**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Servicios y operaciones microfinancieras |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA |  | RESULTADOS DE APRENDIZAJE |  |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 2 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Contrastar la información |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El sistema financiero en Colombia es una fuerza importante que todos los empresarios y microempresarios deben conocer; es ahí, cuando los asesores microfinancieros hacen la entrada como el vínculo entre los emprendedores o microempresarios y el sistema financiero permitiendo a miles de personas adquirir créditos para apoyar sus ideas de negocio y son las entidades financieras las encargadas de hacer esta tarea con garantías justas que permitan el desarrollo económico del país y sus ciudadanos. |
| PALABRAS CLAVE | Datos, georreferenciación, información. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**1. Georreferenciación**

1.1 Zonas

**2. Productos y servicios microfinancieros**

**3. Normas de etiqueta y protocolo**

3.1 Código de ética o conducta

3.2 Manuales administrativos

**4. Inteligencia emocional**

4.1. Capacidades

4.2 Habilidades

4.3 Resiliencia

4.4 Lenguaje verbal

4.5 Lenguaje no verbal

**5. Gestión de la información**

5.1 Tipos de información

5.2 Métodos de recolección

**6. Tecnologías de la información y la comunicación**

6.1 Plataformas tecnológicas

6.2 Aplicación y usos de procesadores de texto

**7. Técnicas de ventas**

7.1 Asesoría integral

7.2 Parámetros de entrevista

7.3 Promoción (*marketing* digital)

7.4 Conocimiento de los competidores

7.5 Términos y condiciones

**8. Centrales de información**

**9. Matemáticas financieras**

9.1 Interés simple

9.2 Interés compuesto

9.3 Anualidades

9.4 Conversión de tasas de interés anuales y periódicas

9.5 Conversión de tasa efectiva a nominal

9.6 Conversión de tasa nominal a tasa efectiva

**10. Políticas organizacionales**

**11. Verificación de la información**

11.1 Técnicas de validación

11.2 Respaldo de la información

**12. Administración de riesgos**

12.1 Criterios para la identificación de alertas y operaciones sospechosas

**13. Propuestas comerciales**

13.1 Plan táctico o plan estratégico de ventas

**14. Educación económica y financiera**

14.1 Presupuesto

14.2 Ahorro

14.3 Inversión

14.4 Inclusión y canales transaccionales

14.5 Manejo de crédito

1. **INTRODUCCIÓN**

En el presente componente formativo, estudiaremos cómo los productos y servicios microfinancieros representan una herramienta crucial en la promoción de la inclusión financiera y el desarrollo económico sostenible. Para su efectiva implementación, es esencial contar con un marco de normas de etiqueta y protocolo que incluya un sólido código de ética o conducta y manuales administrativos claros y actualizados. Además, la inteligencia emocional juega un papel fundamental en este contexto, ya que las capacidades de manejo emocional, habilidades de comunicación verbal y no verbal, así como la resiliencia, son elementos clave para construir relaciones sólidas con los clientes y garantizar un servicio de calidad.

La gestión de la información y el uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación son aspectos imprescindibles en la operación eficiente de productos y servicios microfinancieros. Comprender los tipos de información requeridos y los métodos de recolección pertinentes, junto con el dominio de plataformas tecnológicas y la aplicación adecuada de procesadores de texto, optimiza los procesos internos y fortalece la capacidad de respuesta a las necesidades del mercado. Además, las técnicas de ventas bien definidas, respaldadas por una sólida educación financiera y una comprensión de las políticas organizacionales, son fundamentales para el diseño de propuestas comerciales efectivas que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad en el sector microfinanciero.

Muchos éxitos en este proceso de aprendizaje.

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**

**1. Georreferenciación**



La georreferenciación es un proceso de localización geográfica dentro de un sistema de coordenadas, cuyo objetivo es ubicar una dirección dentro de un mapa.

“La georreferenciación es el posicionamiento en el que se define la localización de un objeto espacial representado mediante punto, vector, área y volumen, en un sistema de coordenadas y datos determinado”. (Cáceres y Larco, 2015).

Este punto generalmente está asociado con algunos datos sociodemográficos como el estrato, el barrio, la localidad, entre otros, y se puede hacer a través de elementos tecnológicos satelitalmente rastreados o de manera manual, por medio de un mapa de datos y direcciones de los clientes.

Con la georreferenciación se logran grandes desarrollos geográficos y espaciales, entre los que se encuentran:

|  |
| --- |
| CF2\_1\_Objetivos |

**1.1 Zonas**

Indica la división de un área geográfica en sectores homogéneos, conforme a ciertos criterios, por ejemplo, las empresas pueden dividir los territorios donde tienen influencia de clientes por zonas para mayor control de ventas, y asesores que atiendan dichos clientes, o por cualquier otro aspecto que la empresa considere.

En cuanto a las entidades microfinancieras, zonifican las áreas para asignación de asesores de crédito en determinados lugares, así tendrán claro a qué clientes se van a dirigir conociendo las características de la zona, qué tipo de mercado se encuentra allí, teniendo una asesoría personalizada que genere confianza con los clientes. Si al asesor de microcrédito le referencian un cliente que se encuentra en otra zona que no es la de él, deberá entregarlo al compañero asesor que tenga asignada la zona donde se encuentra dicho cliente.

**2. Productos y servicios microfinancieros**

Los productos y servicios microfinancieros generalmente son los beneficios tangibles e intangibles que una entidad financiera o microfinanciera entrega exclusivamente a sus clientes microempresarios.

Son los centros de relación entre la entidad y sus usuarios, los siguientes son los más relevantes según su nivel de prestación, y dependiendo del portafolio de la entidad:

|  |
| --- |
| CF2\_2\_Tipos\_productos |

Las características de cada uno, dependen en gran medida de las políticas de cada entidad, sin embargo, a nivel general se encuentran:

|  |
| --- |
| CF2\_2\_Caracteristicas |

Para ampliar la información, lo invitamos a consultar el capítulo 3 del libro **Manual de productos, servicios y activos financieros,** el cual se encuentra en el material complementario.

**3. Normas de etiqueta y protocolo**

Es el nombre con el que se conoce el trato cordial, especial y en algunos casos digno, que debe tener una persona según su presentación en público, en privado o en algún evento especial y se definen así:

|  |
| --- |
| CF2\_3\_Normas |

**3.1 Código de ética o conducta**

Es un documento rector que sirve a las empresas para consignar ciertas reglas y comportamientos que dirigen el actuar de los empleados y directivos en sus relaciones internas y con el exterior, articulando la misión y visión de la empresa, así como sus valores y principios.

