PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** SERVICIOS Y OPERACIONES MICROFINANCIERAS
- **Código del Programa de Formación:** 133302
- **Nombre del Proyecto:** APOYO A LA ENTIDAD MICROFINANCIERA PARA LA VIABILIDAD DEL ESTUDIO DE MICROCRÉDITOS EN LA REGIÓN
- **Fase del Proyecto:** EJECUCIÓN
- **Actividad de Proyecto:** REALIZAR PROPUESTA COMERCIAL DE LOS SERVICIOS MICRO FINANCIEROS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES Y LA NORMATIVA VIGENTE
- **Competencia: 210301088:** EVALUAR SOLICITUDES FINANCIERAS DE ACUERDO CON TIPO DE PRODUCTO Y MANUAL TÉCNICO
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  - **210301088-02.** CONSOLIDAR LA INFORMACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES CONFORME A GUÍA TÉCNICA
  - **210301088-03.** COMPROBAR LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
- **Duración de la Guía:** 44 HORAS.

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz.

Los conocimientos financieros permiten entender el funcionamiento del dinero, tanto a nivel país como a nivel individual o familiar, y que proporciona las herramientas necesarias para llevar una gestión adecuada de nuestras finanzas personales, nuestro ahorrar y nuestras inversiones, para garantizarnos una buena calidad de vida presente y futura.

La educación financiera nos brinda la posibilidad de lograr estabilidad económica, es decir, de prevenir y evitar situaciones de tensión económica, como el endeudamiento descontrolado. Por ello, es importante conocer los conceptos básicos y saber utilizarlos en la práctica.

Bienvenidos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL

Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. En este sentido, sinónimos de cliente son comprador, cuando se trata de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial; usuario, cuando la persona hace uso de un servicio determinado, y consumidor, cuando la persona, fundamentalmente, consume productos o servicios.

3.1.1 <u>Reconocer la importancia del cliente para los diferentes sectores económicos de una región.</u>

Los aprendices formarán grupos de 3 personas y observarán el video “Atención y Servicio al Cliente” (ver en el enlace siguiente):



FUENTE: Dreamstime.com

https://www.youtube.com/watch?v=5xGoNUkHpZQ

Una vez terminado el video, los integrantes analizarán la importancia que tiene el cliente para el desarrollo de los diferentes establecimientos comerciales. El instructor

seleccionará algunos de los grupos participantes para que compartan sus opiniones y los demás compañeros realizarán los aportes que consideren adecuados.

El instructor retroalimentará y acompañará la actividad.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente presencial y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos).
MATERIALES: Procesador de texto Word y/o presentaciones en Power Point, computador.
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 4 horas
MODALIDAD: Grupal

3.2 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

Cliente Financiero es aquella persona que contrata un producto o servicio con una entidad financiera. En las relaciones comerciales o contratos que las entidades bancarias celebran con sus distintos clientes, se establecen derechos y obligaciones para los mismos. Este tipo de cliente adquiere un servicio bancario activo o pasivo, como los financiamientos para consumo personal o de su familia, para la compra construcción o mejoras de su vivienda principal o de su familia, para libre inversión, entre otros.

3.2.1 Identificar la importancia del Consumidor Financiero para el desarrollo económico de una región.



FUENTE: Dreamstime.com

Con la finalidad de conocer los conocimientos previos de los aprendices con respecto a la importancia que tiene el consumidor financiero en el desarrollo económico de una región, siendo a su vez parte indispensable de la competencia “Evaluar solicitudes financieras de acuerdo con tipo de producto y manual técnico”, se formarán grupos de 3 aprendices los cuales deberán ver el video “¿Qué es un Consumidor Financiero” (ver enlace a continuación) y elaborar un mapa mental en el que representen los diferentes productos y servicios que se ofrecen a los usuarios de este sector económico. Una vez terminada la actividad, los grupos socializarán la información que han representado en el esquema y los demás compañeros realizarán los aportes que consideren adecuados. El instructor retroalimentará y acompañará la actividad.

https://www.youtube.com/watch?v=SV0MVgJ9pqo

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente presencial y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos).
MATERIALES: Procesador de texto Word y/o presentaciones en Power Point, computador.
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 4 horas
MODALIDAD: Grupal

3.3. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

Una actitud positiva en el servicio al cliente es aquella que trata de mantener la calma durante las interacciones, hacer todo lo posible para construir relaciones sólidas con los compradores y garantizar que ellos vean a la empresa como auténtica a través del comportamiento de los empleados que son la cara de la compañía.

