



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**(UNITEC)**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**BAC CREDOMATIC**

**SUSTENTADO POR:**

**ANA PAULA EUCEDA HERNÁNDEZ**

**12041285**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE MERCADOTECNIA Y**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TEGUCIGALPA, FCO. MORAZÁN, HONDURAS, C.A.**

**DICIEMBRE 2023**

**AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL  
TEXTO COMPLETO DE INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL DE PREGRADO**

Señores

CENTRO DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN  
(CRAI)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)

Cuidad, Tegucigalpa M.D.C.

Estimados Señores:

Yo, **Ana Paula Euceda Hernández**, de Tegucigalpa, autor (a) del trabajo de pregrado titulado: Informe de Práctica Profesional, presentado y aprobado en Diciembre **2023**, como requisito previo para optar al título de **Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales** y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizamos a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de la UNITEC, para que con fines académicos, puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.

2) Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables, asimismo, por tratarse de una obra colectiva, los autores ceden de forma ilimitada y exclusiva a la UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual, se suscribe el presente documento en la ciudad de Tegucigalpa a los veintidós días del mes de diciembre de 2023.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Dell' with a flourish underneath.

Cuenta #12041285

## Agradecimiento

En el marco del presente informe de práctica profesional, deseo expresar mi profundo reconocimiento a aquellos individuos y entidades que han desempeñado un papel esencial en mi trayectoria académica en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana.

En primer lugar, quiero elevar mi gratitud a nuestro Padre Celestial por otorgarme la oportunidad de concluir esta etapa significativa en mi vida. Su constante presencia y guía han sido la luz que me ha permitido superarme tanto a nivel educativo como personal. Le agradezco por la oportunidad de utilizar mis dones y talentos para cosechar los frutos que hoy en día disfruto.

A mis amados padres, **Lesy Hernández** y **Paul Euceda**, les dedico mi sincero agradecimiento. Su persistente esfuerzo y sacrificio han pavimentado el camino hacia la realización de mis metas y aspiraciones. Mi madre, Lesy, merece un reconocimiento especial por su inquebrantable amor y apoyo, mientras que mi padre, Paul, ha sido mi principal fuente de inspiración y guía en la toma de decisiones fundamentadas.

Agradezco a mis hermanas, **María Inés Euceda** e **Isabella Euceda**, por motivarme a ser una hermana mayor ejemplar. Su presencia en mi vida ha sido un estímulo constante para alcanzar la excelencia.

Expreso mi sincero agradecimiento a mi tía **Ana Francisca Hernández**, mi abuela **María Inés Espeziale** y mi bisabuela **Matilde Mendoza**, mujeres excepcionales que han dejado un legado de perseverancia. Su amor maternal ha sido un regalo invaluable.

A mi prima **Dahana Rosales**, le agradezco por su apoyo constante y acompañamiento emocional a lo largo de mi trayectoria universitaria, contribuyendo significativamente a mi crecimiento personal y profesional.

A mi mejor amiga, **Valerie Funez**, le dedico mi agradecimiento por su inquebrantable apoyo y por ser un motor constante que me impulsa a establecer y alcanzar metas ambiciosas.

Agradezco a mis amigos de toda la vida, **Zurisadaí Amador, Francisco Villeda y José Miguel Navarro**, por mantener una amistad sincera que ha perdurado a lo largo de mis estudios académicos.

A **Elba Araujo**, mi primera amiga en la universidad, le expreso mi gratitud por su amistad genuina y su apoyo continuo durante estos cuatro años de formación académica y crecimiento personal.

La **familia Mejía Flores** merece mi reconocimiento por su hospitalidad al acogerme en su hogar y tratarme como un miembro más de la familia durante mi trayectoria universitaria. Especialmente a **Keren Mejía**, agradezco su amistad, la cual ha evolucionado hacia una relación semejante a la de una hermandad.

Al equipo de Fidelización de Banca de Personas de BAC Credomatic, en particular a **Isabella Vasquez, Vilda Vargas, Yeni Espinal, Ester Maradiaga, Ebelin Morán, Elbia Matus y Karla Pavón**, les expreso mi reconocimiento por su orientación y cálida bienvenida durante mi período de práctica profesional. Un agradecimiento especial al supervisor **Hernán Cárcamo**, por su paciencia, respeto y enseñanzas valiosas que han contribuido significativamente a mi desarrollo efectivo en el entorno laboral.

Finalmente, mi reconocimiento va para los distinguidos licenciados de la Universidad Tecnológica Centroamericana por compartir sus vastos conocimientos y colaborar en mi formación como profesional. A mis colegas de carrera, gracias por ser compañeros en este enriquecedor viaje académico.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento. Este logro no habría sido posible sin su inestimable apoyo y contribución.

## Tabla de Contenido

Agradecimiento .....	III
Resumen Ejecutivo.....	VII
Introducción.....	IX
<b>Capítulo I: Generalidades de la empresa.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Objetivos de práctica profesional .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Objetivo general. ....	1
1.1.2. Objetivos específicos. ....	1
<b>1.2. Acerca de la empresa .....</b>	<b>2</b>
1.2.1. Reseña histórica.....	2
1.2.2. Misión. ....	2
1.2.3. Visión.....	3
1.2.4. Valores.....	3
1.2.5. Productos y servicios.....	3
1.2.6. Organigrama de la empresa.....	5
<b>Capítulo II: Actividades Realizadas en la Empresa.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Administrar las plataformas relacionadas con canales de Atención (Engagement) ...</b>	<b>6</b>
2.1.1. Actividad .....	6
2.1.2. Comentario personal.....	6
<b>2.2. Ingresar solicitudes .....</b>	<b>6</b>
2.2.1. Solicitudes ingresadas .....	6
2.2.2. Comentario personal.....	7
<b>2.3. Elaborar de expedientes.....</b>	<b>7</b>
2.3.1. Actividad .....	7
2.3.2. Comentario personal.....	7
<b>2.4. Ingresar Avances de obra para desembolsos .....</b>	<b>7</b>
2.4.1. Actividad .....	7
2.4.2. Comentario personal.....	8
<b>2.5. Emitir constancias de compromiso de liberación de hipoteca.....</b>	<b>8</b>
2.5.1. Actividad .....	8
2.5.2. Comentario personal.....	8
<b>2.6. Realizar llamadas de calidad Pagos del RAP .....</b>	<b>9</b>
2.6.1. Actividad .....	9



2.6.2.	Comentario personal.....	9
2.7.	Actualizar las respuestas de las encuestas de aniversario CX para el cierre de ciclo .	9
2.7.1.	Actividad .....	9
2.7.2.	Comentario personal.....	10
2.8.	Ingresar y asignar retención de clientes.....	10
2.8.1.	Actividad .....	10
2.8.2	Comentario personal.....	11
2.9.	Solicitar aprobación de seguros .....	11
2.9.1.	Actividad .....	11
2.9.2.	Comentario personal.....	11
2.10.	Envío de Reporte de retención .....	12
2.10.1.	Actividad .....	12
2.10.2.	Comentario personal.....	12
<b>Capitulo III: Actividades de mejora.....</b>		<b>13</b>
3.1.	Actividades de mejora implementada .....	13
3.1.1.	Realizar llamadas de encuesta de aniversario (Customer Experience).....	13
3.2.	Situación actual .....	14
3.3.	Propuesta de mejora .....	15
3.3.1.	la confirmación de saldos proyectados.....	15
3.3.1	Objetivo general de propuesta de mejora .....	16
3.3.2	Objetivos específicos de propuesta de mejora .....	16
3.3.3.	Estrategia 1: Desarrollo de Contenido Especializado .....	17
3.3.4	Táctica 1: Talleres de elaboración de contenido.....	17
3.3.5	Estrategia 2: Implementación del manual a la plataforma de gestión de talento de BAC .....	18
3.3.6	Táctica 2: Capacitación en el acceso al manual de procesos y procedimientos. ....	18
3.3.7	Estrategia 3: Desarrollo de Materiales de Formación Interactivos .....	19
3.3.8	Táctica 3: Capacitaciones de formación personalizadas .....	19
3.4.	Impacto de la propuesta de mejora .....	20
3.4.1	Impacto en la empresa .....	20
3.4.2	Impacto en la empresa en función al tiempo .....	21
3.4.3	Impacto en la empresa en función al dinero .....	22
3.4.4	Posibles beneficios .....	23

<b>3.4.5 Efectos deseados y no deseados</b> .....	23
<b>Capitulo IV: Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	24
<b>4.1 Conclusiones</b> .....	24
<b>4.2 Recomendaciones</b> .....	25
<b>4.2.1. Empresa</b> .....	25
<b>4.2.2. UNITEC</b> .....	26
<b>4.2.3. Futuros estudiantes</b> .....	27
<b>Bibliografía</b> .....	29
<b>Anexos</b> .....	30

## **Índice de ilustraciones**

<b>Ilustración 1</b> Organigrama del departamento de Banca de Personas .....	5
<b>Tabla 1:</b> COSTO-BENEFICIO .....	18
<b>Anexo 1</b> Manual de procesos y procedimientos .....	30

## **Resumen Ejecutivo**

Durante el periodo de 11 semanas de práctica profesional en BAC Credomatic, Ana Paula Euceda, estudiante de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, asumió la posición de Oficial de Servicios en el área de Fidelización del departamento de Banca de Personas. Su papel central consistió en aplicar de manera estratégica los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica para impulsar mejoras sustanciales en los procesos y estrategias de fidelización de clientes.

