

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
NÚCLEO DE MONAGAS



**ANÁLISIS DEL FACTOR TECNOLÓGICO EN LOS PROCESOS
FINANCIEROS, ENFOCADO EN LA BANCA COMERCIAL, CASO:
BANCO BANVALOR DE LA CIUDAD DE MATURÍN DEL ESTADO
MONAGAS**

Asesores:

Lcda. Yannelis Barreto

Lcdo. Ángel Parada

Lcdo. Nogue Rodríguez

Realizado por:

Br. Aponte, Ana

CI: 14.063.379

Br. Fernández, Fermari

CI: 15.634.364

**Trabajo de Grado (Modalidad Áreas de Grado). Presentado
como Requisito Parcial para optar al Título de Licenciado en
Contaduría Pública.**

Maturín, Marzo 2006

RESOLUCIÓN

Según el Reglamento de trabajo de grado de la Universidad de Oriente Establece en el Artículo 44 lo siguiente:

“Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad y solo podrán ser utilizados para otros fines, con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, el cual participará al Consejo Universitario”.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
NÚCLEO DE MONAGAS



**ANÁLISIS DEL FACTOR TECNOLÓGICO EN LOS PROCESOS
FINANCIEROS, ENFOCADO EN LA BANCA COMERCIAL, CASO:
BANCO BANVALOR DE LA CIUDAD DE MATURÍN DEL ESTADO
MONAGAS**

Realizado por:
Br. Aponte, Ana
Br. Fernández, Fermari

Aprobado por:

Lcda. Yannelis Barreto
Jurado Principal

Lcdo. Nogue Rodríguez
Jurado Principal

Lcdo. Ángel Parada
Jurado Principal

Maturín, Marzo 2006

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
NÚCLEO DE MONAGAS



**ANÁLISIS DEL FACTOR TECNOLÓGICO EN LOS PROCESOS
FINANCIEROS, ENFOCADO EN LA BANCA COMERCIAL, CASO:
BANCO BANVALOR DE LA CIUDAD DE MATURÍN DEL ESTADO
MONAGAS**

Realizado por:

Br. Aponte Ana
Br, Fernández Fermari

Asesores:

Lcda. Yannelis Barreto
Lcdo. Ángel Parada
Lcdo. Noguel Rodríguez
Maturín, Marzo 2006

RESUMEN.

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general el Análisis del Factor tecnológico en los Procesos Financieros, enfocado en la Banca Comercial del Banco Banvalor. El cual se realizó en la ciudad de Maturín, Estado Monagas, con la finalidad de conocer las innovaciones y las mejoras tecnológicas que emplea el banco en los actuales momentos, las actividades supervisoras y destacar la importancia de los avances tecnológicos de la entidad bancaria. Para esto se realizó una investigación documental y de campo, bajo un nivel descriptivo, en la cual se mantuvo una entrevista directa con el personal en estudio, permitiendo el desarrollo de los objetivos. La población sobre la cual se realizó el estudio está conformada por un total de siete (7) personas. Los datos obtenidos fueron procesados de forma manual y los resultados se presentaron bajo análisis de la información obtenida. Se concluyó que el Banco Banvalor indudablemente para manejar y permanecer en el mercado se hace necesario la implementación de nuevas tecnologías.

UNIVERSITY OF IT GUIDES
SCHOOL OF SOCIAL AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
DEPARTMENT OF PUBLIC ACCOUNTING
NUCLEUS DE MONAGAS



**ANALYSIS OF THE TECHNOLOGICAL FACTOR IN THE FINANCIAL
PROCESSES, FOCUSED IN THE COMMERCIAL BANKING, CASE:
BANK BANVALOR OF THE CITY DE MATURÍN OF THE STATE
MONAGAS**

carried out for:

Br. Aponte Ana
Br, Fernández Fermari

advise:

Lcda. Yannelis Barreto
Lcdo. Ángel Parada
Lcdo. Noguel Rodríguez
Maturín, March 2006

SUMMARY.

