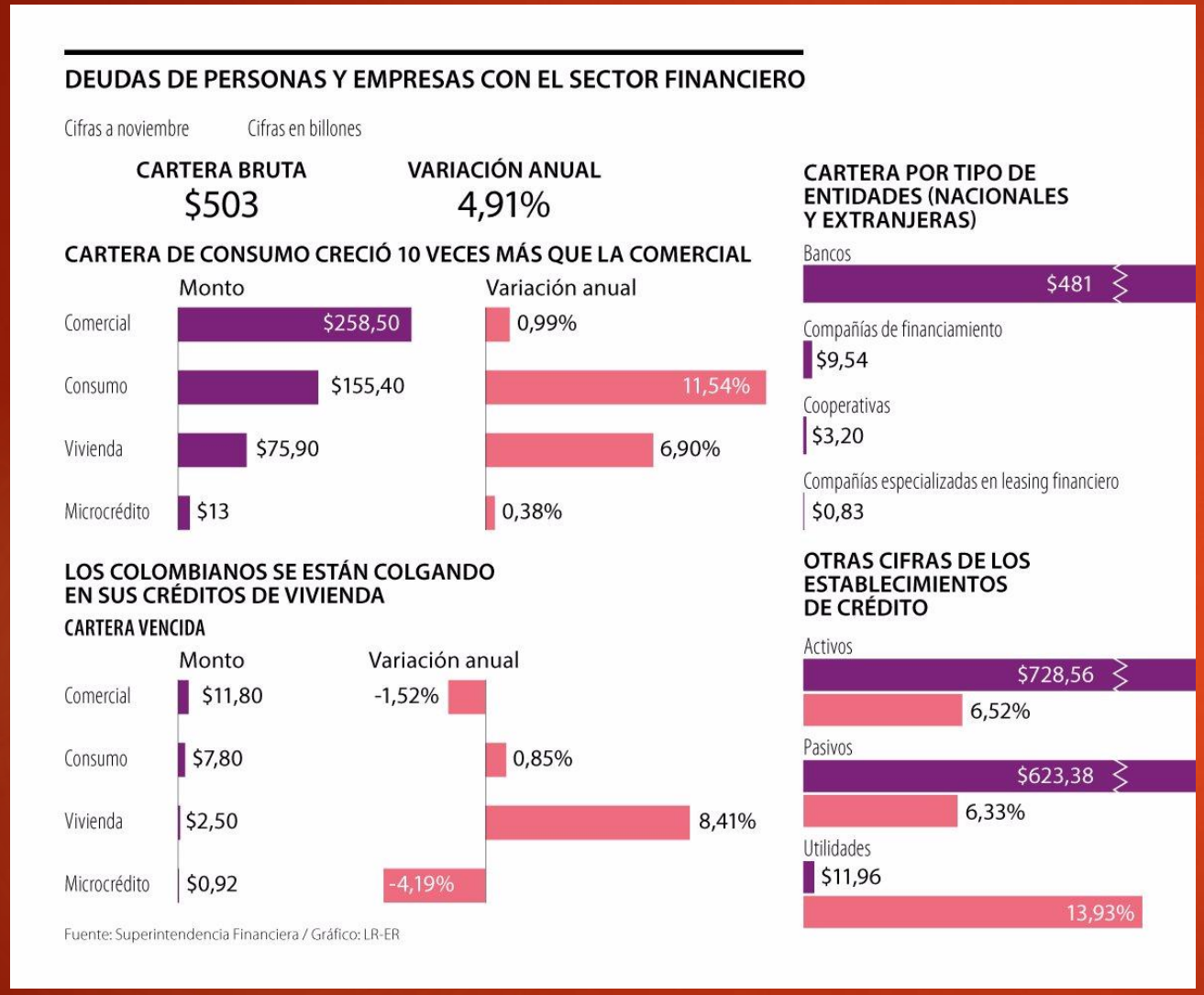
Procesar Depósitos, pagos, retiros

Que aprenderás

Aplicar técnicas de Fidelización de clientes



Que aprenderás



Marco legal en la administración de carteras de crédito

Que aprenderás



Herramientas de análisis de riesgo crediticio

Que aprenderás

Administración y manejo del talento humano



Que aprenderás

HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS





Que perfil de salida tiene la tecnología

Asesor Comercial de productos y servicios
Asistente de productos de captación y colocación
Orientador de servicios
Asistente de crédito y cartera
Asistente de caja y recaudos
Asistente de cobranzas
Ejecutivo de cuenta
Cash Management



Bienvenidos Aprendices



Líder de Ficha: 2164924

Danny Karlo Collazos Villegas
Celular 3006565215
Correo: dkcollazos5@misena.edu.co


Muchas
Gracias!

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE CARTERA

REGISTRO DE CAMBIOS

FECHA DE VIGENCIA/ VERSIÓN No.	NUMERAL	DESCRIPCION U ORIGEN DEL CAMBIO

1. OBJETIVO

Garantizar la sostenibilidad financiera de la institución, a través del recaudo total y oportuno de la cartera, de tal manera que se mantenga un flujo de caja adecuado que permita a la institución cumplir con sus obligaciones económicas.

2. ALCANCE

El procedimiento de gestión de cartera nace en el momento en que se aprueba un crédito educativo, hasta que el cliente realiza el pago del servicio educativo en su totalidad.

3. RESPONSABLE

El Coordinador de Cartera es el responsable de cumplir, hacer cumplir y mantener actualizado este procedimiento.

4. DEFINICIONES

4.1 Cartera: Cuentas que representan derechos a favor de la institución, originados en el desarrollo de su misión.

4.2 Gestión de Cartera: Proceso mediante el cual se realizan las actividades que permitan el recaudo oportuno de las cuentas por cobrar.

4.3 Paz y Salvo: Es la certificación de que el estudiante o las entidades financieras, que benefician al mismo, no poseen deudas con la institución.

4.4 Acuerdos de Pago: Son los porcentajes de descuentos autorizados o convenios entre el deudor y la institución para el pago de las obligaciones pendientes.

LA IMPRESIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE CONSIDERA COPIA NO CONTROLADA

5. POLÍTICAS

5.1 Los convenios para financiación de estudios que se realicen con entidades públicas o privadas son aprobados por la Junta Directiva de la Institución.

5.2 No se otorgarán créditos directos a estudiantes que por primera vez ingresan a la institución, ni a los que se encuentran en último semestre; así mismo a los que posean deudas pendientes por cancelar y/o mal comportamiento de pago.

6. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

6.1 COBRO DE CREDITOS DIRECTOS CON LA INSTITUCION

6.1.1. Cobro preventivo: Mensualmente, de tres (3) a cinco (5) días antes de finalizar el mes, el Coordinador de Cartera distribuye entre los Auxiliares de Cartera, las carteras generadas por sede y por modalidad, para que procedan a realizar el cobro preventivo a los estudiantes cuya cuota está próxima a vencer. Esta gestión debe quedar plasmada en una ***"planilla de seguimiento de cartera"*** que soporte el proceso.

6.1.2 Cobro administrativo: Cinco (5) días después de fin de mes, el Coordinador de Cartera actualiza el informe de cartera y lo distribuye nuevamente a los Auxiliares de Cartera para que inicien el cobro administrativo a los estudiantes que no pagaron en la fecha indicada. Se realizan llamadas telefónicas, se acuerdan nuevas fechas de pago y se informa a los deudores a cerca de la generación de intereses por mora.

Los Auxiliares de Cartera deben revisar diariamente la ***"planilla de seguimiento de cartera"*** (magnético) con los compromisos de pago y realizar las llamadas telefónicas necesarias para conseguir el pago de la deuda dentro del semestre. Si al finalizar el semestre el estudiante no ha cancelado el valor total de la obligación, se procede a

bloquear el proceso de matrícula para el siguiente semestre, hasta tanto se ponga a paz y salvo con la deuda.

6.1.3. Cobro pre jurídico: Por solicitud del Coordinador de Cartera, El cobro pre jurídico lo realizan abogados externos, mediante una comunicación en la que cita al deudor para suscribir con él un acuerdo de pago donde se establezcan el número de cuotas, valor y fechas de pago. El Coordinador de Cartera hace seguimiento a estos casos.

6.1.4. Cobro jurídico: Lo realizan abogados externos, por solicitud del Coordinador de Cartera, cuando el deudor incumple el acuerdo de pago suscrito con la institución, durante un semestre. En este caso, el Asesor Jurídico procede a entablar demandas y a hacer efectivas las garantías de la deuda.

NOTA: La cartera de difícil cobro que ha sido gestionada de acuerdo a lo establecido en este procedimiento sin obtenerse un resultado positivo de recaudo, pasará a un estado de provisión o cartera castigada, mediante diligencia en la que el Coordinador de Cartera emite un oficio al Jefe de Contabilidad informando sobre los casos de cartera de difícil cobro, quien a su vez informa al vicerrector administrativo y financiero para que este lo lleve a Junta Directiva, en donde se toman las decisiones para cada caso.

6.2. COBRO A ENTIDADES DE CREDITO.

6.2.1 ICETEX

Un (1) mes después de haber enviado la documentación de los créditos aprobados, el Coordinador IES- ICETEX consulta a través de la página Web de ICETEX los desembolsos realizados. Si no se han efectuado desembolsos, envía un correo electrónico al Asesor de Grandes Clientes, asignado a la Institución, solicitando los pagos pendientes.

6.2.2 OTRAS ENTIDADES DE CRÉDITO

El Coordinador de Cartera realiza un cronograma de pagos de entidades de crédito donde relaciona, las fechas de corte que cada una establece para el pago de sus obligaciones, y la modalidad de pago.

El Coordinador de Cartera realiza el seguimiento de estos pagos permanentemente; para asegurarse del ingreso oportuno de los abonos.

Una vez terminado el proceso de matrículas y vencidos los plazos de pago, según las fechas de corte de las entidades de crédito, se realiza la distribución de esta cartera entre los Auxiliares de Cartera para que inicien la gestión de cobro, a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos a los que se anexa el listado detallado de estudiantes pendientes de pago, y el valor adeudado.

6.3 COBRO DE CARTERA POR CONVENIOS O LIBRANZAS.

Las entidades con las que se manejan convenios o libranzas de financiación de matrículas, realizan cortes mensuales para el pago.

Los cinco (5) primeros días de cada mes, el Coordinador de Cartera revisa los listados de estudiantes matriculados a través de convenios o libranzas, que se encuentren morosos. Seguidamente se contacta telefónicamente con las oficinas de pagos de las entidades para solicitar los pagos pendientes, dejando establecidas fechas para los mismos; de ser necesario, se realizan visitas a las entidades para obtener el pago de las obligaciones.

6.4 RECAUDO Y REGISTRO DE CARTERA

6.4.1 PAGOS DE CUOTAS DE CREDITOS DIRECTOS.

Los Auxiliares de Créditos reciben información de los pagos de cuotas de créditos directos, que los estudiantes han realizado en las diferentes entidades bancarias y empresas recaudadoras, autorizadas por la institución y los registran en el **"software económico"** para actualizar el estado de la cartera.

Nota: La información de los pagos realizados en empresas recaudadoras, la solicita semanalmente el Jefe Financiero, quien clasifica los comprobantes de pago y envía lo concerniente al pago de cuotas de crédito al Coordinador de Cartera para que los auxiliares de créditos los registren en el **"Software de económico".**

6.4.2 PAGOS DE ENTIDADES FINANCIERAS

6.4.2.1 ICETEX.

Una vez verificado el desembolso a favor de CECAR, el Auxiliar de Crédito -ICETEX imprime el reporte de pago donde se relacionan de los nombres de los estudiantes y los valores respectivos. Seguidamente solicita los extractos bancarios en la oficina de contabilidad y procede a conciliar los giros con los créditos aprobados. Verificada esta información, liquida el porcentaje del fondo de sostenibilidad por cada estudiante e ingresa los pagos, discriminados al **"software económico"** quedando de esta manera, actualizada la cartera. Las inconsistencias encontradas son reportadas a ICETEX, de igual manera, se informa a los estudiantes que tengan deudas pendientes por no giro o que deban solicitar reintegro.

Nota: Sólo podrán solicitar reintegros los estudiantes que por prontitud en el pago de la matricula hayan realizado prestamos con otra entidad de crédito. De otro modo los dineros pagados quedan como soporte para pagos posteriores de matriculas, habilitaciones, diferidos, certificados, derecho a grado, entre otros.

6.4.2.2. OTRAS ENTIDADES DE CRÉDITO.

Las entidades de crédito realizan el pago total de las matrículas de los estudiantes, a través de consignaciones a las cuentas de la institución, indicadas. De igual manera, envían en medio físico y/o electrónico la relación de los estudiantes y los valores abonados. El Auxiliar de Crédito luego de verificar el ingreso del dinero a la cuenta de CECAR, procede a ingresar la información al **"software económico",** por estudiante.

6.4.3 PAGOS POR AUXILIOS DE BIENESTAR UNIVERSITARIO

El Coordinador de Cartera le hace seguimiento a la legalización de los auxilios de bienestar universitario, por parte de la Junta Directiva. Una vez aprobados, el Auxiliar de Crédito registra esta información en el **"software económico",** para actualizar la cartera del estudiante beneficiado.

6.4.4 PAGOS POR DESCUENTO DE NOMINA

Mensualmente, el Auxiliar de nómina envía al Coordinador de Cartera, una relación de los estudiantes beneficiados con Libranzas de CECAR y sus respectivos valores, para que el Auxiliar de Crédito, registre los valores en el **"software económico",** por estudiante.

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

N/A

8. REGISTROS

- Software económico.
- Planilla de seguimiento de Cartera

	Elaborado por	Aprobado por
Nombre	María Carolina Barrios Hoyos	Piedad Martínez Carazo
Cargo	Coordinador de Cartera	Rectora
Firma	*Original Firmado*	*Original Firmado*

PROVISIÓN O CASTIGO DE CARTERA

PROVISIÓN INDIVIDUAL

Se toman los deudores morosos con mas de un año al final del periodo y se aplica un 33% para cada uno de ellos.

(Podemos aplicar un 33% por cada año)

PROVISIÓN GENERAL

Al final del periodo se identifican los deudores y de acuerdo al tiempo de vencida la deuda se aplicarán los siguientes porcentajes:

5% -> mas de 3 meses
10% -> mas de 6 meses
15% -> mas de un año

CONTABILIZACIÓN

CUENTA	NOMBRE	DEBITO	CREDITO
519910	(Provisiones)-DEUDORES	XXXXX	
139905	(Provisiones)-CLIENTES		XXXX

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: GESTION BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS
- **Código del Programa de Formación**: 121212
- **Nombre del Proyecto**: ASESORIA COMERCIAL Y FINANCIERA: ESTRATEGIA PARA FIDELIZACION DE USUARIOS DEL SECTOR FINANCIERO
- **Fase del Proyecto** : Análisis
- **Actividad de Proyecto**: A4-Evaluar el Riesgo de la Operación Financiera aplicando las directrices establecidas en el SARLAFT, SARO Y SARI.
- **Competencia**: Competencia 210301002 Dar asesoría comercial y financiera que conduzca a la satisfacción de las expectativas y necesidades reales del cliente.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: RAP. 272947 - Aplicar procesos de venta de productos y servicios financieros de acuerdo con la política institucional.
- . **Duración de la Guía**:36 horas presenciales y 4 autónomas

2. PRESENTACION

Las economías modernas dependen del buen funcionamiento de los sectores financieros. En los últimos decenios el suministro de servicios financieros ha venido creciendo sustancialmente en prácticamente todos los países. También el comercio de servicios financieros ha registrado una rápida expansión. Por otra parte, el progreso tecnológico, el desarrollo de nuevos instrumentos financieros y la liberalización han aumentado el potencial de crecimiento del sector tanto en el plano nacional como en el internacional. Esta tendencia continuará probablemente en el futuro, especialmente si prosigue la apertura de los mercados.

Es probable que la liberalización del comercio de servicios financieros reporte importantes beneficios. En primer lugar, la intensificación de la competencia mejorará la eficiencia del sector, lo que conducirá a menores costos, mejor calidad y mayor surtido de servicios financieros. En segundo lugar, la

liberalización mejorará la intermediación financiera y las oportunidades de inversión a través de una mejor asignación intersectorial, internacional y cronológica de los recursos y a través de mejores medios de gestión de los riesgos y absorción de las crisis. En tercer lugar, la apertura de la economía inducirá a los gobiernos a mejorar la gestión macroeconómica, las intervenciones de política interna en los mercados crediticios y la reglamentación y supervisión del sector financiero.

Después de haber ahondado en los conceptos básicos de la política comercial y de crédito a través deL desarrollo de la guía anterior, ahora aprenderá cómo el vender productos financieros no se limita a un proceso. El vender es quizá una de las labores más complejas que existen en el ámbito laboral, ya que depende de variables que no se pueden manipular, aún lo es más si hablamos del Sector Financiero Colombiano debido a que se ofrecen intangibles, diferentes productos y servicios.

Esto significa, querido aprendiz, que no es lo mismo ser vendedor en un almacén de ropa donde nuestros clientes pueden observar lo que van a comprar, a vender cuentas de ahorros, seguros de vida, créditos en sus diferentes líneas, los cuales no se pueden tocar y observar.

El vendedor del sector financiero colombiano debe mostrar al cliente la necesidad del producto o servicio, teniendo en cuenta sus características, es decir, no puedo vender una cuenta corriente de la misma forma a todas las personas; por consiguiente se deben aplicar las técnicas de venta de acuerdo a los diferentes tipos de clientes.

Los seres humanos somos una mezcla de experiencias, tradiciones, emociones, que definen la personalidad de cada uno, por tal razón debe ser muy cuidadoso al momento de abordar a un cliente.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Reflexión:



Analice la imagen anterior y responda las siguientes preguntas:

a. Que tipos de productos considera que se negocian en un banco.

b. Qué tipo de análisis considera que se realiza un asesor para vincular un cliente.

c. Considera usted que son importantes las políticas dentro de un establecimiento bancario. Justifique su respuesta

d. Que variables se tienen en cuenta para vincular a un cliente.

e. Cuáles son las ventajas y desventajas del servicio que se presta en un establecimiento financiero.

f. Cuales estrategias implementaría para vender un producto financiero.

g. Realice un debate con todos sus compañeros y con el instructor para conocer los diferentes puntos de vista.

3.2 Contextualización:

- Leer el documento proporcionado por el instructor que se encontrará en la carpeta material de apoyo. (Productos y servicios financieros,).
- Investigar la política institucional que aplica para los bancos
- Investigue los pasos para desarrollar una segmentación del mercado financiero.

3.3 Apropiación:

I. Investigue y desarrolle

- Que es un producto Bancario
- Que es un servicio Bancario
- Como se clasifican las operaciones financieras
- Que es una operación activa
- Que es una operación pasiva
- Consulte la reseña Histórica del Banco Asignado por el instrutor(Planeación Estratégica, Misión, Visión, Organigrama, Puntos de Atención, Red de corresponsales Bancarios, plataforma y aplicativos. (Desarrollo línea de tiempo).
- Clasificación de productos y servicios financieros (Caraterisiticas, requisitos, beneficios y formatos de vinculación y manejo de tasas).
- Política crediticia, Política cambiaria y Política monetaria.
- Ley que rige el uso y tratamiento de Datos
- Identifique los tipos de clientes que se perciben en el sector financiero.

II. Elabore un brochure de productos financieros.

III. Desarrolle una Asesoría comercial ofertando un producto financiero,de acuerdo a los lineamientos ofertados por el instructor.

IV. Elabore un cuadro comparativo de todos los bancos.

3.4 Socialización:

- Exposición y trabajo colaborativo: Con las orientaciones del instructor debe hacer una revisión de los contenidos presentando exposiciones en las cuales dé a conocer los productos y servicios financieros que oferta el Banco asignado por el instructor.
- Presentación de Asesoria comercial

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : 1. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS	1. IDENTIFICA Y CLASIFICA LOS DIFERENTES DEMANDANTES DEL SECTOR FINANCIERO	**TÉCNICA:** Observación **DE CONOCIMIENTO**

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS. 2. CARACTERÍSTICAS EXTRÍNSECAS E INTRÍNSECAS DE LAS PN, PJ Y ESTADO. 3. ASPECTOS PSICO-SOCIALES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS BANCARIO. **4.** INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA EMPRESARIAL. **Evidencias de Desempeño** Socialización sobre la investigación **Evidencias de Producto:** 1. Elaboración de Brochure de Productos financieros	2. IDENTIFICAS LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO, DE ACUERDO CON EL ESTUDIO 3. TÉCNICO DE FABRICACIÓN Y LO COMPARA CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO Y 4. FACTIBILIDAD TÉCNICA. 5. OBSERVA EL PROCESO DE LA SEGMENTACION DEL MERCADO FINANCIERO. 6. ASPECTOS TÉCNICOS, LEGALES Y DE MERCADO.REALIZA EL INFORME DEL SEGMENTO DEL MERCADO FINANCIERO TENIENDO EN CUENTA LA POLITICA INSTITUCIONAL.	**Instrumento: Cuestionario** **Técnica: Formulación de preguntas** **DE DESEMPEÑO** **Instrumento : Lista de chequeo** **Técnica: Observación Sistemática** **DE PRODUCTO** **Instrumento: Lista de chequeo** **Técnica: Observación / valoración del producto**

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Accesibilidad. Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.

Acercamiento. Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.

Actitud:

A) Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.

B) Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Acuerdo de precios (price fixing). Convenio entre dos o más empresas sobre el precio que cobrarán por un producto.

Adaptación del producto. Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseos de los mercados extranjeros.

Administración de la fuerza de ventas. Análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de su estrategia; y reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.

Administración de mercadotecnia. Análisis, planeación, ejecución y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios provechosos con compradores objetivo a fin de lograr los objetivos de la organización.

Administración de ventas. Actividades del gerente de ventas y su personal fijo encaminadas a encontrar, conservar, motivar, dirigir, evaluar y regular los esfuerzos del personal de ventas.

Administración relación con el cliente. Conocida también como CRM (Customer Relationship Management), es una filosofía empresarial que tiene como objetivo incrementar y perfeccionar la relación con los clientes. Un sistema integrado de información que se utiliza para planificar, programar y controlar las actividades de preventa y posventa en una organización. CRM abarca todos los aspectos de tratar con clientes y clientes potenciales, incluyendo el centro de llamadas, la fuerza de ventas, marketing, soporte técnico y servicio de campo. El objetivo principal de CRM es mejorar el crecimiento a largo plazo y la rentabilidad mediante una mejor comprensión del comportamiento de los clientes. CRM tiene como objetivo proporcionar información más eficaz y una mejor integración para medir mejor el retorno de la inversión (ROI) en estas áreas. El objetivo del CRM es establecer relaciones de confianza con los consumidores, escuchándolos para conocerlos y para poder satisfacer sus necesidades y deseos, ganando así su fidelidad, y garantizando de esta forma los beneficios futuros para la empresa.

Adopción. La decisión de un individuo de convertirse en usuario regular de un producto.

Adoptadores, Categorías de. Clasificación de individuos de un mercado basado en su aceptación a las innovaciones.

Agencias de servicios mercadológicos. Firmas de investigación de mercados, agencias publicitarias, medios de comunicación, firmas de consultoría en mercadotecnia y otros prestadores de servicios que auxilian a una empresa a colocar y promover sus productos en los mercados adecuados.

Agente del fabricante. Intermediario que vende las líneas de productos relacionados pero no competitivos para varios fabricantes. Cuenta generalmente con un territorio protegido y rara vez posee inventarios o toma el título de los bienes que vende.

Agente intermediario mayorista. Persona que desarrolla las tareas de mayoreo, pero no adquiere el titulo de los productos que maneja.

Agente. Mayorista que representa a compradores o vendedores de manera relativamente permanente; desempeña sólo algunas funciones y no tiene derechos sobre los productos.

Agente vendedor. Mayorista que comercia con los productos de un fabricante y controla las decisiones de fijación de precios y los gastos de promoción.

Alcance. Porcentaje de personas del mercado meta expuesto a una campaña publicitaria durante determinado tiempo.

Alianza estratégica (Strategic alliance). Acuerdo cooperativo entre empresas de negocios a mediano y largo plazo.

Almacenes de distribución. Instalaciones para el almacenamiento y el reenvío. Se usan para facilitar el movimiento rápido de bienes cuando se comercia con zonas remotas en relación con el punto de fabricación.

Ambiente cultural. Instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de la sociedad.

Ambiente de mercadotecnia. Participantes y fuerzas ajenas a la mercadotecnia que influyen en la capacidad de administración de la misma para desarrollar y sostener tratos exitosos con los clientes meta.

Ambiente económico. Factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto del consumidor.

Ambiente natural. Recursos naturales que los comerciantes necesitan para su producción o aquellos que se ven afectados por las actividades comerciales.

Ambiente político. Leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de determinada sociedad y los limitan.

Ambiente tecnológico. Fuerzas que producen nuevas tecnologías, nuevos productos y oportunidades de mercado.

Análisis de gastos respecto de las ventas. Análisis de la relación entre los gastos de mercadotecnia y las ventas para mantener ésos en el nivel adecuado.

Análisis de la cartera. Instrumento mediante el cual la administración identifica y evalúa los diferentes negocios que constituyen la compañía.

Análisis de valor. Enfoque de reducción de costos en el que los componentes se analizan cuidadosamente para determinar si es posible rediseñarlos, estandarizarlos o fabricarlos mediante métodos de producción más baratos.

Análisis de ventas. Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Análisis del punto de equilibrio. Evaluación financiera del potencial de ganancia de precios alternativos,

Análisis financiero. Análisis de la proyección de ventas, costos y utilidades de un nuevo producto para determinar si dichos factores cumplen con los objetivos de la compañía.
Balanza de pagos (BP). Registro estadístico que resume sistemáticamente las transacciones económicas entre los residentes de un país y el resto del mundo, realizadas durante un período determinado.

BENCHMARKING. Metodología que promueve la incorporación en las empresas de prácticas y métodos exitosos, no importa donde estén. Incita a ser creativos mediante la copia de estrategia, productos y procesos aplicados en otras áreas, no necesariamente similares a la de la empresa que los implanta.

Beneficio del producto. Características del producto o servicio que son percibidas por el consumidor como una ventaja o ganancia actual y real.

Bienes de consumo. Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo.

Cadena de tiendas. Dos o más establecimientos de propiedad y control asociados, que cuentas con un solo centro de compras y mercadeo y que venden géneros similares de mercancía.

Cadena de voluntarios patrocinada por el mayorista. Sistema de organización de mercadotecnia vertical por contrato en los cuales los mayoristas organizan cadenas de minoristas independientes voluntarios que les ayudan a competir con grandes cadenas corporativas.

Calidad del producto. Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.

Canal de distribución (canal de mercadotecnia).

A) Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.

B) El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final

Canal de distribución convencional. Canal que consiste en uno o más productores independientes, mayoristas y minoristas, quienes libremente buscan maximizar sus utilidades respectivas, aún a costa de los beneficios del sistema en su conjunto.

Canal de mercadotecnia directa. Canal de mercadotecnia directa que carece de niveles intermedios.

Canales de comunicación no personal. Medios que llevan mensajes sin tener contacto o retroalimentación personal, incluyendo los masivos y los selectivos, las atmósferas y los eventos.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

https://sites.google.com/site/icygnes/glosario-terminos-de-mercadeo-marketing

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**SANDRA PATRICIA BASTIDAS**			**18/02 /2019**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

"PROCESO LEGAL Y ADMINISTRATIVO EN LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA"

- **Denominación del Programa de Formación:** TECNOLOGO EN GESTION BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS FI
- **Código del Programa de Formación:** 121202
- **Nombre del Proyecto:** Creación de una empresa didáctica para aplicar criterios de reconocimiento y medición de los hechos económicos.
- **Fase del Proyecto:** Analisis
- **Actividad de Proyecto:** A-6 Ejecutar la política comercial y de crédito institucional en la asesoría comercial y financiera.
- **Actividad de Aprendizaje:** AA-2 Aplicar la política comercial y de crédito de acuerdo a los lineamientos de cada entidad financiera, asesorando al cliente de una manera asertiva en un contexto social.
- **Competencia:** 210301002 Dar asesoría comercial y financiera que conduzca a la satisfacción de las expectativas y necesidades reales del cliente.
- **Resultados de Aprendizaje:** 272949 - Identificar la constitución y legalización de personas jurídicas según la normatividad colombiana
- **Duración de la Guía:** 10 Horas

2. PRESENTACIÓN

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

Apreciado aprendiz:

Durante el desarrollo de esta guía usted logra apropiar los conceptos de empresa, clasificación de las mismas, procesos de constitución, así como la relación con la administración y la importancia en el diseño de una planeación estratégica que permita determinar de una manera eficiente cuales son las metas que la empresa se va a plantear a mediano y largo plazo.