BAC Credomatic, con casi siete décadas de experiencia, ostenta una posición destacada al ofrecer productos y servicios financieros a 4.2 millones de clientes en toda la región, respaldados por una fuerza laboral de casi 19,000 colaboradores. Este gigante financiero ha destacado por su gestión rigurosa y responsable, alineada con una estrategia de triple valor positivo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. BAC Credomatic ha contribuido significativamente al crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida en la región centroamericana.

En el presente informe, la practicante Ana Paula delineó objetivos específicos para su desempeño durante la práctica profesional. Se propuso identificar los factores críticos que influyen en la retención de clientes en el sector bancario, con un enfoque meticuloso en comprender a fondo las estrategias de fidelización ya implementadas en el departamento de Banca de Personas de BAC Credomatic.

La estudiante se comprometió a identificar oportunidades de mejora y formular recomendaciones concretas destinadas a aumentar la retención de clientes y fortalecer la lealtad a la marca, destacando su capacidad analítica y propositiva. Además, su labor

incluyó una participación activa en la implementación de las estrategias propuestas y la instauración de un sistema de seguimiento continuo de indicadores clave de desempeño. Este enfoque garantizó la evaluación constante del impacto de las estrategias implementadas.

En el transcurso de su práctica profesional, Ana Paula Euceda demostró habilidades estratégicas excepcionales y un profundo entendimiento de los elementos cruciales para la fidelización de clientes en el sector bancario. Su análisis crítico de los procesos existentes permitió identificar áreas de mejora y proponer recomendaciones estratégicas que, sin duda, impactarán positivamente en la retención de clientes y la fortaleza de la marca.

Su colaboración activa en la implementación de estas estrategias, respaldada por un seguimiento continuo de los indicadores clave de desempeño, evidenció un compromiso firme con la eficacia y la excelencia operativa. Ana Paula no solo aplicó conocimientos académicos de manera práctica, sino que también demostró una adaptabilidad y apertura hacia la exploración de nuevas áreas, subrayando la importancia de un aprendizaje continuo en el ámbito profesional.

En resumen, la participación de Ana Paula Euceda en BAC Credomatic no solo consolidó su formación académica en un entorno empresarial real, sino que también aportó valiosas contribuciones a la mejora continua de las estrategias de fidelización de clientes en uno de los líderes regionales del sector financiero. Su desempeño ejemplar refleja un compromiso sólido con la excelencia y una preparación integral para enfrentar los retos dinámicos del mundo empresarial.

## **Introducción**

En el siguiente informe se presenta una detallada exposición de las contribuciones y experiencias de la estudiante Ana Paula Euceda durante su desempeño como Oficial de Servicios en BAC Credomatic. Este análisis exhaustivo se estructura en cuatro capítulos, cada uno abordando aspectos clave que reflejan el compromiso y la perspicacia profesional de la estudiante.

En el capítulo introductorio, se brinda una visión integral de BAC Credomatic, incluyendo su misión, visión y valores, con el fin de contextualizar el entorno donde Ana Paula llevó a cabo su práctica profesional. Además, la estudiante define de manera precisa los objetivos que se propone lograr a través de la elaboración de este informe, estableciendo así las bases para la comprensión detallada de su contribución a la empresa.

El segundo capítulo presenta un análisis detallado de las labores desempeñadas por la estudiante a lo largo de las 11 semanas en BAC Credomatic. Se destaca la progresión semanal de sus actividades, proporcionando una visión cronológica de su contribución al área de Fidelización en Banca de Personas. Además, se incluyen comentarios personales que enriquecen la comprensión de su experiencia, y una descripción meticulosa de las actividades realizadas, subrayando la relevancia y complejidad de cada tarea.

En el tercer capítulo, Ana Paula realiza un análisis exhaustivo del entorno empresarial, detallando específicamente cómo sus acciones han contribuido a la mejora de BAC Credomatic. La estudiante identifica oportunidades de mejora, abordando aspectos estratégicos y tácticos, y evaluando el impacto en términos de tiempo, costo y beneficio. Este análisis proporciona una visión estratégica de su rol, destacando su capacidad para identificar oportunidades y ejecutar mejoras efectivas.

El último capítulo del informe constituye el cierre integral de la experiencia de Ana Paula en BAC Credomatic. Aquí, la estudiante presenta conclusiones derivadas de sus observaciones y acciones, acompañadas de recomendaciones dirigidas tanto a la empresa como a la Universidad UNITEC. Además, ofrece orientaciones valiosas para futuros estudiantes que se embarquen en experiencias similares, consolidando así el impacto positivo de su práctica profesional.

Este informe proporciona un análisis minucioso de la práctica profesional de Ana Paula Euceda en BAC Credomatic, destacando no solo sus labores específicas, sino también su capacidad para contextualizar, analizar y mejorar de manera estratégica los procesos en un entorno empresarial dinámico.





## **Capítulo I: Generalidades de la empresa**

### **1.1. Objetivos de práctica profesional**

#### **1.1.1. Objetivo general.**

Desarrollar y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales a lo largo de 11 semanas de práctica profesional en el área de fidelización del departamento de Banca de Personas de BAC Credomatic, contribuyendo de manera significativa a la mejora de los procesos y estrategias de fidelización de clientes.

#### **1.1.2. Objetivos específicos.**

1.1.2.1. Identificar los principales factores que influyen en la retención de clientes en el sector bancario, así como comprender a fondo las estrategias de fidelización existentes en el departamento de banca de personas de BAC Credomatic.

1.1.2.2. Identificar oportunidades de mejora y proponer recomendaciones concretas para aumentar la retención de clientes y fortalecer la lealtad a la marca.

1.1.2.3. Colaborar activamente en la implementación y realizar un seguimiento continuo de los indicadores clave de desempeño para evaluar el impacto de las estrategias implementadas.

## **1.2. Acerca de la empresa**

### **1.2.1. Reseña histórica.**

BAC Credomatic es una organización con casi 70 años de experiencia que ofrece productos y servicios financieros a 4.2 millones de clientes en toda la región, los que son atendidos por casi 19.000 colaboradores. (BAC Credomatic, s.f.)

La compañía inició sus operaciones un 5 de julio de 1952 con la fundación del Banco de América en Nicaragua, y en los años 70 se transformó en un pionero del negocio de tarjetas de crédito en la región. De forma gradual abrió operaciones en cada uno de los países, hasta que en la década de los '90 se convirtió en el primer Grupo Financiero con presencia en toda Centroamérica. (BAC Credomatic, s.f.)

En la actualidad, los productos y servicios de BAC Credomatic están diseñados para satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes. Atentos al entorno de cambio y evolución permanente, se ha desarrollado una banca digital que en la actualidad es utilizada por más de 1.9 millones de clientes. (BAC Credomatic, s.f.)

El rigor y la gestión responsable del negocio, alineado a una estrategia de triple valor positivo, así como a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, le han permitido a BAC Credomatic contribuir con el crecimiento económico e impactar la calidad de vida de numerosas familias centroamericanas. (BAC Credomatic, s.f.)

### **1.2.2. Misión.**

Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios, a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a promover el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos. (Tecalco Honduras, s.f.)

### **1.2.3. Visión.**

Ser la organización financiera preferida de todas las comunidades que servimos por nuestra conectividad con personas y empresas, por nuestra confiabilidad, espíritu innovador, solidez y claro liderazgo en los sistemas de pago de la Región. (Tecalco Honduras, s.f.)

### **1.2.4. Valores.**

1.2.4.1. Integridad: Inspiramos confianza porque actuamos de manera ética y transparente.

1.2.4.2. Excelencia: Sobresalimos porque vamos más allá de lo que se espera de nosotros y nos encanta servir con excelencia.

1.2.4.3. Pasión: Amamos lo que hacemos porque sabemos que nuestro trabajo tiene un impacto positivo en las personas y en nuestro planeta.

(BAC Credomatic, s.f.)

### **1.2.5. Productos y servicios.**

**1.2.5.1. Tarjetas:** En el segmento de tarjetas, BAC Credomatic proporciona tarjetas de crédito y débito adaptadas a diversas necesidades, desde aquellas con beneficios locales específicos hasta tarjetas internacionales con características premium y programas de recompensas. Estas tarjetas facilitan el acceso a una amplia red de comercios y cajeros automáticos tanto a nivel nacional como internacional. (BAC Credomatic, s.f.)

**1.2.5.2. Préstamos:** En cuanto a préstamos y financiamiento, la institución ofrece una gama diversa de opciones, que incluyen préstamos hipotecarios para vivienda, préstamos para automóviles y préstamos personales, cada uno con términos y condiciones flexibles que se ajustan a las necesidades individuales de los clientes. (BAC Credomatic, s.f.)

**1.2.5.3. Cuentas:** En el ámbito de las cuentas bancarias, ofrece una variedad de opciones, desde cuentas de ahorro convencionales hasta cuentas corrientes con múltiples beneficios, incluyendo la posibilidad de mantener saldos en moneda extranjera para aquellos con necesidades internacionales. (BAC Credomatic, s.f.)

**1.2.5.4. Seguros:** BAC Credomatic se destaca por sus productos de seguros, ofreciendo una amplia gama de opciones que abarcan seguros de vida, salud, hogar y automóviles, brindando tranquilidad y protección a sus clientes y sus familias. (BAC Credomatic, s.f.)