The present investigation work, had as general objective the Analysis of the technological Factor in the Financial Processes, focused in the Commercial Banking of the Bank Banvalor. Which was carried out in the city of Maturín, State Monagas, with the purpose of to know the innovations and the technological improvements that it uses the bank in the current moments, the activities supervisoras and to highlight the importance of the technological advances of the bank entity. For this he/she was carried out a documental investigation and of field, under a descriptive level, in which stayed a direct interview with the personnel in study, allowing the development of the objectives. The population on which was carried out the study is conformed by a total of seven (7) people. The obtained data were processed in a manual way and the results were presented low analysis of the obtained information. You concluded that the Bank Banvalor undoubtedly to manage and to remain in the market it becomes necessary the implementation of new technologies

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso quiero dedicarle este triunfo por ser la Energía que habita dentro de mí, por enseñarme a ser fuerte en los embates de la vida y a no desanimarme ante el sufrimiento, y por enseñarme a sonreír ante las dificultades.

A mis padres Beatriz Ordosgoitti y Egill Aponte por orientarme y guiarme siempre en el transcurso de mi vida, por que sin ellos esto no hubiese sido posible, gracias. Que dios los llene de abundancia y sabiduría.

A mis hermanos Mayra, Egill y Yilsi para que de alguna manera sigan mi ejemplo, y aprovechen todas las ocasiones para aprender; el camino es largo y los sueños son muchos, alcance sus metas. Los quiero.

A mi abuela María Ordosgoitti por enseñarme el respeto y el amor a la vida y por ayudarme a conservar siempre vivo el ideal de la felicidad.

A mis sobrinos José Alejandro y Juan Diego por ser ese rayito de luz en mi vida y por que ellos son la esperanza de hoy, y la realidad de mañana. Que Dios los bendiga.

A mis amigos y compañeros de la Áreas de Grado por haber compartido y vivido innumerables experiencias en lo largo de mi vida. Los extrañaré.

Aponte, Ana

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso, por ser mi principal guía y rector, por darme la fuerza y el valor para seguir adelante.

A mi madre Miriam Mata por apoyarme y confiar en mí, ayudándome a seguir adelante para lograr mis metas.

A mi abuela Georgina Salas por enseñarme el respeto y el amor a la vida, y hacia todas las personas que me rodean.

A mi hermano Fernando Fernández para que siga mi ejemplo y que alcance tus metas.

A Jacinta Acosta De Mata “Tía por el sueño que no alcanzaste a ver”.

A mis amigos y compañeros de clases por haber vivido y compartido muchas experiencias en mi vida.

Fernández, Fermari

AGRADECIMIENTO

A Dios Todopoderoso por darnos fe y fuerza para seguir adelante, luchando hasta lograr nuestras metas.

A todos nuestros familiares por ser nuestra fuente y apoyo.

A los profesores que día a día con su esfuerzo nos imparte sus conocimientos para nuestra formación.

A todas aquellas personas que de una u otra forma nos dieron su granito de arena para ser posible una del comienzo de muchas otras metas, a todos mil gracias.

Ana y Fermari.

ÍNDICE GENERAL.

RESOLUCIÓN	ii
RESUMEN.....	iv
SUMMARY.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3. ALCANCE.....	6
1.4. OBJETIVOS.....	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
1.5. DELIMITACIÓN.....	6
1.6. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	7
CAPITULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Evolución histórica de la penetración de nuevas tecnologías en la banca.....	9
2.1.1. Innovación Tecnológica.....	9
2.1.2. Globalización y Desregulación.....	10
2.2. FUNCIONES DE LOS BANCOS.....	11
2.3. LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BANCARIOS:.....	12
2.3.1. Importancia de la Calidad de los Servicios.....	14
2.3.2. Implementación Tecnológica.....	15
2.4. Medios de pago.....	16
2.5. Tarjetas bancarias.....	16
2.5.1. Crédito y Débito.....	17
2.5.1.1. Las Tarjetas de Crédito o Pago Diferido.....	17
2.5.1.2. Las Tarjetas de Débito.....	18
2.5.2. Smart Cards.....	18
2.6. SEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES.....	18
2.6.1. Normas para que una transacción en Internet se considere segura	19
2.6.2. Riesgos de los nuevos Medios de Pago.....	20
2.7. FIRMA ELECTRÓNICA/ FIRMA DIGITAL.....	20
2.8. Dinero electrónico.....	21
2.9. PAGOS A TRAVÉS DEL MÓVIL.....	21
2.10. BANCA POR INTERNET.....	21
2.10.1. Cambios en el Sector.....	22
2.10.2. Nuevas Tecnologías.....	22