Imagen 1 - Tomado de: https://goo.gl/oYgAf9

Para lograr el éxito en el proceso de formación lo invitamos a estructurar un plan de trabajo, mediante
el cual usted logre planificar los tiempos, recursos y evidencias de aprendizaje encaminadas a lograr su propósito de vida.

La institución busca realizar un cambio en la persona, desde la perspectiva de (PHVA), Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, cuyo objetivo es alcanzar el pleno desarrollo del ser, en lo social y en lo profesional, a través de la práctica y el entrenamiento que recibe en la etapa de aprendizaje, impartido por instructores altamente preparados.

"Siempre sueña y apunta más alto de lo que sabes que puedes lograr"
William Faulkner

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Reflexión Inicial

Duración: 4 Horas

Estimado aprendiz:

Las personas a lo largo de sus vidas se ven inmersas en entornos cuya principal característica es estar enmarcada bajo reglas, principios y leyes, dentro de las que se pueden hablar de leyes laborales, principios constitucionales, reglas comerciales, entre muchas otras. Cada

una de las personas, al momento de actuar debe tener presente el no infringir ninguno de esos marcos regulatorios.



Al igual que las personas, las empresas se rigen en diferentes marcos normativos, entre los cuales encontramos el tributario, administrativo, laboral y el comercial, este último será el objeto principal de la presente guía.

Querido aprendiz, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente realice las siguientes actividades de forma individual y posteriormente socialícelas con el grupo de trabajo conformado por su instructor, con integrantes diferentes a su GRUPO DE ESTUDIO, para finalmente

Imagen 2 – Tomado de:
https://goo.gl/drBsML

compartir las principales ideas con el resto del grupo bajo la orientación de su Tutor. Elabore todas las actividades en computador en un documento de Word y no olvide conservar las evidencias desarrolladas dentro de su portafolio individual.

3.1.1 En compañía de sus padres identifique 10 reglas de casa que siempre se deben cumplir, así mismo, indague con ellos acerca de las implicaciones de no cumplircon dichas reglas.

3.1.2 Con la información obtenida en el punto anterior, socialice con sus compañeros de grupo las reglas que son comunes en la mayoría de los hogares, escojan 5 reglas y en Word o a través de un dibujo plásmelas allí.

3.1.3 Sin realizar una consulta previa, elabore un listado de entidades que usted considera son las encargadas de reglamentar en lo económico, social, político, cultural y demás campos de la humanidad en Colombia.

Recuerde tener las anteriores actividades resueltas dentro de suportafolio de evidencias y esté atento a la retroalimentación de su instructor a las actividades antes planteadas.

3.2 Contextualización e identificación de conocimientos Duración: 8 Horas

Estimado aprendiz:



Imagen 3 – Tomado de:
https://goo.gl/6roJ9Y

Tenga presente que su formación profesional integral en el SENA es por proyectos, por lo tanto, lo invitamos a que realice y aplique en su proyecto los diferentes conocimientos teóricos y prácticos que se proponen en esta guía, la cual tiene como objetivo bridarle las herramientas que le permiten identificar los requerimientos legales y administrativos en el proceso de constitución de la empresa, así como la definición y aplicación de los diferentes tipos de empresa autorizados en Colombia.

Para lograrlo, iniciaremos con distinguir la importancia que reviste este tema dentro de su proyecto formativo y para ello realice las siguientes actividades de forma individual y posteriormente socialícelas con el grupo de trabajo conformado por su instructor, con integrantes diferentes a su GRUPO DE ESTUDIO, para finalmente compartir las principales ideas con el resto del grupo bajo la orientación de su Tutor.

Elabore todas las actividades en computador en un documento de Word poniendo en práctica lo aprendido en la guía de TIC, o en el formato que se le indique en cada actividad y no olvide conservar las evidencias desarrolladas dentro de su portafolio individual.

3.2.1 A continuación, sin realizar una búsqueda previa en el material de apoyo o bibliográfico defina los siguientes términos que corresponden al proceso de constitución de una empresa:

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Empresa	

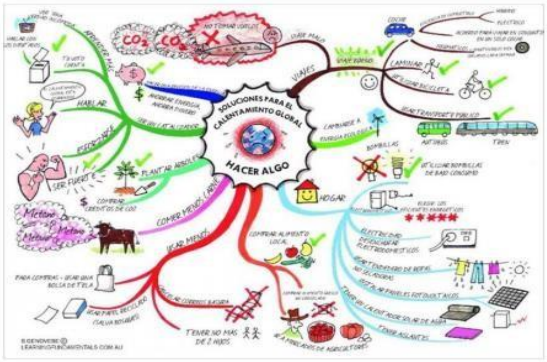
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Procedimiento de Desarrollo Curricular
GUÍA DE APRENDIZAJE

Sociedad	
Actividad Económica	
Marco Regulatorio	
Capital	
Contabilidad	

3.2.2 Socialice con su grupo de trabajo las definiciones creadas en cada uno de los términos y esté atento a la retroalimentación de su instructor.

3.2.3 A través de un mapa mental identifique que diferencias existen entre un producto y un servicio, indague a través de ejemplos y al final indique 5 empresas que presten servicios y otras 5 que ofrezcan productos.

Con la actividad anterior y bajo las indicaciones de su instructor socialice su respuesta en un debate dirigido, donde todos discutirán al respecto.



Recuerda que un mapa mental Es una forma gráfica de expresar los p
han almacenado en el cerebro.

1) La idea o el asunto principal se coloca en una imagen central. 2) Los temas principales se conectan con la imagen central como "ramas". 3) Las “ramas” incluyen una imagen o palabra clave dibujada. 4) Los temas de menor importancia se representan como " pequeñas ramas" de la “rama central” a la que pertenece.

3.2.4 Visite dos tiendas de su barrio y realice la siguiente encuesta:

- ¿Cómo creo su negocio?
- ¿Tuvo que realizar algún trámite con alguna entidad del estado para poder trabajar en su negocio?

- ¿Conoce que leyes, principios, reglamentos y demás normativa le aplica a su empresa?
- ¿Conoce los beneficios y las desventajas de cumplir con cada una de las normativas que aplican a su negocio?

Con la información recolectada, en una hoja de Excel elabore un cuadro con las respuestas conseguidas. Haga un análisis detallado de las mismas y comparta las conclusiones con sus compañeros del grupo de trabajo asignado:

Tienda 1	Tienda 2	Tienda 3

Tabla 1 – Elaboración Propia

3.2.5 Con la información obtenida en el punto anterior, socialice ante el grupo en pleno bajo las instrucciones de su instructor.

3.2.6 En un párrafo de no menos de 10 renglones escriba si la siguiente afirmación es falsa o verdadera y explique porque lo cree así: **"Finalmente las leyes fueron creadas para no cumplirlas"**

Con la actividad anterior y bajo las indicaciones de su instructor socialice su respuesta en una mesa redonda, donde todos discutirán al respecto.

Recuerde tener las anteriores actividades resueltas dentro de su portafolio de evidencias y esté atento a la retroalimentación de su instructor a las actividades antes planteadas.

3.3 Apropiación - Teorización o conceptualización Duración: 20 Horas

Apreciado aprendiz:

Ya que ahora puede reconocer la importancia que reviste el contenido de esta Guía, lo invitamos a construir conocimiento alrededor de ella en colaboración de sus compañeros e

instructor, por medio del desarrollo de las siguientes actividades:

Por medio de una lectura comprensiva y desescolarizada del material de apoyo dispuesto para tal fin y otros textos de consulta que se encuentre a su alcance, indague y responda en computador a través de un documento de Word a los siguientes interrogantes:

Imagen 5 – Tomado de: https://goo.gl/oYgAf9

3.3.1 Investigue la caracterización de las empresas entre sector público y privado y a través de un cuadro comparativo represente las características de cada uno de ellos. Posteriormente el instructor seleccionará de forma aleatoria algunos aprendices para que socialicen las respuestas.

3.3.2 A través de un mapa conceptual, represente la función, el objetivo y si pertenece al sector público o privado de las siguientes entidades:

- Cámara de Comercio.
- Dian.
- Congreso de la República.
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público y de Comercio, Industria y Turismo.
- Contaduría General de la Nación.
- Consejo Técnico de la Contaduría Pública.



Imagen 6 – Tomado de: https://goo.gl/y6wyEh

3.3.3 Realice una búsqueda en el material de apoyo acerca de la diferencia entre los tipos de sociedades que son aplicables en Colombia, con la información obtenida elabore un cuadro comparativo que permita observar las similitudes y diferencias. Apóyese en el documento **"clasificación Sociedades"** para realizar la actividad.

Con la actividad anterior y bajo las indicaciones de su instructor socialice su respuesta en una mesa redonda, donde todos discutirán al respecto.

3.3.4 Revise en el material de apoyo el documento **"Información Financiera y la Empresa"**, a partir de la lectura del documento elabore una línea de tiempo que dé respuesta a los principales avances en relación con la empresa y la contabilidad.

No olvides que la línea de tiempo tiene como objetivo la presentación de hechos en el devenir histórico, es decir, presentarlos en orden cronológico.

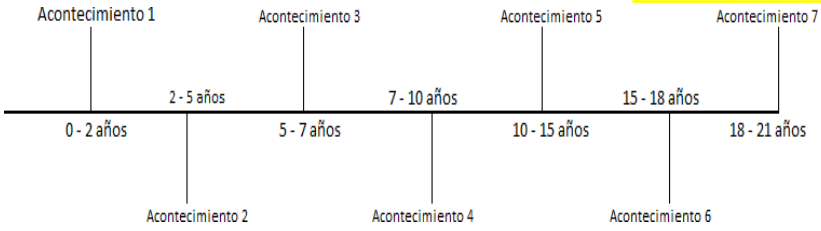


Imagen 7 – Elaboración Propia

3.3.5 Teniendo en cuenta el documento **"ADMINISTRACION IDALBERTO CHIAVENATO"** Elabore una historieta donde explique los objetivos de la empresa en la economía. Este documento lo puede encontrar en el material de apoyo.

Al finalizar la actividad, con su grupo de trabajo seleccione la historieta que más agrado a la mayoría y preséntela a los demás grupos de trabajo.

3.3.6 Con ayuda del documento **"Clasificación Empresas"** que encontrará en el material de apoyo dispuesto para ello resuelva la siguiente sopa de letras con las siguientes palabras, cuando las encuentre elabore una definición de cada una de ellas:

- Agropecuarias
- Comerciales
- Industriales
- Mineras
- Servicios
- Sociedad Anónima
- Sociedad Limitada
- Ánimo de Lucro
- Liquidación
- Capital Social
- Empresa
- Comandita Por Acciones

A	A	E	E	U	E	V	I	E	A	C	O	Z	E	S	S	E	N	A	G	S
F	S	E	N	O	I	C	C	A	R	O	P	A	T	I	D	N	A	M	O	C
T	S	R	M	V	D	R	C	D	P	N	C	E	D	O	E	A	S	A	H	N
S	O	C	I	E	D	A	D	A	N	O	N	I	M	A	R	N	E	S	J	O
E	D	E	N	D	W	E	I	L	R	I	O	R	W	P	V	E	R	R	N	I
R	R	I	E	O	A	S	O	A	E	C	N	A	A	M	I	S	V	C	B	C
V	F	Y	R	U	R	E	S	N	N	Y	C	V	R	A	C	E	I	V	V	A
I	J	U	A	R	D	D	F	O	D	A	A	L	D	C	I	J	C	N	C	D
C	K	L	S	O	C	I	E	D	A	D	L	I	M	I	T	A	D	A	D	I
I	O	Ñ	F	W	F	O	I	I	I	T	E	A	F	Z	O	A	I	H	T	U
O	I	O	T	Q	A	R	I	N	D	U	S	T	R	I	A	L	E	S	Y	Q
S	U	R	U	S	B	T	N	C	Z	N	D	R	A	E	N	Z	O	E	U	I
J	Y	C	D	B	I	N	A	A	A	E	W	A	B	R	A	I	N	L	I	L
I	R	U	O	M	A	E	L	A	I	C	O	S	L	A	T	I	P	A	C	H
O	J	L	G	J	N	C	N	N	J	S	A	V	I	A	C	D	A	I	L	B
P	K	E	C	P	E	Z	C	O	E	E	R	O	A	V	I	N	C	C	O	V
H	E	D	W	D	S	E	I	I	A	I	R	A	U	C	E	P	O	R	G	A
D	M	O	A	I	C	R	E	C	S	S	D	C	N	L	O	E	I	E	K	R
C	N	M	R	Y	O	A	R	I	E	E	F	S	E	A	N	R	O	M	P	E
N	V	I	K	V	V	V	O	V	N	L	A	E	S	R	A	P	N	O	L	C
M	C	N	D	C	A	L	S	R	A	L	B	N	C	A	L	A	Z	C	N	X
F	S	A	A	S	R	A	S	E	C	A	I	A	O	V	D	E	X	V	O	O

3.3.7 Realice una búsqueda en el material de apoyo y demás material a su alcance y elabore un **mapa de sol** donde identifique la definición de comerciante y sus obligaciones. Apóyese en el código de comercio que está dispuesto para ello.

Con la actividad anterior y bajo las indicaciones de su instructor socialice su respuesta a través de una lluvia de ideas, donde todos discutirán al respecto y recogerán las ideas principales.

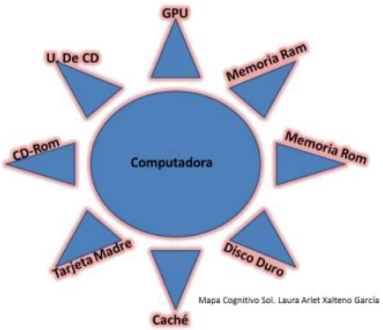


Imagen 8 – Tomado de: https://goo.gl/VLhzc3

Recuerda que los mapas de sol son diagrama o esquema en forma de sol donde en la parte central (sol) se anota el nombre del tema a tratar y en las líneas o rayos se añaden ideas obtenidas sobre el tema.

3.3.8 En un escrito de mínimo 15 renglones explique la relación entre la contabilidad y la empresa, argumente como se complementan y que utilidad genera esta relación para los comerciantes y para la economía. Subsiguientemente debata con sus compañeros su opinión frente al tema desarrollado.

3.3.9 De acuerdo con la carpeta del material de apoyo **"Reglamentación Normas Internacionales de Contabilidad"** construya un cuadro comparativo donde se muestren los grupos y las características de cada uno de ellos, en la clasificación de las empresas durante el proceso de implementación de las normas de información financiera.

Con la actividad anterior y bajo las indicaciones de su instructor socialice su respuesta a través de una mesa redonda, donde todos discutirán al respecto y recogerán las ideas principales.

3.3.10 Con el material de apoyo utilizado en el punto anterior desarrolle una línea de tiempo donde se evidencie los periodos de preparación, implementación y aplicación de las normas internaciones de información financiera NIIF para los tres grupos.

Posteriormente, su instructor seleccionará de forma aleatoria 5 aprendices para que socialicen con el grupo en pleno el trabajo desarrollado.

Estimado Aprendiz: Es pertinente recordarle que debe mantener las anteriores actividades en su portafolio de evidencias, teniendo en cuenta la retroalimentación de su instructor ya que se constituye en un insumo importante para su proceso formativo de aprendizaje.

3.4 Transferencia de conocimiento

Duración: 14 Horas



Imagen 8 – Tomado de:
https://goo.gl/S91inb

Felicitaciones estimado aprendiz, luego de haber construido toda una serie de conocimientos teóricos, en conjunto con sus compañeros e instructor, es momento que demuestre todo lo que ha asimilado acerca de esta Guía.

Por lo tanto, desarrolle el taller práctico **"proceso legal y administrativo en la constitución de la unidad didáctica creada"** propuesto por su instructor dando respuesta a su proyecto formativo y consérvelo dentro de su portafolio de evidencias. Este atento a la estrategia de revisión y valoración que plantee su instructor.

- 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. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: • Empresa: Definición, clasificaciones, naturaleza y estructura de las organizaciones. • Sociedades: Concepto, clasificaciones, requisitos generales de constitución y funcionamiento. • Calidad de comerciante, y obligaciones de este. • Cámara de Comercio funciones generales, actos mercantiles, el registro mercantil.	• Clasifica las empresas de acuerdo con la normatividad colombiana • Describe la composición de un balance general y un estado de ganancias y pérdidas de acuerdo con principios contables yprocedimientos organizacionales	**Conocimiento:** **Instrumento:** Cuestionario **Técnica:** Formulación de Preguntas
Evidencias de Desempeño • Establecer las características de su unidad didáctica y el entorno económico. • Clasificar la empresa según su actividad económica y el sector al que corresponde.		**Desempeño:** **Instrumento:** Lista de chequeo **Técnica:** Observación Sistemática
Evidencias de Producto: • Informe de clasificación de la empresa según sector y activada económica. • Informe de clasificación de la empresa según ley 1314 y sus decretos reglamentarios.		**Producto:** **Instrumento:** Lista de chequeo **Técnica:** Taller proyecto formativo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **EMPRESA:** Es una institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos

- **EMPRESARIO:** es aquella persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros.
- **CÁMARA DE COMERCIO:** es una organización formada por empresarios o dueños de pequeños, medianos o grandes comercios con el fin de elevar la productividad, calidad y competitividad de sus negocios. Las personas que la conforman eligen a sus autoridades o consejo ejecutivo para definir las políticas de la cámara.
- **CAPITAL AUTORIZADO, CA:** Cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de una sociedad.
- **CAPITAL SUSCRITO, CS:** Es la parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazos
- **CAPITAL PAGADO, CP:** Es la parte del capital suscrito que los accionistas efectivamente han pagado y que ha ingresado a la sociedad.
- **ORGANIZACIONES:** son sistemas comerciales diseñados para lograr metas y leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Las organizaciones son el objeto de estudio de la Ciencia de la Administración, a su vez de otras disciplinas como la Sociología, la Economía y la Psicología.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

BIBLIOGRAFÍA:

- Coral–Gudiño. Contabilidad Universitaria, Editorial McGraw Hill. Última edición.
- Código de Comercio Colombiano
- Decretos: 3022 / 2784 / 2706 Clasificación de grupos 1,2,3
- Ley 590 / 2000 Ley Mipymes.
- https://www.google.com.co/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja &uact=8&ved
=0ahUKEwjjn9P3xdnKAhVHkh4KHZj6CZgQjRwIBw&url=http%3A%2F%2Frevistaelcrisol. com%2F%3Fp
- %3D27243&bvm=bv.113034660,d.dmo&psig=AFQjCNEFKzlzOce1Sa4uyjui8NHRKyCZk Q&ust=145451

WEBGRAFÍA

- Página Biblioteca SENA: http://www.biblioteca.sena.edo.co
- http://camara.ccb.org.co/categoria/serviciosempresariales.aspx
- Bogotá Emprende http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx
- Página Web Cámara de Comercio de Bogotá: www.ccb.gov.co
- http://www.supersociedades.gov.co Clasificación de empresas Finalidad empresarial. Elementos. Tipos.
- Estructura organizativa. Personalidad jurídica. Sociedades mercantiles. Cooperativas.
- http://www.gerencie.com
- http://www.superfinanciera.gov.co Entidades de control y vigilancia de las sociedades comerciales en
- http://vivy.overblog.es/pages/ENTIDADES_DE_CONTROL_Y_VIGILANCIA_DE_LAS_SOCI EDADES_COMERCALES-1168929.html
- http://www.promonegocios.net/contabilidad/historia-contabilidad.html
- http://www.dcempresarial.com/Archivos/HISTORIA%20DE%20LA%20 CONTABILIDAD.pdf.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	EDWARD FABIÁN ESCOVAR A. FERNAN ALONSO CARDONA	INSTRUCTOR INSTRUCTOR	SENA - CSF – ARTICULACIÓN SENA - CSF - ARTICULACIÓN	01/12/2017 01/12/2017
Revisión	SONIA LILIANA TEJEDOR YULI AVIVLA VARGAS MIGUEL MARULANDA FRANKILL SALAZAR JAIRO PEREZ	INSTRUCTORA INSTRUCTORA INSTRUCTOR INSTRUCTOR INSTRUCTOR	SENA - CSF – Contabilidad y Finanzas SENA - CSF – Contabilidad y Finanzas SENA - CCyS - Contabilidad SENA - CDA SENA - CSF – Contabilidad y Finanzas	6 y 7 de diciembre de 2017
Aprobación				

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Sandra Bastidas	Instructor	SENA – Comercio y Servicios área Financiera	20-05 2019	Ajuste a proyecto Formativo Gestión Bancaria y de entidades financieras
Revisión					

Aprobación					

ACTIVIDAD ASESORIA FINANCIERA (JUEGO DE ROLES)

Aplicando los conocimientos adquiridos en cuenta corriente y haciendo uso del comparativo, debemos analizar la necesidad del cliente, haciendo las recomendaciones mas acertadas para asegurar la apertura y venta del servicio.

I. Roles

1. Asesor de Servicio : Es la persona que tiene el primer contacto con el cliente
2. Asesor Financiero: Es la persona que conoce el producto y asesora al cliente de acuerdo a sus necesidades.
3. Cliente Persona Natutal (Pasivo) consulta de asesoria de apertura
4. Cliente Persona Natutal (Agresivo): cliente que manifiesta tener una cuenta aperturada y le estan cobrando unas tasas que no tiene conocimiento.
5. Cliente Persona Juridica (Rep legal y Financiero). Empresa que se consituye y busca una apertura. El Rep legal y el Financiero Buscaran la mejor opcion para la empresa dependiendo del tipo de Organzación que tengan.

Recomendaciones:

Protocolo de presentación
Escuchar las inquietudes del cliente.
Claridad en la información
Manejar con claridad del producto teniendo en cuenta caracteristicas

ACTIVIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

NOMBRE:_____

1. a. Cuáles son las entidades que tienen un Intermediario financiero asociado?

   b. De qué depende que se genere la Fluctuación del UVR

2. a. Cuál es la diferencia entre una vivienda VIS y una NO VIS

   b. Que es una tasa French y a quienes beneficia.

3. El señor pepito Pérez desea invertir 10.000.000 en un cdt, cuál sería el Banco que usted le ofertaría y que generaría mejores rendimientos? Realice la simulación respectiva a 6 meses.

4. La señora Alba Guzmán funcionaria de Global Visión, desea comprar una vivienda avaluada en $250.000.000, cuál sería la mejor opción que le ofertaría para acceder al crédito hipotecario, realice la simulación en pesos. Enuncie los requisitos para acceder al crédito?

5. Si el señor Juan Valdez, desea adquirir una vivienda avaluada en $99.345.000, que entidad bancaria le ofertaría? Indique los tipos de beneficios y tipos de subsidios que recibe de acuerdo a la entidad ofertada.

6. Para una persona de régimen común que factura $25.000.000 mensuales y realiza transacciones y pagos a proveedores. Qué tipo de cuenta le ofrecería y que beneficios le otorgaría.

7. Cuáles son los requisitos para la apertura de un leasing habitacional que otorga el Banco colpatria?

8. Para una persona natural que desea proteger su dinero que tipo de modalidad le ofertaría. Analice beneficios y garantías.

   b. Cuál es la ley que se encarga de velar y proteger al cuenta rentista

9. Si usted viviera en España y deseara comprar una vivienda para su familia con que Banco lo haría, a que tasa de interés y que beneficios le otorgaría.

10. El señor Diego Hernandez renta una vivienda, pagando entre $600.000 y $700.000 mensuales, **que** tipo de producto le ofertaría y a que tasa de interés.

RECUERDEN QUE EL ÉXITO E
STA EN CADA UNO DE USTEDES…
FELIZ DIA

Como mercadear productos y servicios financieros?

Tecnicas efectivas de negociacion.

Proposito

- Facilitar herramentas cognoscitivas teoricas y practicas para aplicar las tecnicas efectivas para la comercializacion y negociacion exitosa de los productos y servicios que la banca ,enes financieros y aseguradoras ofrecen.

Objetivo general:

- Que cada participante pueda finalizar el curso con la plena capacidad de aplicar las tecnicas de negociacion y venta como herramientas para optimizar la productividad dentro de su campo y ambito laboral y de negocio.

Objetivos especifcos

- Al finalizar el proceso de aprendizaje se debe estar en capacidad de: -identificar lo modelos y tecnicas de negociacion utilizados en la venta de productos financieros.
- Aplicar las tecnicas de negociacion adecuadas a la estructura de la personalidad de los clientes.
- Promover la venta de los productos y servicios de su portafolio.
- Aplicar estrategias de negociacion que le permitan aumentar y mantener la cartera de clientes.

Negociar por intereses no por posiciones

- Discutir sobre posiciones no genera acuerdos inteligentes.
- Discutir sobre posiciones resulta ineficiente.
- Discutir sobre posiciones pone en peligro sobre las reaciones personales
- Cuado intervienen varias partes, la negociacion por posiciones pueden ser peor aun.

Continuacion.

- Ser agradable no es la solucion.
- Busquedad de beneficios mutuos en el proceso de negociacion.

Estructura de la personalidad del negociador exitoso

- Habilidad para sentir.
- Necesidad de conquistar.
- Efectos sinergeticos
- Necesidad de equilibrios.

El negociador bancario. Naturaleza de sus funciones.

- Aumentar la cartera de cliente
- Aumentar la cartera de negocio
- Aumentar el volumen de negocio
- Elementos del proceso de venta.
- Destrezas efectivas de ventas.
- Tecnicas a utilizar dentro del proceso de ventas de servicios financieros.

Introducción

- Hasta hace algunos años atrás no era posible relacionar las palabras, ventas y servicios financieros. Ello obedece a que la accion de vender estaba intimamente relacionada con productos tangibles o de consumo masivo.
- El sistema financiero venezolano ha sufrido cambios y evoluciones que los han obligado a competir **estrategicamente** para lograr mantenerse dentro del negocio bancario.

Introduccion cont.

- Estas estrategias buscan la captacion de nuevos clientes potenciales y la permanencia de los ya existentes, persiguiendo establecer relaciones fidedignas y duaderas por parte de os clientes.
- Cuando se habla de una culturade ventas,se hace mencion al cambio de paradigmas referentes a la forma pasiva en que se habian colocado en otros tiempos los productos y servicios financieros.

Cont.introduccion

- Se satisface solo lo solicitado, sin entrar a gestionar e indagar que necesidades tiene el cliente que puedan ser satisfecha por la institucion.
- La palabra vender refiere concentraccion esfuerzo, conocimiento, actitud positiva y entusiasmo entre otras. Por ello se habla de fuerza o cultura de ventas siempre que se ponga en practica todas estas habilidades.

Cont.introduccion

- Para desarrollar una posicion activa en la venta es necesario intentar satisfacer todas las necesidades el cliente mas alla de la solicitada por el mismo, y esta cultura o fuerza de venta debe ser puesta en practica por todo aquel personal que trabaje directamente con el publico.

La negociacion. Destrezas e interaccion funcional.

- Negociar: proceso en el cual 2 o mas personas inician para llegar a un acuerdo satisfactorio comercialmente, fijando posiciones, intereses, puntos de retiro o coincidentes que faciliten dicho proceso de manera exitosa.
- **Estamos sumergidos en una negociacion permanente .** Es necesario poner en practica las habilidades y experiencias que faciliten tener ascendencia y dominio de la situacion.

Continuación

- Cada relacion es muy especifica y particular, haciendo que cada negociacion sea diferente., pero a pesar de esto, los fundamentos basicos de la negociacion son los mismos y se desarrollan en dos niveles:
- Primer nivel: corresponde ala sustancia, es la parte visible, consciente, objetiva, intereses, condiciones de pago, documentos necesarios, etc.

Continuacion

- Segundo nivel: Corresponde al proceso, parte no visible, y es el proceso de cómo negociar.
- El éxito en alcanzar los objetivos va a depender del estilo de negociacion utilizado, revisaremos los diferentes procesos de negociacion , incluyendo por posiciones y meritos, con sus caracteristicas y consecuencias.