**1.2.5.5. Banca móvil/En línea:** BAC Credomatic ha desarrollado accesibles plataformas de banca en línea y móvil que permiten a los clientes acceder y gestionar sus cuentas de manera fácil y segura, realizar transacciones, transferencias de fondos, pagos de servicios y monitorear sus finanzas desde cualquier lugar y en cualquier momento. (BAC Credomatic, s.f.)

### 1.2.6. Organigrama de la empresa.



**Ilustración 1** Organigrama del departamento de Banca de Personas

**Fuente:** *Elaboración propia*

## **Capítulo II: Actividades Realizadas en la Empresa**

### **2.1. Administrar las plataformas relacionadas con canales de Atención**

#### **(Engagement)**

##### **2.1.1. Actividad**

- Asignación de Constancias de saldos proyectados para la Zona Norte y Zona Centro, a sus respectivos ejecutivos del área.
- Asignación de solicitudes de gestión de retención de clientes, a sus respectivos ejecutivos del área.
- Búsqueda y seguimiento de gestiones ingresadas.

##### **2.1.2. Comentario personal**

Al administrar plataformas como engagement, logré identificar la importancia de contar con bases de datos y darle la debida utilidad a la información de los clientes para mejorar la resolución de las gestiones solicitadas. Así mismo, aprendí sobre el flujo que se lleva a cabo en el área de banca de personas y su relación con el área de créditos y préstamos. De igual forma, identifiqué lo esencial que es que cada proceso y procedimiento operativo cumpla con su debido flujo para obtener resultados positivos en el menor tiempo posible.

### **2.2. Ingresar solicitudes**

##### **2.2.1. Solicitudes ingresadas**

- Confirmación de saldos proyectados
- Rebajas de tasa de préstamo hipotecario y prendario
- Revisión de cuotas

- Gestión de endoso de seguro de vida
- Gestión de endoso de seguro de daños

### **2.2.2. Comentario personal**

Durante esta actividad, logré comprender la importancia de escuchar al cliente e identificar sus necesidades, para brindarles soluciones adecuadas según su caso. De acuerdo con los comentarios, inquietudes, y dudas por parte del cliente es que el banco logra determinar qué gestión será la indicada para retener al cliente y evitar que libere con la competencia.

## **2.3. Elaborar de expedientes**

### **2.3.1. Actividad**

- Asistir al Ejecutivo de Ciclo de Vida, Oficial de Bases, y Ejecutivo de Cartera con elaboración de expedientes de préstamos hipotecarios y prendarios, junto con entrega de estos a los oficiales encargados del área de formalización

### **2.3.2. Comentario personal**

La elaboración de expedientes me permitió comprender de manera más cercana los casos según cada cliente, así como la información requerida y el proceso que conlleva el área de banca de personas previo a finalizar una firma. El elaborar un expediente me brinda las herramientas necesarias para poder atender las inquietudes y dudas de los clientes a la hora de la firma de su préstamo.

## **2.4. Ingresar Avances de obra para desembolsos**

### **2.4.1. Actividad**

- Contactar al cliente para obtener las debidas solicitudes, vistos buenos, y documentación requerida para ingresar el avance de obra.

- Contactar al Ingeniero asignado para coordinar visitas de inspección y para el envío del Avance de Obra.
- Ingresar avance de Obra, junto con documentación requerida a la plataforma CBP.

#### **2.4.2. Comentario personal**

Me permitió reconocer la importancia de que el cliente junto con el banco puedan mostrar interés y se involucren en los procesos de desembolso. Por instancia, previo a los ingresos de avance de obra, se lleva un lineamiento establecido por el banco en donde el cliente y el oficial de servicios deben entrar en contacto para obtener la información requerida y establecer las inspecciones en conjunto con el ingeniero. De esta manera, logré comprender la importancia de brindarle un sentido de pertenencia e inclusión al cliente para que sienta confianza, transparencia, y lealtad en el Banco.

### **2.5. Emitir constancias de compromiso de liberación de hipoteca**

#### **2.5.1. Actividad**

- Solicitar resolución de retención del cliente por parte del ejecutivo encargado.
- Redactar constancia de compromiso de liberación de hipoteca destinada al cliente.
- Solicitar visto bueno del ejecutivo encargado de la constancia
- Emitir constancia

#### **2.5.2. Comentario personal**

En este caso, al emitir las constancias de compromiso de liberación comprendo la parte final del proceso de retención del cliente, en el caso en el que el cliente no acepte



ninguna de las propuestas ofrecidas por parte del banco para que no decida liberar con la competencia. Además, aprendí de la importancia de que el banco realice todos sus esfuerzos por retener un cliente hasta el último momento, ya que demuestra el compromiso y sentido de pertenencia que siente el banco con el cliente.

## **2.6. Realizar llamadas de calidad Pagos del RAP**

### **2.6.1. Actividad**

- Llamar al cliente consultándole las preguntas establecidas en los lineamientos del RAP.
- Agregar motivo y observaciones adicionales en cuanto a las respuestas obtenidas por parte del cliente, al reporte de pagos del RAP.
- Enviar reporte actualizado a los ejecutivos encargados.

### **2.6.2. Comentario personal**

Aprendí sobre la importancia de la investigación y recopilación de datos, ya que las llamadas se realizan con la finalidad de obtener información clave solicitada en relación con los motivos de cancelación de los préstamos con fondos del RAP.

## **2.7. Actualizar las respuestas de las encuestas de aniversario CX para el cierre de ciclo**

### **2.7.1. Actividad**

- Realizar el debido análisis del cuadro de respuestas obtenidos para los meses de septiembre y octubre.
- Categorizar a los clientes entre promotores, detractores, y neutros.

- Realizar llamadas de seguimiento para aquellos detractores y neutros que apliquen.
- Actualizar cuadro de respuestas de las encuestas de auto/hipoteca.
- Actualizar presentación PPT de encuestas CX, adjuntando los cuadros actualizados a fecha de cierre.
- Adjuntar artes de los correos de follow up para clientes promotores, neutros, y detractores junto con las respectivas fechas de envío.
- Enviar presentación actualizada a los supervisores y coordinadores encargados para seguimiento y construcción de KPIS.

### **2.7.2. Comentario personal**

Disfruté mucho de esta actividad, ya que pude participar en el proceso desde el inicio. Aprendí sobre la importancia de utilizar la información obtenida a través de las encuestas para mejorar la experiencia del cliente, escuchando sus inquietudes, necesidades, recomendaciones y otros productos de interés. Además, comprendí la importancia de brindar seguimiento a los clientes y hacerles saber que los escuchamos y aprendemos de sus experiencias personales con el banco para poder mejorar a futuro.

## **2.8. Ingresar y asignar retención de clientes**

### **2.8.1. Actividad**

- Identificar aquellos clientes que soliciten una constancia de saldos proyectados con el motivo de traslado a otra institución.
- Confirmar vía llamada telefónica el nombre de la otra institución, la tasa y el monto que le ofrecen al cliente.

- Ingresar cliente a form de retención.
- Asignarle un ejecutivo encargado según la zona (norte o centro) para su debido seguimiento y potencial retención.

### **2.8.2 Comentario personal**

Esta actividad me enseñó que cada cliente es indispensable para la empresa; por lo tanto, cuando desean trasladarse a otra institución, es el deber del área de fidelización el hacer todo lo posible para retener al cliente. Esto incluye el estudio del perfil del cliente para determinar las posibles molestias, en conjunto con sus posibles soluciones.

## **2.9. Solicitar aprobación de seguros**

### **2.9.1. Actividad**

- Completar la solicitud de seguro con los datos obtenidos del ejecutivo encargado, tras llamar previamente al cliente.
- Redactar y enviar el correo al oficial inhouse designado por MAPFRE, solicitando su aprobación de seguro, detallando la información del cliente y adjuntando la documentación requerida.
- Notificarle al ejecutivo encargados sobre la aprobación/devolución de la solicitud.

### **2.9.2. Comentario personal**

Aprendí sobre la importancia de completar los lineamientos establecidos en cada solicitud. Este aprendizaje no solo ha fortalecido mi comprensión de los procesos, sino que también ha resaltado la relevancia de la atención meticulosa a los detalles.

## **2.10. Envío de Reporte de retención**

### **2.10.1. Actividad**

- Solicitar actualización de reporte de retención y cancelación de préstamos según EC y en agencia, al líder de analítica de negocios.
- Descargar el reporte actualizado e insertar una tabla dinámica pivoteando los casos en curso asignados a cada ejecutivo.
- Enviar reporte actualizado vía correo electrónico a los ejecutivos de retención y al coordinador Sr. De administración de cartera.

### **2.10.2. Comentario personal**

Esta experiencia me ha enseñado la relevancia de realizar un seguimiento diligente de los casos de retención, con el propósito de evaluar y determinar el KPI establecido. Así se logra obtener una visión más profunda de los patrones y factores que influyen en la retención de cliente, para tomar las medidas necesarias.