Los clientes esperan altos estándares de servicio y experiencias de primera clase con una empresa, siempre y a través de cada punto de contacto. Crear experiencias efectivas para ellos solo es posible manteniendo una actitud positiva en el servicio, que a veces puede ser difícil de cultivar y mostrar

3.3.1 Reconocer la importancia que tiene la actitud positiva en la atención a los clientes y su influencia en la fidelización de éstos.

Con base en la introducción realizada por el instructor, sus experiencias y la visualización del video “La importancia de fidelizar al cliente”, (hacer clic en el enlace), respondan las siguientes preguntas:

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=PRIIkLPpCiU

a. ¿Qué actitudes negativas percibió en Berta (asesora comercial), Antonio (jefe) y en la camarera cuando atendían clientes?
b. ¿Considera que esas actitudes son comunes en el diario vivir o son casos excepcionales? ¿Qué cambios realizó Berta en su actitud?
c. ¿Por qué considera con una buena actitud se podría llegar a la fidelización de un cliente?
d. ¿Cómo cree que se podría mejorar la actitud del empleado en la atención al cliente?



FUENTE: EU Mediterrani

e. Cuando se pretende renovar el crédito a un cliente ¿considera usted que será necesario esperar a que éste llame o se acerque a la oficina para solicitarlo?
f. ¿Qué aspectos considera usted se deben tener en cuenta para motivar al cliente en cuanto a la renovación de un microcrédito?

Una vez terminada la argumentación, se realizará una mesa redonda y los aprendices seleccionados por el instructor compartirán sus ideas, permitiendo que los otros compañeros realicen los aportes que consideren adecuados. El instructor hará el acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente normal y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word, Computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 4 horas.
MODALIDAD: Individual
EVIDENCIA DE APRENDIZAJE: Respuesta a las preguntas del cuestionario

3.3.2. Fidelización de los clientes

La fidelización del cliente es un proceso que consiste en desarrollar una relación positiva entre los consumidores y la empresa, basada en un conjunto de interacciones satisfactorias con el establecimiento, que permitirán retener los clientes ganados, los cuales continuarán comprando sus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con la empresa.

3.3.2 Distinguir el valor que tiene para una entidad microfinanciera la fidelización de sus clientes y la importancia en el éxito comercial.

Se formarán grupos de 3 aprendices y éstos basados en la explicación del instructor, la información suministrada y el caso asignado, deberán leer toda la información, además de revisar las políticas y requisitos de la microfinanciera, con el fin de plantear una propuesta comercial para la renovación de un crédito en un cliente antiguo, distinguiendo así la trascendencia en la fidelización de los clientes.

Los casos que se asignarán son los siguientes:

a. La señora María obtuvo un crédito de $1.000.000 de pesos porque quería comprar mercancía para su almacén de ropa, usted la llama para la renovación y ahora ella desea $5.000.000 de pesos para comprar mercancía, dice tener los documentos que se requieren para ese monto.
Proporcionar centrales de riesgo, verificar si se añaden documentos.