Tipos de negociacion:

- **Por posiciones**: aquí cada persona se encierra en una trinchera, la defiende por un tiempo y posteriormente hace ciertas concesiones en la busqueda de un acuerdo.
- Con este tipo de negociacion se corre el riesgo de dañar las relaciones interpersonales: cada persona defendera su posicion reforzando su sentimiento de valia personal conduciendo a situaciones de ganar-perder.

Tipos de negociacion:

- Hay dos subtipos de la negociacion por posiciones: negociacion suave y negociacion dura.
- **Negociacion Suave :** el objetivo principal aquí es cimentar y mantener la relacion interpersonal. Hace concesiones, confia ciegamente en la otra parte, es amigable y mantiene la disposicion a ceder evitar distanciamiento, y cambia con facilidad criterios. Cede facilmente cuando lo presionan

Tipos de negociacion

- Cada vez que un negociador suave se comporte exageradamente generoso y complaciente aumentara su debilidad, aumentando los comportamientos manipulativos en los otros y puede llegar a establecer acuerdos que lesionen sus intereses o los de la empresa.Generalmente termina con sentimientos de amargura.

La negociacion dura:

- Objetivo principal: ganar a como de lugar.
- Cada situacion es un enfrentamiento
- de caracteres entre dos personas.
- Donde el que toma las posiciones mas extremas las mantiene durante mas tiempo,saca las mayores ventajas.
- Mira a los dems como adversarios y les exige concesiones como condicion de relacion.
-
-

La negociacion dura

- El negociador duro trata de forzar a los otros a cambiar según su conciencia,estimula ese comportamiento similar en los otros: aquí se agotan sus energias y recursos y perjudica la relacion interpersonal.
- En la negociacion por posiciones el negociador duro siempre va a dominar al negociador suave.

Negociacion por principios

- En este tipo de negociacion los participantes buscan solucion a los problemas basandose en los meritos y no en el regateo.
- Siempre que sea posible se buscara beneficios mutuos y en el caso de que existan intereses opuestos o un punto de conflictividad relativa se buscara resolverlos en base a patrones justos e independientes de la voluntad de cada parte.

Negociacion por principios

- El negociador por principios mira a los demas como solucionadores de problemas, como aliados estrategicos en funcion de establecer una relacion ganar-ganar.
- Su objetivo es un resultado eficiente y amigable, desarrolla opciones de donde escoger para tomar desiciones despues, razona y se mantiene abierto a los razonamientos. Cede por principio no presiones.

Puntos basicos de la negociacion por principio

- Personas: separe a las personas de los problemas.
- Intereses: concentrese en los intereses, no en las posiciones.
- Opciones: genere alternativas antes de decidir que hacer.
- Criterios: insista en que los resultados se basen en patrones objetivos.

La estructura de servicios de un sistema financiero (agencia)

- Gama de productos y servicios que ofrece la institucion.
- La excelencia en el servicio ofrecido por el personal de las agencias.
- La venta cruzada de los productos.
- Estos cuatro elementos deben convertirse en un todo, donde cada una de sus partes juega un papel fundamental para la satisfaccion de las necesidades del cliente.

Estructura de servicios:

- Es la base sobre la cual se han de apoyar tanto los clientes como los empleados de la institucion para lograr objetivos comunes, como lo son ., la satisfaccion de las necesidades financieras y de servicios de los clientes y la captacion y permanencia de los clientes.

Estructura de servicio

- La negociacion constituye un intercambio de recursos en tiempo real, por lo que requiere la presencia de una persona con suficiente autoridad que asuma la representacion de la organización en el manejo de la informacion y que transmita la suficiente confianza para comprometer la cantidad de recursos disponibles o ser depositario de proyectos que requieren confidencialidad.

El negociador(gerente)

- Cumple un papel fundamental en las actividades comerciales de la agencia, pues la competencia de la banca por la captacion de recursos es cada vez mas fuerte, mas agresiva, reflejandose la inversion publicitaria, oferta de novedosos productos que permitan satisfacer necesidades de los clientes y llenar las expectivas de los mismos.

El negociador (gerente)

- Se deben realizar esfuerzos en mejorar la banca electronica y todos sus procesos tecnologicos los cuales hoy son fuentes directas de captacion de fondos en la banca moderna.
- La inversion en el capital humano, para adecuar istemas de capacitacon y adiestramientos a los actuales requerimientos del mercado.

Negociador(gerente)

- En la medida en que se incremente la calidad de negociacion del gerente bancario ,mas alla del conocimiento de los productos y servicios que este ofreciendo garantizara el éxito en el incremento de cartera, ventas y negocios de la agencia.
- Por ello decimos que el éxito de la gestion del gerente descansara basicamente en el desarrollo de las cualidades humanas esenciales para negociar.

El negociador(gerente)

- El negociador exitoso necesita dos (2)caracteristicas fundamentales: habilidad para sentir (comprension) y necesidad de conquistar(agresividad positiva)
- Habilidad para sentir: debe poseer en alto grado la habilidad de sentir como los demas, en sentido coloquial ponerse en los zapatos del cliente, tener un gran sentido de comprension.

El negociador (gerente)

- Un gerente no puede negociar sin esa valiosa e irremplazable habilidad para obtener una poderosa realimentacion de parte de su cliente, la cual solo se da atraves de la comprension.
- El gerente con una buena comprension percibe las reacciones del clientes y simplemente por una sola meta, si no por interaccion entre intereses comunes.

El negociador(gerente)

- Al percibir lo que esta sintiendo el cliente, puede cambiar el ritmo, retroceder, si es necesario y hacer cualquier modificacion que sea necesaria para dar en el blanco: El cierre de la negociacion.
- El negociador exitoso entabla siempre relaciones ganar-ganar, duraderas y fidedignas.

El negociador (gerente)

- Necesidad de conquistar: Es un tipo de estimulo que lo impulsa a querer y necesitar cerrar la negociacion. El cliente esta alli para ayudarle a llenar esa necesidad personal.
- Percibe la negociacion como un medio de realzar su propio ego. Su autoimagen mejora en virtud de la conquista y se minimiza con el fracaso.

El negociador-gerente

- Debido a la naturaleza y caracteristicas del negocio,el fracaso puede ocurrir con mas frecuencia que el éxito, y al desmejorar su imagen , su ego no puede ser tan debil como para permitir una prolongacion por mucho tiempo de esa imagen de fracaso.
- El fracaso debe actuar como disparador, como fuente de motivacion para redoblar esfuerzos.

El negociador(gerente)

- La comprension y la necesidad de conquista encaminan al negociador hacia su objetivo de manera efectiva para realizar negociaciones.
- Lo llevan a manejar estrategias solidas de alianzas en la consecucion de puntos de encuentro y aceptacion mutua, compartimiento de intereses mutuos y el correcto manejo de soluciones en puntos de retiro(no coincidencia debeneficios e intereses)

Equilibrio en la negociacion

- Un gerente que posee gran comprension y una gran agresividad estara cerca de la posicion mas alta en el cierre de negociaciones.
- Un gerente con mucha comprension pero poca agresividad pasa por ser una persona esplendida, pero no podra cerrar sus transacciones de una manera efectiva. Este es el gerente agradable.

Equilibrio en la negociacion

- Un gerente muy agresivo pero poco comprensivo, podra cerrar sus transacciones pero con limitaciones, y otras las perdera perjudicando a su empresa por su falta de comprension y de capacidad para establecer estrategias.
- Un gerente sin gran comprension ni agresividad, realmente no deberia ser gerente, carece de las dinamicas basicas para el éxito.

Beneficios mutuos en el proceso de negociacion.

- Debe basarse en el interes mutuo o compartido de evitar perdidas conjuntas, casi siempre existe la posibilidad de una ganancia conjunta. Esto puede tomarla forma de desarrollar una relacion mutuamente ventajosa, o por medio de la satisfaccion de los intereses de cada lado mediante una solucion creativa.

Identifica intereses compartidos

- Por definicion el generar una idea que satisfaga los intereses compartidos es bueno y para los otros. Sin embargo, en la practica la imagen parece menos clara. A la mitad de una negociacion sobre un precio, los intereses compartidos pueden no obvios o apropiados.
- Los intereses compartidos descansan latentes en cada negociacion

Preguntas para identificar

- ¿tenemos un interes compartido en mantener esta relacion?
- ¿Qué oportunidades existen para cooperacion y beneficio mutuo?
- ¿En que costos incurriremos sise terminan las negociaciones?
- ¿Existen principios comunes tales como un precio justo,que ambos debamos respetar?

Variaciones en intereses comunes

- Consideraciones economicas.
- Consideraciones politicas
- El futuro mediato y el inmediato.
- El progreso, la relacion, bienestar del grupo
- El prestigio, la reputacion, los resultados.

Equilibrio.

- Una forma de entremezclar los intereses es el generar varias opciones igualmente aceptables para ambas partes, tomando varias proposiciones que nos permita sin tomar decision previa elaborar un plan hasta que ya no haya mas beneficios adicionales para evaluar y se pueda tomar una decision.

Equilibrio.

- Al entremezlar buscamos soluciones que representen un bajo costo y alto beneficio para ambas partes, de esta manera se negociaria por principio y se estableceria una relacion ganar-ganar, permitiendo la evaluacion de cualquier riesgo desde una optica y perspectiva compartida.

Equilibrio.

- Los seres humanos no somos computadoras, somos criaturas con eociones que a menudo tenemos percepciones radicalmente diferentes y tenemos dificultad para comunicarnos de manera clara. En este contexto negociar por posiciones solo logra empeorar las cosas ya que los egos de las personas se identifican por sus posiciones.

Continuacion

- Por ello ,antes de trabajar sobre el problema sustancial, “el problema humano” debe tratarse de manera separada.
- Es recomendable no decidir de manera presionada en presencia de la otra parte ya que este hecho reduce la vision, inhibe la creatividad y puede bloquear la voluntad propia de quien se encuentra en esa posicion.

Continuacion

- Los cuatro puntos basicos de la negociacion por principios son apropiados desde el momento en que ud comienza a pensar en negociar hasta que se llega a un acuerdo o se decide a terminar con el esfuerzo: analisis, planeacion y discusion.
- Analisis: diagnosticar, buscar informacion y analizar dicha informacion.

Continuacion

- Planeacion: En esta etapa tratara con los mismos cuatro elementos generando ideas, y decidiendo que hacer. En esta etapa se evaluan todas las propuestas en conjunto y se llevan sobre la mesa para establecer alianzas estrategicas que permitan decidir en base a beneficios mutuos.

Continuacion

- Establecer objetivos importantes.
- Establecer objetivos realistas.
- Etapa de discusion: Aquí cada parte debe reconocer lo interese de la otra, generando asi ambas partes alternativas ventajosas, buscando acuerdos basados en patrones objetivos para conciliar intereses opuestos.

El negocio bancario. Naturaleza de las tareas

- El gerente debe atender ,cultivar y mantener a los clientes actuales, aumentando el volumen de negocios en esos clientes ya existentes, es decir con la cartera existente.
- El gerente debe aceptar y buscar nuevos clientes para el banco, debe convencer a las empresas o individuales ubicadas en su radio de accion, para que adquieren los diferentes servicios y productos del banco.

Continuacion

- La tarea fundamental aquí es aumentar la cartera de clientes, prospectando continuamente potenciales prospectos tanto individuales como corporativos, trabajando aquellos prospectos de clientes que sean resistentes al cambio. Es importante innovar, en las estrategias de ofrecer los productos, en la forma acercarce al prospecto etc, etc.

Aumentar la cartera de clientes

- El estancamiento en la cartera e clientes se debe solo en parte a la resistencia de los gerentes consagrarse a esta tarea. El desarrollo de una cartera de clientes implica un trabajo muy arduo para dar nuevas formas a las actitudes, habitos, y patrones de pensamientos de los clientes en perspectiva.
- Esta es una tarea altamente creativa, de organización y de mucha prospectacion.

Etapas del proceso de desarrollo de a cartera.

- El gerente debe iniciar un proceso de prospectacion arduo, planificado, constante y creativo sobre aquellos potenciales clientes que se encuentren en su radio de accion.
- Debe hacerse percibir como una fuente posible y confiable de soluciones financieras, creando innovadoras alternativas de financiamiento y de productos atractivos de inversion de capital.

Continuacion

- El gerente debe motivar a sus clientes potenciales l cambio,haciendoles conscientes de la necesidad de cambio. Debe tener la capacidad de despertar un apetito en el cliente potencial cando este no tiene hambre, fomentando un descontento constructivo con el estado actual de su manejo financiero.
- El gerente debe transformar la disposicion del cliente a cambiar.

Continuacion

- La transformacion del cliente es la piedra angular de todo el proceso de desarrollo de la cartera de clientes, requiere que el cliente pueda despertar en los clientes poteciales la intencion de cambiar, asi como la conviccion de que el cambio sugerido es el apropiado.
- Conseguir una negociacion inicial, o hasta una limitada secuencia de pequeños negocios, no es construir una cartera, debe reforzar esa

Continuacion

- Conviccion de aumentar el numero de negocios , aumentar el volumen de negocios que posea con el banco: cuentas de nomina, cuentas personales, tarjetas de credit, creditos personales, corporativos, fianzas, plazos fijo, cuentas de inversion, cuentas en dolares etc etc.

Aumentar el volumen de negocios

- Una vez que la relacion con el cliente se ha convertido en habito, el gerente habra logrado el objetivo estrategico del proceso de desarrollo. De esta manera se inicia un proceso de dependencia del cliente hacia el banco en cuanto al manejo de sus finanzas , en cuanto al manejo de soluciones crediticias para satisfacer las necesidades y demandas del mismo.

Continuacion

- Aquí se entra en la fase de la constancia clientelar. Fase que garantizara que esos clientes que y son cartera , que han aumentado el volumen de negocios con el banco se convertiran en la mejor publicidad, trayendo consigo un efecto multiplicador que permitiran tener un crecimiento sostenido en la agencia y por ende en la corporacion financiera.

Continuacion

- La tarea principal de un gerente para mantener su cartera de clientes es tener a sus clientes contentos y satisfechos
- El combustible basico para mantener la lealtad del cliente es el **servicio .**
- Esto significa facilitarle constantemente el trabajo al cliente., asistiendole en la mejora de sus negocios.

Elementos del proceso de ventas.

- Venta cruzada:aquí se crea una relacion de cuentas multiples,lo que conlleva una mejor captacion y retencion de clientes e incremento de la rentabilidad
- Los productos que vendemos a los clientes debe estar relacionados entre si o ser complementarios para facilitar la negociacion.

Sondeo De Mercado.Diagnostico De Necesidades

- Saludar al cliente de forma natural y afable.
- Darle una cordial bienvenida a nuestra organización.
- ¿En que puedo ayudarle? Aquí estamos iniciando el proceso de ventas sin darnos cuenta atreves de un simple sondeo.
- Sin embargo después esto se hace necesario la implementación de una serie de preguntas importantes

Preguntas Para Sondeo

- Preguntas Abiertas: Son preguntas que estimulan una conversación y abren el camino a un caudal y limitado de información. Ejemplo:¿Qué opinión le merece nuestros productos y servicios?
- Preguntas Cerradas: Son preguntas que requieren una contestacion breve “Si” o “No". Ejemplo: ¿Tiene usted la tarjeta de crédito de nuestro banco?

Preguntas Para Sondeo

- Preguntas De Tipo Luz Verde: Son preguntas que nos ayudan a determinar si el cliente esta interesado en nuestros productos y constituyen la manera de continuar con el proceso de venta. Ejemplo: Según lo que yo le he expuesto ¿Qué le convendria mas,aperturar una cuenta de ahorro o cuenta corriente?

Destrezas Efectivas De Venta

- En las ventas, como en cualquier otra profesión, la mejor ejecución de las destrezas fundamentales pueden ayudarle a distinguirse de los competidores. Hay cinco destrezas fundamentales en la venta de servicios financieros: Conectar, alentar, sondear, confirmar, proveer.

Continuacion

- Conectar: Se utilizan para establecer una relación personal con el cliente. Se utiliza el contacto visual Mirando el cliente a los ojos frecuentemente durante la conversación; utilizar patrones verbales, gestos, postura corporal compatibles con la del cliente. crear rapport según sea apropiado sonriendo, hacer un cumplido encontrando y discutiendo intereses mutuos

Continuacion

- Alentar: Se utilizan para mantener y estimular la participación del cliente en la entrevista.
- Crear un refuerzo hacia las palabras del cliente utilizando señales verbales o gestos que impliquen y demuestren estar en sintonía con la conversación del cliente.
- Crear empatia: Demostrar que se comprenden los sentimientos del cliente sin que se quiera demostrar que se esta de acuerdo con el cliente

Continuacion

- Sondear:Las habilidades para sondear se utilizan para tener información profunda sobre la situacion y necesidades del cliente
- Se establecen aquí preguntas abiertas, preguntas cerradas y preguntas de luz verdes

Contiuacion

- Confirmar: Las habilidades para confirmar se utilizan para lograr progresos claros y comprensibles en la visitas de ventas
- Resumir listando los puntos mas importantes de la reunión, revisando lo que el cliente dijo para verificar lo que se entendió, establecer entre ambos conceptos básicos de la conversación sostenida
- Verificar el acuerdo del cliente observando las señales no verbales o preguntando directamente

Continuacion

- Proveer: las habilidades de proveer se utilizan para proporcionar imagen positiva de su organización de sus productos y de sus servicios. Aquí se exponen los beneficios de una negociación con nuestros productos realizando una presentación exitosa que defina las características de nuestra organización y exponga las bondades de nuestros productos

Tecnicas a Utilizar En El Proceso De Ventas

- La teoría de las etapas mentales: mejor conocida como el método A.I.D.A. esta teoría supone que la mente humana cuando se decide a realizar un acto de compra pasa por una serie sucesiva y ordenada de fases que se inicia desde que se fija la atención de un producto hasta la adquisición del mismo
- Atencion,interes,deseo,accion

Continuacion

- El cliente conoce un producto o servicio que en un primer impacto le motiva una fuerte ATENCION inicial, atrayéndolo. Esta atencion despierta un INTERES por aquel producto o servicio, el cual genera a su vez el DESEO de poseerlo y este, ordena a la voluntad que ACCIONE.
- En la entrevista de ventas esta tecnica surte un efecto extraordinario como base para argumentar en el proceso de ventas

Continuacion

- La eleccion: es el proceso posterior al método A.I.D.A donde planteado el problema abiertamente, el consumidor debe elegir productos, usos, clases, tipos etc.
- Precio: lo que le interesa al consumidor es que el valor de el precio del producto sea inferior al valor de la utilidad que presupone le proporcionara el producto

La Tecnica De La “T”

- Esta técnica consiste básicamente en el establecimiento de comparaciones entre el antes y el después de la adquisición de algunos de nuestros productos y servicios, es decir lo que el cliente a dejado de percibir antes de la obtención y lo que percibirá una vez establezca relaciones con algunos de los productos

Continuacion

- Tecnica moderna de ventas: constituye el apoyo que se debe realizar durante el proceso de ventas en el cual esta basado fundamentalmente en la presentacion de los BENEFICIOS y CARACTERISTICAS, que le proporcionaran y que posee un instrumento, sobre el precio
- Formula: $TMV = \frac{BP + CP}{P} = V$

Desglose de la Formula

- Beneficio: todo lo que el cliente recibirá al recibir el instrumento financiero
- Características: Aspectos básicos y específicos del instrumento
- Precio: requisitos que debe poseer el cliente para lograr adquirir el producto o servicio
- Venta: Culminación del proceso

Objeciones de los clientes

- Escepticismo: Actitud que consiste básicamente en la falta de credibilidad sobre algún aspecto especifico
- Indiferencia: son situaciones en las que el cliente cree que no necesita su producto. Esta indiferencia puede ser derivada por varios motivos, entre el mas comun se encuentra un cliente satisfecho con su producto o servicio que actualmente usa

Post venta

- Indispensable proceso una vez hayamos completado todo el ciclo de venta.Estamos acostumbrados a enamorar al cliente en el proceso de captacion de los negocios pero luego se pierde esa una de miel, la cual nos perjudica, debiendo ser todo lo contrario pues el cliente obteniendo un excelente servicio post venta no dudara en realizar nuevas inversiones innovadoras que podamos ofrecer.

Continuación

- Otro elemento importante es que este cliente sera nuestra mejor agencia de publicidad, no dudara en darnos continuamente la mejor imagen y referencia, sera un efecto multiplicador de nuevos clientes, nuevos negocios etc.
- En la banca un gerente o ejecutivo de negocios debe estar permanentemente realizando consultas sobre las colocaciones

Continuacion

- Y cuentas de sus clientes, verificando fechas, plazos, vencimientos, renovaciones etc.
- Esta atencion constante y asesoria personalizada enmarcada por la excelencia en el servicio es la diferencia en el sector financiero.
- Todo personal que realice funciones de venta, debe estar consciente de que su funcion principal es ATENDER al publico.

Continuación

- Al tratar al cliente con amabilidad y demostrarle que estamos interesados en el, creara una atmosfera de respeto y confianza y nos dará la oportunidad la relación que existe entre el y su organización.

- BRIGITTE TORRES.
- Facilitador capacitador

BENEFICIOS DE VIVIENDA QUE OFRECE EL GOBIERNO

(MI CASA YA)

AURA MILENA CONDE CRIOLLO

CAMILA ZAMBRANO JOAQUÍ

ANA MERCEDES HURTADO

(Aprendiz)

DANNY COLLAZOS

(Instructor)

GESTION BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS

N°-FICHA: 1966740

2020

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Centro de Comercio y Servicios – Regional Cauca
Gestión Bancaria y de Entidades Financieras

OBJETIVOS

- dar a conocer a nuestros compañeros los diferentes tipos de subsidio que orece el gobierno

- identificar la estructura técnica y financiera de los diferentes programas y proyectos de vivienda

- adquirir reconocimiento de derechos reales sobre bienes inmuebles cuando los mecanismos y/o los subsidios que ofrece el gobierno

- analizar y gestionar los recursos prevenientes del subsidio familiar

- conocer la opción de participar en cualquier tipo de subsidio

- conocer las diferentes tasas que se manejan en los subsidios de vivienda

SEMILLERO DE PROPIETARIOS

Proceso de inscripción a Semillero de Propietarios Paso a paso

1. Registre al jefe de hogar haciendo clic en Inscripción al programa
2. Después de finalizar el proceso de registro, en el transcurso del día recibirá un correo electrónico informando usuario y contraseña.
3. Dé clic en Inscripción al programa y luego clic en Iniciar sesión.
4. Digite el usuario y contraseña asignados (no deje espacios antes ni después del texto de usuario y contraseña).
5. Llene el formulario con la información de todos los integrantes del hogar.
6. Adjunte la documentación requerida: certificado de ingresos (para trabajadores formales), declaración juramentada de ingresos (para trabajadores informales), certificado médico (para personas discapacitadas).
7. Envíe el formulario.
8. Espere respuesta a la habilitación al programa Semillero de Propietarios.

¿Tuvo problemas con la inscripción a Semillero de Propietarios?
Si usted tuvo problemas con el aplicativo de Semillero de Propietarios por alguno de los siguientes motivos:
i) No confirmación del correo electrónico.
ii) Correo mal suministrado.
iii) Problemas al ingresar con usuario y contraseña.

Por favor tenga en cuenta nuestros canales de atención.

REQUISITOS PARA SER BENEFICIARIO

Los interesados en ser beneficiarios de este programa deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Tener ingresos inferiores a 2 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- No ser propietario de una vivienda.
- No haber sido beneficiario de ningún subsidio familiar de vivienda.
- Después de inscribirse en el programa, contar con concepto favorable para suscribir el contrato de arrendamiento o arrendamiento con opción de compra. Requisitos para ser beneficiario

TRAMITE SU SUBSIDIO

Los interesados se deben registrar como hogares en búsqueda de una vivienda. Antes de diligenciar el formulario para buscar una vivienda, debe saber que solo se acepta un único registro por hogar, es decir, que el formulario solamente puede ser enviado una sola vez. Para completar el formulario debe tener a la mano la certificación laboral no mayor a 30 días, donde se señale su remuneración salarial para adjuntar en línea, formato de declaración de ingresos juramentada diligenciada y firmada para adjuntar en línea (independientes) y, si el jefe o algún miembro de

su hogar posee una condición de discapacidad, debe adjuntar en línea el certificado médico firmado.

CASA DIGNA VIDA DIGNA

“Casa Digna, Vida Digna” es una iniciativa del Gobierno del presidente Iván Duque para mejorar la calidad de vida de los colombianos a través del mejoramiento de sus viviendas y el entorno de las mismas. Este programa articula a tres entidades: El Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio (MVCT), el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y Prosperidad Social (PS).
Esta iniciativa busca intervenir asentamientos humanos mediante tres líneas de acción: (1) el mejoramiento de las condiciones del entorno y la construcción de equipamientos sociales y obras de urbanismo, (2) la titulación de las viviendas y (3) el mejoramiento al interior de las viviendas
, incluyendo la construcción de baños, cocinas, pisos, estructuras, entre otros. Una de las virtudes de este programa es que se ajusta a las necesidades particulares de cada hogar.

Con “Casa Digna, Vida Digna” queremos cambiarle la realidad a miles de colombianos que hoy habitan viviendas con condiciones inadecuadas de habitabilidad. Esta es una poderosa herramienta para la superación de la pobreza y la consolidación de un país con equidad y justicia social

MI CASA YA

Programa del Gobierno Nacional que facilita la adquisición de una vivienda nueva en zona urbana de cualquier municipio del país a través de un subsidio familiar de vivienda y/o cobertura a la tasa de interés. Está dirigido a hogares con ingresos totales menores a $6.624.928 (8 SMMLV). El programa funciona por demanda, hasta que se agoten los cupos.

PROGRAMA DIRIGIDO A

Los hogares colombianos que deseen adquirir una vivienda urbana nueva con Mi Casa Ya deben cumplir con las siguientes condiciones:

- Hogares con ingresos de 0 a 4 SMMLV (0 – $3.312.464)

  - No ser propietarios de una vivienda en el territorio nacional.No ser propietarios de una vivienda en el territorio nacional.
  - No haber sido beneficiarios a cualquier título, de las coberturas de tasa de interés.

- No haber sido beneficiarios de un subsidio familiar de vivienda otorgado por una Caja de Compensación Familiar.
- Contar con un crédito aprobado para la adquisición de una solución de vivienda o contar con una carta de aprobación de un leasing habitacional emitida por un establecimiento de crédito o el Fondo Nacional del Ahorro.

- Hogares con ingresos de hasta 8 SMMLV ($6.624.928)

- No ser propietarios de una vivienda en el territorio nacional.
- No haber sido beneficiarios a cualquier título, de las coberturas de tasa de interés.

BENEFICIO OTORGADO

Para hogares con ingresos familiares de:



SUBSIDIOS MI CASA YA 2019

Rango de Ingresos	Subsidio cuota inicial	Subsidio a la tasa de interés	
		VIP - 70 SMLMV $57.968.120	VIS - Hasta 135 SMLMV $111.795.660
0 – 2 SMLMV $0 – $1.656.232	30 SMLMV $24.843.480	5% de tasa EA $8.6 millones en 7 años*	4% de tasa EA $15 millones en 7 años*
2 – 4 SMLMV $1.656.233 - $3.312.464	20 SMLMV $16.562.320	5% de tasa EA $8.6 millones en 7 años*	4% de tasa EA $15 millones en 7 años*
4 – 8 SMLMV $3.312.465 - $6.624.928	No aplica	5% de tasa EA $8.2 millones en 7 años*	4% de tasa EA $15 millones en 7 años*

* Desembolso promedio para el subsidio.

TRAMITE SU SUBSIDIO

Los hogares deben seleccionar la vivienda de su preferencia, que se ajuste a sus capacidades económicas y dirigirse al establecimiento de crédito de su elección o al Fondo Nacional del Ahorro.

Allí se verificarán las características de los hogares y se les informará si pueden ser beneficiarios o no, sin postulaciones previas, a través de una consulta en línea que hace el establecimiento en un aplicativo diseñado para tal fin.

En caso de obtener una respuesta positiva, el hogar debe continuar con el trámite que tenga el establecimiento de crédito para la aprobación de un crédito hipotecario.