Los beneficios del código de ética o conducta, son:

* Comunicar a los empleados cómo se espera que actúen en el ambiente de trabajo.
* Empoderar a los empleados para manejar dilemas de ética.
* Promover el comportamiento ético dentro de la empresa, fortaleciendo, en este sentido, la reputación de la empresa, al distinguirla como compañía confiable.
* Ayudar a prevenir violaciones inadvertidas de ética por parte de los empleados, al definir estándares que sensibilicen a los empleados sobre cómo actuar en situaciones no tan obvias o claras.
* Proporcionar una guía sobre cómo enfrentar potenciales violaciones de ética, incluyendo las posibles consecuencias para los empleados que hayan incurrido en las mismas.
* Constituye una herramienta en mercadotecnia con prospectos de empleados, clientes, proveedores y demás terceros.
* Proporcionar un marco común a todos los empleados, fomentando la unidad e identidad.

**3.2 Manuales administrativos**



Son documentos que dicen paso a paso cómo realizar una actividad, pueden ser utilizados para orientar a un empleado, y concentra información amplia y detallada acerca de las bases jurídicas, atribuciones, estructura orgánica, objetivos, políticas, grado de autoridad, responsabilidad, funciones y actividades.

Sirven de apoyo en el manejo del personal, evitando ineficiencia en la productividad, redundancia en la actividad y funciones que opera la empresa, así como la comprensión de los empleados en sus propios papeles dentro de la organización.

Dentro de una organización pueden existir varios tipos de manuales administrativos tales como:

|  |
| --- |
| CF2\_3\_2\_Manuales |

La empresa podrá determinar cuántos manuales considere, dependiendo de la actividad económica a la que se dedique y la cantidad de procesos que se desempeñen sistémicamente.

Algunas ventajas de tener manuales administrativos en una entidad, son:

* Logran y mantienen un plan de organización.
* Facilitan el estudio de los problemas de la organización.
* Determinan la responsabilidad de cada puesto y su relación con los demás, en la organización.
* Evitan conflictos jurisdiccionales y de funciones.
* Son una fuente permanente de información sobre el trabajo a ejecutar.
* Ayudan a hacer efectivos los objetivos, las políticas, los procedimientos, las funciones, las normas, etc.
* Son instrumentos útiles en la capacitación del personal.

**4. Inteligencia emocional**



Se entiende por la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones.

Dentro de la empresa ,el colaborador experimenta diferentes emociones, y son precisamente estas habilidades blandas las más importantes en el mundo empresarial actual.

La inteligencia emocional como gran objeto de estudio en el presente siglo, tiene la virtud de trabajar en el conocimiento y entendimiento de los sentimientos, la razón y las emociones, como se evidencia a continuación:

|  |
| --- |
| CF2\_4\_Inteligencia\_emocional |

**4.1. Capacidades**

“Cualquiera puede enfadarse, eso es algo muy sencillo. Pero enfadarse con la persona adecuada, en el grado exacto, en el momento oportuno, con el propósito justo y del modo correcto, eso, ciertamente, no resulta tan sencillo”.

(Aristóteles, 349 a.C.)

Con esta cita inicia el libro de Inteligencia Emocional del escritor Daniel Goleman, del que se reflejan muchas historias de vida ganadoras de aprendizaje continuo, para evitar que la razón sea motivada por la emoción, como por ejemplo:

“En una escuela local, un niño de nueve años, aquejado de un acceso de violencia porque unos compañeros de tercer curso le habían llamado mocoso, vertió pintura sobre los pupitres, ordenadores e impresoras y destruyó el automóvil que se hallaba estacionado en el aparcamiento”. (Goleman, 1997)

La idea es identificar las propias emociones y regularlas de forma adecuada., lo cual consta de algunos componentes:

|  |
| --- |
| CF2\_4\_1\_Capacidades |

**4.2 Habilidades**

Son las capacidades que tienen las personas para realizar algunas cosas con facilidad y de manera correcta.

Dentro de la inteligencia emocional existen varias habilidades que deben aprender a desarrollarse, tales como:

|  |
| --- |
| CF2\_4\_2\_Habilidades |

**4.3 Resiliencia**

Como lo asegura el neurólogo, psiquiatra, psicoanalista y etólogo francés, Boris Cyrulnik (s.f.): “La resiliencia es el arte de navegar en los torrentes”, es la capacidad de ser feliz, incluso cuando tienes heridas en el alma.

El afecto en las personas ayuda a la resiliencia, es una especie de motivador.

Cuando las personas se encuentran heridas por alguna circunstancia, necesitan transformar ese dolor, por ejemplo, el niño herido que se vuelve altruista, empático y generoso, el niño comprende el dolor más que nadie porque ha pasado por él, o el hijo sin padre que acaba siendo un padre magnífico.

La resiliencia se puede construir, por ejemplo, cuando se encuentra a alguien que transmita seguridad afectiva, sea profesional o no.

De una manera u otra, todos los seres humanos pueden pasar por momentos difíciles, lo importante es no quedarse en ese pasado, sino darle un sentido diferente a la vida, más significativo, que cobre sentido y es en este punto donde cobra relevancia la resiliencia.

**4.4 Lenguaje verbal**



Cuando se habla de lenguaje verbal se hace referencia a la manera cómo las personas se comunican teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

* Tono y volumen de voz.
* Inflexiones en la voz.
* Gestos de la cara, cuerpo y manos.
* Postura y distancia.
* Sonrisa.
* Contacto visual (expresión, mirada, brillante, triste, pupilas dilatadas).
* Contacto físico.

**4.5 Lenguaje no verbal**

El lenguaje o comunicación no verbal, sirve para reemplazar o complementar las palabras, repite en cierta manera lo que se está diciendo y enfatiza el mensaje verbal, inclusive muestra sentidos diferentes al oído.

A continuación, se exponen los tipos de comunicación no verbal más comunes:

|  |
| --- |
| CF2\_4\_5\_No\_verbal |

El lenguaje no verbal es parte inseparable del proceso de comunicación, porque cuando se comunica, se transmite no solo información, sino también, emociones, afectos, sentimientos.

**5. Gestión de la información**

La gestión de la información puede ser comprendida bajo dos enfoques distintos; el primero, relacionado al profesional de la información como gestor de una unidad de trabajo, en este caso pudiendo ser una red, sistema, unidad o servicio de información; el segundo, relacionado con procesos y actividades en una organización, correspondiente a cualquier segmento económico: industrial, comercial, financiero, jurídico, científico, educativo, tecnológico, sindical, de salud, entre otros.

Las personas son bombardeadas con mucha información a lo largo de la vida, es por esta razón que se hace necesario tener una gestión de ella de la mano de una ética, debido a que mucha información se puede considerar privada y debe ser delicado su manejo.

**5.1 Tipos de información**

La información es un conjunto de datos previamente ordenados y supervisados, que logran transmitir un determinado mensaje, el cual se basa en un fenómeno o en un ente.