FUENTE: Evaluando CRm.com

b. El señor Luis es dueño de una fábrica de zapatos, su primer crédito fue de $3.000.000 de pesos y al recibir una llamada para la renovación manifiesta que en esta ocasión solo quiere $1.000.000 de pesos para compra de materia prima.
Proporcionar centrales de riesgo.
c. Álvaro, dueño de taxi, le faltan 3 meses para acabar un microcrédito que fue con plazo de 12 meses, el asesor lo llama para ofrecerle un préstamo y él le informa que quiere cambiar su taxi, desea un crédito de $5.000.000 de pesos, anteriormente la entidad le había prestado la misma cantidad para cambiar el modelo de su vehículo, pero esta vez el cliente quiere extender el plazo.
Proporcionar centrales de riesgo, carta de vinculación a empresa de taxi, tarjeta de propiedad y añadir política de pignoración taxi.

d. La señora Norma ha tenido varios microcréditos en la entidad, lo máximo que le han prestado es $2.000.000 de pesos, ella tiene una venta de artesanías en la plaza de mercado, es dueña de una casa, desea remodelarla con $7.000.000 de pesos y presenta la cotización de la remodelación.
Proporcionar centrales de riesgo y CTL (certificado de tradición y libertad), añadir cotización remodelación y política para remodelación de vivienda.

e. Juan es dueño de una casa y dentro de ella tiene una panadería, quiere comprar un horno rotatorio que vale $14.000.000 de pesos, anteriormente la microfinanciera le había prestado $5.000.000 de pesos.
Proporcionar centrales de riesgo y CTL (certificado de tradición y libertad)

En el informe final se verá reflejado lo aprendido acerca de las propuestas comerciales donde se ofrecerán microcréditos y micro seguros, además de tener en cuenta los temas vistos en el presente taller, igualmente se apreciará cómo se aborda al cliente para ofrecerle la renovación, el por qué se decidió ofrecerle el préstamo (cuántos meses faltaban para terminar el crédito actual), es necesaria la revisión de las políticas y requisitos de la entidad para que las propuestas estén acordes a los lineamientos de esa microfinanciera.

Políticas de la institución de microcrédito:

- **Monto:** La empresa donde usted labora ofrece créditos solo a dueños de negocio y van desde $ 1.000.000 hasta 25 o 120 salarios mínimos legales vigentes.
- **Plazos:** Oscilan entre 3 a 36 meses.
- **Destino del crédito:** Solo presta para capital de trabajo o activos fijos.
- **Interés:** 3,2% mensual
- **Comisión:** 7.5% para créditos menores a 4 salarios mínimos y 4,5% para montos iguales o mayores a 4 salarios mínimos legales vigentes.
- **Características del negocio:** Este no puede tener más de 10 trabajadores; en activos totales el valor debe ser inferior a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes, unas ventas anuales máximas de $ 800.000.000 de pesos colombianos
- **Antigüedad del negocio:** Mínimo 1 año en el lugar.
- Servicios públicos al día.
- 1 referencia comercial, 1 referencia personal, 1 referencia familiar.
- Para renovar es necesario que se haya superado el 70% del plazo del microcrédito actual.
- El promedio de días de mora no debe ser mayor a 8 días y si el promedio cumple con este requisito, se debe tener en cuenta que ninguna cuota haya superado los 18 días de mora.

Requisitos solicitados dependiendo del monto del crédito:

- Crédito con cédula, sin codeudor desde $1.000.000 hasta $2.500.000.
- Crédito con casa propia desde $2.501.000 hasta $7.000.000 (mostrando certificado de tradición y libertad)
- Crédito con codeudor con salario a término indefinido desde $2.501.000 hasta $5.000.000. (Se presta dependiendo del negocio y del salario del codeudor).



FUENTE: Sofia Plus

- Crédito con codeudor con salario a término fijo desde $2.501.000 hasta $3.500.000. (Se presta dependiendo del negocio y del salario del codeudor).
- Crédito con codeudor que posee negocio con un año de antigüedad desde $2.501.000 hasta $5.000.000 (Se presta dependiendo del negocio tanto del propietario como del codeudor).
- Crédito con codeudor con finca raíz desde $2.501.000 hasta $5.000.000.
- Crédito con dos codeudores, pueden ser con finca raíz, salario con contrato a término indefinido o con negocio, se presta desde $5.001.000 hasta 25 salarios mínimos legales vigentes.
- Crédito hipotecando la casa propia desde $7.001.000 hasta 25 salarios mínimos legales vigentes.