Una vez aprobado el crédito por parte del establecimiento de crédito, este se encargará de solicitar la asignación del subsidio y del trámite del desembolso del crédito.

MI CASA YA - SUBSIDIO A LA TASA DE INTERÉS

VIS Y VIP

El subsidio a la tasa de interés del Gobierno Nacional le ayuda a los colombianos a pagar hasta el 30% de la cuota mensual de su crédito hipotecario.

1. ¿QUÉ ES MI CASA YA SUBSIDIO A LA TASA DE INTERÉS?

Es un subsidio que se entrega a la tasa de interés de los créditos hipotecarios y puede ser de 4 puntos porcentuales o 5 puntos porcentuales de acuerdo al nivel de ingresos del beneficiario.

2. ¿QUIÉNES PUEDEN APLICAR?

A este subsidio pueden postularse familias que devenguen entre 1 y 8 salarios mínimos legales vigentes, es decir, $828 mil 116 pesos y $6 millones 624 mil 928 pesos, que adquieran vivienda VIS o VIP de máximo 135 salarios mínimos ($111 millones 795 mil 660 pesos).

Además, los interesados podrán acceder a este subsidio si:

- No han sido beneficiarios alguna vez del subsidio a la tasa de interés.
- No son propietarios de vivienda.
- Tienen un crédito hipotecario aprobado en una entidad financiera o en el FNA.

3. ¿CUÁL ES EL BENEFICIO?

Los hogares que adquieran una vivienda VIP, aquella cuyo valor no supere los 70 smmlv ($57.968.120), obtendrán un subsidio a la tasa de 5 puntos, durante las primeras 84 cuotas de su crédito hipotecario. Los hogares que adquieran una vivienda VIS, aquella cuyo valor sea superior a 70 smmlv (más de $57.968.120) y hasta 135 smmlv (menor o igual a $111.795.660), obtendrá un subsidio a la tasa de 4 puntos, durante las primeras 84 cuotas de su crédito hipotecario.

3. ¿CÓMO SE PUEDE ACCEDER AL SUBSIDIO A LA TASA DE INTERÉS?

Los hogares interesados solo deben solicitar el beneficio de tasa de interés en el establecimiento de crédito que vaya a financiar la compra de su vivienda y realizar el trámite normal para la aprobación de su crédito hipotecario.

4. ¿QUÉ TIPO DE VIVIENDA SE PUEDE ADQUIRIR CON ESTE SUBSIDIO?

Se pueden adquirir viviendas urbanas nuevas en cualquier municipio del país de tipo VIP (valor hasta 70 smlmv, es decir $57.968.120) o VIS (valor superior a 70 smlmv y hasta los 135 smlmv, es decir, entre $57.968.121 y $111.795.660).

5. ¿LA COBERTURA A LA TASA SE DARÁ DURANTE TODOS LOS AÑOS DEL CRÉDITO?

La cobertura a la tasa que otorga el Gobierno Nacional aplica para las primeras 84 cuotas, es decir, durante los primeros 7 años del crédito.

6. OTROS ASPECTOS QUE DEBE CONOCER SOBRE EL SUBSIDIO A LA TASA DE INTERÉS:

- El subsidio a la tasa de interés se hará efectivo a partir del desembolso del mismo, siempre y cuando la vivienda sea nueva y esté en el rango de precios fijados para tal fin.
- Los establecimientos de crédito deben informar a los potenciales deudores de crédito y locatarios de leasing habitacional acerca de las condiciones de acceso, vigencia y terminación anticipada del beneficio que ofrece el Gobierno Nacional. En los respectivos extractos mensuales los establecimientos de crédito informarán claramente el valor del beneficio de la cobertura de tasa de interés.
-

- **OBJETIVO DEL PROGRAMA**
- El programa de las viviendas 100% subsidiadas nace como respuesta del Gobierno Nacional a la realidad de miles de hogares que viven en situación de extrema pobreza y, por lo tanto, no logran acceder a un crédito para obtener su vivienda por los mecanismos tradicionales que ofrece el mercado. Este programa pretende entregar 100 mil viviendas y tiene como objetivo central seguir avanzando en el cumplimiento de las metas del Gobierno de crear empleo y reducir la pobreza en Colombia.
- **ARRIENDO SOCIAL**
- **1. ¿QUIÉNES PUEDEN APLICAR AL PROGRAMA ARRIENDO SOCIAL?**
- Arriendo Social es un producto exclusivo del Fondo Nacional del Ahorro acompañado del Ministerio de Vivienda. Es una nueva línea para los afiliados por Cesantías y Ahorro Voluntario Contractual que contempla cánones mensuales desde $180 mil pesos y está dirigida a personas que ganan entre uno y cuatro salarios mínimos ($689.454 a $2.757.816).
- 2. **¿CUÁNTO FINANCIA Y QUÉ TIPO DE VIVIENDAS COBIJA EL PROGRAMA ARRIENDO SOCIAL?**
- El Fondo Nacional del Ahorro financiará a sus afiliados hasta el 90% del valor en viviendas nuevas desde cero hasta $93.076.290 con una opción de compra del 0% al finalizar el tiempo de arriendo.
- **3. ¿QUÉ SISTEMA DE AMORTIZACIÓN MANEJA EL PROGRAMA ARRIENDO SOCIAL?**
- El sistema de amortización que manejará el programa Arriendo Social será únicamente el de amortización decreciente en Unidad de Valor Real (UVR), con plazos que van desde los 5 y hasta los 30 años.
- **4. ¿QUÉ DEBO HACER SI YO, DESPUÉS DE UN TIEMPO, NO QUIERO TERMINAR MI ARRIENDO SOCIAL?**
- El contrato de Arriendo Social se puede ceder a otro afiliado del Fondo Nacional del Ahorro que cumpla con las condiciones financieras para un crédito. Quién tuvo el contrato, en primer momento, deberá hacer una transacción comercial con quien recibe el inmueble para recuperar lo que ya pagó.
- **5. ¿EN QUÉ MUNICIPIOS APLICA EL PROGRAMA ARRIENDO SOCIAL?**
- El programa aplica para todos los municipios y departamentos del país incluidos Bogotá y Cundinamarca.

- **6. ¿CUÁNTO DEBO PAGAR AL ADQUIRIR MI CONTRATO DE ARRIENDO SOCIAL?**
- El afiliado deberá cancelar un canon inicial de 10% al iniciar su contrato de Arriendo Social. Durante el resto del tiempo del contrato (5 a 30 años) deberá cancelar cumplidamente las cuotas establecidas.
- **7. ¿EL PROGRAMA SOLO APLICA PARA VIVIENDAS NUEVAS?**
- Sí, solo para vivienda nueva.
- **8. ¿CUÁNDO ENTRA EN FUNCIONAMIENTO EL PROGRAMA ARRIENDO SOCIAL?**
- El programa entrará a funcionar el próximo 1 de octubre de 2015.
- **9. ¿QUÉ TASAS MANEJA EL FONDO NACIONAL DEL AHORRO PARA EL ARRIENDO SOCIAL?**
- Las tasas van desde UVR+4%, hasta UVR+9.50%. Sumado a esto, los afiliados al FNA podrán disfrutar del subsidio a la tasa de interés del Gobierno Nacional que junto a las tasas del FNA pueden dar como resultado un crédito al 0% real; además de los subsidios del Gobierno Nacional para adquisición de Vivienda de Interés Social y Vivienda de Interés Prioritario.
- **10. ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA CON UN CRÉDITO HIPOTECARIO TRADICIONAL?**
- A diferencia del crédito hipotecario tradicional, el Arriendo Social al operar como un leasing, la titularidad del inmueble solo quedará en cabeza del beneficiario una vez haya cumplido con el total de la obligación. En caso de que el beneficiario registre mora en su obligación mayor a 90 días, el FNA podrá solicitar la restitución inmediata del inmueble; sin embargo el beneficiario cuenta con la alternativa de dar en cesión el contrato de Arriendo Social.
- **11. ¿ES DECIR QUE EL INMUEBLE ESTARÁ A NOMBRE DEL FONDO NACIONAL DEL AHORRO?**
- Sí, el inmueble estará a nombre del Fondo Nacional del Ahorro hasta la última cuota que el afiliado debe cancelar según el contrato.
- **12. SI YO TENGO MIS CESANTÍAS EN EL FONDO NACIONAL DEL AHORRO Y GANO 1.1 SALARIOS MÍNIMOS ($758.399) ¿CUÁNTO ME PRESTAN?**

- Usted primero deberá tener un canon inicial del 10 % del valor de la vivienda a adquirir. La tasa, según sus ingresos, será de UVR+4%, para un inmueble de 40´594.050 pesos, pagaría un canon mensual de 195.214 pesos.
- 13. Si soy independiente, tengo mi Ahorro Voluntario Contractual con el Fondo Nacional del Ahorro, y gano 1.7 salarios mínimos ($1.172.072) ¿cuánto me prestan?
- Usted primero deberá tener un canon inicial de 10% del valor de la vivienda a adquirir. La tasa, según sus ingresos, será de UVR+8%, para un inmueble de 45´104.500 pesos. Pararía un canon mensual de 294.627 pesos.
- **14. ¿CUÁLES SON LAS TASAS PARA LOS DEMÁS RANGOS?**
-

AFILIADO POR CESANTÍAS

Amortización UVR ciclica por años

Ingreso básico mensual (SMLMV)		UVR(+)
Desde	Hasta	
>0.00	1.50	4.00%
>1.50	2.00	4.50%
>2.00	3.00	5.80%
>3.00	4.00	6.60%

UVR: Valoración UVR últimos doce (12) meses a la fecha de desembolso

-
-

AFILIADOS POR AHORRO VOLUNTARIO CONTRACTUAL

Trabajadores independientes y madres comunitarias

Ingreso básico mensual (SMLMV)		UVR(+)
Desde	Hasta	
>0.00	2.00	8.00%
>2.00	4.00	9.50%

Trabajadores dependientes o subordinados

Ingreso básico mensual (SMLMV)		UVR(+)
Desde	Hasta	
>0.00	2.00	7.00%
>2.00	4.00	8.00%

UVR: Valoración UVR últimos doce (12) meses a la fecha de desembolso

BIOGRAFÍA

WWW.MINVIVIENDA.GOV.CO

DAVIVIENDA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

CONTRATO DE CUENTA CORRIENTE BANCARIA

Mediante el presente documento el **BANCO DAVIVIENDA S.A**., en adelante **DAVIVIENDA** y la persona relacionada en el formato de apertura de cuenta corriente anexo, en adelante **EL CUENTACORRENTISTA**, se celebra un contrato de cuenta corriente bancaria el cual se regirá por lo establecido en el Código de Comercio, en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, los acuerdos interbancarios, demás normas pertinentes y especialmente por las siguientes cláusulas:

OBJETO: Con ocasión del contrato de depósito en cuenta corriente bancaria, **EL CUENTACORRENTISTA** adquiere la facultad de consignar sumas de dinero y cheques en **DAVIVIENDA** y ésta se compromete a su restitución, según la voluntad del **CUENTACORRENTISTA** de disponer, total o parcialmente, de sus saldos mediante el giro de cheques, retiros con tarjeta débito, débito automático o en cualquier otra forma previamente ofrecida y autorizada por **DAVIVIENDA**, de acuerdo con lo establecido en el presente contrato. **DAVIVIENDA** podrá autorizar que se consignen otros títulos o documentos representativos de dinero distintos de los cheques.

OBLIGACIONES DE DAVIVIENDA: En virtud de este contrato, **DAVIVIENDA** se obliga principalmente, a entregar los medios para el uso de la cuenta corriente y a restituir los fondos disponibles conforme a lo previsto en el presente contrato.

OBLIGACIONES DEL CUENTACORRENTISTA: En virtud de este contrato, **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a: i- mantener en su cuenta corriente fondos suficientes para atender el pago total de los cheques que libre contra **DAVIVIENDA**; ii- actualizar por lo menos una vez al año la información por él suministrada en el formulario de apertura de cuenta corriente y en los demás documentos exigidos, de acuerdo con lo estipulado en el presente contrato; iii- suministrar, cuando lo requiera Davivienda, los documentos e información que soporten, justifiquen y/o expliquen sus transacciones; y iv- cumplir, diligentemente, con las obligaciones que le corresponden en virtud de este contrato, el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y la normatividad aplicable.

DERECHOS DEL CUENTACORRENTISTA: Sin perjuicio de los derechos consagrados en otras disposiciones, **EL CUENTACORRENTISTA** tendrá todos los derechos consagrados en la ley 1328 de 2009 y a los incluidos en este contrato.

El presente contrato es un contrato de adhesión, en el cual **EL CUENTACORRENTISTA** declara que **DAVIVIENDA** previamente le ha informado que éste ha sido puesto a su disposición en www.davivienda.com. Las modificaciones a este contrato serán comunicadas a **EL CUENTACORRENTISTA** de acuerdo con los términos de ley y las establecidas en este contrato.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

CAPITULO I
RETIROS Y DEPÓSITOS

Este contrato además de regular el servicio de cuenta corriente bancaria, también regula la utilización de los servicios que ofrece **DAVIVIENDA** a sus **CUENTACORRENTISTAS** tales como la tarjeta débito, el teléfono rojo, y demás servicios que ofrezca y llegare a ofrecer **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 1º.- CHEQUERAS.- Para realizar retiros de la cuenta corriente, **DAVIVIENDA** suministrará o autorizará al **CUENTACORRENTISTA** cheques debidamente identificados previa solicitud escrita diligenciada por **EL CUENTACORRENTISTA** en comprobante especial que para ese efecto le entregará **DAVIVIENDA**, o a través de un medio idóneo acordado previamente por las partes. **DAVIVIENDA** podrá debitar de la cuenta corriente los valores correspondientes a impuestos que ocasione la chequera, así como el costo de la misma.

PARÁGRAFO.- DAVIVIENDA solamente entregará chequeras al titular de cuenta corriente; en caso de que este no pudiere reclamarlas personalmente, las chequeras serán entregadas a la persona que **EL CUENTACORRENTISTA** o su representante legal o apoderado indique por escrito, en el formulario de solicitud. A la autorización deberá anexarse la cédula de ciudadanía o el documento legal de identificación de quien autoriza. **DAVIVIENDA** podrá tomar las medidas de seguridad que estime pertinentes para verificar la autenticidad de los documentos y la identidad de la persona a quien se le entregará las chequeras.

ARTÍCULO 2º.- PAGO DE CHEQUES.- DAVIVIENDA se obliga, de acuerdo con las disposiciones legales y las cláusulas contractuales, a atender las órdenes de pago previamente convenidas con **EL CUENTACORRENTISTA** y a pagar los cheques que hayan sido librados en la chequera entregada o autorizada, salvo que exista justa causa para su devolución o que a juicio de **DAVIVIENDA**, presente apariencia de falsificación o adulteración. Se consideran justas causas de devolución de cheques, aquellas que contrarían la ley de circulación de estos títulos, las contenidas en los acuerdos interbancarios y, en general, las que constituyan una razonable previsión tendiente a verificar las circunstancias en que el cheque fue girado o endosado.

PARÁGRAFO PRIMERO.- DAVIVIENDA pagará a la vista los cheques postdatados.

PARÁGRAFO SEGUNDO.- El endoso en blanco de un cheque girado a la orden será llenado con la sola firma impuesta por su tenedor en señal de recibo del pago.

ARTÍCULO 3º.- PAGO PARCIAL DE CHEQUES.- En el evento de no haber fondos suficientes para cubrir el cheque en su totalidad **DAVIVIENDA** ofrecerá al tenedor del cheque su pago parcial hasta concurrencia del saldo que tenga **EL CUENTACORRENTISTA**, a menos de que existan otras razones que justifiquen su devolución de acuerdo con el artículo 4 del presente

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

contrato. Se entiende que **DAVIVIENDA** ha realizado el ofrecimiento de pago parcial por el simple hecho de comunicar al **CUENTACORRENTISTA** o al legítimo tenedor la existencia de fondos insuficientes para cubrir el importe del cheque.

ARTÍCULO 4º.- ORDENES DE NO PAGO.- DAVIVIENDA solo estará obligada a cumplir las órdenes de no pago emanadas de autoridad competente, del **CUENTACORRENTISTA**, su representante legal o a quien éste autorice en las circunstancias previstas por la ley. Las órdenes que en dicho sentido expida **EL CUENTACORRENTISTA** deberán ajustarse al procedimiento establecido por **DAVIVIENDA**, el cual se encuentra publicado en la página Web y contener una completa identificación del cheque, número de la cuenta corriente, la fecha de su giro y la cantidad.

DAVIVIENDA sólo atenderá las órdenes de no pago que cumplan con los aspectos señalados anteriormente.

PARÁGRAFO.- DAVIVIENDA no se hará responsable por el no pago de cheques contraordenados.

ARTÍCULO 5º.- PAGO DE CHEQUES HURTADOS EXTRAVIADOS O DESTRUIDOS EN PODER DEL BANCO CONSIGNATARIO.- Cuando los cheques girados por **EL CUENTACORRENTISTA** hayan sido extraviados hurtados o destruidos en poder del Banco consignatario, **EL CUENTACORRENTISTA** autoriza a **DAVIVIENDA** a debitar de su cuenta el valor total o parcial de los mismos, siempre y cuando dicho banco presente ante **DAVIVIENDA** toda la documentación requerida de acuerdo con sus manuales internos. **DAVIVIENDA** podrá debitar de la cuenta corriente, dentro de los cinco días hábiles contados a partir de la entrega de los documentos por parte del **BANCO CONSIGNATARIO**, caso en el cual el cuentacorrentista se obliga a dar orden de no pago de los mismos, para evitar que sean pagados doblemente.

PARÁGRAFO.- Será facultativo para el banco consignatario adelantar el proceso de cancelación o reposición del título valor según sea el caso, de acuerdo con lo previsto en la normatividad vigente. Si aparece el original del cheque respectivo, el banco consignatario deberá hacer entrega del mismo a **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 6º.- SOBREGIRO.- En el evento en que **DAVIVIENDA** decida pagar cheques girados por valor superior al disponible en la cuenta corriente y en exceso del cupo de crédito otorgado para ese fin, cuando sea el caso **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a reintegrar a **DAVIVIENDA** el valor pagado en exceso a más tardar el día siguiente, junto con los intereses remuneratorios vigentes para este tipo de operaciones, a partir del segundo día además deberá reconocer intereses de mora a la tasa máxima permitida por la ley. **EL CUENTACORRENTISTA** podrá autorizar, cualquier otro cargo contra su cuenta corriente en exceso del saldo disponible en dicha cuenta**. PARÁGRAFO PRIMERO.- EL CUENTACORRENTISTA** autoriza de manera permanente e irrevocable a **DAVIVIENDA** para debitar de esta cuenta corriente y de cualquier

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

otra, así como de cuentas de ahorros o depósitos que mantenga en cualquiera de sus oficinas y sucursales en el país, el valor de los sobregiros que se presenten en esta cuenta. **PARÁGRAFO SEGUNDO**.- Lo previsto en este artículo no tienen aplicación para los **CUENTACORRENTISTAS** vinculados de **GRANBANCO S.A. BANCAFÉ.**

ARTÍCULO 7º.- CERTIFICACIÓN DE CHEQUES.- DAVIVIENDA solo podrá certificar cheques dentro de los plazos de presentación fijados por la ley; para el cómputo de los mismos se entenderán como días inhábiles los cierres debidamente autorizados por la Superintendencia Financiera, los efectos de la certificación solo se mantendrán durante dichos plazos. **DAVIVIENDA** debitará de inmediato y mientras subsista los efectos de la certificación, la cuenta corriente del titular por el valor certificado.

ARTÍCULO 8º.- REGISTRO Y VALIDEZ DE LOS DEPÓSITOS.- Los depósitos se harán en los formularios y/o por los mecanismos que establezca **DAVIVIENDA** para el efecto, obligándose **El CUENTACORRENTISTA** a diligenciar o entregar la información que **DAVIVIENDA** requiera de manera correcta y completa, sea que la consignación sea realizada por el mismo **CUENTACORRENTISTA** o por un tercero.

PARÁGRAFO: Los depósitos realizados en los cajeros automáticos de **DAVIVIENDA** o de sus redes afiliadas, buzones u otros mecanismos electrónicos o mecánicos ofrecidos, quedarán sujetos a su posterior verificación, en consecuencia, la suma que se acreditará en la cuenta será la que resulte de la verificación efectuada por **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 9º.- DEPÓSITO MEDIANTE CHEQUES.- Cuando el depósito se efectúe mediante cheque, **EL CUENTACORRENTISTA** no podrá hacer retiros sobre su valor antes de que **DAVIVIENDA** haya hecho efectivo el cobro y acreditada la respectiva cuenta. Si **DAVIVIENDA** abona provisionalmente en la cuenta el valor del cheque queda expresa e irrevocablemente autorizada para debitarlo si el cheque no es cubierto.

PARÁGRAFO PRIMERO.- Será obligación del **CUENTACORRENTISTA** verificar con **DAVIVIENDA** si dichos cheques se hicieron efectivos, así como reclamarlos en el evento en que resulten devueltos por el Banco girado.

PARÁGRAFO SEGUNDO.- EL CUENTACORRENTISTA autoriza expresamente a **DAVIVIENDA** para que en su calidad de endosataria al cobro, no acepte el pago parcial de cheques consignados en su cuenta a cargo de otros bancos, salvo en aquellos en los cuales **EL CUENTACORRENTISTA** manifieste lo contrario insertando en el reverso del título la frase "ACEPTO PAGO PARCIAL" u otra equivalente.

ARTÍCULO 10º.- PERDIDA, HURTO O EXTRAVIÓ DE CHEQUES CONSIGNADOS.- DAVIVIENDA responderá por el extravío, pérdida o hurto de un cheque consignado en la cuenta corriente, cuando tal hecho ocurra por su culpa, la cual debe ser acreditada de manera suficiente, por cualquier mecanismo idóneo. En aquellos casos en que el cheque fue extraviado

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

en el proceso de presentación para su pago ante el Banco girado, o al momento de la devolución por el Banco girado por no pago y haya sido abonado previamente en la cuenta de su titular, **DAVIVIENDA** podrá debitarlo, sin perjuicio de que se adelante el proceso de cancelación del título o títulos, conforme a la ley.

ARTÍCULO 11º.- DEPÓSITO DE CHEQUE DE OTRAS PLAZAS.- Es facultativo de **DAVIVIENDA** aceptar o no consignaciones de cheques de otras plazas que deban ser enviados por correo para su pago, en ese caso las expensas de la remisión serán de cargo del **CUENTACORRENTISTA,** en cuya cuenta se cargarán dichos valores de acuerdo con las tarifas que para tal efecto establezca **DAVIVIENDA,** independientemente de que el cheque sea o no cancelado. Así mismo, **EL CUENTACORRENTISTA** autoriza expresa e irrevocablemente a **DAVIVIENDA** para que, sobre los depósitos hechos en cheques de otras plazas abonadas anticipadamente, se debiten de su cuenta los dineros que por concepto de comisión por traslado de fondos se causen, el importe total o parcial del cheque y los intereses en caso de devolución del instrumento.

ARTÍCULO 12º.- DEPÓSITOS EFECTUADOS EN HORARIO ADICIONAL.- Salvo disposición normativa en contrario, los depósitos que se realicen en el horario distinto del básico que corresponda en la oficina en la cual se efectúa la consignación, se tendrán por realizados el día bancario hábil siguiente a aquel en que se lleven a cabo.

ARTÍCULO 13º.- GIROS Y TRANSFERENCIAS.- EL CUENTACORRENTISTA podrá realizar giros o transferencias de dineros al exterior a partir de los saldos disponibles en su cuenta corriente, o recibir giros o transferencias de dineros del exterior con destino a su cuenta corriente, siempre que dichas operaciones se encuentren legalmente autorizadas. En tales eventos **DAVIVIENDA,** queda ampliamente facultada para elaborar los documentos y realizar los demás trámites exigidos por las disposiciones legales, para lo cual **EL CUENTACORRENTISTA** se compromete a suministrar información completa y veraz y a garantizar el origen lícito de los dineros objeto de la operación.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

CAPITULO II
DILIGENCIAMIENTO DE CHEQUES Y MANEJO DE LA CHEQUERA

ARTÍCULO 14º.- DILIGENCIAMIENTO DE CHEQUES.- El diligenciamiento de los cheques deberá ser claro, indicando la cantidad en letras y números, y evitando dejar espacios en blanco que permitan introducir alteraciones. Si la expresión en letras y números es diferente, o falta una de las dos, **DAVIVIENDA** podrá abstenerse de pagar el cheque pero si decide pagarlo, lo hará por la suma indicada en letras. **EL CUENTACORRENTISTA** solo podrá insertar en los cheques las restricciones de negociación o de cobro previstas en la ley. **EL CUENTACORRENTISTA** podrá utilizar protectógrafos o sellos de presión para remplazar la cantidad expresada en letras, que deberá registrar en **DAVIVIENDA,** y en ese caso, si existiere diferencia entre la cantidad manuscrita o dactilografiada y la puesta por el protector o el sello de presión, **DAVIVENDA** habrá de atenerse a la última.

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

PARAGRAFO: Los cheques deberán ser firmados por quienes aparecen como titulares en la tarjeta de registro de firmas o a quienes éstos hayan autorizado. Sin embargo, además de la firma autógrafa, o en lugar de ella, **DAVIVIENDA** podrá autorizar a **EL CUENTACORRENTISTA** para usar, bajo la absoluta responsabilidad de este último, un medio mecánico o facsímile que deberá registrar en **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 15°.- RESPONSABILIDAD EN LA CONSERVACIÓN DE LA CHEQUERA.- El CUENTACORRENTISTA, en los términos de ley, se obliga a custodiar diligentemente la chequera y los formularios de solicitud de la misma, y a evitar que terceras personas hagan uso indebido de aquellos. En el evento de presentarse tal circunstancia, **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a dar aviso de inmediato a **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 16°.- MANEJO DE LA CUENTA CORRIENTE MEDIANTE APODERADO.- El titular de la cuenta o su representante legal en caso de ser persona jurídica, podrá designar apoderados para el manejo de la cuenta, los cuales quedan autorizados para contraer a nombre de sus representados, todas las obligaciones derivadas del giro de cheques aunque éstos sean atendidos en descubierto.

ARTÍCULO 17º.- CHEQUERAS ESPECIALES.- DAVIVIENDA podrá autorizar al **CUENTACORRENTISTA** el empleo de chequeras especiales con formatos diferentes a los ordinarios. Dichas chequeras serán impresas en el papel y con las medidas de seguridad empleadas en la elaboración de las chequeras ordinarias.

PARÁGRAFO PRIMERO.- El CUENTACORRENTISTA, en los términos de ley, se obliga a custodiar diligentemente la chequera y los formularios de solicitud de la misma, y a evitar que terceras personas hagan uso indebido de aquellos. En el evento de presentarse tal circunstancia, **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a dar aviso de inmediato a **DAVIVIENDA.**

PARÁGRAFO SEGUNDO.- Se prohíbe el uso de chequeras universales, o sea aquellas que sirven para girar contra distintos bancos.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

CAPITULO III
REMUNERACIÓN DE LA CUENTA CORRIENTE

ARTÍCULO 18º.- REMUNERACIÓN.- DAVIVIENDA podrá disponer, unilateralmente y de manera general, el pago de rendimientos sobre saldos en cuenta corriente, evento en el cual **DAVIVIENDA** determinará los niveles de saldo que serán remunerados, la tasa de interés, la forma de pago y el período de liquidación, acatando las disposiciones que sobre el particular impartan las autoridades competentes.

PARÁGRAFO.- Igualmente, **DAVIVIENDA** podrá acordar con alguno o algunos **CUENTACORRENTISTAS** el pago de rendimientos adicionales según los saldos en cuenta corriente.

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

CAPITULO IV
TRANSACCIONES POR MEDIOS DISTINTOS AL GIRO DE CHEQUES: TARJETA DÉBITO Y CANALES VIRTUALES

ARTÍCULO 19º.- TRANSACCIONES CON LA TARJETA DÉBITO.- EI CUENTACORRENTISTA podrá efectuar transacciones de su cuenta corriente mediante la utilización de la tarjeta débito en los puntos de pago de los establecimientos comerciales y en los cajeros automáticos de **DAVIVIENDA** o entidades afiliadas como Red Multicolor, Ascredibanco, Servibanca, Línea Cirrus y las demás que se afilien en el futuro o por cualquier otro mecanismo o medios electrónicos que ofrezca **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 20º.- TENENCIA Y CUSTODIA DE LA TARJETA DÉBITO.- La tarjeta débito es personal e intransferible y se entrega en calidad de tenencia al **CUENTACORRENTISTA** quien adquiere el derecho a utilizarla en las condiciones aquí previstas y para los servicios ofrecidos por ésta. **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a custodiar diligentemente la tarjeta débito asignada a su cuenta, junto con su (s) respectiva (s) clave (s) (**NIP**).