A continuación, se enuncian y presentan de manera puntual, los tipos de información más frecuentes:

|  |
| --- |
| CF2\_5\_1\_Tipos\_informacion |

**5.2 Métodos de recolección**

La recopilación de información es esencial para comprender y analizar un tópico específico, para tomar buenas decisiones comerciales y para desarrollar productos valiosos y atractivos.

Los métodos dependen del tipo de investigación, la cual puede ser cualitativa, cuantitativa o mixta.

La investigación cuantitativa implica la recopilación de datos numéricos, usan datos medibles para formular hechos y descubrir ciertos patrones. Si la investigación no necesita números, entonces es cualitativa, la cual necesitará un muestreo y diseño de muestra.

Algunos métodos de recopilación de datos de investigación son:

|  |
| --- |
| CF2 5\_2\_Metodos |

Con respecto a la información, la ética es un concepto fundamental, y para ampliar la información sobre el tema, lo invitamos a consultar el capítulo 1 del libro **Ética de la información,** el cual se encuentra en el material complementario.

**6. Tecnologías de la información y la comunicación**



Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes. Como lo dice Quiroga *et al* (2014), “el proceso de transición de las últimas tres décadas hacia una economía global, fundamentalmente en el uso de la información y del conocimiento, ha consolidado nuevas fuentes de crecimiento empresarial y productividad”.

En los últimos años se ha hecho indispensable el uso de las nuevas tecnologías para obtener información cada vez con mayor velocidad, incluso solo con un clic, se borran las distancias para la comunicación entre las personas.

**6.1 Plataformas tecnológicas**

Una plataforma tecnológica es un entorno para crear y ejecutar aplicaciones, sistemas y procesos.

A continuación, conozcamos los tipos más comunes de plataformas tecnológicas.

|  |
| --- |
| CF2\_6\_1\_Video\_Plataformas |

**6.2 Aplicación y usos de procesadores de texto**



Una aplicación (también llamada app), es simplemente un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático.

Los procesadores de textos son aplicaciones informáticas destinadas a la creación, edición, modificación, corrección e impresión de documentos de texto.



Por lo general, todos los procesadores de textos son capaces de trabajar con diferentes tipos de fuentes, interlineado, alineación, tamaño de letra, corrección ortográfica y gramatical, trabajo con imágenes y tablas, además de contar con diccionarios en varios idiomas para facilitar la labor de redacción, así como proceder a utilizar herramientas para resaltar determinadas palabras o frases. Es decir, nos da la oportunidad de usar recursos tales como la negrita, la cursiva o el subrayado.

**7. Técnicas de ventas**

Las técnicas de ventas son las estrategias que tenemos para persuadir al potencial cliente para que realice la compra.

Algunas técnicas clásicas son:

|  |
| --- |
| CF2\_7\_Tecnicas |

La fórmula del éxito de las empresas en sus ingresos, es la manera como venden sus productos y servicios y sus técnicas. Para conocer algunas técnicas y casos reales de empresas que implementaron estrategias de *marketing*, lo invitamos a consultar el libro **Técnicas de venta: UF0031,** el cual se encuentra en el material complementario.

**7.1 Asesoría integral**



El asesoramiento integral es un asesoramiento para todos los aspectos de su situación financiera. Se relaciona con una situación financiera en conjunto, por lo que el resultado final es un plan financiero que cumple con sus objetivos, a través de un conjunto de recomendaciones altamente personalizadas e interrelacionadas.

**7.2 Parámetros de entrevista**

Estos dependerán muchas veces del tipo de empresa y el tipo de cliente al que se vaya a dirigir el asesor, sin embargo, a nivel general se deben tener algunos parámetros de entrevista que le serán de gran ayuda:

* Definir la persona a contactar, conocer el tipo de cliente al que se va a dirigir, sus características y segmentación al que corresponde.
* Definir el producto o productos a vender, en función de la información.
* En el momento de verdad con el cliente, tenga en cuenta el proceso de comunicación, la escucha activa, el lenguaje verbal y no verbal.
* El asesor deberá tener en cuenta la técnica de las preguntas.
* Es importante el manejo de las objeciones.
* Tener en cuenta las técnicas de cierre.

**7.3 Promoción (*marketing* digital)**

El *marketing* digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales, sirve para acercar productos o servicios a posibles clientes en los medios digitales.

En el *marketing* digital existen al menos dos tipos de conversiones:

|  |
| --- |
| CF2\_7\_3\_Conversiones |

La estrategia de *marketing* digital es un conjunto virtuoso de diseño, creatividad, rentabilidad, ingenio y análisis, donde debemos mantener siempre claro el objetivo de conseguir un óptimo retorno de la inversión.

En el *marketing* digital se utilizan una enorme variedad de herramientas, con el fin de optimizar las tareas en las distintas áreas involucradas en nuestra actividad.

A continuación, se relacionan algunas de estas herramientas, divididas por área:

|  |
| --- |
| CF2\_7\_3\_Herramientas |

**7.4 Conocimiento de los competidores**

En primer lugar, es preciso saber identificar quiénes son sus competidores. En general, son todas las empresas formales e informales que responden a las mismas necesidades del público-objetivo, es decir, todos los que ofrecen un producto para solucionar un mismo problema. Una pastelería y una hamburguesería no ofrecen el mismo producto, pero son competidores porque responden a una misma necesidad, la alimentación.

¿Cómo evaluar la competencia?

Para ello, se sugieren tres fuentes de información:

|  |
| --- |
| CF2\_7\_4\_Fuentes |

**7.5 Términos y condiciones**

Cuando se trata de contratos, ambas partes deben comprender completamente todos los elementos de un contrato.

El contrato en sí debe incluir lo siguiente:

* Oferta.
* Aceptación.
* Consideración.
* Partes que tienen capacidad legal.
* Materia legal.
* Mutuo acuerdo entre ambas partes.
* Comprensión mutua de la obligación.

Dichos términos y condiciones identificarán los derechos y responsabilidades de ambas partes, esto puede incluir condiciones generales y especiales. Una condición general es aquella que es común y está incluida en la mayoría de los contratos. Las condiciones especiales son aquellas que son específicas de ese contrato, es decir, pago, variación de precio, penalizaciones, etc.

Si bien no son obligatorios los términos y condiciones son altamente beneficiosos para ambas partes básicamente, le otorga el derecho de prescindir del contrato si la otra parte no cumple con dichos términos y condiciones.

**8. Centrales de información**

Las bases de datos o centrales de información en Colombia son la Central de Información de la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia -CIFIN-, Datacrédito, Covinoc, Computec, Credicheque y Fenalcheque.