## **Capítulo III: Actividades de mejora**

### **3.1. Actividades de mejora implementada**

#### **3.1.1. Realizar llamadas de encuesta de aniversario (Customer Experience)**

En la actualidad, el departamento de fidelización de la Banca de Personas de BAC está desarrollando indicadores clave de rendimiento (KPI's) para evaluar el desempeño de sus productos y servicios hipotecarios y prendarios. En este sentido, se están construyendo bases de datos con el propósito de recopilar la información de los clientes y clasificarlos como Detractores, Neutros o Promotores, según sus respuestas a la encuesta de aniversario de la apertura de su préstamo hipotecario o prendario. Mi contribución para mejorar la construcción de los KPI's mediante las encuestas de aniversario abarca las siguientes actividades:

- Analizar la base de datos derivada de las encuestas para categorizar a los clientes como Promotores, Neutros o Detractores.
- Definir cuáles de los clientes categorizados como Detractores y Neutros pertenecen al ámbito comercial y recategorizar aquellos que no se ajusten a esta área.
- Identificar cuántos de los clientes Neutros y Detractores son susceptibles de recibir llamadas.
- Realizar llamadas a los clientes con el fin de permitirles expresar sus opiniones y determinar posibles soluciones que se les pueda ofrecer.
- Determinar cuántos de los clientes que son objeto de llamadas expresan conformidad o insatisfacción.

### **3.2. Situación actual**

BAC Credomatic destaca por su posición de liderazgo en el servicio al cliente, focalizándose en ofrecer a sus clientes una óptima experiencia en relación con sus productos. La entidad cuenta con una estructura organizativa delineada mediante "flujos", los cuales segmentan las diversas funciones y operaciones de cada departamento. Para agilizar los procesos requeridos por los clientes y proporcionarles una experiencia memorable con los productos y servicios, es esencial seguir rigurosamente el flujo establecido. Esto se debe a que cualquier error en la entrada de datos u omisión de documentación podría resultar en demoras o incluso la cancelación de la gestión solicitada por el cliente.

Sin embargo, una de las problemáticas recurrentes en el proceso de ingreso de gestiones solicitadas por los clientes radica en la falta de claridad por parte de los oficiales de servicio o del Contact Center respecto a la correcta aplicación de préstamos a cada flujo. En consecuencia, en mi rol de oficial de servicio encargada de gestionar y asignar gestiones, me enfrento con frecuencia a la desafiante tarea de anular y cerrar gestiones debido a la falta de alineación con los flujos de la banca de personas o a la ausencia de la documentación/información requerida.

En consecuencia, la principal problemática que observo en mi rol de profesional de marketing es la ausencia de un manual de procesos y procedimientos que detalle de manera clara a qué flujo corresponde cada préstamo ofrecido por el banco. Este manual debería incluir también el proceso necesario para ingresar cada tipo de gestión, junto con la documentación requerida. La finalidad es simplificar y acelerar el proceso, permitiendo así abordar las necesidades de los clientes en el menor tiempo posible.

### **3.3.Propuesta de mejora**

Con el objetivo de asegurar la continuidad en el cumplimiento de los procedimientos internos dentro del ámbito operativo de BAC, propongo la creación de un manual exhaustivo de procesos y procedimientos específicamente diseñado para el área de fidelización en banca de personas. Este manual detallará cada gestión llevada a cabo en el área, tales como:

- 3.3.1.** la confirmación de saldos proyectados
- 3.3.2.** la rebaja de tasas
- 3.3.3.** la revisión de cuotas
- 3.3.4.** el cambio de cuentas
- 3.3.5.** el paro de intereses
- 3.3.6.** el ingreso de finiquitos
- 3.3.7.** los endosos de seguros de vida y daños

Con el fin de optimizar la eficacia operativa en un plazo temporal mínimo, se propone la creación de un manual integral de procesos y procedimientos para el área de fidelización en banca de personas. Este recurso se concibe con la intención de facilitar un acceso directo y sencillo a las gestiones específicas que se llevan a cabo en la mencionada área, así como a la documentación correspondiente y necesaria para cada procedimiento.

### **3.3.1 Objetivo general de propuesta de mejora**

Proporcionar a los colaboradores del área y a los practicantes una herramienta precisa y detallada que contribuya a la agilidad y eficiencia en la ejecución de tareas y resolución de gestiones.

### **3.3.2 Objetivos específicos de propuesta de mejora**

**3.3.2.1.** Desarrollar un manual exhaustivo que documente de manera precisa y clara cada uno de los procesos y procedimientos relacionados con la fidelización en banca de personas. Este catálogo deberá abarcar gestiones específicas y proporcionando una guía detallada para su ejecución.

**3.3.2.2.** Garantizar que el manual de procesos y procedimientos sea de fácil acceso para los colaboradores del área y los practicantes. Esto implica la implementación de un sistema eficiente de búsqueda, asegurando que los usuarios puedan localizar rápidamente la información relevante para cada gestión y la documentación correspondiente.

**3.3.2.3.** Implementar capacitaciones específicas para los colaboradores del área y practicantes, con el objetivo de asegurar una comprensión completa de los procesos y procedimientos delineados en el manual.



### **3.3.3. Estrategia 1: Desarrollo de Contenido Especializado**

**3.3.3.1.** se llevará a cabo un exhaustivo análisis de las gestiones de préstamos asociadas al ámbito de fidelización en banca de personas. Se emplearán herramientas de investigación de mercado y se recopilarán datos internos para identificar las tendencias, características y requisitos específicos de cada gestión.

**3.3.3.2.** A partir de los resultados obtenidos, se procederá al desarrollo de un contenido especializado que detalle minuciosamente cada uno de los procesos y procedimientos relacionados con las gestiones de préstamos en el área de fidelización. Este contenido se diseñará de manera clara y accesible, utilizando un lenguaje específico del sector financiero para garantizar su relevancia.

### **3.3.4 Táctica 1: Talleres de elaboración de contenido**

Organizar talleres de trabajo con el equipo de practicantes y colaboradores del área para elaborar de manera colaborativa el contenido del manual. Estos talleres permitirán identificar casos prácticos, ejemplos y mejores prácticas que enriquecerán el catálogo de procesos.

### **3.3.5 Estrategia 2: Implementación del manual a la plataforma de gestión de talento de BAC**

**3.3.5.1.** Esta estrategia se centra en la integración del manual de procesos y procedimientos en la plataforma en línea dedicada a la gestión de talento y conocimiento de BAC. Se aprovecharán las capacidades tecnológicas de la plataforma para alojar el contenido de manera organizada y accesible.

**3.3.5.2.** Se llevará a cabo una optimización de palabras clave específicas del sector bancario y de fidelización para facilitar la búsqueda y la rápida localización de la información. Esto incluirá la identificación de términos relevantes que los colaboradores suelen utilizar al buscar información relacionada con procesos y procedimientos.

**3.3.5.3.** La plataforma se vinculará con herramientas de búsqueda interna avanzada, permitiendo a los usuarios realizar consultas específicas y obtener resultados precisos. Esto facilitará la localización instantánea de información relevante, mejorando la eficiencia en la búsqueda de procesos y procedimientos.

### **3.3.6 Táctica 2: Capacitación en el acceso al manual de procesos y procedimientos.**

Ofrecer sesiones de capacitación a los colaboradores del área y practicantes sobre el uso efectivo de la plataforma. Esto incluirá la navegación, búsqueda avanzada y otras funcionalidades que aseguren un acceso ágil y eficaz a la información contenida en el manual. Esto enfocado principalmente en aquellos colaboradores y practicantes que recién se integren al área de fidelización.

### **3.3.7 Estrategia 3: Desarrollo de Materiales de Formación Interactivos**

**3.3.7.1.** Esta estrategia se enfoca en la creación de materiales de formación interactivos como una herramienta clave de mercadotecnia interna. Se utilizarán videos explicativos y simulaciones dinámicas para comunicar de manera efectiva los procesos y procedimientos descritos en el manual.

**3.3.7.2.** Se implementará una narrativa atractiva y alineada con la identidad de la marca de BAC en todos los materiales interactivos. Esto contribuirá a crear una conexión emocional con los colaboradores, fortaleciendo su identificación con los procesos y procedimientos, y generando un mayor impacto en la retención de información.

### **3.3.8 Táctica 3: Capacitaciones de formación personalizadas**

Realizar sesiones de formación personalizadas para el personal del área impartidas por el coordinador/subcoordinador encargado (también se puede contar con el apoyo del oficial de servicios), utilizando los materiales interactivos desarrollados. Estas sesiones permitirán una comprensión profunda de cada gestión y fomentarán la participación activa, garantizando la asimilación efectiva del conocimiento. Incluso utilizando premios como incentivos para que los colaboradores den un mayor esfuerzo por aprender acerca del manual de procesos y procedimientos.

### **3.4. Impacto de la propuesta de mejora**

#### **3.4.1 Impacto en la empresa**

Establecer un manual detallado de procesos y procedimientos a través del desarrollo de contenido especializado permitirá una mayor estandarización y eficiencia en las operaciones relacionadas con la fidelización en banca de personas. La colaboración en talleres enriquecerá este manual con casos prácticos, ejemplos y mejores prácticas, fortaleciendo la calidad de los procesos implementados.

Además, la estrategia de desarrollo de materiales de formación interactivos, junto con las sesiones de formación personalizadas, impactará positivamente en la capacitación y comprensión del personal. Los videos explicativos y simulaciones dinámicas mejorarán la retención del contenido, y las sesiones personalizadas garantizarán una comprensión profunda de las gestiones específicas, contribuyendo así a la mejora general de las habilidades y conocimientos del personal.