PARÁGRAFO.- En caso de pérdida, hurto o extravío de la tarjeta débito, **EL CUENTACORRENTISTA** deberá dar aviso inmediato por escrito o telefónicamente a **DAVIVIENDA**, con la finalidad de evitar el pago de fondos a personas distintas al **CUENTACORRENTISTA. EL CUENTACORRENTISTA** podrá solicitar la reposición de la tarjeta débito, lo cual podrá tener costo, y en este evento, será informado por **DAVIVIENDA** en su página Web o en cualquier otro canal o instrumento que para tal fin disponga **DAVIVIENDA.**

ARTÍCULO 21.- CANALES VIRTUALES: A través de los canales virtuales establecidos por **DAVIVIENDA, EL CUENTACORRENTISTA** podrá acceder a los servicios de consultas, transacciones de pago de créditos, transferencias, y todos los demás que se implementen para cada canal por **DAVIVIENDA.** Para realizar operaciones a través de los canales virtuales, es necesario utilizar el **NIP** y la clave(s) que corresponda; **DAVIVIENDA** podrá adoptar todos los mecanismos adicionales que estime convenientes, tales como claves adicionales.

ARTÍCULO 22º.- PRUEBA DE LAS OPERACIONES.- DAVIVIENDA se obliga a dejar prueba de las operaciones mediante un registro físico o sistematizado de cada operación que se realice mediante la tarjeta débito, el teléfono rojo y cualquier otro medio electrónico, canal o mecanismo que se implemente.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

CAPITULO V
DISPOSICIONES VARIAS

ARTÍCULO 23°.- BLOQUEO DE LA CUENTA.- DAVIVIENDA bloqueará la cuenta corriente cuando reciba una orden de embargo o de bloqueo o retención de fondos por parte de la autoridad competente. Adicionalmente **EL CUENTACORRENTISTA** autoriza irrevocablemente a **DAVIVIENDA** para: 1) Bloquear la cuenta en desarrollo de su deber de prevención de actividades delictivas y cooperación con las autoridades o ante la eventual ocurrencia de conductas que ameriten investigaciones por parte de las autoridades o de **DAVIVIENDA**, 2) Bloquear la cuenta en el caso que no sea posible verificar la información suministrada por **EL CUENTACORRENTISTA** y 3) Bloquear la cuenta cuando **EL CUENTACORRENTISTA** no cumpla con la obligación de actualizar anualmente sus datos.

ARTÍCULO 24º.- RESPONSABILIDAD DE DAVIVIENDA.- DAVIVIENDA se obliga, de conformidad con la ley, a prestar los servicios y debido funcionamiento de sus canales e instrumentos, excepto en los casos en que se presente caso fortuito, fuerza mayor, hechos de un tercero, falta de diligencia del **CUENTACORRENTISTA** y demás circunstancias previstas por la normatividad vigente.

ARTÍCULO 25º. - OTRAS OBLIGACIONES DEL CUENTACORRENTISTA: EL CUENTACORRENTISTA se obliga a reintegrar a **DAVIVIENDA** los valores que se acrediten de manera equivocada a su cuenta corriente, o que **EL CUENTACORRENTISTA** haya retirado por cualquier error de **DAVIVIENDA** o por fallas de sistema sin tener los fondos necesarios. En el evento en que **EL CUENTACORRENTISTA** no cancele los valores en forma inmediata, se obliga a reconocer a favor de **DAVIVIENDA** los intereses legales a la tasa máxima permitida y demás gastos en que se incurra para recuperar dichas sumas.

ARTÍCULO 26°.- EXTRACTOS. - DAVIVIENDA pondrá a disposición del **CUENTACORRENTISTA** mensualmente, un extracto del movimiento de la cuenta en el respectivo periodo, a través de los canales del Banco para que **EL CUENTACORRENTISTA** pueda consultarlos en cualquier momento, o podrá solicitar en cualquier oficina y a su costo información del estado de cuenta. **EL CUENTACORRENTISTA** se obliga a revisar en forma diligente el extracto de su cuenta y a verificar el saldo de la misma al realizar cada transacción, informando a **DAVIVIENDA** inmediatamente detecte cualquier diferencia.

ARTÍCULO 27°.- ENTREGA DE CHEQUES.- DAVIVIENDA conserva los cheques originales que haya pagado, los cuales se tendrán a disposición del **CUENTACORRENTISTA** desde la fecha de corte de la cuenta. En caso de que **EL CUENTACORRENTISTA** solicite el retiro o envió de los cheques por él girados, acordará con **DAVIVIENDA** los términos y condiciones de su entrega o remisión. Los gastos a que dé lugar dicha entrega serán por cuenta del **CUENTACORRENTISTA.**

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

ARTÍCULO 28º.- COBRO DE SERVICIOS.- DAVIVIENDA podrá cobrar por todos los servicios que preste, tales como remesas, depósitos en otras plazas, chequeras, expedición de fotocopias de extractos, notas débito, notas crédito y demás operaciones y servicios que utilice **EL CUENTACORRENTISTA** de conformidad con las tarifas que para tal efecto disponga **DAVIVIENDA**. Cuando se presenten modificaciones en las tarifas, éstas serán dadas a conocer a los **CUENTACORRENTISTAS** por vía general mediante publicación en las carteleras o por cualquier otro medio, sin perjuicio de lo que exija la ley.

PARÁGRAFO: EL CUENTACORRENTISTA se obliga a cancelar mensualmente a **DAVIVIENDA** el valor de la cuota de manejo de la tarjeta débito y/o tarjeta(s) de crédito del Portafolio de Servicios, según la tarifa definida por **DAVIVIENDA**, la cual puede ser consultada a través de la página web www.davivienda.com, con cargo solo al saldo disponible en la cuenta corriente de **EL CUENTACORRENTISTA**, o según sea el caso, de acuerdo al procedimiento establecido en el contrato de Crédito Rotativo Crediexpress.

ARTÍCULO 29°. - COMPENSACIÓN DE DEUDAS.- EL CUENTACORRENTISTA autoriza a **DAVIVIENDA** para acreditar o debitar de su cuenta corriente y de cualquier otra cuenta o depósito a su nombre, el valor de las obligaciones mutuas exigibles que tenga con ésta. Si **EL CUENTACORRENTISTA** es titular de una o varias cuentas corrientes, o de cualquier otra cuenta o depósito **DAVIVIENDA** podrá acreditar o debitar dicho importe en cualquiera de ellas, o fraccionando entre las mismas, a su elección.

ARTÍCULO 30º.- PAGARÉ CON ESPACIOS EN BLANCO.- EL CUENTACORRENTISTA suscribirá en atención a las obligaciones que adquiere por el presente contrato, un pagaré con espacios en blanco, de acuerdo con lo establecido en el artículo 622 del código de comercio, y desde ahora autoriza expresa e irrevocablemente a **DAVIVIENDA** para diligenciarlo.

ARTÍCULO 31º. - CONSULTA Y REPORTE A CENTRAL ES DE RIESGO. EI CUENTACORRENTISTA autoriza a **DAVIVIENDA**, y/o a quien en el futuro ostente la calidad de acreedor de la (s) obligación (es) por el contraída (s) con **DAVIVIENDA** para que con fines estadísticos, de control, supervisión, desarrollo de herramientas que prevengan el fraude y de conocimiento de su comportamiento financiero y crediticio por parte de los Usuarios de la información (definidos en la ley 1266 de 2008) y de información comercial, reporte a las centrales de información financiera y crediticia que operan en Colombia, el nacimiento, modificación, extinción y cumplimiento o incumplimiento de la (s) obligación (es) contraída (s) con **DAVIVIENDA**. La presente autorización incluye la posibilidad de ser consultado en las centrales de información, así como de obtener las referencias comerciales necesarias que permitan a **DAVIVIENDA** tener un conocimiento adecuado sobre su comportamiento en el desarrollo de las relaciones financieras, comerciales y/o de servicios que haya adquirido. **EI CUENTACORRENTISTA** entiende que la permanencia de la información del dato negativo o positivo, según sea el caso, será la que la legislación señale, correspondiendo a los operadores de información velar por su debido cumplimiento. **EI CUENTACORRENTISTA** autoriza irrevocablemente a **DAVIVIENDA** a que le informe por cualquier medio que se encuentre

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

almacenado en sus bases de datos (teléfono, correo electrónico, dirección de residencia y de correspondencia, y cualquier otro) el estado de sus obligaciones, la fecha de pago, los medios de pago y cualquier otra información que estime deba conocer.

ARTÍCULO 32º.- AUTORIZACIÓN PARA LA UTILIZACIÓN DE LOS DATOS PERSONALES Y PARA COMPARTIR INFORMACIÓN. El CUENTACORRENTISTA autoriza a **DAVIVIENDA** para que utilice los datos que ha suministrado o que llegue a suministrar para: (i) el estudio y evaluación de un producto (s) y/o servicio (s), (ii) el desarrollo de la relación contractual correspondiente a un producto (s) y/o servicio (s), (iii) el envío de información de novedades o cambios en los producto (s) y/o servicio (s), (iv) el envío de información sobre eventos y realización de actos de promoción y publicidad, (v) actualizar los datos, (vi) desarrollar herramientas de prevención de fraude y (vii) hacer estudios estadísticos o de comportamiento sobre sus gustos y preferencias. Así mismo autoriza que dichos datos sean compartirlos con sus filiales y las demás entidades que hacen parte del Grupo Empresarial liderado por Grupo Bolívar S.A. [1]* en Colombia o en el exterior, con el fin de que le puedan ser ofrecidos otros productos y servicios. Adicionalmente, podrá ser compartida con entidades aliadas para darle a conocer información sobre productos y servicios. Para todos los fines anteriores **El CUENTACORRENTISTA** autoriza el uso de su e-mail, correo postal, teléfono, celular, **SMS**, redes sociales o medios similares. [1] Las empresas que hacen parte del Grupo liderado por Sociedades Bolívar, al que pertenece **DAVIVIENDA**, se encuentran listadas en www.davivienda.com. "Grupo Empresarial Bolívar.

PARÁGRAFO PRIMERO: El CUENTACORRENTISTA declara que la información suministrada concuerda con la realidad y se compromete a actualizar su información por lo menos una vez al año, asumiendo plena responsabilidad por la veracidad de la misma.

PARÁGRAFO SEGUNDO: INFORMACIÓN SOBRE LA POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES. En cumplimiento de las disposiciones legales, Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013, **El CUENTACORRENTISTA** declara que ha sido informado de manera clara y expresa de las finalidades con que se recopilan sus datos y del derecho a conocer, actualizar, corregir o suprimir la información entregada. Asimismo**, El CUENTACORRENTISTA** ha sido informado que en el evento en que no desee recibir información comercial o publicitaria proveniente de **DAVIVIENDA**, o de las empresas vinculadas al citado Grupo Empresarial o de sus aliados comerciales, podrá manifestarlo a través de un escrito radicado en la dirección electrónica contactenos@davivienda.com. La Política de Tratamiento de Datos Personales de Davivienda, así como el Aviso en que se anuncia la existencia de ésta se encuentran disponibles en la página web www.davivienda.com.

ARTÍCULO 33º.- SARLAFT: EL CUENTACORRENTISTA conoce, entiende y acepta de manera voluntaria e inequívoca, que **DAVIVIENDA**, en cumplimiento de su obligación

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

legal de prevenir y controlar el lavado de activos y la financiación del terrorismo, siguiendo la jurisprudencia de La Corte Constitucional sobre la materia, y por constituir una causal objetiva, podrá terminar, unilateralmente y sin previo aviso, el presente contrato, cuando su nombre haya sido incluido en listas Internacionales tales como ONU, FINCEN y/o OFAC (Office of Foreign Control), esta última comúnmente llamada lista Clinton. Así mismo, podrá darlo por terminado cuando **EL CUENTACORRENTISTA**, persona natural o jurídica: i-, registre en sus productos como autorizado o apoderado a una persona incluida en cualquiera de estas listas; ii-las autoridades competentes le inicien una investigación o lo hayan condenado por conductas relacionados con actividades ilícitas y/o relacionadas con el lavado de activos, la financiación del terrorismo y/o cualquiera de los delitos conexos de los que tratan el Código Penal Colombiano y/o las normas que lo modifiquen, adicionen o complementen; iii- se detecten transacciones y/o una relación comercial entre **EL CUENTACORRENTISTA** y una persona incluida en las mencionadas listas y/o vinculadas con las actividades ilícitas descritas en el presente artículo. **PARÁGRAFO PRIMERO**. Sin perjuicio de lo anterior, cuando **EL CUENTACORRENTISTA** sea persona jurídica, **DAVIVIENDA** podrá terminar unilateralmente el contrato si cualquiera de sus vinculados, entre otros, sus representantes legales, socios, contadores, Revisores Fiscales, y/o administradores es vinculado por las autoridades Nacionales y/o Internacionales con las conductas anteriormente descritas y/o incluido en cualquiera de las listas mencionadas en esta cláusula. Se entenderá por administrador el representante legal, el liquidador, el factor, los miembros de juntas o consejos directivos y quienes de acuerdo con los estatutos ejerzan o detenten esas funciones. **PARÁGRAFO SEGUNDO**: Cuando la terminación unilateral del contrato corresponda a las circunstancias descritas en el presente artículo, **DAVIVIENDA** procederá a comunicar al **CUENTACORRENTISTA** la cancelación inmediata de la cuenta, sin que opere el previo aviso de 15 días hábiles señalado en el presente contrato. **PARÁGRAFO TERCERO:** La vinculación formal del **CUENTACORRENTISTA** o, si es el caso, de cualquiera de sus socios, administradores y/o representantes legales a un proceso judicial nacional y/o internacional, relacionado con las actividades de la que trata esta cláusula, también será causal suficiente para terminar unilateralmente el contrato.

ARTÍCULO 34º.- TRANSPARENCIA TRIBUTARIA (FATCA / CRS): EL CUENTACORRENTISTA declara que la información que ha suministrado es cierta y exacta. Adicionalmente, declara que ha sido informado por parte de **DAVIVIENDA** que cualquier falta a la verdad o inexactitud en la información suministrada constituye una causal objetiva para la terminación unilateral de este contrato. Así mismo, **EL CUENTACORRENTISTA** declara que ha sido informado por parte de **DAVIVIENDA** de la suscripción de los acuerdos de intercambio de información, bajo los términos de la Ley FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act) y de CRS (Common Reporting Standard) de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico). En consecuencia, **EL CUENTACORRENTISTA** autoriza para que en cumplimiento de dichos acuerdos, se reporte a la autoridad competente su información financiera y transaccional cuando se determine su calidad U.S Person al Gobierno de los EE.UU, Departamento de Servicios de Rentas Internas de Estados Unidos (IRS) o al ente fiscal

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

en cualquier país diferente a Colombia o a cualquier entidad gubernamental designada para la consolidación de esta información a través del mecanismo establecido para tal efecto. Lo anterior, con el fin de garantizar que se pueda identificar y aplicar los correspondientes tributos fiscales. Adicionalmente, **EL CUENTACORRENTISTA** se compromete a informar inmediatamente a **DAVIVIENDA** cualquier cambio de circunstancias en su información, que puedan afectar su calificación o la de sus productos como reportables en cumplimiento de los acuerdos de intercambio de información tributaria mencionados.

ARTÍCULO 35°.-DURACIÓN Y TERMINACIÓN DEL CONTRATO.- El contrato de cuenta corriente tiene término indefinido. No obstante, cualquiera de las partes puede darlo por terminado en cualquier tiempo. En este caso, **EL CUENTACORRENTISTA** podrá retirar la totalidad del saldo y deberá devolver a **DAVIVIENDA** inmediatamente los formularios de cheques y las solicitudes de nueva chequera que no hubiere utilizado o en su defecto el respectivo denuncio por pérdida o extravío. **DAVIVIENDA** podrá dar por terminado el presente contrato cuando **EL CLIENTE**: i- incumpla cualquiera de las obligaciones que le corresponden en virtud del contrato y/o la normatividad aplicable; ii- suministre información errada, inexacta y/o falsa en cualquier momento de la relación comercial; iii- utilice el producto para fines distintos de aquellos para los cuales fue solicitado; iv- en caso de que **EL CUENTACORRENTISTA** cometiere cualquier tipo de fraude contra el **BANCO DAVIVIENDA S.A.** u otros establecimientos financieros; v- cuando **EL CUENTACORRENTISTA** aparezca como deudor moroso en un establecimiento de crédito por un tiempo superior a noventa (90) días calendario; vi- por actividades ilegales; vii- cuando las condiciones financieras y el respaldo patrimonial del **CUENTACORRENTISTA** o de los deudores solidarios presenten un deterioro significativo a juicio de **DAVIVIENDA**; viii- las demás contempladas en los documentos contentivos de las condiciones de los productos, como por ejemplo, solicitud de crédito, pagarés, cartas de instrucciones, etc. y, ix- por cualquier otra causal objetiva y razonable. La decisión de terminación será informada previamente a **EL CUENTACORRENTISTA** mediante comunicación dirigida a la última dirección o correo electrónico registrado o cualquier otro medio idóneo para el efecto. En este evento, el contrato se entenderá terminado pasados quince (15) días hábiles a partir del envío de la comunicación respectiva. Este procedimiento no aplicará para los casos previstos en el Artículo 34 del presente contrato. Transcurrido este plazo, **DAVIVIENDA** podrá, a su elección, abonar el saldo de la cuenta a cualquier otro producto vigente del **CUENTACORRENTISTA** en **DAVIVIENDA** o trasladar el saldo de la cuenta al rubro contable que corresponda, a nombre de **EL CUENTACORRENTISTA**; tales dineros no causarán intereses, ni actualización monetaria.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

PARÁGRAFO PRIMERO: DAVIVIENDA queda facultada para saldar la cuenta corriente si presenta saldos inactivos durante un periodo ininterrumpido de seis (6) meses, sin consideración a la cuantía de los mismos.

ARTÍCULO 36°.- MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.- DAVIVIENDA se reserva el derecho a modificar, limitar, suprimir o adicionar los términos y condiciones de este contrato en cualquier

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

tiempo. Las modificaciones, limitaciones, supresiones o adiciones de este contrato se informarán mediante publicación en la página web de **DAVIVIENDA**, o en un diario de circulación nacional o mediante cartelera fijada en las oficinas de la red, o por cualquier otro medio que se estime eficaz para tal fin. Si transcurridos quince (15) días hábiles contados a partir de la respectiva publicación, **EL CUENTACORRENTISTA** no se presenta a dar por terminado unilateralmente el contrato o continúa ejecutándolo, se entenderá que acepta incondicionalmente dichas modificaciones, limitaciones, supresiones o adiciones.

ARTÍCULO 37°.- AUTORIZACIÓN DÉBITOS.- El CUENTACORRENTISTA autoriza a **DAVIVIENDA** a que cualquier gasto, comisión, honorarios, interés u obligaciones en general, ocasionados en virtud de la utilización de cualquiera de los servicios o productos del banco, sean debitados de la cuenta corriente del cliente, si hubiere fondos disponibles. Si los excediere, el débito se producirá con cargo a su cupo de sobregiro asignado.

ANEXO AL CONTRATO DE CUENTA CORRIENTE
CUPO DE SOBREGIRO – CREDIEXPRESS

Este anexo no tiene aplicación para los **CUENTACORRENTISTAS** vinculados de **GRANBANCO S.A. BANCAFÉ**. En cuanto al sobregiro, estos **CUENTACORRENTISTAS** se regularán por lo previsto en el artículo 125 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

El presente reglamento es un anexo al contrato de cuenta corriente bancaria y al de apertura de crédito rotativo **CREDIEXPRESS**, que hace parte integrante de ellos y tiene por objeto establecer el procedimiento a seguir, para cubrir el uso de recursos de la cuenta corriente en exceso del monto disponible en la misma, por disposición del **CUENTACORRENTISTA** sea persona natural o jurídica, y por tanto su interpretación deberá armonizarse con el contenido de aquellos.

PRIMERO.- DAVIVIENDA ha otorgado una línea de crédito rotativo hasta por la suma indicada en comunicación separada o en el extracto mensual, en virtud del cual **DAVIVIENDA** se compromete a pagar los cheques y cualquier otro cargo que **EL CUENTACORRENTISTA** autorice por cualquier otro medio, contra su cuenta corriente en exceso del saldo disponible en dicha cuenta.

PARÁGRAFO PRIMERO: El cheque o cheques que **EL CUENTACORRENTISTA** gire en descubierto contra su cuenta corriente hasta el monto asignado, constituirán utilización del cupo de sobregiro. Se entiende que hay sobregiro incluso en el evento en que **DAVIVIENDA** efectúe pagos sobre canje.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Es entendido que el cupo que se otorga por la presente cláusula es independiente del cupo de crédito rotativo Crediexpress o cualquier otro que haya otorgado **DAVIVIENDA**, y en consecuencia, no se acumulará con él, sin embargo, por decisión de

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

DAVIVIENDA y en los eventos que esté lo estime conveniente, podrán acumularse a criterio de **DAVIVIENDA,** bien para sumar los cupos asignados, o para considerar el menor de ellos como incluido dentro del mayor.

PARÁGRAFO TERCERO: En todo caso la obligación de **DAVIVIENDA** queda condicionada a que **EL CUENTACORRENTISTA** se encuentre al día en todas sus obligaciones con **DAVIVIENDA**, y a que el cupo de crédito rotativo Crediexpress esté vigente, disponible y tenga suficiencia de recursos para cubrir los sobregiros en los términos de este anexo.

SEGUNDO.- DAVIVIENDA podrá en cualquier momento, basado en un análisis de riesgo, disminuir o cancelar el cupo del sobregiro asignado mediante aviso que se hará llegar previamente al **CUENTACORRENTISTA**, en los extractos de cuenta corriente o por separado. De la misma manera y así lo acepta **EL CUENTACORRENTISTA**, la disponibilidad del cupo de sobregiro podrá suspenderse transitoriamente por **DAVIVIENDA**, en cualquier tiempo en caso de que la disponibilidad monetaria y crediticia de éste así lo exijan, cuando el saldo del cupo de crédito rotativo Crediexpress sea insuficiente para cancelar los sobregiros otorgados, o cuando por cualquier razón el cupo de crédito rotativo Crediexpress no se encuentre disponible al momento en que **EL CUENTACORRENTISTA** desee hacer uso del cupo de sobregiro, o cuando **EL CUENTACORRENTISTA** se encuentre en mora en cualquiera de los créditos que le haya otorgado **DAVIVIENDA.**

PARÁGRAFO.- En caso de recibo de una orden de embargo que afecte la cuenta corriente, **EL CUENTACORRENTISTA** no podrá hacer uso de la línea de crédito abierta, en tanto permanezca vigente la mencionada orden.

TERCERO.- El crédito concedido con ocasión de la utilización del cupo de sobregiro devengará intereses remuneratorios, a partir del día de su desembolso, que serán los que establezca **DAVIVIENDA** para este tipo de operaciones y **EL CUENTACORRENTISTA** deberá cancelarlos junto con el capital, de conformidad con lo previsto en el artículo sexto del presente anexo.

CUARTO.- El saldo del crédito del **CUENTACORRENTISTA** por concepto de la utilización de su cupo de sobregiro, así como los intereses y demás sumas asociadas a los mismos serán dados a conocer a éste, por medio del extracto de cuenta corriente.

QUINTO.- El CUENTACORRENTISTA se obliga a cancelar a **DAVIVIENDA** las comisiones que se generen por la apertura del crédito, para cubrir sobregiros dentro del plazo definido, según las tarifas establecidas por **DAVIVIENDA. El CUENTACORRENTISTA** autoriza en forma irrevocable, para que **DAVIVIENDA** debite de cualquier depósito a su favor, el importe de las comisiones, junto con los intereses a que haya lugar.

SEXTO.- El pago de las sumas utilizadas por **EL CUENTACORRENTISTA** a través del cupo de sobregiro, así como de sus intereses, se hará mediante abono en la cuenta corriente.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

SÉPTIMO.- Para efectos del pago, las utilizaciones del cupo de sobregiro se acumularán por períodos de treinta (30) días, períodos que comienzan a contarse a partir de la fecha en que **EL CUENTACORRENTISTA** realice la primera utilización del cupo de sobregiro y en el respectivo período **EL CUENTACORRENTISTA** pagará el valor de las utilizaciones del cupo de sobregiro realizadas durante el período, a más tardar el día del vencimiento del mismo, es decir, el día trigésimo siguiente a la primera utilización; no obstante, si **EL CUENTACORRENTISTA** cancela en dicho plazo la totalidad de los valores causados durante el período, comenzará a correr un nuevo período de treinta (30) días a partir de la primera utilización siguiente a cada pago. Los pagos deben comprender el capital junto con sus intereses y demás sumas asociadas a los sobregiros.

OCTAVO.- EL CUENTACORRENTISTA no puede girar en descubierto excediendo su cupo disponible en sobregiro o de su cupo de crédito rotativo Crediexpress. En caso de que se produzca un sobregiro o descubierto en la cuenta corriente que exceda el cupo asignado, se aplicará lo dispuesto en el artículo sexto del contrato de cuenta corriente bancaria.

NOVENO.- SI EL CUENTACORRENTISTA, en el plazo de que habla el artículo sexto del presente anexo no cancela en todo o en parte el capital, los intereses correspondientes a la utilización del cupo de sobregiro o cualquier otro concepto asociado al sobregiro, o si los fondos que mantiene en la cuenta corriente no permite el débito íntegro de dichos valores, los cubrirá mediante el uso del cupo de crédito rotativo Crediexpress, y en consecuencia, desde ahora autoriza irrevocablemente a **DAVIVIENDA** a efectuar los desembolsos, con cargo a su cupo de crédito rotativo Crediexpress, que sean necesarios para cancelar dichos montos.

PARÁGRAFO.- Si el valor cargado por **DAVIVIENDA** al cupo de crédito rotativo Crediexpress para cancelar los sobregiros, fuere inferior al monto mínimo señalado por **DAVIVIENDA** para tal efecto, deberá ser pagado por **EL CUENTACORRENTISTA** en su totalidad en el siguiente pago mínimo a cancelar de su Crediexpress.

DÉCIMO.- EI CUENTACORRENTISTA autoriza permanente e irrevocablemente a **DAVIVIENDA,** para debitar de la cuenta corriente o de cualquier otra cuenta o depósito de que **EL CUENTACORRENTISTA** sea titular en **DAVIVIENDA**, el valor de capital, intereses y/o comisiones que llegare a adeudar **EL CUENTACORRENTISTA**, en virtud del presente anexo, y que por cualquier motivo no sea cubierto por el cupo de crédito rotativo Crediexpress.

DÉCIMO PRIMERO.- EI CUENTACORRENTISTA podrá hacer uso de su crédito rotativo Crediexpress, mediante solicitud de transferencia total o parcial del cupo asignado a su cuenta corriente, a través del giro de cheques o de cualquier otro mecanismo que para tal efecto implemente **DAVIVIENDA.**

DÉCIMO SEGUNDO.- EL CUENTACORRENTISTA autoriza a **DAVIVIENDA** para debitar de su cuenta corriente, en forma automática, las sumas debidas por concepto de su cupo de crédito

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

rotativo Crediexpress. **PARÁGRAFO PRIMERO.- ABONOS EXTRAORDINARIOS.- EL CUENTACORRENTISTA** podrá en cualquier momento realizar el pago total o parcial diferente a la cuota mensual de su crédito, sin que esto implique penalidad alguna.

PARÁGRAFO SEGUNDO.- El CUENTACORRENTISTA no queda exonerado del pago de las obligaciones adquiridas, en el evento en que por pérdida de la tarjeta débito, cancelación o bloqueo de su cuenta de ahorros o corriente, no pueda hacer uso del crédito rotativo Crediexpress.