- Incluir política pignoración taxi. Se requiere fotocopia de la tarjeta de propiedad del vehículo y carta de vinculación a la empresa de taxis donde se reflejen los ingresos, antigüedad, placa…definir monto.
- Incluir política o requisito para remodelación de vivienda. Se requiere cotización de la remodelación.

Nota aclaratoria:

- **Garantías:** Todos los montos deben tener en cuenta los activos fijos y electrodomésticos del solicitante como garantía. Para la renovación se podrá dar un monto mayor según sea el caso.
- **Monto:** Esta microfinanciera no ofrece un monto de crédito superior al valor de las ventas del cliente mensuales.
- **Antigüedad del negocio:** Si el negocio ha cambiado de lugar, solo se podrá dar el crédito si la clientela sigue siendo la misma.
- La microfinanciera por cada crédito que hace produce una venta efectiva de micro seguro.

Una vez terminado el taller, se llevará a cabo una mesa redonda en la cual los grupos seleccionados por el instructor presentaran sus conclusiones y los compañeros realizarán los aportes que consideren adecuados. El instructor será el monitor y estará pendiente de aclarar las dudas que se puedan presentar.

Cada aprendiz debe cargar las evidencias en la plataforma Territorio, para la revisión respectiva.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente normal y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word, Computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 5 horas
MODALIDAD: Grupal
EVIDENCIA APRENDIZAJE: Documento escrito con las respuestas correspondientes.

3.3.3. Método Elevator Pitch

El Elevator Pitch es un discurso de presentación breve y conciso, enfocado en presentar un proyecto, producto o negocio durante el periodo de tiempo que dura un viaje en ascensor; es decir, menos de 2 minutos.
Su principal objetivo es generar interés y curiosidad en ese posible inversor, accionista o cliente potencial, para obtener una entrevista o reunión en un segundo momento, donde pueda exponer la idea o proyecto con más detalle. Por tanto, ese discurso debe condensar los puntos clave de su negocio, convencer al interlocutor de que es viable y dejar clara tu propuesta de valor.

3.3.3. Identificar la importancia del método Elevator Pitch en la presentación de una propuesta comercial

Los aprendices se organizarán en grupos de 3 integrantes e imaginarán que en estos momentos desean presentar una propuesta comercial a un cliente y deben contar con el guion de la introducción que van a realizar. Por lo tanto, basándose en la información de la actividad “Propuesta comercial para un cliente nuevo”, la cual se encuentra en la parte final de la guía en fase de planeación, ejercitaran los pasos para ilustrar el guion del elevator pitch y grabarán un video (con una duración máxima de 2 minutos) en el cual se visualice el desarrollo de la técnica.



FUENTE: Imágenes Google

Este video debe ser cargado en YouTube y subir en la plataforma Territorio el enlace para que el instructor lo pueda visualizar y calificar. El instructor hará un acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente normal y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos).
MATERIALES: Cámara (celular), computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 5 horas
MODALIDAD: Grupal
EVIDENCIA APRENDIZAJE: Video con la grabación de la actividad.

3.3.4. Educación financiera para clientes (1° parte)

Los conocimientos financieros permiten entender el funcionamiento del dinero, tanto a nivel país como a nivel individual o familiar, y que proporciona las herramientas necesarias para llevar una gestión adecuada de nuestras finanzas personales, nuestro ahorrar y nuestras inversiones, para garantizarnos una buena calidad de vida presente y futura.



FUENTE: Unidades Tecnológicas de Santander

La educación financiera nos brinda la posibilidad de lograr estabilidad económica, es decir, de prevenir y evitar situaciones de tensión económica, como el endeudamiento descontrolado. Por ello, es importante conocer los conceptos básicos y saber utilizarlos en la práctica.

3.3.4 Observar la eficacia que se alcanza en el manejo de los recursos económicos cuando se cuenta con una óptima educación financiera.

Suponga que usted está encargado de educar financieramente a un cliente que adquirió un crédito y estos son sus datos mensuales:

Juan manifiesta que sus ingresos por el negocio son de $13.000.000 de pesos, los costos de este son de $10.000.000, tiene una propiedad, vive en su casa y recibe por un trabajo extra $400.000 pesos, el cliente ahorra $100.000 mensuales.