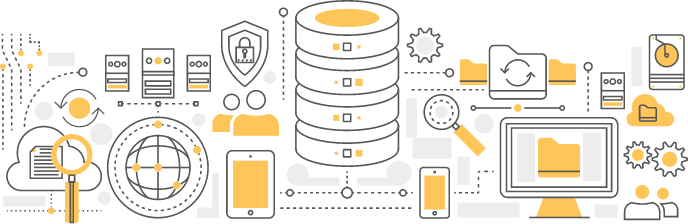
Estas entidades son sociedades o agremiaciones de carácter privado en las cuales se registra el comportamiento crediticio, financiero y comercial de las personas que celebren operaciones con entidades financieras, cooperativas y empresas del sector real.

Ahora, el buró de crédito es una empresa privada, independiente de las instituciones financieras, de las comerciales y de las gubernamentales, que tiene como fin concentrar y proporcionar a sus empresas afiliadas, la información referente al comportamiento que han tenido las personas físicas y morales con respecto a sus créditos.

Existen básicamente 2 tipos de consulta:

|  |
| --- |
| CF2\_8\_Consulta |

Las centrales de riesgo en Colombia verifican sus datos crediticios de forma mensual. Es decir, que revisan los pagos realizados de forma puntual, las deudas por pagar, los ingresos y su capacidad de pago. A su vez, registran y evalúan tus finanzas. Tenga presente que se puede obtener información hasta de los últimos 24 meses. Si cuenta con un reporte negativo, esta información no podrá exceder los cuatro años en la base de datos. De acuerdo con la Sentencia C-1011 de 2008, este tiempo será contado a partir de la fecha en que se cancelen las cuotas u obligaciones vencidas. Además, si la deuda contraída es menor a dos años, no podrá permanecer el doble del tiempo en que incurrió en mora. (Finandina, 2020)

Ahora, la interpretación dependerá del buró de crédito al cual se esté refiriendo, por ejemplo, en CIFIN, Central de Información Financiera, aparecerán todos los datos de la persona a quien se esté consultando con todos los productos del activo y del pasivo, vigentes o cancelados, que tenga o haya tenido al momento de la consulta en los tres sectores de la economía: sector financiero, real y solidario.

En la consulta a la CIFIN, se encuentra la siguiente información:

* Resumen de endeudamiento.
* Información de cuentas (corriente y de ahorros).
* Información de endeudamiento en los sectores financiero, asegurador y solidario.
* Información de endeudamiento en el sector real (adquisición de bienes y prestación de servicios).
* Huella de consulta últimos 6 meses.
* Endeudamiento global: consolidado trimestral, información detallada y actualizaciones.



La Ley *Habeas Data* busca proteger los datos personales de los colombianos. Eso quiere decir que cualquier persona natural o jurídica, que desee usar un dato personal que aparece en una base de datos, debe cumplir un requisito, el de solicitar la respectiva autorización del titular de ese dato. Si no lo hace, infringe la Ley y se someterá a una sanción por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC.



De acuerdo con el Artículo 14 de la Ley 1266 de 2008, en el historial de crédito se reporta la información positiva y negativa del titular. Por información positiva debe entenderse aquella que evidencia el buen comportamiento de pago del titular, es decir, cuando el titular cumple la obligación en el tiempo y forma debida. Por otra parte, el reporte de información negativa refleja el estado de mora en las cuotas u obligaciones del titular cuando no se cumplen en el tiempo y forma de pago debida.

Es importante tener en cuenta que el reporte de información positiva o negativa no sólo se refiere a obligaciones contraídas con entidades financieras, como créditos de vivienda o tarjetas de crédito, también incluye las obligaciones contraídas con establecimientos de comercio como líneas de telefonía celular y televisión por cable, entre otros servicios, o incumplimiento en pago de productos.

Es fundamental mantener el buen nombre frente a las entidades financieras, del sector real y solidario, para ello se hace necesario tener en cuenta las finanzas personales como herramienta fundamental, y para conocer más sobre este tema, lo invitamos a consultar el capítulo 1 del libro **Fianzas personales, su mejor plan de vida,** el cual se encuentra en el material complementario.

**9. Matemáticas financieras**

La matemática financiera incluye las matemáticas aplicadas que estudian el valor del dinero en el tiempo en una operación financiera.

**9.1 Interés simple**

Tasa aplicada sobre un capital inicial que permanece constante en el tiempo y no se añade a períodos sucesivos.

La fórmula que utilizaremos para calcular el interés simple será la siguiente:

Cn = Co \* (1 + (i\*n))

Siendo Co el capital inicial prestado, i la tasa de interés, n el periodo de tiempo considerado y Cn el capital final resultante.

**9.2 Interés compuesto**

Son activos monetarios que se van añadiendo al capital inicial y sobre el que se van generando nuevos intereses.

Los intereses generados se van sumando periodo a periodo al capital inicial y a los intereses ya generados anteriormente. De esta manera, se crea valor no solo sobre el capital inicial, sino que los intereses generados previamente ahora se encargan también de generar nuevos intereses. Es decir, se van acumulando los intereses obtenidos para generar más intereses.

La fórmula es la siguiente:

Cn = Co (1 – i)n

Siendo Co el capital inicial prestado, i la tasa de interés, n el periodo de tiempo considerado y Cn el capital final resultante.

**9.3 Anualidades**

Significa pagos realizados a intervalos iguales de tiempo, que pueden ser anuales, trimestrales, mensuales quincenales, diarios, etc.

Existen cinco tipos de anualidades:

|  |
| --- |
| CF2\_9\_3\_Anualidades |

**9.4 Conversión de tasas de interés anuales y periódicas**

Las instituciones financieras usan la tasa de interés efectiva con mayor frecuencia, la usan para informar las rentabilidades de sus inversiones o de cuánto le costaría solicitar un préstamo en dicha institución, esta tasa se indica de manera porcentual, cuánto es lo que se renta o cuánto es el costo sobre una cantidad de dinero a invertir o solicitar a un periodo determinado, a pesar que la periodicidad puede ser clasificada de diferentes formas para estas tasas.

La tasa de interés nominal es una tasa expresada anualmente, genera intereses en varias ocasiones a la periodicidad que aplica, esta tasa no es exacta como la efectiva, por que la tasa nominal es la teoría, no analiza si el usuario tiene que pagar gastos y otros costos.

La tasa periódica es la tasa que corresponde al período determinado (% por día, mes, bimestre, trimestre, semestre, año).

Analicemos el siguiente ejemplo:

|  |
| --- |
| CF2\_9\_4\_Ejemplo |

**9.5 Conversión de tasa efectiva a nominal**

Es importante observar la periodicidad en la cual generará intereses, por ejemplo, la tasa efectiva es del 2 % mensual y la quiero convertir a nominal mensual, simplemente habría que multiplicar por 12, por lo cual la tasa efectiva mensual convertida a nominal mensual arroja el 24 % (2 % \* 12 meses), se multiplica por doce porque la nominal por defecto es anual, la aclaración de mensual es para indicar que capitaliza intereses de forma mensual. El inconveniente se da cuando la periodicidad no es la misma.