DÉCIMO TERCERO.- En el evento que **EL CUENTACORRENTISTA** no cancele, en los plazos acordados, las sumas que por concepto de utilización del cupo de crédito rotativo Crediexpress adeude a **DAVIVIENDA**, no podrá hacer uso en el futuro del cupo de sobregiro, ni de ningún otro de los cupos que tenga abiertos: en consecuencia, **DAVIVIENDA** no estará obligado en adelante a permitirle la utilización de las mencionadas líneas de crédito.

DÉCIMO CUARTO.- La terminación del contrato de cuenta corriente dará lugar a la terminación del contrato de apertura de crédito para cubrir sobregiros; en consecuencia a su terminación **EL CUENTACORRENTISTA** deberá cancelar de inmediato los valores causados y no pagados, con ocasión de la utilización del cupo de sobregiro.

DÉCIMO QUINTO.- DAVIVIENDA, previa notificación al **CUENTACORRENTISTA** en los términos y condiciones establecidos en la normatividad vigente, podrá declarar de plazo vencido la totalidad de las obligaciones a cargo del **CUENTACORRENTISTA**, como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

ANEXO AL CONTRATO DE CUENTA CORRIENTE
PORTAFOLIO CORPORATIVO
CUPO DE SOBREGIRO

Las partes convienen adicionar al contrato de cuenta corriente que tienen celebrado, las siguientes clausulas:

PRIMERO.- DAVIVIENDA ha otorgado al **CUENTACORRENTISTA** un cupo de crédito rotativo para sobregiro, hasta por la suma señalada en (comunicación separada, mensaje de texto, correo electrónico, extracto mensual, o cualquier otro medio que defina el Banco para ello), en virtud del cual **DAVIVIENDA** se compromete a pagar los cheques que **EL CUENTACORRENTISTA** gire contra la cuenta corriente en exceso del saldo disponible en dicha cuenta, dicho cupo también podrá ser utilizado por cualquier otro mecanismo acordado con **DAVIVIENDA.**

SEGUNDO.- DAVIVIENDA podrá otorgar el cupo de sobregiro para ser utilizado únicamente

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

cuando existan recursos en canje y por el monto de los mismos sin que pueda exceder en todo caso el total del cupo aprobado, de lo cual dará aviso **EL CUENTACORRENTISTA.**

TERCERO.- DAVIVIENDA podrá en cualquier momento, basado en un análisis de riesgo, disminuir o cancelar el cupo del sobregiro asignado, lo cual comunicará mediante aviso que se hará llegar previamente al **CUENTACORRENTISTA** en los extractos de cuenta corriente o por separado.

PARÁGRAFO PRIMERO: Es entendido y así lo acepta **EL CUENTACORRENTISTA,** que la disposición del cupo de sobregiro otorgado podrá suspenderse transitoriamente por **DAVIVIENDA** en cualquier tiempo en caso de que las disponibilidades monetarias y crediticias de **DAVIVIENDA** así lo exijan o cuando **EL CUENTACORRENTISTA** se encuentre en mora en uno cualquiera de los créditos que le haya otorgado **DAVIVIENDA.**

PARÁGRAFO SEGUNDO: Igualmente **EL CUENTACORRENTISTA** no podrá usar el cupo de sobregiro en caso de recibirse una orden de embargo que afecte la cuenta y mientras dicha orden permanezca vigente.

PARÁGRAFO TERCERO: En caso de que se produjere un sobregiro o descubierto en la cuenta que exceda el cupo asignado, se aplicará lo dispuesto en el artículo sexto del contrato de cuenta corriente.

CUARTO.- El crédito concedido por la utilización del cupo de sobregiro devengará intereses remuneratorios a partir del día de su desembolso o durante el plazo otorgado por **DAVIVIENDA**. Una vez vencido dicho plazo, **DAVIVIENDA** cobrará intereses de mora a la máxima tasa permitida por la ley.

PARÁGRAFO: DAVIVIENDA publicará en prensa las tasas de interés aplicables durante determinados periodos o las informará a **EL CUENTACORRENTISTA** mediante cualquier medio idóneo.

QUINTO.- DAVIVIENDA reflejará en el extracto de la cuenta corriente los valores utilizados por sobregiros así como los intereses y demás sumas asociadas a los mismos.

SEXTO.- El CUENTACORRENTISTA se compromete a cancelar a **DAVIVIENDA** las comisiones que se generen por la apertura del cupo de crédito rotativo para sobregiro o por la utilización del portafolio corporativo, de acuerdo con la periodicidad y tarifas establecidas por **DAVIVIENDA** y lo autoriza en forma irrevocable para debitar de cualquier depósito a su favor el importe de las comisiones establecidas por **DAVIVIENDA** y lo autoriza en forma irrevocable para debitar de cualquier deposito a su favor el importe de las mismas junto con impuestos e intereses a que haya lugar.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

DAVIVIENDA

Banco Davivienda S.A. Nit: 860.034.313-7

SÉPTIMO.- Para efectos del pago, las utilizaciones del cupo de sobregiro se acumularán por períodos de treinta (30) días, periodos que comienzan a contarse a partir de la fecha en que **EL CUENTACORRENTISTA** realice la primera utilización del cupo de sobregiro en el respectivo período. **EL CUENTACORRENTISTA** pagará el valor de las utilizaciones del cupo de sobregiro realizadas durante el período, mediante abono de la cuenta corriente, a más tardar el día del vencimiento del mismo, es decir, el día **TRIGÉSIMO** siguiente a la primera utilización. Los pagos deben comprender el capital junto con sus intereses y demás sumas asociadas a los sobregiros.

PARÁGRAFO.- Una vez se haya utilizado en su totalidad el cupo de sobregiro, este podrá ser suspendido a juicio de **DAVIVIENDA,** por un período de tiempo, vencido el cual, dicho cupo se encontrará disponible nuevamente.

OCTAVO.- DAVIVIENDA queda permanente e irrevocablemente autorizada para debitar de la cuenta corriente, o de cualquier otra cuenta o depósito del que **EL CUENTACORRENTISTA** sea titular en **DAVIVIENDA,** el valor de capital, intereses y/o comisiones que llegare a adeudarle **EL CUENTACORRENTISTA** en virtud del presente anexo.

NOVENO.- La terminación del contrato de cuenta corriente dará lugar a la terminación del contrato de apertura de crédito para cubrir sobregiros. En consecuencia, a su terminación el cuentacorrentista deberá cancelar los valores causados y no pagados con ocasión de la utilización del cupo sobregiros.

DÉCIMO.- DAVIVIENDA, previa notificación al **CUENTACORRENTISTA** en los términos y condiciones establecidos en la normatividad vigente, podrá declarar de plazo vencido la totalidad de las obligaciones a cargo del **CUENTACORRENTISTA**, como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato.

DECIMO PRIMERO.- La interpretación de estas cláusulas deberá armonizase con las demás disposiciones del contrato de la cuenta corriente.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

TALLER LEY 581 DE 2012 - LEY DE PROTECCION DE DATOS

1. ¿A qué tipo de datos personales se refiere la Ley 1581 de 2012?

2. ¿A qué tipo de datos personales no le son aplicables las disposiciones de la Ley 1581 de 2012?

3. ¿Cuales son los principios rectores para el tratamiento de datos personales?

4. ¿Los datos personales de los niños, niñas y adolescentes tienen alguna protección especial?

5. ¿Qué son datos sensibles?

6. ¿Está prohibido el tratamiento de datos sensibles?

7. ¿En qué consiste la autorización del titular?

8. ¿Cuando no es necesaria la autorización del titular?

9. ¿Qué condiciones tiene la autorización para el tratamiento de datos sensibles?

10. ¿Quiénes son los Responsables y Encargados del Tratamiento de la información?

11. ¿Qué información debe indicar el Responsable y/o Encargado del Tratamiento cuando está

12. ¿Cuáles son los deberes de los Responsables y/o Encargados del Tratamiento de datos personales?

13. ¿En qué consiste la transferencia y transmisión de datos personales?

14. ¿Se pueden transferir datos personales a terceros países?

15. ¿Qué son niveles adecuados de protección de datos?

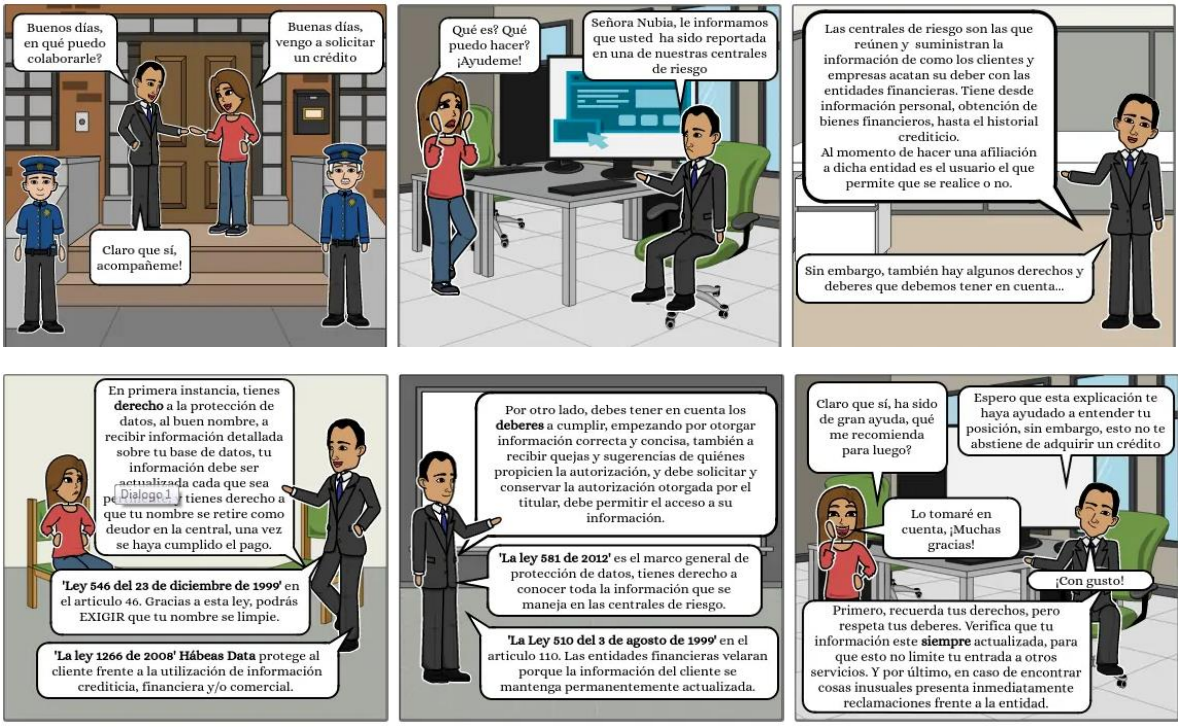
16. ¿Qué es el contrato de protección de datos personales?

17. Por que es importante la ley 581 de 2012 dentro de sector financiero

18. Cual es el objetivo de la ley 581 de 2012

19.

Analicemos la siguiente historieta



solucion

1. ¿A qué tipo de datos personales se refiere la Ley 1581 de 2012?

Los principios y disposiciones de la ley serán aplicables a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento en territorio colombiano por entidades de naturaleza pública o privada o cuando al Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

2. ¿A qué tipo de datos personales no le son aplicables las disposiciones de la Ley 1581 de 2012?

A los datos personales contenidos en bases de datos o archivos mantenidos en un ámbito exclusivamente personal o doméstico. No obstante, cuando estas bases de datos o archivos vayan a ser suministrados a terceros se deberá, de manera previa, informar al titular y solicitar su autorización. En este caso, los Responsables y Encargados de las bases de datos y archivos quedarán sujetos a las disposiciones contenidas en la presente ley.

A los datos personales contenidos en bases de datos y archivos que tengan por finalidad la seguridad y defensa nacional, así como la prevención, detección, monitoreo y control del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.

A los datos personales contenidos en bases de datos que tengan como fin y contengan información de inteligencia y contrainteligencia.

A los datos personales contenidos en bases de datos y archivos de información periodística y otros contenidos editoriales.

A los datos personales contenidos en bases de datos y archivos regulados por la Ley 1266 de 2008.

A los datos personales contenidos en bases de datos y archivos regulados por la Ley 79 de 1993.

3. 3. ¿Cuales son los principios rectores para el tratamiento de datos personales?

PRINCIPIO DE LEGALIDAD EN MATERIA DE TRATAMIENTO DE DATOS:

El tratamiento de datos personales es una actividad reglada que debe sujetarse a lo establecido en la ley y en las demás disposiciones que la desarrollen.

PRINCIPIO DE FINALIDAD:

El tratamiento de datos personales debe obedecer a una finalidad legítima de acuerdo con la Constitución y la ley, la cual debe ser informada al Titular.

PRINCIPIO DE LIBERTAD:

El tratamiento de datos personales solo puede ejercerse con el consentimiento, previo, expreso e informado del Titular. Los datos personales no podrán ser obtenidos o divulgados sin previa autorización, o en ausencia de mandato legal o judicial que releve el consentimiento.

PRINCIPIO DE VERACIDAD O CALIDAD:

La información personal sujeta a tratamiento debe ser veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible, en este sentido, se prohíbe el tratamiento de datos parciales, incompletos, fraccionados o que induzcan a error.

PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA:

En el tratamiento de datos personales debe garantizarse el derecho del Titular a obtener del Responsable del Tratamiento o del Encargado del Tratamiento, en cualquier momento y sin restricciones, información acerca de la existencia de datos que le conciernan.

PRINCIPIO DE ACCESO Y CIRCULACIÓN RESTRINGIDA:

El tratamiento de datos personales está sujeto a los límites que se derivan de la naturaleza de los mismos, de las disposiciones de ley y la Constitución. En este sentido, su tratamiento solo podrá hacerse por personas autorizadas por el Titular y/o por las personas previstas en ley. En este sentido, los datos personales, salvo la información pública, no podrán estar disponibles en Internet u otros medios de divulgación o comunicación masiva, salvo que el acceso sea técnicamente controlable para brindar un conocimiento restringido solo a los Titulares o terceros autorizados conforme a la ley.

PRINCIPIO DE SEGURIDAD:

La información personal sujeta a tratamiento por el Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento a que se refiere la ley, se deberá manejar con las medidas técnicas, humanas y administrativas que sean necesarias para otorgar seguridad a los registros evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.

PRINCIPIO DE CONFIDENCIALIDAD:

Todas las personas que intervengan en el tratamiento de datos personales que no tengan la naturaleza de públicos están obligadas a garantizar la reserva de la información, inclusive después de finalizada su relación con alguna de las labores que comprende el tratamiento, pudiendo solo realizar suministro o comunicación de datos personales cuando ello corresponda al desarrollo de las actividades autorizadas en la ley y en los términos de la misma.

4. ¿Los datos personales de los niños, niñas y adolescentes tienen alguna protección especial?

Los datos personales de los menores de edad tienen una especial protección y por lo tanto su tratamiento está prohibido, excepto cuando se trate de datos de naturaleza pública, de conformidad con lo establecido en el artículo 7° de la Ley 1581 de 2012 y cuando dicho tratamiento cumpla con los siguientes parámetros y requisitos:

Que responda y respete el interés superior de los niños, niñas y adolescentes.

Que se asegure el respeto de sus derechos fundamentales.

Cumplidos los anteriores requisitos, el representante legal del niño, niña o adolescente otorgará la autorización previo ejercicio del menor de su derecho a ser escuchado, opinión que será valorada teniendo en cuenta la madurez, autonomía y capacidad para entender el asunto. Todo responsable y encargado involucrado en el tratamiento de los datos personales de niños, niñas y adolescentes, deberá velar por el uso adecuado de los mismos. Para este fin deberán aplicarse los principios y obligaciones establecidos en la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario.

5. ¿Qué son datos sensibles?

Son aquellos que afectan la intimidad del Titular o cuyo uso indebido puede generar su discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva intereses de cualquier partido político o que garanticen los derechos y garantías de partidos políticos de oposición así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual y los datos biométricos.

6. ¿Está prohibido el tratamiento de datos sensibles?

Por regla general, la Ley 1581 de 2012 prohíbe el tratamiento de datos sensibles, excepto cuando:

El Titular haya dado su autorización explícita a dicho tratamiento, salvo en los casos que por ley no sea requerido el otorgamiento de dicha autorización.

El tratamiento sea necesario para salvaguardar el interés vital del Titular y este se encuentre física o jurídicamente incapacitado. En estos eventos, los representantes legales deberán otorgar su autorización.

El tratamiento sea efectuado en el curso de las actividades legítimas y con las debidas garantías por parte de una fundación, ONG, asociación o cualquier otro organismo sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, siempre que se refieran exclusivamente a sus miembros o a las personas que mantengan contactos regulares por razón de su finalidad. En estos eventos, los datos no se podrán suministrar a terceros sin la autorización del Titular.

El tratamiento se refiera a datos que sean necesarios para el reconocimiento, ejercicio o defensa de un derecho en un proceso judicial.

El tratamiento tenga una finalidad histórica, estadística o científica. En este evento deberán adoptarse las medidas conducentes a la supresión de identidad de los Titulares.

7. ¿En qué consiste la autorización del titular?

La AUTORIZACIÓN es el consentimiento previo, expreso e informado del Titular para llevar a cabo el tratamiento de datos personales, la cual deberá ser obtenida por cualquier medio que pueda ser objeto de consulta posterior. El Responsable del tratamiento deberá adoptar procedimientos para solicitar, a más tardar en el momento de la recolección de sus datos, la autorización del Titular para el Tratamiento de los mismos e informarle los datos personales que serán recolectados así como todas las finalidades específicas del tratamiento para las cuales se obtiene el consentimiento.

Se entenderá que la autorización cumple con estos requisitos cuando se manifieste por escrito, de forma oral o mediante conductas inequívocas del Titular que permitan concluir de forma razonable que otorgó la autorización.

8. ¿Cuando no es necesaria la autorización del titular?

La autorización del Titular no será necesaria cuando se trate de:

Información requerida por una entidad pública o administrativa en ejercicio de sus funciones legales o por orden judicial.

Datos de naturaleza pública.

Casos de urgencia médica o sanitaria.

Tratamiento de información autorizado por la ley para fines históricos, estadísticos o científicos.

Datos relacionados con el Registro Civil de las personas.

9. ¿Qué condiciones tiene la autorización para el tratamiento de datos sensibles?

Ningún tipo de actividad que implique la recolección de datos personales y el suministro de información, podrá condicionarse a que el Titular suministre datos personales sensibles. No obstante, cuando dicho tratamiento sea posible conforme a lo establecido en el artículo 6° de la Ley 1581 de 2012, deberán cumplirse las siguientes obligaciones:

Informar al Titular que por tratarse de datos sensibles no está obligado a autorizar su tratamiento.

Informar al Titular de forma explícita y previa, además de los requisitos generales de la autorización para la recolección de cualquier tipo de dato personal, cuáles de los datos que serán objeto de tratamiento son sensibles y la finalidad del tratamiento, así como obtener su consentimiento expreso.

10. ¿Quiénes son los Responsables y Encargados del Tratamiento de la información?

El Responsable del Tratamiento de los datos personales es una persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros decida sobre la base de datos y/o el tratamiento de los mismos. El Encargado es el que realice el tratamiento de los datos personales por cuenta del Responsable.

11. ¿Qué información debe indicar el Responsable y/o Encargado del Tratamiento cuando está recolectando información del Titular?

Debe indicar lo siguiente:

El tratamiento al cual serán sometidos y la finalidad con la que es recaudado el dato personal.

Los derechos que le asisten como Titular.

La información y los canales de comunicación a través de los cuales los Titulares pueden ejercer sus derechos ante el Responsable y/o Encargado del Tratamiento.

El carácter facultativo que tiene el Titular de dar o no respuesta a preguntas que versen sobre datos sensibles o sobre los datos de las niñas, niños y adolescentes.

12. ¿Cuáles son los derechos Y deberes de los Responsables y/o Encargados del Tratamiento de datos personales?

Informar y garantizar el ejercicio de los derechos de los Titulares de los datos personales.

Tramitar las consultas, solicitudes y reclamos.

Utilizar únicamente los datos personales que hayan sido obtenidos mediante autorización, a menos que los mismos no la requieran.

Respetar las condiciones de seguridad y privacidad de la información del titular.

Cumplir las instrucciones y los requerimientos impartidos por la autoridad administrativa competente.

13. ¿En qué consiste la transferencia y transmisión de datos personales?

La transferencia de datos tiene lugar cuando el Responsable y/o Encargado del Tratamiento de datos personales, ubicado en Colombia, envía la información o los datos personales a un receptor, que a su vez es Responsable del Tratamiento y se encuentra dentro o fuera del país.

La transmisión de datos personales por su parte implica la comunicación de los mismos dentro o fuera del territorio de la República de Colombia y tiene por objeto la realización de un tratamiento por el Encargado por cuenta del Responsable.

14. ¿Se pueden transferir datos personales a terceros países?

La Ley 1581 de 2012 prohíbe la transferencia de datos personales de cualquier tipo a países que no proporcionen niveles adecuados de protección de datos.

Esta prohibición NO REGIRÁ cuando se trate de:

Información respecto de la cual el Titular haya otorgado su autorización expresa e inequívoca para la transferencia.

Intercambio de datos de carácter médico, cuando así lo exija el tratamiento del Titular por razones de salud o higiene pública.

Transferencias bancarias o bursátiles, conforme a la legislación que les resulte aplicable.

Transferencias acordadas en el marco de tratados internacionales en los cuales la República de Colombia sea parte, con fundamento en el principio de reciprocidad.

Transferencias necesarias para la ejecución de un contrato entre el Titular y el Responsable del Tratamiento, o para la ejecución de medidas precontractuales siempre y cuando se cuente con la autorización del Titular.

Transferencias legalmente exigidas para la salvaguardia del interés público, o para el reconocimiento, ejercicio o defensa de un derecho en un proceso judicial.

15. ¿Qué son niveles adecuados de protección de datos?

Se entiende que un país ofrece un nivel adecuado de protección de datos cuando cumpla con los estándares fijados por la Superintendencia de Industria y Comercio sobre la materia, los cuales en ningún caso podrán ser inferiores a los que la presente ley exige a sus destinatarios.

No obstante, es posible la transferencia internacional de datos a países que no proporcionen niveles adecuados de protección de datos y en los casos no exceptuados, solo cuando la Superintendencia de Industria y Comercio, profiera la DECLARACIÓN DE CONFORMIDAD relativa a la transferencia internacional de datos personales. Para el efecto, el Superintendente está facultado para requerir información y adelantar las diligencias tendientes a establecer el cumplimiento de los presupuestos que requiere la viabilidad de la operación.

. ¿Qué es el contrato de protección de datos personales?

Es el contrato que suscribe el Responsable con los Encargados para el tratamiento de datos personales bajo su control y responsabilidad, el cual señalará los alcances del tratamiento, las actividades que el encargado realizará por cuenta del responsable para el tratamiento de los datos personales y las obligaciones del Encargado para con el Titular y el Responsable. Mediante dicho contrato el Encargado se comprometerá a dar aplicación a las obligaciones del Responsable bajo la política de tratamiento de la información fijada por este y a realizar el tratamiento de datos de acuerdo con la finalidad que los Titulares hayan autorizado y con las leyes aplicables.

Además de las obligaciones que impongan las normas aplicables dentro del citado contrato, deberán incluirse las siguientes obligaciones en cabeza del respectivo encargado:

Dar tratamiento, a nombre del Responsable, a los datos personales conforme a los principios que los tutelan.

Salvaguardar la seguridad de las bases de datos en los que se contengan datos personales.

Guardar confidencialidad respecto del tratamiento de los datos personales.

En igual sentido, las transmisiones internacionales de datos personales que se efectúen entre un responsable y un encargado para permitir que el encargado realice el tratamiento por cuenta del responsable, no requerirán ser informadas al Titular ni contar con su consentimiento cuando exista un contrato en los términos anteriores.

ANALISIS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN ENTIDADES FINANCIERAS: UN ENFOQUE DESDE LA SINERGIA ENTRE EL ÁREA COMERCIAL Y LAS DEMÁS ÁREAS.

Presentado por:
Andrea Fernanda Leal Leal

Presentado a:
Jackson Paul Pereira Silva

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN DE ALTA GERENCIA
BOGOTÁ D.C., JUNIO 2017

Tabla de contenido

2. Resumen 4
3. Delimitación del problema 5
3.1. Antecedentes 5
3.2. Justificación 8
4. Objetivos 10
4.1. Objetivo general 10
4.2. Objetivos específicos 10
5. Marco de referencia 10
5.1. Marco teórico 10
5.1.1. Triangulo del servicio 10
5.1.1.1. La estrategia del servicio 11
5.1.1.2. Los sistemas 11
5.1.1.3. La gente 12
5.1.2. Cultura de servicio 12
5.1.3. Calidad de servicio 12
5.1.4. Índice de satisfacción 13
5.2. Marco legal 14
6. Desarrollo del trabajo 15
6.1. Consumidor financiero 15
6.2. Quejas que se generan en el sector financiero 17
6.3. Importancia del área comercial dentro de las entidades financiera 19
6.3.1. Área comercial y su relación con el área de recursos humanos 19
6.3.2. Área comercial y su relación con el área de tecnología 20
6.3.3. Área comercial y su relación con el área financiera 20
6.3.4. Área comercial y su relación con el área de riesgo 20
6.3.5. Área comercial y su relación con el área de operaciones 21
6.3.6. Área comercial y su relación con el área de soporte 21
7. Conclusiones 22
8. Referencias bibliográficas 23

Lista de Tablas

Tabla 1. Quejas recibidas entidades vigiladas año 2016 6
Tabla 2. Resultado final de las quejas tramitadas ante la SFC en 2016 17

Lista de Figuras

Figura 1 Triangulo del Servicio..... 11
Figura 2. Componentes de satisfacción al consumidor 13

Lista de Graficas

Gráfica 1. Quejas recibidas Entidades Vigiladas por motivos representativos año 2016 7
Gráfica 2. Índice de Satisfacción de clientes sector bancario..... 8

1. ANALISIS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN ENTIDADES FINANCIERAS: UN ENFOQUE DESDE LA SINERGIA ENTRE EL ÁREA COMERCIAL Y LAS DEMÁS ÁREAS.

2. Resumen

Los clientes de las entidades financieras desean que se brinde toda la información necesaria con respecto a los productos y servicios que ofrecen, y que esta sea de una manera veraz, y que logren cubrir sus expectativas, es por ello que los asesores comerciales quienes son los que tienen un contacto directo con los usuarios y/o clientes, deben contar con las herramientas y conocimiento necesario para desempeñar su labor de manera óptima y eficaz, tal vez no enfocándose solo en el cumplimiento de metas, si no que su principal objetivo sea la buena atención al cliente, pero esto no solo aplica para el área comercial, si no que tanto el área de servicios, soporte, tecnología y negocios deben tener claro como realizar o atender cada uno de los requerimientos solicitados por los clientes, asimismo se debe tener en cuenta que todas las personas que laboran en la entidad y que tienen contacto con el cliente no solo deben conocer de sus áreas, sino que adicionalmente conozca a quién se puede dirigir el requerimiento que tiene el cliente en caso de no poderlo solucionar. Todo esto se obtiene manejando un excelente canal de comunicación donde se logre la sinergia entre todas las áreas de la entidad y se cree una cultura de servicio de atención al cliente. Buscando siempre cumplir con las expectativas del consumidor financiero y de esta manera lograr que se fidelicen con la entidad.

Abstract

Customers of financial institutions want to provide all the necessary information regarding the products and services they offer, and that this is in a truthful way, and that they meet their expectations, that is why the commercial advisers who are the Who have a direct contact with the users and / or clients, must have the tools and knowledge necessary to perform their work in an optimal and efficient way, perhaps not focusing only on the fulfillment of goals, but that its main objective is the Good customer service, but this not only applies to the commercial department, but also that the service, support, technology and business department must be clear how to perform or meet each of the requirements requested by customers, also in mind that all the people who work in the entity and who have contact with the client must not only know about their departments, but also know who You can directed the requirement that the client has in case he can not solve it. All this is obtained by managing an excellent communication channel where synergy between all department of the entity is achieved and a culture of customer service is created. Always

seeking to meet the expectations of the financial consumer and in this way to ensure that they are loyal to the entity.