2.11. MODELOS DE ANALISIS.....	22
2.11.1. Control Financiero.....	23
2.11.2. Contabilidad.....	24
2.11.3. Tesorería	24
2.11.4. Financiación.....	24
2.11.5. Gestión de riesgo.....	24
2.12. Impacto de Internet.....	25
2.12.1. Internet.....	25
2.12.2. Estrategia para la nueva tecnología.....	25
2.12.3. Las finanzas.....	26
2.13. HISTORIA DEL BANCO BANVALOR.....	26
2.13.1. Misión.	27
2.13.2. Visión.	28
2.13.3. UBICACIÓN.....	28
2.13.4. OBJETIVOS.....	28
2.13.5. PRODUCTOS.....	29
2.14. BANVALOR AHORROS.....	29
2.15. BASES LEGALES	38
CAPÍTULO III.....	41
3. MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.	41
3.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	42
3.2. UNIVERSO O POBLACIÓN.....	43
3.3. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.4. RECURSOS	44
CAPÍTULO IV	46
4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	46
4.1. Importancia del factor Tecnológico del Banco Banvalor, C.A. 46	
4.2. Principales Cambios que Afronta la Banca Comercial, en Maturín Estado Monagas.	49
4.3. Grado de Información presente entre la Banca y los Usuarios del Banca Banvalor.	54
4.4. Tipo de Supervisión que Existe en el Departamento de Finanzas del Banco Banvalor.....	56
CAPÍTULO V	59
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
5.1. Conclusiones.	59
5.2. Recomendaciones:.....	61
BIBLIOGRAFÍA	64

INTRODUCCIÓN

Todas las empresas tienen que plantearse prioridades básicas, en lo que respecta al adiestramiento y la actualización tecnológica, es por ello que debe hacerse énfasis en la gestión financiera en Venezuela para poder delimitar así cuál es su situación actual.

El efectivo ha sido considerado como uno de los agentes económicos de mayor importancia, puesto que además de propiciar la consecución de recursos a través de las inversiones, también representa la capacidad financiera de la empresa para cubrir sus obligaciones inmediatas. Por tal motivo la administración del efectivo constituye una de las labores administrativas de mayor responsabilidad en todas las organizaciones.

Los avances tecnológicos han marcado el desarrollo de la humanidad. El ordenador personal ha supuesto la universalización de la tecnología del procesamiento de la información, pero dicha información procesada ha quedado a menudo aislada en ordenadores que difícilmente podían intercambiarla con otros ordenadores. La gran revolución ha llegado cuando al procesamiento de datos se unen cambios sustanciales en el acceso a la información. Internet facilita el acceso a la información a través de un protocolo y de un lenguaje estándar a nivel mundial (java) unidos a un modem y una línea telefónica lo que está produciendo un auténtico cambio en la economía mundial.

Esta tecnología ha hecho posible un mercado financiero global y digital donde cualquier título en cualquier moneda podría ser negociado en cualquier lugar y en cualquier hora, y dicha negociación podría ser liquidada instantáneamente. No sólo se interponen las regulaciones nacionales; también lo hace estructuras de los propios mercados

financieros, y los intereses competitivos de los diferentes participantes.

Este informe está integrado de la siguiente manera:

- Capítulo I; Planteamiento del Problema, Delimitación, Justificación, Objetivo General, Objetivos Específicos y las Definiciones de Términos.
- Capítulo II; en este capítulo están implícitos las bases teóricas que sirven de base para sustentar la investigación.
- Capítulo III, se definió el marco metodológico que se aplicará para el desarrollo de la investigación.
- -Capítulo IV; se refiere a la presentación y análisis de los datos obtenidos a través de los resultados del estudio realizado durante la investigación.
- -Capítulo V; aquí se darán las conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A mediados del siglo pasado, las empresas se han visto en la necesidad de contar con equipos más capacitados y con un personal mejor preparado, dispuesto a afrontar los diversos desafíos que se puedan presentar, debido a las exigencias del mercado, con el propósito de mantenerse en el medio competitivo.