Por otro lado, la estandarización y eficiencia operativa derivada de estas estrategias y tácticas contribuirán directamente a una mejora en la experiencia del cliente. Así como la capacitación efectiva del personal permitirá una atención más informada y eficiente, brindando a los clientes respuestas rápidas y soluciones efectivas.

Finalmente, la implementación exitosa de estas estrategias promoverá una cultura organizacional orientada a la mejora continua, la eficiencia y la excelencia en el servicio al cliente. La colaboración en talleres y las sesiones personalizadas reforzarán el compromiso del personal con la calidad y la adopción proactiva de las mejores prácticas.

### **3.4.2 Impacto en la empresa en función al tiempo**

Se establece un plazo de un mes para llevar a cabo el desarrollo, implementación y capacitación del manual de procesos y procedimientos en el área de fidelización de BAC. Dada la naturaleza diaria de las gestiones en dicha área, el análisis e investigación requeridos para cada flujo se anticipa como un proceso eficiente que puede completarse en una semana. Esta ventana de tiempo permitirá la elaboración de un plan detallado y claro para la implementación exitosa.

Considerando que BAC ya dispone de una plataforma específicamente diseñada para el talento humano, la integración del manual en dicha plataforma se facilitará, optimizando así la accesibilidad para los colaboradores. Este enfoque aprovecha la infraestructura tecnológica existente, acelerando la implementación y asegurando una integración coherente con las herramientas ya en uso.

Se prevé la realización de una capacitación masiva para el área, la cual abordará tanto el uso del manual como la manera de acceder a él a través de la plataforma existente. Esta sesión colectiva permitirá una comprensión uniforme de los procesos y procedimientos entre los colaboradores. Además, se asignará la responsabilidad individual a cada colaborador de estudiar el manual de forma detallada con el objetivo de mejorar la atención al cliente en el menor tiempo posible.

### 3.4.3 Impacto en la empresa en función al dinero

“la relación costo-beneficio resulta de tomar los ingresos y egresos netos presentes en el estado de resultados y determinar el beneficio por cada peso invertido en el proyecto.” (Ibañez, 1989)

<b>COSTO-BENEFICIO</b>	
<b>Costo de investigación y desarrollo del manual de procesos y procedimientos (elaborado por el oficial de servicios)</b>	\$170
<b>Costo de implementación a la plataforma en línea</b>	\$70
<b>Costo de producción de materiales interactivos</b>	\$300
<b>Costo de capacitaciones personalizadas (por subcoordinador durante horas laborales)</b>	\$200
<b>Total</b>	<b>\$740</b>

**Tabla 1** *COSTO-BENEFICIO*

**Fuente:** *elaboración propia*

#### **3.4.4 Posibles beneficios**

- La estandarización y claridad en los procesos y procedimientos permitirá una ejecución más eficiente de las tareas diarias, reduciendo las anulaciones y cancelaciones de gestiones por falta de conocimiento y optimizando los recursos operativos.
- La capacitación efectiva del personal resultará en una atención al cliente más informada y ágil, generando una experiencia positiva para los clientes al recibir respuestas rápidas y soluciones efectivas.
- La colaboración en talleres con expertos en procesos bancarios y fidelización permitirá la incorporación de las mejores prácticas del sector, asegurando que BAC opere de acuerdo con estándares de excelencia.

#### **3.4.5 Efectos deseados y no deseados**

Principalmente, entre los resultados deseados se destaca la prioridad de abordar de manera inmediata las necesidades de los clientes, al mismo tiempo que se busca reducir significativamente la incidencia de errores relacionados con el ingreso de gestiones. Asimismo, se tiene la intención de que el personal adquiera un conocimiento directo y exhaustivo de cada gestión, así como de su correspondiente flujo establecido. En términos de efectos no deseados, se contempla la posibilidad de que los colaboradores desatiendan el manual de procesos y procedimientos, circunstancia que podría obstaculizar el avance de las mejoras implementadas.

## Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

### 4.1 Conclusiones

**4.1.1.** La experiencia de once semanas en Bac Credomatic no solo le proporcionó a la practicante una comprensión profunda del área operativa y de negocios de una institución financiera, sino que también le permitió aplicar con éxito los principios fundamentales de la mercadotecnia para fidelizar y retener a los clientes, contribuyendo así al crecimiento sostenible de la organización.

**4.1.2.** Durante su tiempo en Bac Credomatic, demostró habilidades analíticas excepcionales al examinar detalladamente los datos del comportamiento del cliente en relación con los cambios internos en la institución, lo que resultó en la implementación de iniciativas específicas dirigidas a fortalecer la experiencia de clientes existentes con el banco. Esta aproximación proactiva no solo evidenció su comprensión del valor de la fidelización del cliente en la industria bancaria, sino también su capacidad para adaptar y aplicar los conocimientos adquiridos en la academia a situaciones empresariales concretas.

**4.1.3.** La interacción constante con distintas áreas operativas dentro de la institución financiera le proporcionó una visión integral de los procesos internos, permitiéndole entender la importancia de la sinergia entre los diversos departamentos para alcanzar los objetivos organizacionales. Su participación activa en la identificación de oportunidades de mejora en los procesos operativos y en la implementación de soluciones efectivas destacó su compromiso con la eficiencia y la excelencia operativa.



## **4.2 Recomendaciones**

### **4.2.1. Empresa**

**4.2.1.1.** La primera recomendación se centra en la necesidad de desarrollar manuales o guías detalladas que especifiquen claramente las actividades correspondientes a cada área de la institución. El propósito de esta sugerencia es optimizar el proceso de entrenamiento para nuevos colaboradores, minimizando la dependencia constante de subcoordinadores o gerentes para aclaraciones. Se argumenta que la creación de recursos documentales estructurados facilitaría la transición del personal y contribuiría a la eficacia operativa.

**4.2.1.2.** En cuanto a la gestión de llamadas de calidad, se propone utilizar las bases de datos de las agencias y la plataforma EC para registrar de manera exhaustiva los motivos y observaciones de las llamadas, especialmente en situaciones como pagos del RAP y pagos anticipados. Se destaca la identificación de un patrón en el que los clientes expresan molestias al ser consultados repetidamente con las mismas preguntas, incluso al realizar gestiones distintas. La sugerencia busca mejorar la personalización de las interacciones y, por ende, la satisfacción del cliente.

**4.2.1.3.** La tercera recomendación aborda la importancia de enviar correos de seguimiento a los clientes una vez que se ha resuelto satisfactoriamente su gestión solicitada. Se argumenta que muchos clientes carecen de información detallada sobre el proceso posterior a la solicitud y desconocen las etapas subsiguientes. El envío de correos de seguimiento se presenta como una solución práctica para informar a los clientes sobre la progresión de sus gestiones y las acciones

que aún deben completar, contribuyendo así a una comunicación transparente y una experiencia de servicio más completa.

#### **4.2.2. UNITEC**

**4.2.2.1.** Se sugiere que la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) explore y desarrolle áreas más especializadas dentro de la carrera de Mercadotecnia. Reconociendo la amplitud de la disciplina, se propone la implementación de enfoques más detallados en los distintos sectores accesibles a la mercadotecnia. Este enfoque permitirá a los estudiantes adquirir conocimientos especializados y adaptar sus habilidades a las demandas específicas de la industria, garantizando una formación más completa y alineada con las expectativas del mercado laboral.

**4.2.2.2.** Se considera necesario mejorar y actualizar los contenidos relacionados con la gerencia financiera, especialmente enfocados en el ámbito operativo y de negocios de las entidades bancarias. Los estudiantes de mercadotecnia deben poseer un entendimiento profundo de la gestión financiera, no solo desde la perspectiva teórica, sino también mediante ejemplos y casos prácticos actuales. La incorporación de lecciones que reflejen la realidad del entorno empresarial actual permitirá a los futuros profesionales enfrentarse a los desafíos financieros con un enfoque más actualizado y aplicado.

**4.2.2.3.** Se recomienda la implementación de talleres específicos para el desarrollo de habilidades blandas fundamentales en el ámbito de la mercadotecnia. Estas actividades podrían incluir prácticas como hablar en público, realizar exposiciones efectivas, análisis de tablas dinámicas, creación de KPIs relevantes y la interacción efectiva con clientes de manera personal. Estas habilidades son esenciales para el éxito en el campo de la mercadotecnia, donde la comunicación efectiva y la capacidad de trabajar con diversos stakeholders son cruciales. La integración de estos talleres en el plan de estudios fortalecerá la preparación integral de los estudiantes y mejorará su capacidad para enfrentar los desafíos del mundo laboral.

### **4.2.3. Futuros estudiantes**

**4.2.3.1.** Se recomienda que los estudiantes de mercadotecnia dediquen una atención significativa a las materias relacionadas con la investigación de mercados y la creación y análisis de bases de datos. La habilidad para mantener registros precisos de clientes es fundamental en el entorno empresarial, ya que sirve como base para la identificación de KPIs y la identificación de áreas de mejora. La comprensión profunda de estas disciplinas permitirá a los futuros profesionales tomar decisiones fundamentadas basadas en datos, contribuyendo así al éxito y crecimiento de las empresas en las que se desempeñen.