3. Delimitación del problema

Muchas veces cuando las personas (clientes o potenciales clientes) desean realizar algún tipo de contacto con las entidades financieras ya sea por medio presencial, telefónico o por medios virtuales, se encuentran con un mal servicio ya que a veces terminan ofreciendo algún producto y/o servicio que no cumplen con sus expectativas, o se encuentran con demoras en obtener una respuesta, o porque la persona con la que tienen el contacto no cuenta con el conocimiento suficiente para resolver la inquietud y empiezan a transferir a el área que "creen" que puede brindar la solución pasando generando un desgaste al consumidor financiero, lo que genera una experiencia poco favorable, llevándose una percepción negativa, lo que desfavorece la reputación de la entidad y se generen quejas ya sea en sus productos, servicios, atención, medios para realizar las transacciones y los tiempos de respuestas y con estos aspectos se puede establecer un indicador de satisfacción.

Por tal motivo las entidades financieras en Colombia cuentan con un marco regulatorio que busca consolidar un ambiente de atención, protección, respeto y una adecuada prestación de servicios a los consumidores financieros (Superintendencia Financiera de Colombia, 2010).

Adicional a esto se debe tener en cuenta que las personas hoy en día se han vuelto más exigentes, pues ahora cuentan a su alcance con herramientas tecnológicas que les permiten hacer comparaciones antes, durante y después de adquirir un producto y/o servicio, por tal motivo las empresas buscan como mejorar la calidad del servicio de atención al cliente logrando así aumentar el nivel de satisfacción y que les ayude a fidelizarlos a los cliente, y esto debe estar dado en adoptar las mejores prácticas para la gestión de servicio al consumidor financiero, todo armonizado con el plan estratégico de la entidad. ¿Qué aspectos se pueden mejorar en las entidades financieras para lograr esa sinergia entre las diferentes áreas que la conforman?

3.1. Antecedentes

Hoy en día Colombia cuenta con un marco regulatorio en materia de atención al consumidor que lo que busca más allá de establecer normas para gestionar inconformidades, se ha encargado de buscar una relación armoniosa entre las entidades financieras y sus consumidores, teniendo claro que la defensa de los intereses de los consumidores es una tarea prioritaria. Por lo que existen maneras de conocer el nivel de satisfacción a través de las quejas y reclamos radicados por el consumidor financiero ya sea en cada entidad o en la Superintendencia Financiera que es la encargada de vigilarlas.

Para el año 2016 se recibieron un total de 765.782 quejas, dentro de los bancos más importantes del país, los que tienen un mayor números quejas son Bancolombia con el 26,9%, Banco Colpatria con el 12,5%, Davivienda con el 11,9%, Banco de Occidente con el 6,2%, Banco Bogotá con el 6,0%, BCSC con el 4,6%, Banco Corpbanca con el 3,8%, Citibank 3,7%, Banco Popular 3,6%, Banco AV Villas 2,8% y BBVA con el 2,2%. Para el año 2014 se recibieron 600.825 quejas, mientras que para el 2015 se recibieron 584.664 quejas, lo que muestra un incremento entre el 2015 y 2016 del 31% (Superintendencia Financiera, 2016).

Tabla 1. Quejas recibidas entidades vigiladas año 2016

ENTIDAD	TOTAL
Bancolombia S.A.	205.814
Colpatria Red Multibanca	95.820
Davivienda	91.267
Banco de Occidente	47.266
Banco de Bogotá	45.852
Banco Falabella	42.946
Banagrario	38.968
BCSC	35.347
Banco CorpBanca	28.874
Citibank-Colombia	28.116
Banco Popular S.A.	27.380
AV Villas	21.380
BBVA Colombia	17.022
Bancoomeva	12.170
Banco Pichincha	7.371
Banco GNB Sudameris S.A.	6.004
Banco WWB S.A.	4.047
Bancamía	3.193
Finandina	3.103
Banco Mundo Mujer S.A.	1.545
Banco Compartir	1.473
Banco Multibank S.A.	436
Procredit	203
Coopcentral	185
Total	765.782

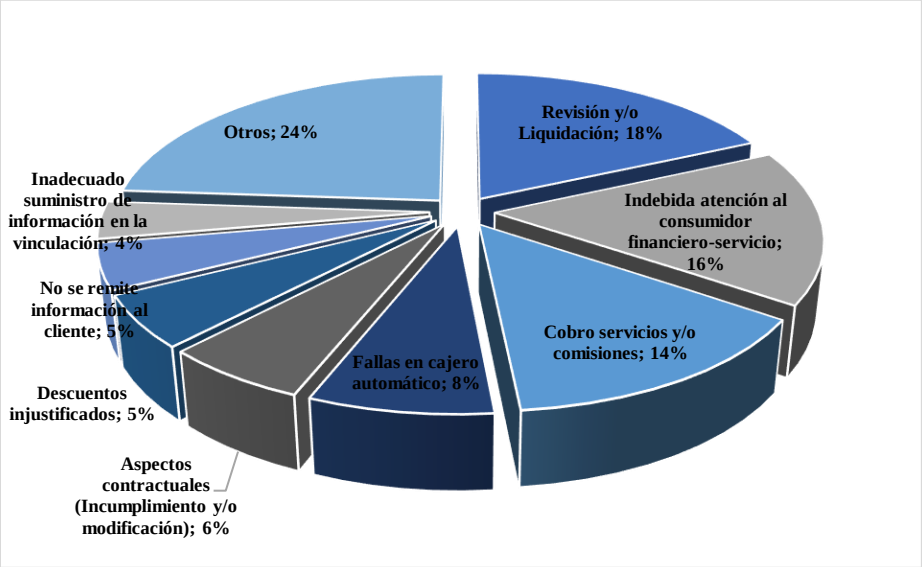
Fuente: (Superintendencia Financiera, 2016)

La Banca en Colombia maneja distintos tipos de productos masivos del activo dentro de los que se encuentra tarjetas de crédito, crédito de consumo y/o comercial y créditos de vivienda, y maneja productos del pasivo como lo son las cuentas de ahorro, cuentas

corrientes y CDT. Cada entidad tiene distintas reglamentaciones para fijar costos, tasas, canales y servicios adicionales.

Los motivos de quejas en su mayoría están representados en: Revisión y/o liquidación 18%, indebida atención al consumidor financiera-servicio 16%, cobro servicios y/o comisiones 14%, fallas en cajero automático 8%, aspectos contractuales (Incumplimiento y/o modificación) 6%, descuentos injustificados 5%, entre otros. Entre el 2015 y 2016 en el rubro de indebida atención al consumidor financiero-servicio disminuyó 2 puntos.

Gráfica 1. Quejas recibidas Entidades Vigiladas por motivos representativos año 2016



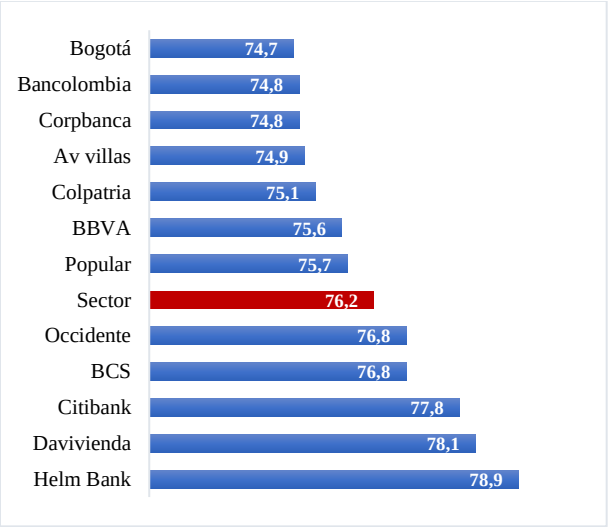
Fuente: (Superintendencia Financiera, 2016)

Al realizar un comparativo del número de quejas frente al número de operaciones se puede evidencia unos resultados positivos. Desde 2011 las inconformidades frente al número de operaciones han presentado una reducción significativa y al cierre de 2015 tan solo se presentaban 1,5 fallas por cada 10.000 operaciones realizadas, lo que representa una eficiencia del 99,98% en la prestación del servicio, pero aun así se evidencia que existe insatisfacción y la existencia de algunas fallas, lo que genera una oportunidad de mejora para tomar acciones y se atienda los requerimientos de los consumidores.

En el sector bancario para el 2016 el 12% de clientes presentaron quejas o reclamos a sus bancos, y se tuvo una satisfacción en el manejo de quejas de 55 sobre 100.

Los consumidores financieros entran a evaluar a cada entidad de acuerdo a la confianza, experiencia y pertenencia que se le genera.

Gráfica 2. Índice de Satisfacción de clientes sector bancario



Fuente: (Customes Index Value CIV, 2016)

Se puede evidenciar que Helm Bank, Davivienda y Citibank son las que mayor índice de satisfacción tienen, mientras que Banco Bogotá es la de menor puntaje de satisfacción tiene.

De acuerdo a Customer Index Value se tiene 6 momentos en la jornada del cliente, dentro los que se encuentra los siguientes:

- ✓ Confiabilidad: relación entre lo prometido y lo entregado.
- ✓ Experiencia: recordación positiva de la interacción.
- ✓ Satisfacción: satisfacción y confirmación de las expectativas.
- ✓ Ideal: cercanía al ideal del servicio esperado.
- ✓ Recompra: quiero seguir siendo cliente.
- ✓ Pertenencia: vale la pena ser cliente.

3.2.Justificación

Los consumidores financieros han pasado a ser un eje transcendental para las entidades financieras, pues se han dado cuenta de la importancia que se les debe dar a sus clientes, y que ya no se trata solo de ofrecer productos, si no que se trata de brindar una experiencia integral el en servicio de punta a punta. Este es un proceso que hasta ahora se está empezando a ver y que puede resultar ser una ventaja frente a sus competidores.

Es necesario conocer las razones por las que un consumidor financiero podría cambiar de banco para ello se debe revisar las variables concernientes a la satisfacción y darle un manejo emocional para lograr consolidar relaciones de largo plazo. Juan Pablo Granada,

presidente de la firma Customer Index Value, aseguró que “los bancos con las calificaciones más bajas llegan a niveles de alto riesgo de pérdida de clientes” (Granada, 2016).

Las entidades financieras han empezado a manejar una comunicación completa, clara y transparente para que el cliente entienda sus derechos, pero también sus deberes y las consecuencias inherentes al buen o mal manejo que le de a sus productos financieros (Granada, 2017). Y esto lo han tratado de desarrollar enfocándose más en las áreas que están de cara al cliente, brindándoles a sus colaboradores capacitaciones y/o creando programas en pro del servicio de atención al cliente generando así una cultura de servicio, pero se comete un error al no hacerlo extensivo a las demás áreas de trabajo, y allí se puede estar presentando fallas pues este proceso se debe implementar a nivel general en todas las áreas de la entidad, ya que todos los empleados de manera directa o indirecta generan un impacto en el servicio, por lo que resulta necesario coordinar todas las áreas de servicios, soporte, tecnología y negocios.

La implementación y desarrollo de estos programas permite ir reconociendo los retos a los que se enfrenta, y a su vez ir realizando una revisión de los indicadores directos e indirectos que permiten medir el nivel de satisfacción de los consumidores con las entidades financieras, planteando soluciones a los desafíos que enfrenta el sector en esta materia.

Al realizar cambios ya sea a nivel interno o externo, se espera que se genere un resultado claro en la satisfacción de los clientes y consumidores, quienes a su vez están constantemente cambiando sus expectativas frente a los servicios que requiere y/o espera de las organizaciones.

Es necesario desarrollar estrategias que refuercen y mejoren los niveles de satisfacción de los clientes, proporcionándoles asesorías y soluciones a sus requerimientos, ayudando a tener una mejor situación financiera.

Durante la implementación de la cultura de servicio se debe estar en constante retroalimentación a los colaboradores, e implementar herramientas que permitan hacer una evaluación constante, para que entiendan lo importante que es el consumidor financiero en la entidad, mejorando la calidad en la atención al cliente, lo que a largo plazo va a ayudar a en la reputación, logrando así atraer más clientes y que permanezcan fieles, ya que para las empresas el hecho de perder a un cliente puede resultar mucho más costoso que atraerlo, por lo que se busca que estos permanezcan vinculados con la entidad el mayor tiempo posible.

Se debe realizar evaluaciones correctivas que permitan ir mejorando todo el proceso de atención al cliente.

Es importante tener en cuenta que además de la atención al cliente hay otros factores que afectan la calificación en las entidades financieras como lo son las altas tasas de interés, el costo relativo de los servicios, entre otros, por lo que se debe entrar a evaluar estas condiciones frente a la competencia y frente a lo dispuesto por las entidades que las vigilan.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Analizar el servicio de atención al cliente en las entidades financieras, buscando la sinergia entre el área comercial y las demás áreas.

4.2. Objetivos específicos

- Identificar los requerimientos sobre los que el consumidor financiero han generado sus quejas, sugerencias y reclamos mejorando el servicio de atención al cliente.

- Evidenciar la sinergia que existe entre el área comercial y las demás áreas de trabajo y su relación con el servicio de atención al cliente.

5. Marco de referencias

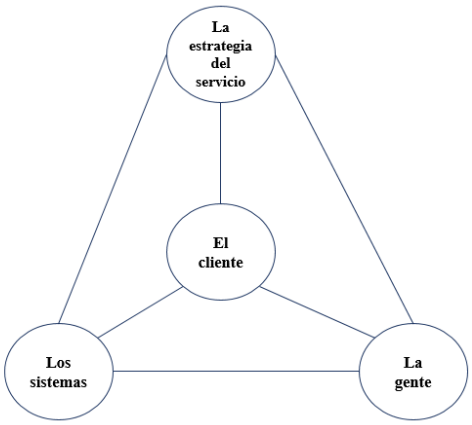
Los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes, lo que ha hecho que las empresas deban ampliar su portafolio, ofreciendo una gran variedad de productos, a un precio razonable y de buena calidad, por lo que el servicio de atención al cliente puede resultar ser un factor diferenciador.

5.1. Marco teórico

5.1.1. El triángulo del servicio

Por lo general el servicio de atención al cliente se ve en una forma plana, donde solo existe una relación entre el cliente y las personas que están de cara directa e inmediata al consumidor, por lo que sobre ellos recae la mayor responsabilidad del servicio al cliente y se está dejando de considerar a los demás integrantes o áreas que hacen parte del servicio. Por lo tanto, si una empresa quiere implementar una cultura de servicio como una estrategia de negocio, deberá lograr una armonía de todas las áreas que tienen que ver en todo el proceso la gestión de servicios. A continuación, se muestra la relación que tiene la estrategia de servicio, los sistemas y la gente de la compañía enfocado en el cliente (Albrecht, Gerencia del Servicio, 1988).

Figura 1 Triangulo del Servicio



Fuente: (Albrecht, Gerencia del Servicio, 1988)

5.1.1.1.La estrategia del servicio

El definir una estrategia de servicio permite establecer lo que se va a ofrecer al cliente enfocándose en sus necesidades y prioridades, generándole beneficios, adicional es una guía que involucra a todas las áreas de la empresa donde se canalizan todos los esfuerzos para que el servicio de atención al cliente se perciba como un diferenciador a lo que ofrecen las demás compañías. Albrecht (1988) dice que una nítida estrategia del servicio que haya sido explicada a todos los empleados crea la convicción de que "el servicio para el cliente es el criterio más importante para el éxito de la nuestra compañía" (pág. 67).

Para una correcta implementación de la estrategia del servicio se debe tener un amplio conocimiento de las características de los clientes como lo son la información demográfica y psicográfica.

5.1.1.2.Los sistemas

El sistema de servicio consiste en todos los elementos físicos (maquinaria, materiales, tecnología, instalaciones, entre otros) y todos los procesos que se necesitan para que los empleados presten el servicio de manera adecuada de tal forma que se logre cubrir las necesidades y expectativas del cliente desde el momento en que este ingresa a la compañía y con el que se lograr facilitar las cosas, recibiendo lo que espera y a un costo razonable. Con el sistema de servicio se busca que el cliente tenga una experiencia positiva, donde se minimicen las formas y procedimientos que puedan ocasionar inconformidades al consumidor.

Aquí, también es importante hablar y escuchar a los colaboradores ya que ellos están en todo el proceso y pueden ayudar a detectar fallas en los sistemas. Y adicional ellos deben

entender que no solo se trata de realizar los métodos y procedimientos, si no que no se debe perder del foco al cliente.

5.1.1.3.La gente

Para completar este triángulo se debe tener cuenta a las personas lo cual resulta ser un factor muy importante para la organización ya que son ellos los que tienen contacto directo con el cliente o consumidor y por lo que finalmente representan a la compañía, adicional permiten diferenciar a la empresa al estar generando un impacto positivo o negativo frente a los clientes, por lo que es importante desde el momento de la selección elegir a las personas idóneas, y mantenerlos en constante capacitación para que este sea competente al momento de prestar el servicio.

5.1.2. Cultura de servicio

Dentro de las entidades financieras hoy en día se está tratando de crear esta cultura de servicio demostrando mucho más compromiso hacia los consumidores financieros. Vecino (2008) afirma:

> Crear una cultura de servicio al cliente implica una estrategia corporativa donde participen todos los niveles de la organización y se inicie con un diagnóstico profundo sobre el cual exista la determinación por parte de la administración y la gerencia de intervenir con el fin de establecer claros indicadores de mejoramiento que tendrán su impacto y su recompensa cuando sean los mismos clientes los que perciban y manifiesten con su comportamiento económico mayores niveles de satisfacción, fidelidad e incluso compromiso con un modelo gerencial capaz de crear un diferenciador significativo en la prestación del SERVICIO AL CLIENTE (Vecino, 2008).

Para que esta cultura de servicio sea exitosa es necesario contar con una comunicación asertiva, donde adicional se refleje los valores y principios de la organización y que esto se desarrolle en un ambiente adecuado de respeto y transparencia, transmitiendo esa parte vivencial al consumidor, con el debido entrenamiento y capacitación en las diferentes áreas del banco como lo son las áreas de recursos humanos, de riesgo, de tecnología, de mercadeo, de finanzas y de ventas y servicio.

5.1.3. Calidad de servicio

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”.

La calidad de servicio en las entidades financieras se mide a través de las percepciones de los clientes, teniendo en cuenta que estos servicios son intangibles, y que adicional a esto se

puede ver influenciado por las actitudes de los colaboradores, durante y después de la adquisición de algunos de los productos financieros. Por tal motivo la calidad de servicio permite que se haga una serie de comparaciones entre lo que se ofrece, se espera recibir y lo que se recibe.

Para realizar un seguimiento a la calidad es necesario hacer una constante evaluación, retroalimentación y continuidad que busque el mejoramiento en el servicio.

Para las entidades es importante generar una buena percepción de calidad, ya que, a largo plazo, se convierte en confianza y fidelización del consumidor financiero, lo que lo hace más competitivo y se busque cubrir y satisfacer las necesidades del cliente.

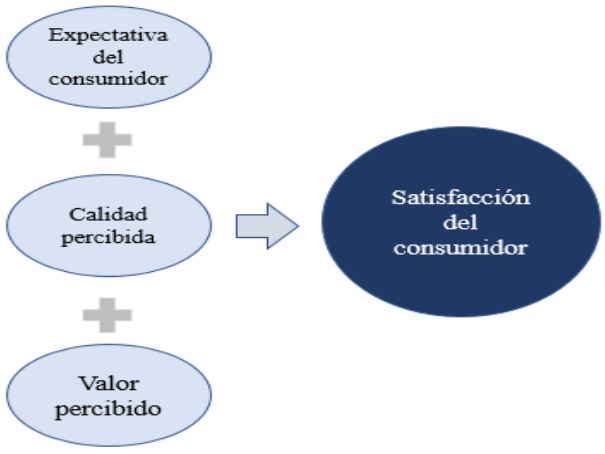
5.1.4. Índice de satisfacción.

Kotler (2001), define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (pág. 40).

Dentro de los métodos que se utilizan para hacer seguimiento y cuantificar la satisfacción de los clientes se utilizan los siguientes:

- Sistemas de quejas y sugerencias.
- Encuestas de satisfacción de los consumidores.
- Compradores disfrazados.
- Análisis de clientes perdidos.

Figura 2. Componentes de satisfacción al consumidor



Fuente: (Asobancaria, 2016)

Estos métodos ayudan a conocer que percepción tienen los clientes reales y potenciales, y sobre estos resultados se puede generar un dictamen que permite realizar correctivos de las fallas y sacar a flote las fortalezas, aprovechando las oportunidades de mejora en los servicios ofrecidos buscando dar valor agregado.

De acuerdo a los antecedentes se puede evidenciar que adicional a estos métodos existen empresas que se dedican a la medición del índice de satisfacción en sector financiero lo que permite hacer un comparativo frente a las otras entidades financieras.

5.2. Marco legal

En Colombia, los consumidores financieros cuentan con una base normativa que no se limita a regular el trámite de las inconformidades, sino que, con una visión holística, busca una adecuada relación entre entidades financieras y consumidores (Asobancaria, 2016).

Nombre decreto/año	Descripción del decreto	Descripción particular
Ley 1328 de 2009 Protección al Consumidor Financiero	Dicta normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. Protección al consumidor financiero	Se trata de la obligación a cargo de las entidades vigiladas de implementar un "Sistema de Atención a los Consumidores Financieros" –en adelante SAC-, el cual debe propender porque: (i) se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros; (ii) se adopten sistemas para suministrarles información adecuada; (iii) se fortalezcan los procedimientos para la atención de sus quejas, peticiones y reclamos; y (iv) se propicie la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la educación financiera de éstos.

Decreto 4809 de 2011 "Reporte Anual de Costos Totales" – RAC	Por el cual se adiciona el Decreto 2555 de 2010, en relación con las normas y principios que deben observarse para la fijación, difusión y publicidad de las tarifas y precios de los productos y servicios financieros	Expide la obligatoriedad de remitir a los consumidores un documento que reúna todos los cobros efectuados de los productos o servicios masivos como cuentas de ahorro, corrientes, tarjetas de crédito, cobros efectuados a favor de terceros y los rubros tributarios relacionados con estos cobros (IVA y GMF de las comisiones y operaciones), entre otros.
Ley 1748 de 2014	Por medio de la cual se establece la obligación de brindar información transparente a los consumidores de los servicios financieros.	Esta ley busca reunir en un solo valor todos los conceptos efectivamente pagados y recibidos en los productos financieros. El objetivo de esta iniciativa es calcular un "Valor Total Unificado" que sirva como referencia no sólo para que los clientes puedan conocer el costo de sus productos de una manera simple y fácil sino para que puedan comparar entre las distintas opciones que le ofrece el mercado.

Fuente: Elaboración propia

6. Desarrollo del trabajo

6.1.Consumidor financiero

El consumidor financiero es todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas (Superfinanciera, 2017). De acuerdo a lo expuesto en la Ley 1328 de 2009 los consumidores financieros tienen unos derechos dentro de las entidades financieras que se encuentran vigiladas por la Super Intendencia Financiera, dentro de estos derechos se encuentran:

1. Los consumidores financieros tienen el derecho de recibir de parte de las entidades vigiladas productos y servicios con estándares de seguridad y calidad, de acuerdo con las condiciones ofrecidas y las obligaciones asumidas por las entidades vigiladas.

2. Tener a su disposición publicidad e información transparente, clara, veraz, oportuna y verificable, sobre las características propias de los productos o servicios ofrecidos y/o suministrados. En particular, la información suministrada por la respectiva

entidad deberá ser de tal que permita y facilite su comparación y comprensión frente a los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado.

3. Exigir la debida diligencia en la prestación del servicio por parte de las entidades vigiladas.

4. Recibir una adecuada educación respecto de las diferentes formas de instrumentar los productos y servicios ofrecidos, sus derechos y obligaciones, así como los costos que se generan sobre los mismos, los mercados y tipo de actividad que desarrollan las entidades vigiladas, así como sobre los diversos mecanismos de protección establecidos para la defensa de sus derechos.

5. Presentar de manera respetuosa consultas, peticiones, solicitudes, quejas o reclamos ante la entidad vigilada, el defensor del Consumidor Financiero, la Superintendencia Financiera de Colombia y los organismos de autorregulación.

6. Los demás derechos que se establezcan en esta ley o en otras disposiciones, y los contemplados en las instrucciones que imparta la Superintendencia Financiera de Colombia.

Las entidades financieras deben tener un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), donde se encargan de atender los requerimientos del consumidor, donde las entidades financieras se encuentran obligados a realizar contratos claros, no hacer cobros que no han sido pactados, garantizar el manejo adecuado de la información del consumidor, deben reportar a la SuperFinanciera el valor de los productos y servicios que ofrecen, y estos se deben publicar en los diferentes canales de contacto.

Desde el momento en que el consumidor financiero ingresa a la entidad financiera, esta tiene la obligación de dar información de forma clara y transparente, las características y cobros que se generan para los diferentes productos, adicional se debe advertir las consecuencias que acarrea el incumplimiento.

De acuerdo a la Ley las entidades financieras deben contar con un Defensor del Consumidor quien actúa de manera autónoma e independiente y se encarga de proteger a los usuarios de las posibles irregularidades que se puedan presentar en las entidades y este debe actuar como conciliador.

De igual manera el usuario se puede proteger informándose de los productos o servicios que ofrecen junto con los términos y condiciones, en que se van a adquirir y se debe revisar que las entidades se encuentren vigiladas por la superFinanciera de acuerdo al servicio y/o producto y de esta manera encontrar un mayor respaldo.

6.2.Quejas que se generan en el sector financiero

Durante el año 2016 se recibieron 66.596 quejas en la SuperFinanciera contra las entidades financieras vigiladas, lo que representó un incremento del 19% con respecto al año 2015, de las cuales la mayoría se recibieron a través de internet por medio del enlace habilitado para esta actividad.

Analizando los motivos de las quejas recibidas contra las entidades vigiladas durante el año 2016, se encuentra que los motivos principales fueron: indebida atención al consumidor financiero (21%), aspectos contractuales (12%), revisión y/o liquidación (6%), reporte a centrales de riesgos (6%), suministro de información insuficiente o errada (6%) y cobro servicios y/o comisiones (6%).

Asimismo, la Superintendencia logró finalizar 73.727 quejas de las cuales se tienen las siguientes cifras:

Tabla 2. Resultado final de las quejas tramitadas ante la SFC en 2016

CONCEPTO	NÚMERO	%
TOTAL QUEJAS RESUELTAS EN EL AÑO	73.727	100%
Resultado a favor de la entidad financiera	41.750	56,63%
Resultado a favor del consumidor financiero	31.959	43,35%
Desistimiento expreso	18	0,02%

Fuente: (SuperFinanciera, 2017)

De acuerdo al informe anterior se evidencia que las entidades financieras aún siguen presentando fallas dentro de la prestación de servicio ya que el 43,35% del total de las quejas fue a favor del consumidor, y que de estas quejas en su mayoría son por la indebida atención.

Durante el último trimestre de 2016 se recibieron un total de 417.132 quejas en las entidades vigilas y los defensores del consumidor financiero (DCF). De las quejas recibidas contra los bancos se registraron 255.091 de los cuales el 96% se relacionaron en los siguientes productos:

- Tarjetas de crédito 56%
- Cuentas de ahorro 20%
- Créditos de consumo y comerciales 12%
- Cuentas corrientes 7%

- Créditos de vivienda 1%

Dentro de los motivos de quejas presentadas de acuerdo a producto se encuentra que por (Portafolio, 2016):

Tarjetas de crédito
- cobro servicios y/o comisiones
- por revisión y/o liquidación.

Cuentas de ahorro
- fallas en cajero automático
- cobro servicios y/o comisiones
- descuentos injustificados.

Créditos de consumo o comerciales
- revisión y/o liquidación
- reportes centrales de riesgos

Cuentas corrientes
- Fallas en cajero automático
- Pagos establecimientos de comercio
- Procedimientos y honorarios de cobranza

Créditos de vivienda
- Revisión y/o Liquidación
- Procedimientos y honorarios de cobranza

Ya teniendo estos resultados se puede observar que el servicio que prestan las entidades financieras debe ir desde el momento que el consumidor financiero ingresa a la entidad, brindándole toda la información necesaria acerca del producto y/o servicio que está adquiriendo, así como todo lo que tiene que ver con el uso y el soporte que se le dé, por lo tanto, es importante involucrar todas las áreas y que se genere una cultura de servicio junto con una promesa de valor en toda la cadena de servicio para el cliente o potencial cliente. Adicional es importante realizar inversiones en mejoras tecnológicas y así como actualización de procesos.