En servicios públicos y generales gasta $600.000, en alimentación $1.000.000, gastos médicos $50.000, gastos varios $200.000, la comida por fuera de casa le cuesta $500.000, en transporte gasta $200.000, en imprevistos se van $100.000, no tiene hijos y su cuota actual del crédito es de $200.000.

Realice un escrito argumentando ampliamente las respuestas a las siguientes preguntas:

a. Por favor explíquele a su cliente a través de un diálogo (contextualizado en el informe final) ¿cómo puede pagar el crédito sin tener que ir a la oficina.
b. Muéstrele a su cliente como debería hacer su presupuesto mensual de acuerdo con los datos que él le brindó.
c. No olvide indicarle cuál es su capacidad de pago y cuál es su capacidad de ahorro.
d. ¿Qué porcentaje de sus ingresos el cliente está ahorrando?
e. ¿El cliente con sus excedentes podrá realizar una inversión? ¿Qué le puede aconsejar? ¿Hay algo que el cliente pueda hacer con su dinero dentro de la microfinanciera?

Una vez argumentadas las respuestas, se organizará un foro en el cual los aprendices del grupo seleccionado socializarán sus conclusiones y se llevará a cabo el debate sobre el enfoque presentado por éstos, dando a conocer sus opiniones y realizando los aportes que consideren apropiados. El instructor hará un acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando. Las evidencias deben ser cargadas en la plataforma Territorio para la revisión correspondiente.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente normal y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word, Computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 5 horas
MODALIDAD: Grupal
EVIDENCIA APRENDIZAJE: Documento escrito con solución a cuestionario

3.3.5. Educación financiera para clientes (2° parte)

3.3.5 Comprobar los procedimientos utilizados por algunos clientes al no contar con una adecuada educación financiera y las consecuencias que se le presentarían por incurrir en un sobre endeudamiento.

Imagine que usted trabaja en una microfinanciera y ascendió como asesor, usted realizó el estudio de un crédito que fue aprobado, el cliente debe la primera cuota, lo cual es bastante preocupante, usted vuelve y revisa el crédito que realizó y se da cuenta que la capacidad de pago del cliente alcanza para pagar justo la cuota y quizás alcanza para otros pequeños gastos e imprevistos. En la noche cuando usted observa las noticias, ve que su cliente es la persona que está en la imagen y se encuentra comprando un televisor de gran tamaño.



FUENTE: Imágenes Google

Al día siguiente, usted lo llama y él le comenta que no ha podido consignar porque se siente enfermo y no puede salir de la casa para cancelar la cuota.
Así que, teniendo presente la anterior situación, usted como asesor se debe argumentar las respuestas a las siguientes preguntas:

a. ¿Cree que hubo alguna falla en la asesoría?
b. ¿Conoce qué es educación económica y financiera?
c. Para usted ¿qué es inclusión financiera?
d. ¿Considera que orientar a un cliente en temas de educación financiera o en tecnología de inclusión financiera es necesario? ¿Por qué?
e. Generalmente se escucha que una persona debería ahorrar como mínimo el 10% de sus ingresos. ¿Qué opina usted de esa teoría? ¿Ese porcentaje servirá de algo?
f. ¿Qué consecuencias financieras se le podrían presentar al cliente?

Una vez terminada la argumentación, los aprendices seleccionados por el instructor socializarán sus respuestas, permitiendo que los otros compañeros realicen los aportes que consideren adecuados. El instructor hará el acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando. Las evidencias deben ser cargadas en la plataforma Territorio para la revisión correspondiente.

AMBIENTEREQUERIDO: Ambiente normal y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word, Computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 4 horas
MODALIDAD: Individual
EVIDENCIAS: Documento escrito con respuestas a cuestionario.

3.3.6 Temas complementarios en el sector financiero

3.4.1 Reconocer información complementaria del sector financiero y la importancia para el desarrollo normal de sus actividades

Se conformarán grupos de 2 aprendices y cada uno con base en los conocimientos adquiridos, la investigación del tema complementario asignado por el instructor y el análisis de la información obtenida, deberán socializar a los otros compañeros los contenidos que permitan comprender su significado, funcionalidad y pertinencia en el sector financiero.