“La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados

especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones”. (Malhotra, 2008)

**4.2.3.2.** Se destaca la importancia de adquirir habilidades avanzadas en el manejo de herramientas informáticas esenciales como Excel y Word, así como un conocimiento sólido de las normas APA. En el mundo laboral actual, estas habilidades son consideradas indispensables para la ejecución eficiente de tareas cotidianas. Además, el manejo experto de gráficas y tablas dinámicas potenciará la capacidad de los estudiantes para comunicar datos de manera clara y efectiva, agregando un valor significativo a su contribución en entornos profesionales.

**4.2.3.3.** Se aconseja a los estudiantes de mercadotecnia que adopten una actitud proactiva hacia el aprendizaje continuo y la exploración de nuevas áreas. La versatilidad y la disposición para ampliar su conjunto de habilidades les permitirá maximizar su conocimiento y descubrir nuevas fortalezas y oportunidades. La capacidad para adaptarse a entornos cambiantes y abrazar nuevas áreas de conocimiento no solo enriquecerá su perfil profesional, sino que también les brindará las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos emergentes en el mundo empresarial, logrando así resultados sobresalientes en sus carreras.

## Bibliografía

BAC Credomatic. (s.f.). *Información de productos y servicios*. Obtenido de BAC Credomatic:  
[https://www.baccredomatic.com/es-hn/servicios-en-linea/productsServices?utm\\_source=whatsapp](https://www.baccredomatic.com/es-hn/servicios-en-linea/productsServices?utm_source=whatsapp)

BAC Credomatic. (s.f.). *Propósito y Valores*. Obtenido de BAC Credomatic:  
<https://www.baccredomatic.com/nuestra-empresa/proposito-y-valores>

BAC Credomatic. (s.f.). *Sobre nosotros: Nuestra Historia*. Obtenido de BAC Credomatic:  
<https://www.baccredomatic.com/es-hn/nuestra-empresa/sobre-nosotros>

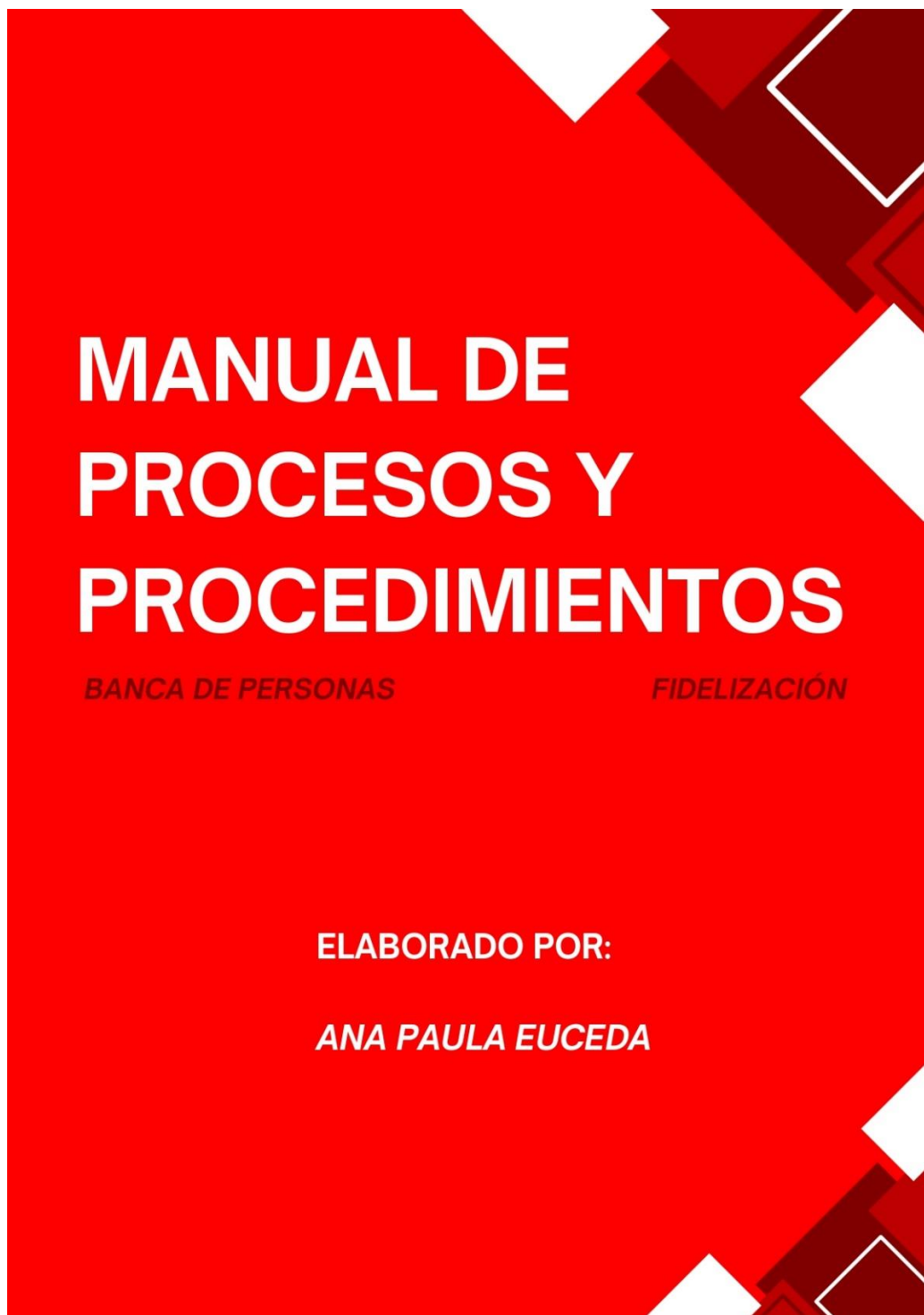
Ibañez, E. (1989). Introducción al análisis costo-beneficio. En E. Ibañez, *Introducción al análisis costo-beneficio* (pág. 312). MINISTERIO DE HACIENDA. CENTRO DE PUBLICACIONES.

Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados. En N. K. Malhotra. Mexico: Pearson.

Tecoloco Honduras. (s.f.). *BAC INTERNATIONAL BANK*. Obtenido de Tecoloco Honduras:  
[https://www.tecoloco.com.hn/empresas-destacadas/trabajos-en-bac-international-bank\\_2041.aspx](https://www.tecoloco.com.hn/empresas-destacadas/trabajos-en-bac-international-bank_2041.aspx)

## Anexos

### Anexo 2 Manual de procesos y procedimientos



# Tabla de *Contenido*

1. **Introducción**
2. **Objetivo**
3. **Descripción del Cargo**
4. **Ingreso de gestiones EC**
5. **Revisión constancias nuevas saldos proyectados TGU**
6. **Asignación constancias saldos proyectados SPS**
7. **Asignación retención**
8. **Ingreso Avances de obra**
9. **Plan semanal**
10. **Script confirmación saldos proyectados**
11. **Script Pagos anticipados**

# Introducción

**Bienvenido al Manual de Procesos y Procedimientos para Oficiales de Servicios en el área de Fidelización de Banca de Personas de BAC Credomatic. Este documento se ha diseñado con el firme propósito de proporcionar una guía detallada sobre las actividades diarias que llevarán a cabo los oficiales en su labor diaria, con el objetivo primordial de optimizar procesos, reducir tiempos de espera y minimizar reprocesos.**

**Reconocemos la importancia de contar con un equipo altamente capacitado y comprometido. Por esta razón, este manual no solo detalla las tareas diarias, sino que también sirve como un recurso integral de capacitación. Al proporcionar una guía clara y concisa, pretendemos fomentar la excelencia en el desempeño de cada oficial, asegurando que cuenten con los conocimientos necesarios para ejercer su mejor esfuerzo en cada interacción con nuestros clientes.**



# Objetivo

**El propósito fundamental de este manual es servir como herramienta esencial para agilizar y perfeccionar el desempeño diario de los oficiales de servicios en el área de fidelización. La meta es clara: mejorar la eficiencia operativa, reducir los tiempos de espera para nuestros clientes y mitigar cualquier posibilidad de reproceso.**

**A través de la comprensión y aplicación rigurosa de los procesos y procedimientos detallados en este manual, buscamos garantizar una experiencia óptima para nuestros clientes y reforzar la excelencia en el servicio que caracteriza a BAC Credomatic.**

# Descripción de *Cargo*

A continuación, se detallan las actividades y responsabilidades sujetas al cargo de *Oficial de Servicios - Banca de Personas*:

1. Administración de plataformas relacionadas con canales de atención (Engagement, Siebel y LivePerson)
2. Colaborar en la experiencia del cliente, por medio de la atención, telefónicamente, o electrónicamente a todos aquellos clientes, siguiendo el protocolo establecido por el banco.
3. Monitorear el flujo de todas las gestiones de Banca personas con el área de internacional.
4. Realizar análisis a profundidad y relacional de las Quejas, Soluciones y sugerencias.
5. Enlace de banca de personas con el área de Internacional.
6. Completar la documentación sobre los requisitos de los préstamos hipotecarios y prendarios de los clientes para subir expediente en CBP para su respectivo análisis y revisión de créditos y formalización.
7. Presentar estatus sobre los casos que se están atendiendo y el apoyo que se requiera para el desembolso de estos al supervisor, así como reportes de colocación mensual.
8. Gestión y atención de la bandeja de constancia de saldos proyectados, zona centro y norte.
9. Emisión de carta de compromiso de liberación de hipoteca.
10. Gestión y asignación de oportunidades de formulario web, zona centro y norte (ventas digitales).
11. Ingreso de gestiones de seguros, rebajas, constancia de saldos de trámite de préstamos Hipotecarios y Prendarios.
12. Cierre de ciclo de clientes de iniciativas CX, llamando y gestionando algún trámite pendiente.
13. Elaboración de expedientes de préstamos Hipotecarios y Prendarios.
14. Validación de pagos anticipados de préstamo, zona centro y norte.
15. Coordinar e ingresar avances de obra
16. Llevar el reporte de gestiones en engagement y mandar actualización al equipo