6.3.Importancia del área comercial dentro de las entidades financieras

Las entidades financieras cuentan con varias áreas que aportan y ayudan en el desarrollo de las actividades, brindando el servicio que el cliente final requiere. Por lo que es importante resaltar el área encargada de atraer a los clientes o potenciales clientes, los cuales son necesarios para que la entidad logre generar rentabilidad, a dicha área se le conoce como el área comercial.

Las personas que hacen parte de esta área se encargan de realizar las ventas de los productos y/o servicios ofrecidos por la entidad, por lo que se deben se deben esforzar para lograr vender la mayor cantidad de productos, cumpliendo las metas establecidas por la entidad y buscando obtener una mayor participación en el mercado, por lo tanto es necesario que ellos conozcan todo acerca de la entidad, como trabaja la empresa, tener un amplio conocimiento de los productos/servicios, como se mueve la competencia, entre otros, y así lograr o buscar un factor diferenciador que genere un valor agregado para obtener una venta eficaz y rentable.

Esta área se convierte en un eje central para la compañía ya que son la conexión y la cara fundamental frente al cliente, donde se le puede brindar y generar confianza, para que siga siendo cliente y se logre la rentabilidad esperada. El departamento de ventas es uno de los elementos esenciales que conforma una empresa.

6.3.1. Área comercial y su relación con el área de recursos humanos

El área de Recursos Humanos juega un papel definitivo dentro del área comercial y la estrategia de ventas ya que por medio de esta se gestiona, no solo la selección de personal, sino que también se encarga de brindar la formación y la capacitación necesaria dejándolos aptos para responder las inquietudes y en busca de obtener mejores resultados.

Se debe tener en cuenta que el capital humano es un elemento diferenciador y que da la posibilidad de abrir y generar nuevas oportunidades de negocio, por lo que resulta ser un área importante dentro de la organización, ya que, al conocer las necesidades de los colaboradores, se puede implementar beneficios que ayudan en la motivación, brindando elementos claves que generen satisfacción, mejorando su competitividad para el cumplimiento de los objetivos y creando un sentido de pertenencia con la entidad. Adicional para el área de recursos humanos es fundamental hacer una buena elección del personal buscando formar y fortalecer los equipos de trabajo solidos logrando que se trabaje con mejor disposición por los clientes.

Es importante que el área de Recursos Humanos y el área comercial trabajen conjuntamente en busca de estrategias de ventas en el que se logre sincronizar todos colaboradores de la entidad no solo los comerciales.

6.3.2. Área comercial y su relación con el área de tecnología.

El área de tecnología resulta ser un gran aliado para el área comercial ya que la tecnología es un gran apoyo que se da en cualquier etapa o proceso durante la vinculación del cliente o consumidor financiero, ya que entre menos engorroso sea un proceso, mayor factibilidad de atracción se tendrá, por lo que es importante contar con dicho apoyo, para mantener actualizadas los diferentes plataformas que logren ser más eficientes, al igual que los diferentes procesos de todas las áreas de las entidades financieras, siendo así más productivos y prestando siempre un servicio a la vanguardia y competitivo, además de mantener equipadas las diferentes áreas de las entidades financieras con los aparatos necesarios para el correcto funcionamiento.

El área de tecnología se encuentra atado el manejo de la información y la comunicación por lo que, al estar estructurada de una manera adecuada, facilita atraer y retener a los consumidores al momento de realizar sus transacciones o al consultar algún tipo de información requerida, así como el manejo a los canales de comunicación. Así como facilita al área comercial acceder a cierta base de datos que le permiten dar una respuesta más rápida a los clientes.

6.3.3. Área comercial y su relación con el área financiera

El área financiera, se ocupa de mantener el flujo de capital de la entidad, por lo que es importante que se realice una excelente gestión en los recaudos, además de generar ideas de financiación para que los clientes puedan acceder a los servicios y/o productos ofrecidos, en ese orden, el área comercial depende y del mismo modo es un apoyo para esta, desde el momento en que se está conociendo al cliente para saber que producto ofrecer y que este se acomode a sus necesidades, evitando que caiga en cartera morosa.

6.3.4. Área comercial y su relación con el área de riesgo

El área de riesgo, se encarga de generar e implementar todas las políticas y validaciones necesarias para realizar un correcto perfilamiento del consumidor financiero al momento de ofrecer un producto, evitando de esta manera que se genere una cartera morosa o posibles fraudes o suplantaciones, por lo que se podría decir que son un filtro que permite evaluar un

posible riesgo al que se puede ver expuesta la entidad y que puede generar una perdida, por lo tanto es importante que el área comercial tenga conocimiento del perfilamiento que va a realizar, para evitar desgastes para el cliente como para los diferentes procesos.

6.3.5. Área comercial y su relación con el área de operaciones

El área de Operaciones es el encargado de completar todo el esquema de legalización y desembolsos cuando se refiere en cuanto a créditos se refiere lo cual su proceso puede ser en algunos muy corto o un poco más extensos dependiendo el producto, aquí tienen que estar en constante comunicación con el área comercial para que este a su vez este en contacto con el consumidor financiero y se le haga todo el acompañamiento hasta el momento del desembolso o entrega del producto y que el cliente pueda disfrutar de lo adquirido de acuerdo a las características de lo ofrecido desde el momento de su vinculación.

6.3.6. El área comercial y su relación con el área de soporte

El área de soporte, es otra área que tiene contacto constante con los clientes, ya que este es un apoyo que se ofrece al cliente en el momento que se le presente cualquier dificultad, dándole la mano y haciendo que las cosas le sean más sencillas y sacarlos de apuros. Por lo que se podría decir que es un complemento para el área comercial y que de este también depende que se mantenga una buena relación, para que de la misma manera se logre atraer y retener a los clientes y quieran seguir adquiriendo más productos.

7. Conclusiones

De acuerdo a las quejas recibidas por parte del consumidor financiero, se puede evidenciar que realmente el servicio de atención al cliente involucra todos los procesos por los que el consumidor debe pasar durante toda la experiencia que recibe, por lo que es importante involucrar a todas las áreas de la organización.

El hecho de que en Colombia se cuente con un marco regulatorio, permite que haya una armonía entre el consumidor financiero y las entidades financieras, donde se buscar proteger sus derechos, adicional se eduque, y se informe de manera transparente y clara al momento de generarse cual tipo de vinculación con la entidad.

Al generarse una cultura de servicio dentro de la entidad financiera es importante involucrar a todas las áreas, y no solo recaer sobre el área comercial, por lo que se debe comunicar de manera clara cada uno de los aspectos a mejorar dando a entender que el cliente es importante para la organización, por lo que es importante cumplir con sus expectativas y que este le dé la satisfacción necesaria como para fidelizarlos, y de esta manera se de una mejora en la reputación de la entidad.

8. Referencias bibliográficas

Albrecht, K. (1988). En K. Albrecht, & R. Zemke, *Gerencia del Servicio* (pág. 199). Bogotá: LEGIS EDITORES S.A.

Albrecht, K. (1988). *Gerencia del Servicio.* Bogotá: LEGIS EDITORES S.A.

Asobancaria. (2016). *Satisfacción, el compromiso de la banca con sus clientes.* Bogotá.

Customes Index Value CIV. (2016). Obtenido de http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/Resumen%20Resultados%20IV%20Q%202016%20Sector%20bancario%20Colombia%20press%20release%202%20%281%29.pdf

Granada, J. P. (10 de 05 de 2016). Obtenido de https://www.publimetro.co/co/economia/2016/05/10/bancos-mejor-peor-calificados-pais.html

Granada, J. P. (15 de 03 de 2017). Obtenido de (http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/el-reto-de-los-bancos-en-la-era-digital-coyuntura-portafolio-15-de-marzo-de-2017-504139)

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia.* Pearson Educacion.

Portafolio. (2016). *Vea los cinco productos del sector financiero contra los que más reclamos se presentan* .

Superfinanciera. (2017). *Consumidor financiero*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/ConsumidorFinanciero/consumidorfin.htm

SuperFinanciera. (30 de ENERO de 2017). *Infomer de Gestión 2016.* Bogotá.

Superintendencia Financiera. (2016). Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=11129

Superintendencia Financiera de Colombia. (Junio de 2010). Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/ConsumidorFinanciero/ance0152010.doc

Vecino, J. M. (22 de 08 de 2008). *degerencia*. Obtenido de La cultura del servicio al cliente como estrategia gerencial: http://www.degerencia.com/articulo/la_cultura_del_servicio_al_cliente_como_estrategia_gerencial

Solicitud de Vinculación Persona Natural

Banco de Occidente

Solicitante
CLIENTE ☐ CODEUDOR ☐

Fecha de Diligenciamiento

Datos Personales

Nombres	Primer Apellido	Segundo Apellido	**Género** F ☐ M ☐

Tipo de Identificación CC ☐ TI ☐ Registro Civil ☐ CE ☐ Pasaporte ☐ Carné Diplomático ☐	Número Identificación	Fecha Expedición Documento	Ciudad Expedición	Fecha Nacimiento

País de Nacimiento	Ciudad/Depto de Nacimiento	Nacionalidad 1	Nacionalidad 2

¿Es responsable de impuestos en EE.UU. (U.S. Person*), u otro país diferente de Colombia? **SI** ☐ **NO** ☐	País de Residencia Fiscal 1	Número de Identificación Tributaria 1
	País de Residencia Fiscal 2	Número de Identificación Tributaria 2

*U.S. PERSON es una definición que incluye ciudadanos y residentes de los Estados Unidos (poseedores de una Green Card de los Estados Unidos o que cumplen el requisito de presencia sustancial en los Estados Unidos mayor a 183 días durante los últimos tres años).

Estado Civil	**Nivel de Estudios**	Profesión	**Ocupación**	**Tipo de Vivienda**	N° Personas a cargo
Soltero ☐ Separado ☐ Casado ☐ Viudo ☐ Unión Libre ☐	Primaria ☐ Especialización ☐ Secundaria ☐ Master ☐ Técnico ☐ Doctorado ☐ Universitario ☐		Empleado ☐ Empleado con Negocio ☐ Estudiante ☐ Pensionado ☐ Ama de Casa ☐ Rentista ☐ Independiente ☐	Propia ☐ Familiar ☐ Alquilada ☐	

Correo Electrónico	Dirección Residencia (Especificar Nombre de Conjunto/Edificio, N° apto/casa)

Barrio	Ciudad / Departamento	Teléfono Celular	Teléfono Residencia

Datos Laborales

Nombre de la Empresa / Negocio	Fecha Ingreso Empresa/Actividad	Cargo

Tipo de Salario (Solo para empleados) Integral ☐ Convencional ☐	**Tipo de Vinculación / Contrato** Fijo ☐ Indefinido ☐ Obra ☐ Corretaje ☐ Otro ☐

Dirección Empresa / Oficina (Especificar N° de local o N° de Oficina, Barrio)	Teléfono Empresa	Extensión	Ciudad / Departamento

Actividad Económica Principal de la Empresa / Negocio — Código CIIU

Agropecuario ☐ Comercio ☐ Comunicaciones ☐ Construcción ☐ Financiero ☐ Industrial/Producción ☐ Minero ☐ Servicios ☐
Transporte ☐ Eduación ☐ Salud ☐ Otro, ¿cuál? _____

Autorización Envío de Correspondencia e Información

Gracias por considerar el medio ambiente. Los extractos de todos sus productos, estados de cuenta o cualquier notificación, serán puestos a su disposición a través del Correo Electrónico que usted relacionó en este formulario.

Si usted prefiere otro medio marque aquí: Dirección de Residencia ☐ Dirección Laboral ☐

Autorizo el envío de información comercial, financiera, de productos y servicios a mi terminal móvil, correo electrónico, aplicaciones de mensajería para teléfono inteligente (smartphone en inglés) y/o cualquier otro mecanismo de contacto. **SI** ☐ **NO** ☐

Datos Financieros en Pesos

Ingresos /Ventas Mensuales	Otros Ingresos Mensuales	Descripción Otros Ingresos	Total Ingresos Mensuales	Total Egresos Mensuales
$	$		$	$

Total Activos	Total Pasivos	Relaciona Bienes en Fiducia	Descripción de la Clase de Recursos(Fiducia) e identificación del bien que se entrega
$	$	**SI** ☐ **NO** ☐	

Operaciones Internacionales

Realiza Operaciones en Moneda Extranjera? **SI** ☐ **NO** ☐	**Tipo de Operación en M.E. que normalmente realiza:**	Exportación ☐ Importación ☐ Otro, ¿Cuál? _____ Préstamos en M.E. ☐ Pago de Servicios ☐	Producto Financiero

Banco	Número de Cuenta / Producto	Moneda	Saldo / Valor Crédito	Ciudad / País

Origen de Fondos y/o Bienes

Mis recursos económicos provienen de las siguientes fuentes (Detalle de la ocupación, oficio, profesión, actividad, etc):

_____

_____

Datos Representante o Apoderado

Nombres	Primer Apellido	Segundo Apellido	**Tipo de Identificación** CC ☐ TI ☐ Registro Civil ☐ CE ☐ Pasaporte ☐ Carné Diplomático ☐	Número Identificación

Autorizaciones y Declaraciones

De acuerdo con lo establecido por la ley y sus reglamentos, la Superintendencia Financiera de Colombia y demás autoridades pertinentes declaro que:

1. SUMINISTRO Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN. EL CLIENTE se obliga con EL BANCO a entregar información veraz y verificable y a actualizar su información personal, comercial y financiera, por lo menos una (1) vez al año, o cada vez que así lo solicite EL BANCO, suministrando la totalidad de los soportes documentales exigidos. El incumplimiento de esta obligación, faculta a EL BANCO para terminar de manera inmediata y unilateral cualquier tipo de relación que tenga con EL CLIENTE.

2. DECLARACIONES DE ORIGEN DE FONDOS Y/O BIENES. Yo, identificado con el nombre y documento de identidad expedidos en el lugar y fecha establecidos, tal como lo he diligenciado en este documento, obrando en nombre propio,

de manera voluntaria y dando certeza que todo lo aquí consignado es cierto, realizo la siguiente declaración de origen de fondos y/o bienes al Banco de Occidente, con el propósito de dar cumplimiento a las disposiciones legales:

A. El origen de los dineros que deposito en mi cuenta y demás operaciones que tramito a través del Banco, proceden del giro ordinario de actividades lícitas.

B. No admitiré que terceros efectúen depósitos en mis cuentas con fondos provenientes de actividades ilícitas contempladas en el Código Penal Colombiano o en cualquier norma que lo modifique o adicione, ni efectuaré transacciones destinadas a tales actividades o a favor de personas relacionadas con las mismas.
C. Autorizo saldar las cuentas y depósitos que mantenga en esta institución, en el caso de infracción de cualquiera de los numerales contenidos en este documento, eximiendo a la Entidad de toda responsabilidad que se derive por información errónea, falsa e inexacta que hubiere proporcionado.
3. AUTORIZACIÓN PARA LA CONSULTA, REPORTE Y PROCESAMIENTO DE DATOS CREDITICIOS, FINANCIEROS, COMERCIALES, DE SERVICIOS Y DE TERCEROS PAISES EN LA CENTRAL DE INFORMACIÓN CIFIN Y A CUALQUIER OTRA ENTIDAD PÚBLICA O PRIVADA DE CENTRALES DE RIESGO. En mi calidad de titular de información, actuando libre y voluntariamente, autorizo de manera expresa e irrevocable al BANCO DE OCCIDENTE S.A, o a quien represente sus derechos, a consultar, solicitar, suministrar reportar, procesar y divulgar toda la información que se refiera a mi comportamiento crediticio, financiero, comercial, de servicios y de terceros países de la misma naturaleza, a la Central de Información CIFIN o a cualquier otra entidad pública o privada que administre o maneje bases de datos, cualquier otra Entidad Financiera de Colombia, o a quien represente sus derechos. Autorizo irrevocablemente al Banco de Occidente S.A. compartir con las entidades filiales del Banco la información aquí suministrada así como los documentos aportados, cuando las mismas los soliciten por vinculación a sus productos. Conozco que el alcance de esta autorización implica que el comportamiento frente a mis obligaciones será registrado con el objeto de suministrar información suficiente y adecuada al mercado sobre el estado de mis obligaciones financieras, comerciales, crediticias, de servicios y la proveniente de terceros países de la misma naturaleza. En consecuencia, quienes se encuentren afiliados y/o tengan acceso a la Central de Información -CIFIN o a cualquier otra entidad pública o privada que administre o maneje bases de datos podrán conocer esta información, de conformidad con la legislación y jurisprudencia aplicable. La información podrá ser igualmente utilizada para efectos estadísticos, evaluación de riesgo, y gestión de cobranza. Mis derechos y obligaciones así como la permanencia de mi información en las bases de datos corresponden a lo determinado por el ordenamiento jurídico aplicable del cual, por ser de carácter público, estoy enterado. En caso de que, en el futuro, el autorizado en este documento efectúe, a favor de un tercero, una venta de cartera o una cesión a cualquier título de las obligaciones a mi cargo, los efectos de la presente autorización se extenderán a éste en los mismos términos y condiciones. Así mismo, autorizo a la central de información a que, en su calidad de operador, ponga mi información a disposición de otros operadores nacionales o extranjeros, en los términos que establece la ley, siempre y cuando su objeto sea similar al aquí establecido. Igualmente, autorizo el tratamiento de mis datos crediticios, financieros y comerciales de conformidad con los fines y parámetros establecidos en la Ley 1266 de 2008 y cualquier norma que la modifique, adicione o sustituya.

Esta Solicitud se debe diligenciar completamente, en virtud de las disposiciones contenidas en el Capitulo IV Titulo IV Parte I de la Circular Externa Básica Jurídica No. 029 de 2014 emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Firma del Cliente:

No. De Identificación:

Índice Derecho

Autorización General para el Manejo de Datos Personales

En calidad de titular de mi información personal y en adición y complemento de las autorizaciones previamente otorgadas a BANCO DE OCCIDENTE, autorizo de manera expresa y previa sin lugar a pagos ni retribuciones a BANCO DE OCCIDENTE y a sus filiales, subsidiarias, asociadas o vinculadas, a su matriz o controlante, a las filiales, subsidiarias, asociadas o vinculadas de su matriz (en adelante "LAS ENTIDADES AUTORIZADAS") y a sus sucesores, cesionarios o a quien represente u ostente sus derechos, para que directamente o a través de terceros, realicen el siguiente tratamiento en medios físicos, digitales o por cualquier otro, sobre mi información personal, incluyendo, pero sin limitarse a, aquella de carácter financiero, crediticio, comercial, profesional, sensible, técnico y administrativo, privada, semiprivada o de cualquier naturaleza, pasada, presente o futura, contenida en cualquier medio físico, digital o electrónico, entre otros y sin limitarse a documentos, fotos, memorias usb, grabaciones, datos biométricos, correos electrónicos, y videograbaciones (en adelante "Datos Personales"): 1. Recolectar, consultar, recopilar, evaluar, catalogar, clasificar, ordenar, grabar, almacenar, actualizar, modificar, aclarar, reportar, informar, analizar, utilizar, compartir, circularizar, suministrar, suprimir, procesar y en general tratar los Datos Personales que le suministre por cualquier medio. 2. Solicitar, consultar, verificar, validar, recopilar, compartir, intercambiar, informar, reportar, procesar, almacenar, modificar, actualizar, aclarar, retirar o divulgar por cualquier medio mis Datos Personales ante entidades de consulta de bases de datos o ante cualquier otra entidad que maneje o administre bases de datos con los fines legalmente definidos para este tipo de entidades, domiciliadas en Colombia o en el exterior, sean personas naturales o jurídicas, colombianas o extranjeras. 3. Solicitar, consultar, recopilar, evaluar, catalogar, clasificar, ordenar, grabar, compartir, intercambiar, informar, reportar, procesar, almacenar, modificar, actualizar, aclarar, retirar o divulgar por cualquier medio mis Datos Personales ante LAS ENTIDADES AUTORIZADAS, o ante cualquier sociedad en la que éstas tengan participación accionaria directa o indirectamente, con sus proveedores de servicios, aliados comerciales, usuarios de red, redes de distribución y personas que realicen la promoción de sus productos y servicios, incluidos call centers, domiciliados en Colombia o en el exterior, sean personas naturales o jurídicas, colombianas o extranjeras. Todo lo anterior, con el fin de que BANCO DE OCCIDENTE y LAS ENTIDADES AUTORIZADAS utilicen mis Datos Personales, a partir de la recepción de los mismos para: a. Promocionar, comercializar u ofrecer, de manera individual o conjunta, sus productos y/o servicios o productos y servicios ofrecidos en alianza comercial, a través de cualquier medio o canal, o para complementar, optimizar o profundizar el portafolio de productos y/o servicios actualmente ofrecidos, b. Como elemento de análisis en etapas pre-contractuales, contractuales y post-contractuales para establecer y/o mantener cualquier relación contractual, incluyendo como parte de ello, los siguientes propósitos: i. Actualizar bases de datos y tramitar la apertura y/o vinculación de productos y/o servicios en BANCO DE OCCIDENTE o en cualquiera de LAS ENTIDADES AUTORIZADAS, ii. Evaluar riesgos derivados de la relación contractual potencial, vigente o concluida, iii. Realizar, validar, autorizar o verificar transacciones incluyendo, cuando sea requerido, la consulta y reproducción de datos sensibles tales como la huella, imagen o voz, iv. Obtener conocimiento del perfil comercial o transaccional del titular, el nacimiento, modificación, celebración y/o extinción de obligaciones directas, contingentes o indirectas, el incumplimiento de las obligaciones que adquiera con BANCO DE OCCIDENTE o con cualquier tercero, así como cualquier novedad en relación con tales obligaciones, hábitos de pago y comportamiento crediticio con BANCO DE OCCIDENTE y/o terceros. v. Conocer el estado de las operaciones vigentes activas o pasivas o de cualquier naturaleza o las que en el futuro llegue a celebrar con BANCO DE OCCIDENTE, con otras entidades financieras o comerciales, con cualquier operador de información o administrador de bases de datos o cualquier otra entidad similar que en un futuro se establezca y que tenga por objeto cualquiera de las anteriores actividades, vi. Conocer información acerca de mi manejo de cuentas corrientes, ahorros, depósitos, tarjetas de crédito, comportamiento comercial, laboral y demás productos o servicios y, en general, del cumplimiento y manejo de mis créditos y obligaciones, cualquiera que sea su naturaleza. Esta autorización comprende información referente al manejo, estado, cumplimiento de las relaciones, contratos y servicios, hábitos de pago, incluyendo aportes al sistema de seguridad social, obligaciones y las deudas vigentes, vencidas sin cancelar, procesos, o la utilización indebida de servicios financieros. vii. Prevenir el lavado de activos, la financiación del terrorismo, así como detectar el fraude y otras actividades ilegales, viii. Dar cumplimiento a sus obligaciones legales y contractuales, ix. Ejercer sus derechos, incluyendo los referentes a actividades de cobranza judicial y extrajudicial y las gestiones conexas para obtener el pago de las obligaciones a cargo del titular o de su empleador, si es del caso, x. Implementación de software y servicios tecnológicos, c. Realizar ventas cruzadas de productos y/o servicios ofrecidos por BANCO DE OCCIDENTE o por cualquiera de LAS ENTIDADES AUTORIZADAS o sus aliados comerciales, incluyendo la celebración de convenios de marca compartida, d. Elaborar y reportar información estadística, encuestas de satisfacción, estudios y análisis de mercado, incluyendo la posibilidad de contactarme para dichos propósitos, e. Enviar mensajes, notificaciones o alertas a través de cualquier medio para remitir extractos, divulgar información legal, de seguridad, promociones, campañas comerciales, publicitarias, de mercadeo, institucionales o de educación financiera, sorteos, eventos u otros beneficios e informar al titular acerca de las innovaciones efectuadas en sus productos y/o servicios, dar a conocer las mejoras o cambios en sus canales de atención, así como dar a conocer otros servicios y/o productos ofrecidos por BANCO DE OCCIDENTE; LAS ENTIDADES AUTORIZADAS o sus aliados comerciales, f. Llevar a cabo las gestiones pertinentes, incluyendo la recolección y entrega de información ante autoridades públicas o privadas, nacionales o extranjeras con competencia sobre BANCO DE OCCIDENTE, LAS ENTIDADES AUTORIZADAS o sobre sus actividades, productos y/o servicios, cuando se requiera para dar cumplimiento a sus deberes legales o reglamentarios, incluyendo dentro de éstos, aquellos referentes a la prevención de la evasión fiscal, lavado de activos y financiación del terrorismo u otros propósitos similares emitidas por autoridades competentes, g. Cruzar la información con las diferentes bases de datos de BANCO DE OCCIDENTE, de LAS ENTIDADES AUTORIZADAS, de autoridades y/o entidades estatales y de terceros tales como la Registraduría Nacional del Estado Civil y sus aliados tecnológicos certificados, operadores de información y demás entidades que formen parte del Sistema de Seguridad Social Integral, empresas prestadoras de servicios públicos y de telefonía móvil, entre otras, para desarrollar las actividades propias de su objeto social principal y conexo, y/o cumplir con obligaciones legales, h. Para que mis Datos Personales puedan ser utilizados como medio de prueba. Los Datos Personales suministrados podrán circular y transferirse a la totalidad de las áreas de BANCO DE OCCIDENTE incluyendo a su fuerza comercial, red de distribución, equipos de telemercadeo y proveedores de servicios y/o procesadores de datos que trabajen en nombre de BANCO DE OCCIDENTE, incluyendo pero sin limitarse, contratistas, delegados, outsourcing, tercerización, red de oficinas o aliados, con el objeto de desarrollar servicios de alojamiento de sistemas, de mantenimiento, servicios de análisis, servicios de mensajería por e-mail o correo físico, servicios de entrega, gestión de transacciones de pago, cobranza, entre otros. En consecuencia, el titular entiende y acepta que mediante la presente autorización concede a estos terceros, autorización para acceder a sus Datos Personales en la medida en que así lo requieran para la prestación de los servicios para los cuales fueron contratados. Igualmente, autorizo a BANCO DE OCCIDENTE para compartir mis Datos Personales con las entidades gremiales a las que pertenezca la entidad, para fines comerciales, estadísticos y de estudio y análisis de mercadeo. Adicionalmente, mediante el otorgamiento de la presente autorización, manifiesto que los Datos Personales suministrados son veraces, verificables y completos y haber sido informado sobre mi derecho a conocer, actualizar y rectificar mis Datos Personales, conocer el carácter facultativo de mis respuestas a las preguntas que sean hechas cuando versen sobre datos sensibles o sobre datos de los niños, niñas o adolescentes, solicitar prueba de la autorización otorgada para su tratamiento, ser informado sobre el uso que se ha dado a los mismos, presentar quejas ante la autoridad competente por infracción a la ley una vez haya agotado el trámite de consulta o reclamo ante BANCO DE OCCIDENTE, revocar la autorización, solicitar la supresión de sus datos cuando en el tratamiento no se respeten los principios, derechos y garantías constitucionales y legales, en los casos en que sea procedente y acceder en forma gratuita a los mismos. BANCO DE OCCIDENTE informa que el tratamiento de sus Datos Personales se efectuará de acuerdo con la política de la entidad en esta materia, la cual puede ser consultada en www.bancodeoccidente.com.co. Para el ejercicio de sus derechos, y la atención de consultas y reclamos, puede acercarse a cualquier Oficina o Credicentro, usar la línea de servicio al cliente: 01 8000 51 4652, Bogotá 307 7027 o al correo electrónico: datospersonales@bancodeoccidente.com.co y a la Defensoría del Consumidor Financiero de BANCO DE OCCIDENTE.

Acepto: **SI** ☐ **NO** ☐ **Firma del Cliente:** _____

Uso Exclusivo del Banco

Resultado de la Entrevista o Visita / Concepto del cliente:		Fecha de Diligenciamiento
		Hora
		Maneja recursos del Estado **SI** ☐ **NO** ☐
		Persona Públicamente Expuesta (PEPS) **SI** ☐ **NO** ☐
Nombre completo de quien entrevista y vincula	Cédula No.	Nombre Segmento de Banca
Nombre completo de quien verifica la información comercial	Cédula No.	Digitalización CD No.