Ejemplo de conversión de tasa efectiva a tasa nominal con diferente periodicidad:

Una entidad ofrece un crédito a una tasa efectiva del 2 % mensual, se desea convertir a la tasa capitalizable trimestral.

La ecuación es:

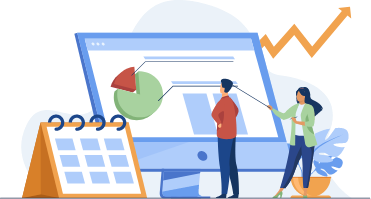
(1+i)n = (1+i)n

El desarrollo es:

(1+0,02)12 = (1+i)4

En este caso se eleva a 12, porque la tasa es nominal se debe expresar en años, por otro lado, se eleva a 4, porque son 4 trimestres que componen un año, es decir, las tasa se convierten en conceptos que son comparables. El resultado de esta ecuación, da 6,12 % trimestral aproximado, pero esta tasa es efectiva equivalente a una nominal, por lo cual, para saber la nominal, es una tasa que se expresa en años y que la periodicidad, es para saber cada cuánto tiempo genera intereses, el 6,12 % equivale a efectivamente cuando entrega, por ende, si se multiplica por 4 (cantidad de trimestres que componen un año), la tasa nominal trimestral, es del 24,48 %.

La tasa nominal se debe multiplicar por la tasa que se quiere convertir por el número de periodos en los que se puede pagar en un año. Estos períodos son:

* Mensual = 30 días.
* Bimestral = 60 días.
* Trimestral = 90 días.
* Cuatrimestral = 120 días.
* Semestral = 180 días.

**9.6 Conversión de tasa nominal a tasa efectiva**

En este caso, la ecuación utilizada anteriormente, no cambia, para este caso, lo nominal que por defecto viene expresado en anualidad, se debe convertir en efectivo y eso utiliza la fórmula para que dé como resultado el monto efectivo.

Ejemplo de conversión de tasa nominal a efectiva:

Se tiene un 12 % capitalizable mensualmente y se quiere convertir a una tasa equivalente bimensual.

Lo primero que se hace es el 12 % dividirlo en 12, dando como resultado 1 % mensual, hablando de términos efectivos; para llevarlo al efectivo requerido, se debe aplicar la misma ecuación señalada, la ecuación es la siguiente:

(1+0,01)12 = (1+i)2

El desarrollo da como resultado que la tasa efectiva es 6,15 % semestral efectivo, para saber tasa bimensual, se debe dividir en 3 (dado que un semestre está compuesto por tres bimestres), dando como resultado que la tasa efectiva bimensual, es de 2,05 %.

Para ampliar la información, lo invitamos a consultar el capítulo 1 del libro **Matemáticas financieras,** el cual se encuentra en el material complementario.

**10. Políticas organizacionales**



También llamadas políticas de la empresa o entidades financieras y microfinancieras, estas son importantes para el funcionamiento de las mismas, se podría decir que son como las reglas de juego de las compañías para su organización y cumplimiento de objetivos.

En las políticas se establecen las directrices básicas sobre los procesos y comportamientos de sus colaboradores, estos se encuentran establecidos en documentos tales como manuales y políticas de las entidades.

Una empresa debe estandarizar procesos y seguir una serie de lineamientos para lograr sus objetivos, esto lo puede realizar a través de sus políticas organizacionales, y para conocer más sobre esta temática, lo invitamos a consultar el libro **Desarrollo y eficacia organizacional,** el cual se encuentra en el material complementario.



Las entidades financieras y microfinancieras adoptan unos lineamientos en sus políticas de crédito que dan la pauta para determinar el otorgamiento del microcrédito, se establecen criterios para evaluar a sus clientes y determinar el nivel de riesgo al que se encuentran expuestas con cada crédito desembolsado.

Dentro de estos lineamientos se encuentran también las estrategias en colocación de microcréditos, el mercado objetivo al cual van dirigidos, los límites y procedimiento en el otorgamiento y posterior recuperación de cartera.

Para ilustrar mejor, las siguientes son políticas de una institución microfinanciera para el otorgamiento de microcréditos:

* Monto: créditos solo a dueños de negocio desde $1.000.000 hasta 25 o 120 salarios mínimos legales vigentes.
* Plazos: entre 6 a 24 meses.
* Destino del crédito: solo presta para capital de trabajo o activos fijos.
* Interés: 3,6 % 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.
* Mirar clasificación y preguntar microfinancieras.
* Antigüedad del negocio: mínimo 1 año en el lugar.
* Servicios públicos al día.
* 1 referencia comercial, 1 referencia personal, 1 referencia familiar.

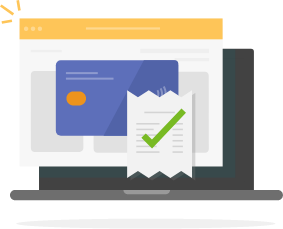
Ahora, los requisitos solicitados dependerán de las políticas de crédito de cada entidad financiera o microfinanciera, y también dependerán del monto:

* 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).
* 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.

La política organizacional dependerá del tipo de empresa, inclusive del área, en el caso de las entidades financieras y microfinancieras también adoptan distintas políticas, algunas como:

* Corporativa.
* De derechos humanos.
* Generales de sostenibilidad.
* De riesgo.
* De crédito.
* De cobranza.
* Comercial.
* De servicios.

**11. Verificación de la información**



Las personas tienen información que se encuentra en entidades vigiladas y esta no puede ser suministrada a terceros distintos a su propio titular o autoridad judicial o administrativa competente, esto, como garantía constitucional conforme a lo señalado en el Artículo 15 de la Constitución Política, a esto se le llama reserva bancaria.

**11.1 Técnicas de validación**

Hace referencia al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información.

Las 5 principales técnicas de recolección de datos, son:

|  |
| --- |
| CF2\_11\_1\_Recoleccion |

**11.2 Respaldo de la información**

El asesor microfinanciero dentro de sus funciones, tiene la verificación de los soportes y de toda la información que presenta el propietario del negocio, en los cuales está toda la documentación en físico que proporciona el cliente, tales como:

* Facturas de proveedores.
* Referencias comerciales de sus proveedores.
* Referencias bancarias (si las hay).
* Lista de clientes con sus respectivos teléfonos de contacto.
* Registro único tributario (si lo tiene).
* Contrato de arrendamiento de local donde funciona el negocio (en caso de ser arrendado).
* Adicional, la información que levanta el asesor comercial como referenciación zonal (información de los vecinos más cercanos al negocio).

**12. Administración de riesgos**

Es el conjunto de técnicas y procedimientos usados para el análisis, identificación, evaluación y control de aquellos efectos adversos, consecuencia de los riesgos o eventualidades a los que se expone una empresa o entidad financiera y microfinanciera, para de esta manera, lograr reducirlos, evitarlos, retenerlos o transferirlos.