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación de detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## Rebaja de Tasa

<b>Canal</b>	<b>Fuente</b>
Banca de Personas	Cuentas y servicios
<b>Producto</b>	<b>Nombre de la gestión</b>
Préstamo personal	Mantenimiento de servicio
<b>Categoría</b>	<b>Cuenta financiera</b>
Solicitudes	Préstamo: XXXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b>	
<input type="text"/>	
<input type="checkbox"/>	¿Requiere información adicional?
<b>Comentarios (opcional)</b>	
Buen día, Su ayuda con rebaja de tasa al XX% del préstamo no. XXXXX, tasa máxima XX%. (Hacer recalcule de cuota con la tasa nueva) Se adjunta VB.	
Adjuntar VB o Matriz	

## Confirmación de Saldos Projectados

<b>Canal</b>	<b>Fuente</b>
Banca de Personas	Crédito hipotecario
<b>Producto</b>	<b>Nombre de la gestión</b>
Préstamo personal	Confirmación saldos proyectados
<b>Categoría</b>	<b>Cuenta financiera</b>
Solicitudes	Préstamo: XXXXXXXXXXXXX
<input type="checkbox"/>	¿Requiere información adicional?
<b>Area Responsable</b>	
Operaciones Tegucigalpa	
<b>Comentarios (opcional)</b>	
Buen día, Su ayuda con saldos proyectados al X/X/XXXX para préstamo no. XXXXXXX. Motivo: XXXXXXX.	

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación se detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## Revisión de cuota

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Cuentas y servicios
<b>Producto</b> Préstamo personal	<b>Nombre de la gestión</b> Mantenimiento de servicio
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> Préstamo: XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Hola, buen día Su ayuda, cliente solicita revisión de cuota, que se mantenga la misma que se formalizó en plan de pagos original. Préstamo No. XXXXXXXX Se adjunta solicitud del cliente.	
Adjuntar solicitud de cliente	

## VB por endoso de seguro de vida

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Crédito hipotecario
<b>Producto</b> Seguros	<b>Nombre de la gestión</b> Inclusión Seguro
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Hola, buen día Su ayuda con endoso de seguro de vida. Se adjunta documentación requerida.	
Adjuntar documentación requerida	

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación se detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## VB por endoso de seguro de daños

<b>Canal</b>	<b>Fuente</b>
Banca de Personas	Crédito hipotecario
<b>Producto</b>	<b>Nombre de la gestión</b>
Seguros	Inclusión Seguro
<b>Categoría</b>	<b>Cuenta financiera</b>
Solicitudes	XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b>	
<input type="checkbox"/>	¿Requiere Información adicional?
<b>Comentarios (opcional)</b>	
Hola, buen día Su ayuda con VB endoso de seguro de daños. Se adjunta documentación requerida.	
<b>Adjuntar documentación requerida</b>	

## Paro de intereses

<b>Canal</b>	<b>Fuente</b>
Banca de Personas	Crédito Hipotecario
<b>Producto</b>	<b>Nombre de la gestión</b>
Préstamo personal	Mantenimiento de servicio
<b>Categoría</b>	<b>Cuenta financiera</b>
Solicitudes	Préstamo: XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b>	
<input type="checkbox"/>	¿Requiere información adicional?
<b>Comentarios (opcional)</b>	
Buen día, su ayuda con paro de intereses de préstamo #XXXXXXXX Paro de intereses del XX al XX de (mes) Se adjunta VB. Saludos.	
<b>Adjuntar VB</b>	

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación se detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## Cambio de cuenta

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Cuentas y servicios
<b>Producto</b> Préstamo Personal	<b>Nombre de la gestión</b> Mantenimiento de Servicio
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Hola Buen día Su ayuda con cambio de cuenta de debito por pagos mensuales del préstamo #XXXXXXXXXX Cambio de cuenta a #XXXXXXXXXXXX Se adjunto documentación requerida.	
<b>Adjuntar documentación requerida</b>	

## Revisión de póliza (Vigencia)

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Crédito Hipotecario
<b>Producto</b> Seguros	<b>Nombre de la gestión</b> Gestiones Seguros
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> Préstamo: XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Buenas tardes Su ayuda con la confirmación de póliza de daños vigente, favor indicar el monto, y la vigencia. Préstamo no. XXXXXXXXXXXX Adjunto informe ejecutivo y avalúo.	
<b>Adjuntar informe ejecutivo y avalúo</b>	

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación se detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## Finiquito

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Cuentas y Servicios
<b>Producto</b> Préstamo personal	<b>Nombre de la gestión</b> Emisión y Entrega de finiquito
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> Préstamo: XXXXXXXXXXXX
<b>Area Responsable</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Buenas tardes Su ayuda con emisión de finiquito, préstamo #XXXXXX (tipo de préstamo).	

## Vigencia de endoso

<b>Canal</b> Banca de Personas	<b>Fuente</b> Crédito Hipotecario
<b>Producto</b> Seguros	<b>Nombre de la gestión</b> Consulta Vigencia Endoso
<b>Categoría</b> Solicitudes	<b>Cuenta financiera</b> XXXXXXXXXXXX
<b>Otro email</b> <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b> Hola, Buen día Su ayuda con vigencia de endoso vinculado a préstamo #xxxxxxxx Se adjunta Avaluo, Informe ejecutivo, y DNI	
<b>Adjuntar documentación requerida</b>	

# Ingreso de *Gestiones EC*

A continuación se detallan los pasos a completar para ingresar gestiones a EC:

## Anulación de cheque

<b>Canal</b>	<b>Fuente</b>
<input type="text" value="Banca de Personas"/>	<input type="text" value="Cuentas y servicios"/>
<b>Producto</b>	<b>Nombre de la gestión</b>
<input type="text" value="Préstamo Personal"/>	<input type="text" value="Reversión anulación cheque"/>
<b>Categoría</b>	<b>Cuenta financiera</b>
<input type="text" value="Solicitudes"/>	<input type="text" value="XXXXXXXXXXXX"/>
<b>Área Responsable</b>	
<input type="text" value="Operaciones Tegucigalpa"/>	
<input type="checkbox"/> ¿Requiere información adicional?	
<b>Comentarios (opcional)</b>	
<input type="text" value="Hola Buen día&lt;br/&gt;Su ayuda con anulación de cheque y nueva instrucción de desembolso a la&lt;br/&gt;cuenta interna de BAC #XXXXXXXX&lt;br/&gt;se adjunta VB y cheque"/>	
<b>Adjuntar documentación requerida</b>	



# Revisión Constancias nuevas *Saldos Proyectados* TGU

A continuación, se detallan los pasos a seguir para pasar las constancias nuevas de saldos proyectados del área de Operaciones Tegucigalpa:

1. Ingresar a EC > Espacio de trabajo > Solicitudes de servicio > 1 confirmaciones saldos nuevos

**CONFIDENTIAL**

2. Ingresar en el número de referencia

**CONFIDENTIAL**

3. Cambiar estado: *En curso* > cambiar comité: *AUF-Atendiéndose* > Guardar > Guardar y cerrar

**CONFIDENTIAL**

4. Solicitudes de servicio > 2 confirmaciones de saldos atendiéndose

**CONFIDENTIAL**

5. Ingresar en el número de referencia

**CONFIDENTIAL**

6. Formulario web > buscar no. préstamo en AS 400 para verificar si el préstamo pertenece al flujo de Banca de Personas (Prendario/Hipotecario). **En caso de que no pertenezca al flujo ir al paso 11**

**CONFIDENTIAL**

7. Llamar al cliente para verificar el motivo por el cual solicitó la constancia

**CONFIDENTIAL**

\*\*Si es un *trámite interno BAC* o *siniestralidad* entrar a ítem **actividades**, agregar comentario (**Guardar y cerrar**) y cambiar la etapa de comité de *AUF-Atendiéndose* a *AUF-verificación*. (**No hay necesidad de llamar a cliente**)

\*\*Si es un *traslado de Hipoteca, venta de garantía, cancelación de préstamo* o *trámite personal* **llamar a cliente** para confirmar el motivo de la solicitud de constancia.

\*\*Si el cliente se *traslada a otra institución* ingresarlo al **form de retención** y mencionar en la llamada que un ejecutivo se estará contactando con él.