La evolución de los mercados financieros en todo el mundo, tanto a nivel macroeconómico como sectorial, se caracteriza en particular por la liberación, la eliminación de restricciones y la privatización, variables éstas vinculadas a los procesos de globalización que han generado un aumento de la presión de la competencia para impulsar al sector empresarial hacia una mayor concentración de avances tecnológicos, dicha presión se ha visto intensificada por la regulación del Sistema Financiero Internacional, en la creciente inestabilidad de los flujos financieros y las relevantes crisis ocurridas en los últimos años.

Venezuela no se escapa de esta realidad y particularmente el Sector Bancario, el cual se encuentra enmarcado en un interesante experimento de cambio tecnológico. La Banca es el principal intermediario de fondos del país, ésta emite la mayor parte de los instrumentos representativos del ahorro financiero. Estas instituciones representan la clave del crecimiento económico, ya que están en el negocio de la selección y manejo de riesgos, debiendo asumir la financiación de innovaciones que asocian a la más alta exposición, en una economía generalmente inestable.

Muchos son los cambios que han tenido que afrontar los directivos del Sector Bancario, entre los cuales se mencionan la integración de cajeros automáticos, las tarjetas de crédito y débito, y los más actualizados sistemas de Banca por Internet y el diseño de tarjetas inteligentes. Estos sistemas están en una etapa de implementación y puesta en marcha, dando una respuesta parcial pero eficaz a las presiones del entorno. La razón fundamental es la búsqueda del incremento de la eficiencia de los servicios que presta la banca.

Los practicantes de estos sistemas no tienen que afianzarse en lo negativo, apoyándose en los errores de los demás, sino al contrario preocuparse por mantener un ambiente positivo de apoyo, donde las relaciones sean de confianza y libre de temores, manteniendo el usuario una actitud abierta al aprendizaje, desarrollo y al cambio.

La Banca está compuesta por una serie de estrategias, las cuales son tácticas únicas, cada una con metas distintas, necesidades diferentes, lo cual se debe tener en cuenta a la hora de entender su funcionamiento. Una supervisión eficaz es el elemento unificador en el control gerencial, porque proporciona a los usuarios de la banca el apoyo que necesita para realizar sus actividades cotidianas, estando dispuestos a utilizar el sistema.

En los actuales momentos la práctica supervisora del Banco Banvalor, sucursal Maturín, producto de la competitividad en el auge bancario, amerita que esté actualizada, ya que ésta es una de las herramientas utilizadas para mejorar la productividad de los servicios, como también la efectividad de la Institución. Es por esto, que se ha hecho necesario realizar un análisis para conocer las técnicas de tecnologías mayormente utilizadas, el uso de la comunicación y la motivación como instrumentos que pueden llevar a la banca al alcance de

los objetivos, tanto institucionales como personales.

1.2. JUSTIFICACIÓN.

La economía venezolana ha venido sufriendo cambios estructurales profundos, producto entre otras cosas, de problemas socio económico y político, una apertura económica, aunado a un flujo de capital internacional que exige que el sistema bancario venezolano se incorpore a los procesos de globalización que han incrementado en las últimas décadas.

Estos factores han causado cambios determinantes en el sistema bancario, llevando a estas instituciones a la aplicación de nuevas tecnologías, como mecanismo de defensa para generar mayor solidez, fortalecer las estructuras financieras e incrementar la competitividad en los negocios.

En el Banco Banvalor, se observó algunas deficiencias en lo que se refiere al manejo de estas tecnologías, lo que requirió una indagación con mayor profundidad. En virtud de ello surge la necesidad de llevar a cabo una investigación que permita analizar todo el proceso financiero que se lleve a cabo en la institución en estudio.

La obtención de la información resultó ser un proceso lento y algo complicado, debido a que hay informaciones que se consideran privadas, como es el caso del proceso tecnológico-financiero de la entidad en estudio. La información nos fue negada por considerarla inquisición interna y propia de la Institución.