Los tipos de riesgos son:

|  |
| --- |
| CF2\_12\_Tipos\_riesgos |

Estos riesgos, excepto el ARAS que no registra, contienen los siguientes elementos importantes para su ejecución y estricto cumplimiento:

|  |
| --- |
| CF2\_12\_Principios |

Y las etapas que tiene cada uno de estos riesgos, excepto el ARAS, que no registra, son:

|  |
| --- |
| CF2\_12\_Etapas |

**12.1 Criterios para la identificación de alertas y operaciones sospechosas**

Identificar operaciones sospechosas, permite reconocer movimientos inusuales de un cliente.

Es esencial reconocer aquellas transacciones o movimientos incompatibles con las actividades regulares de un cliente, que pueden ser señales de alerta.

Los siguientes son algunos criterios que pueden servir como indicio para reconocer un posible blanqueo de capitales:

* Transacciones cuyos valores sean incompatibles con la ocupación profesional y la situación financiera declarada.
* Movimientos inesperados en las operaciones y en el manejo de las cuentas.
* Operaciones que demuestren una oscilación significativa en relación con el volumen o la frecuencia de negocios del cliente.
* Depósitos y transferencias pequeños que de inmediato se transfieren a cuentas de otros países o regiones.
* Operaciones que evidencian un cambio repentino y objetivamente injustificado en comparación con el histórico del cliente.
* Operaciones cuyo grado de complejidad y de riesgo sean incompatibles con la cualificación técnica del cliente.

**13. Propuestas comerciales**

Es un documento en el que una persona propone a otra algún plan u oferta de los productos y servicios que tiene a la venta. Dicha propuesta comercial se centra en presentar los puntos que el vendedor considera más importantes de cara al cliente, esta puede ir acompañada de todo tipo de documentos: dosieres, gráficas, videos, muestras, etc.

El cliente será quién finalmente los valorará y, con base en dicha propuesta, tomará la decisión de aceptar o no, la compra del producto o servicio.

Para conocer las necesidades de los clientes, se pueden seguir los siguientes pasos:

|  |
| --- |
| CF2\_13\_Pasos |

Generalmente existe dos tipos de propuestas comerciales:

|  |
| --- |
| CF2\_13\_Propuestas |

**13.1 Plan táctico o plan estratégico de ventas**

Permite identificar qué aspectos se deben potenciar o cambiar en la organización, para cumplir los objetivos. Su éxito radica en el correcto desarrollo y seguimiento, enfocado a impulsar los esfuerzos comerciales.

Se pueden encontrar cinco pasos básicos para elaborar un buen plan estratégico de ventas:

|  |
| --- |
| CF2\_13\_1\_Plan\_tactico |

En el sector microfinanciero tendrá lugar las obligaciones en los términos y condiciones que establece la entidad financiera o microfinanciera, en cuanto al ofrecer un producto o servicio a un cliente y estará obligado a cumplirlas, se encuentre o no escritas en algún contrato, porque en principio, el asesor comercial microfinanciero será claro en su ofrecimiento inicial al momento de la visita al negocio.

La argumentación es la parte de la venta en donde el asesor microfinanciero demuestra el entendimiento del cliente y el conocimiento profundo de las soluciones que propone a la problemática del cliente.

Es determinante traducir las ventajas del producto en beneficios para el cliente y el problema que se está resolviendo. Es importante conseguir un diálogo honesto y fluido con el cliente, que genere un ambiente de confianza, con respuestas claras y precisas que aclaren las dudas del cliente.

Existe una gran variedad de cierres dentro de las propuestas comerciales, conozcamos algunos de ellos:

|  |
| --- |
| CF2\_13\_1\_Cierres |

La gestión de fidelización de clientes es una estrategia que permite identificar a los clientes más rentables para conservarlos y aumentar los ingresos que proceden de ellos a través de unas relaciones interactivas de valor añadido a mediano y largo plazo.

Ahora bien, la fidelización de clientes se basa en la teoría de Pareto, la cual para este caso aplicaría que el 20 % de los clientes genera el 80 % de ingresos, por tanto, se busca identificar los clientes más rentables para conservarlos y de igual forma, aumentar los ingresos que provienen de ellos.

Los pasos que sigue un cliente a lo largo de su estado de fidelidad hacia la marca, son los siguientes:

* Satisfacción.
* Diálogo.
* Repetición de compras.
* Totalidad de la cuota relativa.
* Prescripción a terceros.

**14. Educación económica y financiera**



Es el proceso por el cual los consumidores e inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y asesoramiento objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para realizar elecciones informadas, saber dónde dirigirse en caso de requerir ayuda y adoptar otras acciones efectivas para mejorar su nivel de bienestar.

El Banco de la República busca fomentar la educación económica y financiera entre la población colombiana, con el objetivo de fortalecer y divulgar las funciones del banco central, así como afianzar temas de economía y de finanzas básicas en todas las audiencias.

La educación financiera debería comenzar en el hogar, sin embargo, muchas veces no es así, es por eso que desde la academia y ahora las entidades financieras, tienen esta ardua labor para que desde muy jóvenes las personas aprendan a manejar el dinero y tengan sus finanzas personales sanas. Para ampliar la información, lo invitamos a consultar el libro **Programa de educación económica y financiera para jóvenes universitarios,** el cual se encuentra en el material complementario.

**14.1 Presupuesto**

Un presupuesto es el registro del dinero que está ingresando al hogar, así como del que está saliendo.



¿Para qué sirve un presupuesto?

* Saber cuánto dinero se recibe en el hogar o las empresas.
* Saber cuánto y en qué se gasta el dinero.
* Ajustar los gastos de acuerdo con los ingresos.
* Tomar decisiones de cuánto, cuándo y en qué gastar.
* Fijar metas de ahorro para lograr los sueños.
* Prepararse mejor para las emergencias.

Los elementos de un presupuesto, son:

|  |
| --- |
| CF2\_14\_1\_Elementos |

Y los pasos para hacer un presupuesto, son:

|  |
| --- |
| CF2\_14\_1\_Pasos\_presupuesto |

Para finalizar este tema, tenga en cuenta los siguientes consejos prácticos sobre el presupuesto:

* Evite los gastos innecesarios.
* Encuentre otra manera de hacer más ingresos.
* Ahorre lo que le sea posible, para pagar dudas, en lo posible las que tengan interés más alto.
* No solicite más dinero prestado.

**14.2 Ahorro**

El ahorro es una reserva económica que se hace en el presente para ser utilizada en el futuro. Puede ahorrar solo o en familia, y se puede hacer en dinero, animales, joyas, tierras, semillas, entre otros.