8. **Actividades > Contacto Cliente**

**CONFIDENTIAL**

9. En el área de comentario documentar *fecha, número de préstamo y motivo de la constancia* > Cambiar estado: *Completa* > Guardar y Cerrar

**CONFIDENTIAL**

10. Resumen > Cambiar comité: *AUF-Verificación* > Guardar y cerrar

**CONFIDENTIAL**

En Caso de que el préstamo no pertenezca al flujo de banca de personas:

11. Cambiar estado: *Resuelta*

**CONFIDENTIAL**

12. Sección inferior de la página > Resultado: *Anulado* > Código de resolución: *no aplica* > Agregar descripción indicando la *razón de la resolución* > guardar y cerrar

**CONFIDENTIAL**

# Asignación constancias *saldos proyectado SPS*

A continuación, se detallan los pasos a seguir para la asignación de constancias de saldos proyectados para el área de Operaciones San Pedro Sula:

1. Ingresar a EC > Espacio de trabajo > Solicitudes de servicio > 1 confirmaciones saldos nuevos



2. Mostrar filtros > Área Responsable > Operaciones SPS > Ocultar filtros



3. Ingresar en el número de referencia

**CONFIDENTIAL**

4. Formulario web > buscar no. préstamo en AS 400 para verificar si el préstamo pertenece al flujo de Banca de Personas (Prendario/Hipotecario). **En caso de que no pertenezca al flujo ir al paso 7.**

**CONFIDENTIAL**

5. Resumen > Cambiar estado: *En curso* > cambiar comité: *AUF-Atendiéndose* > Guardar

**CONFIDENTIAL**

6. Propietario: asignar encargado de SPS (*Jennifer Romero/Karen Valle*) > Guardar y cerrar

**CONFIDENTIAL**

En Caso de que el préstamo no pertenezca al flujo de banca de personas:

7. Cambiar estado: Resuelta

**CONFIDENTIAL**

8. Sección inferior de la página > Resultado: *Anulado* > Código de resolución: *no aplica* > Agregar descripción indicando la *razón de la resolución* > guardar y cerrar

**CONFIDENTIAL**



# Asignación *Retención*

A continuación, se detallan los pasos a seguir para la asignación de Retención:

1. Ingresar a EC > Espacio de trabajo > Solicitudes de servicio > 3 Forms Retención



2. Ingresar en el número de referencia



# Asignación *Retención*

A continuación, se detallan los pasos a seguir para la asignación de Retención:

3. Formulario web > Verificar la zona en la que pertenece la retención (*Banca de Personas SPS o Banca de Personas TGU*)

**CONFIDENTIAL**

4- Resumen > Cambiar estado: *En curso* > cambiar comité: *AUF-Atendiéndose* > Guardar

**CONFIDENTIAL**

# Asignación *Retención*

A continuación, se detallan los pasos a seguir para la asignación de Retención:

5. Propietario: asignar encargado según la zona > Guardar y Cerrar

Banca de Personas SPS: *Karen Valle/Jennifer Romero*

Banca de Personas TGU: *Vilda Vargas/Vilma Meza/Elbia Matus/Yeni Espinal*

**CONFIDENTIAL**

# Ingreso *Avance de Obra*

A continuación, se presenta el lineamiento establecido para completar una solicitud de Avance de Obra, detallando los pasos a cumplir para obtener la aprobación del desembolso.



**Cliente**

Cliente solicita Inspección por Avance de Obra por cualquier medio físico o digital.



**Ejecutivo**

El ejecutivo responderá al cliente, informándole que gestionará la solicitud con el ingeniero y le indicará que debe realizar el pago directamente con el ingeniero.



**Ejecutivo**

El ejecutivo deberá solicitar por correo electrónico la inspección al Ingeniero, proporcionándole la dirección del inmueble y los datos de contacto del cliente.



**Ingeniero**

El ingeniero remitirá al ejecutivo el informe de avance de obra vía correo electrónico, una vez haya realizado la inspección.



**Ejecutivo**

El ejecutivo enviará el informe de avance de obra al Cliente vía correo electrónico, solicitando su visto bueno.



**Cliente**

El Cliente deberá enviar por correo electrónico su visto bueno, indicando que está de acuerdo con el Avance y desea que se continúe el proceso.

# Ingreso *Avance de Obra*

Ejemplos de conversación entre *cliente-ejecutivo-ingeniero* vía correo electrónico:

## 1. Cliente Realiza Solicitud

Hola XXX , es un gusto saludarla, espero se encuentre bien.

Por este medio solicito programación de visita para realizar **INSPECCIÓN, AVANCE PROYECTO CONSTRUCCIÓN VIVIENDA** del I desembolso y porcentaje asignado a este mismo, por favor, me indica lo que procede para avanzar con el siguiente desembolso, quedo atenta a sus indicaciones.

--

Saludos,

XXX

## 2. Respuesta del ejecutivo

Hola, Buenas tardes Sra. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Mucho gusto en saludarle.

En estos momentos, procederé a comunicarme con el ingeniero evaluador para brindarle sus datos de contacto, facilitando así la coordinación de la visita de inspección y la elaboración del informe de avance de obra.

De igual forma, recordándole de realizar el pago correspondiente por el avance de obra, directamente al ingeniero evaluador.

Atentamente.

XXXXXXXXXXXXXX

**Banca de Personas BAC Credomatic**

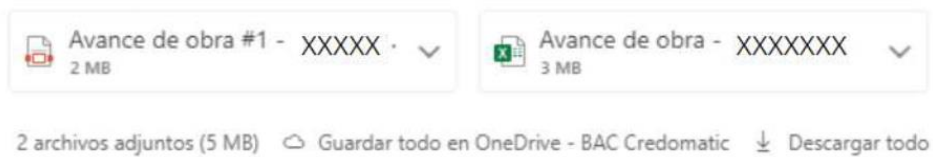
Saludos.



# Ingreso *Avance de Obra*

Ejemplos de conversación entre *cliente-ejecutivo-ingeniero* vía correo electrónico:

## 5. Ejecutivo envía avance de obra a Cliente



Buen día,  
Estimada Sra. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Por este medio le adjunto el informe de avance de obra para su debida validación y autorización para continuar con el proceso del desembolso por el avance.

Atentamente,  
XXXXXXXXXXXX

Saludos.

## 6. Cliente envía VB de avance de obra y autoriza que se continúe el proceso

Hola XXXXX

Estoy totalmente de acuerdo con el Avance de obra, y autorizo para que nos puedan apoyar con el desembolso respectivo

# Plan Semanal

LUNES	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<b>NOTAS: RETENCIÓN</b>	<p>Solicitar actualización de reportes de retención y cancelación de préstamo con Wilian Barahona.</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
MARTES	<p>-Solicitar actualización de reportes de <i>retención y cancelación de prestamos</i></p> <p>-Enviar reporte actualizado de <i>retención</i></p> <p>-Enviar reporte actualizado de <i>pagos del RAP</i></p> <p>-Enviar reporte de cancelación de préstamos a Hernán Cárcamo con copia a Tania Ponce.</p>	<p>La actualización de los reportes se refleja en la carpeta OneDrive SS - retención - Engagement.</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	
MIÉRCOLES	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<b>NOTAS: RETENCIÓN</b>	<p>Enviar correo de reporte de retención actualizado a las ejecutivas:</p> <p><i>Vilda Vargas, Vilma Meza, Yeni Espinal, Elbia Matus, Karen Valle, y Jennifer Romero.</i></p> <p>Copiar a: <i>Hernán Cárcamo, Tania Ponce, y José David Mejía.</i></p> <p>.....</p> <p>.....</p>
JUEVES	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<b>NOTAS: PAGOS RAP</b>	<p>Enviar correo de reporte actualizado de pagos del RAP a:</p> <p><i>Yenni Estephania Avila.</i></p> <p>Con copia a: <i>Hernán Cárcamo, Tania Ponce, David Vasquez, y Jimmy López.</i></p> <p>*Antes de pedir RTE o Cheque, revisar el cliente en AS400 su reciprocidad y comportamiento</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
VIERNES	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		



# Script Confirmación Saldos Proyectados

A continuación, se presenta una guía de script para realizar las llamadas de confirmación de saldos proyectados:

1. Buen día, le saludamos de las oficinas de BAC Credomatic, del Área de Banca de Personas. Le saluda \_\_\_\_\_.

2. ¿Tengo el gusto con el/la Sr./Sra. \_\_\_\_\_?

3. Le llamamos en referencia a su solicitud de una constancia de saldos proyectados para su préstamo hipotecario/auto que tiene con nosotros. Únicamente, para verificar el motivo por el cual realizó la solicitud.

**\*\*Según el comentario del cliente, identificar si el motivo es por venta de garantía, traslado de hipoteca, cancelación de préstamo, o trámite personal.**

**\*\*Si es por traslado de hipoteca, preguntar al cliente el nombre de la institución a la cual se trasladará, la tasa que le ofrecen, y el monto. Mencionarle que un ejecutivo se estará contactando con él para verificar su caso.**

4. Muchas gracias por atender la llamada. Dejaremos adjuntos sus comentarios. Que tenga un buen día.

# Script *pagos anticipados*

A continuación, se presenta una guía de script para realizar las llamadas de pagos anticipados:

1. Buen día, le saludamos de las oficinas de BAC Credomatic, del Área de Banca de Personas. Le saluda \_\_\_\_\_.
  2. ¿Tengo el gusto con el/la Sr./Sra. \_\_\_\_\_?
  3. Le llamamos en relación a la cancelación de su préstamo hipotecario/auto que tiene con nosotros. Únicamente para verificar el motivo por el cual canceló el préstamo y la obtención de los fondos: ya sea por *venta de garantía, traslado de hipoteca, fondos propios, o trámite interno BAC*.
- \*\*Según el comentario del cliente, identificar el motivo y la obtención de los fondos.
4. Muchas gracias por atender la llamada. Dejaremos adjuntos sus comentarios. Que tenga un buen día.