Los temas para investigar son:

a. Franquicias
b. Fiducias
c. Leasing
d. Intermediarios Financieros
e. Inflación (Teoría cuantitativa del dinero)
f. FMI – Fondo Monetario Internacional
g. Producto Interior Bruto – PIB
h. Burbuja Económica
i. Inclusión Financiera
j. Poder adquisitivo
k. Índice de precios al consumo – IPC
l. Devaluación



FUENTE: Wikipedia

m. Crisis Cambiaria
n. Impuesto del 4 x 1000
o. Educación Financiera
p. Banco de la República
q. Banco Mundial
r. Bolsa de Valores
s. Finanzas Corporativas
t. Finanzas personales
u. Finanzas públicas
v. Finanzas Internacionales
w. Diferencia entre ahorro e inversión
x. Bonos, acciones,
y. Bienes de capital
z. Corredores de Bolsa
aa. Educación Financiera

En las clases siguientes, cada grupo deberá socializar el tema asignado, dando claridad a los interrogantes que se presenten a los compañeros y permitiéndoles realizar los aportes que consideren adecuados. El instructor hará el acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando. Las evidencias (documento final y diapositivas) deben ser cargadas en la plataforma Territorio para la revisión correspondiente.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente presencial y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word, Power Point, Computador
DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 9 horas
MODALIDAD: Grupal
EVIDENCIA ACTIVIDAD: Documento escrito con la información del tema asignado.

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

3.4.1 Valores, Visión, Misión y Objetivos

3.3.6 Diseñar los valores, misión, visión y objetivos organizacionales de una entidad financiera, buscando la generación de compromiso y sentido de pertenencia en sus colaboradores.

Con base en la explicación del instructor, la información entregada y el caso asignado, redacte la Misión, Visión, Valores y Objetivos de la empresa descrita a continuación.

La entidad MICROFINANZAS TESOM SAS, fue creada en el año 2020, en la ciudad de Cali. Sus inicios fueron en el 2018 cuando un grupo de trabajadores de la empresa MANUFACTURAS MARSAN LTDA, tomó la decisión de crear un fondo de empleados, pero ante la aceptabilidad por parte éstos y el crecimiento que estaba obteniendo, se determinó convertirla en una microfinanciera que permitiera asociarse no solamente a los fundadores iniciales, sino a todo aquel que contara con los recursos económicos requeridos.



FUENTE: Gestión Empresarial

Ante el crecimiento que está alcanzando la microfinanciera, la junta directiva lo ha contratado a usted para que seleccione los 4 valores que servirán como pilares a la gestión administrativa y operativa, la misión, visión, el objetivo general y los objetivos específicos.

Una vez terminado el diseño, los aprendices seleccionados por el instructor socializarán sus respuestas, permitiendo que los otros compañeros realicen los aportes que consideren adecuados. El instructor hará el acompañamiento permanente y aclarará las dudas que se vayan presentando. Las evidencias deben ser cargadas en la plataforma Territorio para la revisión correspondiente.

AMBIENTE REQUERIDO: Ambiente presencial y/o virtual (de acuerdo con los requerimientos)
MATERIALES: Procesador de texto Word y/o Power Point, Computador

DURACIÓN DE LA ACTIVIDAD: 4 horas
MODALIDAD: Individual
EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE: Documento escrito con planteamiento de los valores, misión, visión y objetivos.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Se analizará el manejo y apropiación de los conocimientos relacionados con las diferentes temáticas y la realización de las actividades propuestas, como son: 1. Actitud positiva en la atención a clientes (Cuestionario) 2. Educación financiera 1° parte (Cuestionario) 3. Educación Financiera 2° parte (Cuestionario) **Evidencias de Desempeño:** 1. Socialización de la actividad Fidelización de clientes 2. Socialización temas de investigación 3. Socialización de la actividad: valores, misión, visión y objetivos **Evidencias de Producto:** 1. Método Elevator Pitch (Video)	• Organiza información conforme a los lineamientos del segmento micro financiero • Determina factores de evaluación del cliente siguiendo criterios institucionales • Justifica los resultados de las solicitudes microfinancieras de acuerdo con manual de procedimientos y política organizacional.	**Técnicas de evaluación** • Formulación de preguntas **Instrumentos de Evaluación** • Cuestionario **Técnicas de evaluación** • Observación **Instrumentos de Evaluación** • Lista de Chequeo **Técnicas de evaluación** • Valoración del Producto **Instrumentos de Evaluación** • Lista de Chequeo

5. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Elevator Pitch:** es un anglicismo que se utiliza en el discurso de presentación sobre un proyecto, emprendimiento, producto y/o servicio, ante potenciales clientes o accionistas, presentando ideas claras, concisas y sintéticas para tomar decisiones sobre comprar y/o invertir.
- **Actitud positiva:** Es la reacción que nos impulsa a buscar información y soluciones ante las adversidades y la incertidumbre del futuro o ante el temor de conocer la respuesta a nuestras dudas.
- **Fidelización de clientes:** consiste en una serie de estrategias y técnicas de marketing y ventas cuyo objetivo es conseguir que los consumidores que han adquirido con anterioridad alguno de nuestros productos o servicios siga comprando a lo largo del tiempo, convirtiéndose en un cliente habitual.
- **Políticas organizacionales:** es una orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización.
- **Educación Financiera:** consiste en el desarrollo de la capacidad para administrar tu dinero, dar seguimiento a tus finanzas, planear para el futuro, elegir productos financieros y mantenerte informado sobre asuntos financieros.
- **Endeudamiento Financiero:** Es la obligación que adquiere un particular o una empresa de devolver los fondos aportados por terceros se denomina deuda o endeudamiento financiero.
- **Valores Organizacionales:** son un conjunto de principios donde se encuentra cimentados los objetivos éticos y morales de la organización, determinando la manera en que se desarrollan las operaciones del negocio.
- **Misión Organizacional:** corresponde a la razón de ser de la organización y constituye el resumen de todos los valores, objetivos e intenciones de la organización, o, en otras palabras, corresponde a la identificación de la definición de negocio de la organización.
- **Visión organizacional:** Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas. La visión de la compañía refleja entonces la imagen mental para su trayectoria, y establece los criterios que la firma seguirá para cumplir esos objetivos.
- **Objetivos:** son metas a corto y medio plazo que una organización pretende alcanzar. Los objetivos de una organización desempeñan un papel importante en el desarrollo de las políticas organizativas y en la determinación de la asignación de los recursos

6. REFERENTES BIBIOGRAFICOS

ENLACE BIBLIOTECA SENA: biblioteca.sena.edu.co

Guilkklen Sauñe, Milena – Auditoria de Gestión Crediticia y la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito - Biblioteca Sena.

Carolina Malagón R – El crédito rural y las microfinanzas - Biblioteca Sena Cundinamarca / Agroecológico.

Arango Rios, Juliana Cristina – La influencia de las microfinanzas en Colombia – Biblioteca Sena.

Ramirez Virviescas, Natalia: Guevara, Diego Alejandro – Las microfinanzas rurales de Colombia y el proceso de financiación: un estudio de caso – Bilioteca Sena.

Mendez Sayago, Jhon Alexander; Hernández Escobar, Hugo Alfonso; Carreño, Nubia Stella – Evaluación del impacto de las microfinanzas sobre los ingresos y la generación de empleo en Colombia - Biblioteca Sena.

Montano Orozco, Edilberto – Propuesta de microfinanzas para las comunas 14, 15 y 21 de Aguablanca - Cali - Biblioteca Sena.

José Pablo Grau-Prada – El papel de las instituciones microfinancieras en el postconflicto en Colombia – Biblioteca Sena.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Diego Javier Martínez Sanmiguel Sandra Patricia Galíndez	Instructor Formadora de Instructores	CEAI CEAI	Octubre 24 de 2022

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					