Las razones para ahorrar, son:



* Tranquilidad.
* Para un mejor futuro.
* Para la vejez.
* Tipos de ahorro.

El ahorro tienes dos tipos, los cuales se presentan a continuación:

|  |
| --- |
| CF2\_14\_2\_Tipos\_ahorro |

**14.3 Inversión**

Una inversión es el dinero que sale de nuestro bolsillo con el fin de multiplicarse a través de algunos mecanismos que ofrece el sector real o financiero.

Recomendaciones antes de invertir:

* Informarse.
* Considerar el plazo de la inversión.
* Analizar los rendimientos.
* Tener en cuenta los costos relacionados con la inversión.
* Evaluar los riesgos.
* Diversificar las inversiones.
* Leer todos los documentos antes de firmar.
* En caso de abrir un negocio, tener en cuenta que se debe conocer de él.

Claves para evaluar una inversión:



* Plazo.
* Rentabilidad.
* Riesgo.

**14.4 Inclusión y canales transaccionales**

Son los medios por los cuales las personas realizan transacciones financieras, estos pueden ser:

|  |
| --- |
| CF2\_14\_4\_Canales |

**14.5 Crédito**

Crédito o préstamo es el dinero que una persona, cooperativa o entidad financiera, entre otros, le otorga en el presente con el compromiso de devolver estos recursos en el futuro, bien sea a través del pago de cuotas o en un solo pago, junto con un interés y otros cobros asociados.

Conozcamos más información sobre los créditos:

|  |
| --- |
| CF2\_14\_5\_Credito |

A nivel general, existen dos tipos de crédito:

**Crédito informal.** Son los préstamos realizados por prestamistas comúnmente llamados gota a gota, casas de empeño, grupo de autoayuda y cadenas.

* Ventajas: el dinero se obtiene inmediatamente y poca o ninguna documentación o trámites.
* Riesgos y desventajas: es muy caro.

Los modelos de crédito informal pueden llegar a ser riesgosos, en algunos casos utilizan amenazas para lograr los pagos de las cuotas.

No cuenta con normas o regulaciones emitidas por el Estado, cuyo objetivo es protegerlo, ejemplo, régimen de cláusulas y prácticas abusivas.

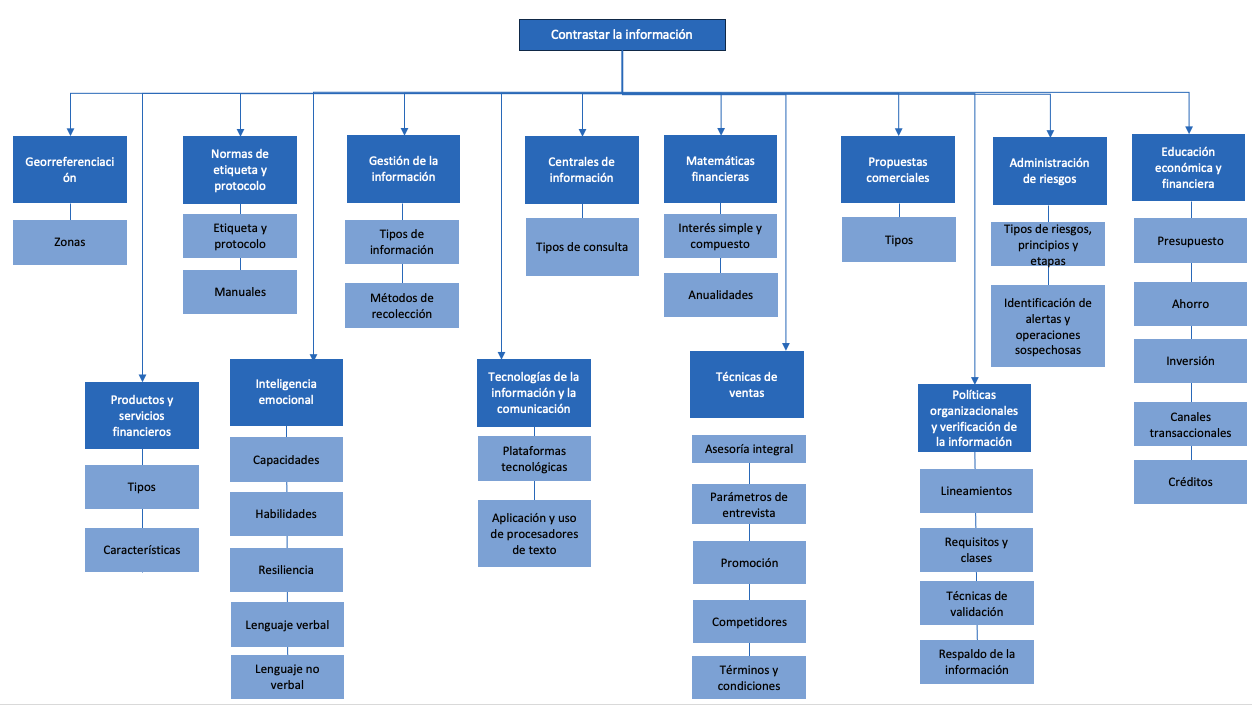
**Crédito formal.** Se refiere a los préstamos realizados por instituciones que son reguladas y supervisadas por la Superintendencia Financiera o la Superintendencia de la Economía Solidaria. Dentro de estas se incluyen bancos comerciales, compañías de seguros, financieras y cooperativas, quienes deben reportar al gobierno todas sus transacciones de forma regular.

Ventajas:

* Las entidades pueden otorgar créditos a largo plazo.
* Su información financiera se maneja con privacidad.
* Crea un historial crediticio.
* Las entidades operan bajo reglamentos financieros.
* Tiene derecho a asesoría financiera y buen trato.
* El régimen de intereses por el uso del dinero y en caso de mora tiene regulación y vigilancia estatal (topes máximos).

1. **SÍNTESIS**

A continuación, se presenta a manera de síntesis, un esquema que articula los elementos principales abordados en el desarrollo del componente formativo.



1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (Se debe incorporar mínimo 1, máximo 2)**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Tipos de información |
| Objetivo de la actividad | Identificar algunos tipos de información más frecuentes, en el proceso de contrastar información. |
| Tipo de actividad sugerida | Arrastrar y soltar |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | CF2\_Actividad\_didactica.docx |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| Productos y servicios microfinancieros | Chaparro, C. (2013). Manual productos, servicios y activos financieros. Editorial CEP, S.L. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/50720> |
| Métodos de recolección | Buxarrais, M. y Prats, E. (2013). Ética de la información. Editorial UOC. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/56316> |
| Técnicas de ventas | Arenal Laza, C. (2017). Técnicas de venta: UF0031. Editorial Tutor Formación. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/44231> |
| Centrales de información | Rodríguez, S. (2017). Finanzas personales, su mejor plan de vida. | Libro | <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/54794/finanzas-personales--su-mejor-plan-de-vida> |
| Conversión de tasa nominal a tasa efectiva | Rodríguez Franco, J. (2015). Matemáticas financieras. Grupo Editorial Patria. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/40386> |
| Políticas organizacionales | Pucheu, (2014). Desarrollo y eficacia organizacional. | Libro | <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/38233/desarrollo-y-eficacia-organizacional> |
| Educación económica y financiera | Castillo, H. y Garzón, C. (2018). Programa de educación económica y financiera para jóvenes universitarios. Ediciones USTA. | Libro | <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/126104> |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Amortización financiera: | es la devolución o el pago parcial o total de una deuda en la fecha de vencimiento pactada, por ejemplo, una hipoteca o un préstamo. |
| CDT: | Certificado de Depósito a Término, es un documento que representa un valor con el cual se realizó la apertura y tiene un plazo de vencimiento. En este documento se puede transferir la titularidad como endoso a otra persona natural o jurídica, genera unos rendimientos, los cuales son pactados en el momento de la apertura. |
| Garantía: | la garantía bancaria es el documento por el cual un banco respalda la obligación contraída por un cliente. Así, se compromete a responder en caso de incumplimiento, en el sector financiero existe garantía personal (pagaré), hipotecaria (vivienda o inmueble) y prenda (vehículo o maquinaria). |
| Tarjeta crédito: | es un documento de material plástico o metal, emitido por un banco o institución especializada a nombre de una persona, que podrá utilizarla para efectuar compras sin tener que pagar en efectivo y pudiendo, además, llevar el pago de los productos a períodos futuros. |
| Tarjeta débito: | instrumento financiero emitido por un banco o caja de ahorros, que permite al cliente realizar operaciones financieras solo con el saldo disponible en su cuenta. El pago en una tarjeta de débito conlleva de manera directa un cargo en dicha cuenta de la que es titular. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Alarcón, D. (2015). La gestión de la información en la sociedad abierta. Dextra Editorial. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/122300>

Alonso & Berggrun (2015). Introducción al análisis de riesgo financiero. <http://www.ebooks7-24.com.bdigital.sena.edu.co/?il=3224>

Arenal Laza, C. (2017). Técnicas de venta: UF0031. Editorial Tutor Formación. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/44231>

Aristóteles (349 a.C.) Ética a Nicómaco. <http://www.ataun.eus/BIBLIOTECAGRATUITA/Cl%C3%A1sicos%20en%20Espa%C3%B1ol/Arist%C3%B3teles/%C3%89tica%20a%20Nic%C3%B3maco.pdf>

Avalos, M. (2003). Matemáticas Financieras. México: ECAFSA.

Banco Caja Social (s. F.). CDT Tasa Variable. <https://www.bancocajasocial.com/portalserver/bcs-public/inicio/pequenas-empresas/invierta-con-nosotros/cdt-tasa-variable-2>

Buxarrais, M. y Prats, E. (2013). Ética de la información. Editorial UOC. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/56316>

Cáceres, J. & Larco, G. (2016). Análisis, diseño, desarrollo e implementación de un sistema de georreferenciación de operadores económico para la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13039/1/UPS%20-%20ST002232.pdf>

Castillo, H. y Garzón, C. (2018). Programa de educación económica y financiera para jóvenes universitarios. Ediciones USTA. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/126104>

Chaparro, C. (2013). Manual productos, servicios y activos financieros. Editorial CEP, S.L. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/50720>

Colegio Agustiniano (2016). Instructivo para generar recibo de pago y pagos a través de Internet (PSE). <http://www.agustinianofloridablanca.edu.co/pdf/Instructivo_pagos_en_linea.pdf>

Confiar (s. f.). Cuentas de ahorro de la Cooperativa Confiar. <https://www.confiar.coop/ahorro/cuentas-de-ahorro>

Cyrulnik, B. (s.f.). Boris Cyrulnik. <https://mavmsite.wordpress.com/2009/09/27/20090927-la-resiliencia-es-el-arte-de-navegar-en-los-torrentes-el-arte-de-metamorfosear-el-dolor-para-darle-sentido-la-capacidad-de-ser-feliz-incluso-cuando-tienes-heridas-en-el-alma-boris-cy/>

Educalingo (s. f.). Zonificación. <https://educalingo.com/es/dic-es/zonificar>

Finandina (2020). ¿De qué forma te evalúan las centrales de riesgo en Colombia? <https://www.bancofinandina.com/finanblog/noticias/2019/12/23/como-te-evaluan-las-centrales-de-riesgo-en-colombia>

Geovis (2017). Georreferenciación, ubique todo su potencial. <http://www.geobis.com/es/georeferenciacion-ubique-todo-su-potencial/>

Goleman, D. (1997). La inteligencia emocional.

Londoño, M. (2009). Cómo sobrevivir al cambio : inteligencia emocional y social en la empresa. Cap. 2. <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/37854/como-sobrevivir-al-cambio---inteligencia-emocional-y-social-en-la-empresa>

López, A. (2018). Microseguros: Definición, Características y Beneficios. <https://www.rankia.co/blog/mejores-seguros-colombia/3739367-microseguros-definicion-caracteristicas-beneficios>

Martínez Guillén. (2014). Manual básico de protocolo empresarial y social. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/62838>

PSE (2018). ¿Cómo Funciona? <https://www.pse.com.co/como-funciona>

Pucheu, (2014). Desarrollo y eficacia organizacional. <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/38233/desarrollo-y-eficacia-organizacional>

Quiroga et al. (2014). La gestión del conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones. <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/47656/la-gestion-del-conocimiento-y-las-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-en-las-organizaciones>

Real Academia Española (2020). Manual. <https://dle.rae.es/manual>.

Rodríguez Franco, J. (2015). Matemáticas financieras. Grupo Editorial Patria. <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/40386>

Rodríguez, S. (2017). Finanzas personales, su mejor plan de vida. <https://www-digitaliapublishing-com.bdigital.sena.edu.co/a/54794/finanzas-personales--su-mejor-plan-de-vida>

Superintendencia Financiera de Colombia (1995). Capítulo XXIII Reglas relativas a la administración del riesgo operativo. <https://www.notinet.com.co/codigos/capitulos.php?id=4742>

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Nombre** | **Cargo** | **Dependencia** | **Fecha** |
| **Autor (es)** | Vilma Andrea Baracaldo Neira | Experta Temática | Regional Distrito Capital - Centro de Servicios Financieros |  |
| Ana Catalina Córdoba Sus | Evaluadora instruccional | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | Junio 2024 |
| Olga Constanza Bermúdez Jaimes | Responsable Línea de Producción Antioquia | Regional Antioquia - Centro de Servicios de Salud | Junio 2024 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
| Autor (es) |  |  |  |  |  |