1.3. ALCANCE.

La presente investigación estuvo dirigida al estudio del factor tecnológico como respuesta a la dinámica bancaria. Considerando las condiciones cambiantes del mercado, que han forzado a las instituciones bancarias a la actualización e implementación de nuevas tecnologías. El estudio fue enfocado al Caso Banco Banvalor ubicado al final de la Av. La Paz con cruce Raúl Leoni Edificios Seguro Banvalor en la Ciudad de Maturín, del Estado Monagas.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Analizar el factor tecnológico en los procesos financieros, enfocada en la Banca Comercial, caso Banco Banvalor de la ciudad de Maturín del Estado Monagas.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer la importancia del factor tecnológico en el Banco Banvalor.
- Determinar los principales cambios que afronta la Banca Comercial, en Maturín Estado Monagas.
- Identificar el grado de información presente entre la banca y los usuarios del Banco Banvalor.
- Detectar el tipo de supervisión que existe en el Departamento de Finanzas en el Banco Banvalor.

1.5. DELIMITACIÓN

Es muy trascendental para una entidad bancaria, la existencia de usuarios realmente capacitados para el uso de estas funciones, para ello resulta necesario analizar los avances tecnológicos en la banca

comercial, específicamente del Banco Banvalor en el Municipio Maturín del Estado Monagas.

1.6. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Tecnología:

Estudio o actualización de los medios, de las técnicas y de los procesos empleados en las diferentes rama de la industria.

Banca:

Entidad financiera dedicada habitualmente a recibir del público una forma de depósito u otro concepto, fondos que utilizan por cuenta propia en operaciones de descuentos, préstamos, cambios, de crédito y financieras.

Banca Comercial:

Organización autorizada por el inspector de la moneda del Banco Nacional o por el Gobierno, dedicada al establecimiento de créditos comerciales y depósitos a la vista.

Internet:

Es una red que conecta miles de ordenadores en todo el mundo, este sistema permite acceder, desde cualquier lugar, a los sistemas de información en cuestión de minutos y con el único gasto de conexión telefónica (www.google.com).

Conexión Web:

Es el libro que contiene una información determinada, desde los artículos de una revista hasta la última versión de un programa de antivirus, los datos pueden ser simplemente consultados; pero también suelen estar disponibles para ser usados por un navegador (www.google.com).

Banca por Internet:

Es el conjunto de herramientas tecnológicas que ofrece una entidad financiera para que sus clientes realicen operaciones bancarias a través de la computadora (www.google.com).

Cheques:

Son los documentos mediante los cuales los depositarios movilizan el efectivo, de que disponen en una cuenta corriente (Estévez José, 1998).

Documento:

Cualquier cosa impresa, descrita o almacenada en un ordenador, en la que se confía para registrar o probar algo. (Robbins, Stephen. 1997)

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA PENETRACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA BANCA.

La banca de finales del siglo pasado viene sufriendo una fuerte transformación en una cuestión nuclear: la orientación de la gestión a la creación de valor para los accionistas. En los años ochenta se optó por una reducción de los costes y en los noventa la clave del éxito se encontraba en el incremento de beneficios. Hoy en día, la generación de valor reside en la conjunción del beneficio, la utilización de la tecnología y la optimización de los activos intangibles, tales como la marca, la cultura de la entidad, el conocimiento y desarrollo de nuevas tecnologías y la conectividad.

El sector financiero ha sufrido profundos cambios en las dos últimas décadas como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías y la globalización de los mercados financieros. En la actualidad, el sector se encuentra en un proceso de profundos cambios ante un nuevo escenario competitivo.

2.1.1. Innovación Tecnológica.

Los mercados de activos financieros, cuyas transacciones implican anotaciones electrónicas y no entrega física de mercancías, son especialmente sensibles a la aparición de las nuevas tecnologías de la información. Estas nuevas tecnologías se manifiesta en el sector financiero de diferentes formas: obtención de información en los mercados financieros, procesamientos de datos sobre riesgos crediticios, información a los clientes, etc. Esto hace que la revolución tecnológica modifique, en gran medida, el negocio bancario, disminuyendo

drásticamente los costes de recepción y emisión de la información, rebajado los precios, aumentando la transparencia de la información para el cliente, en la distribución de productos financieros, fomentando la competencia, disminuyendo la fidelidad de los clientes, etc.

2.1.2. Globalización y Desregulación.

Junto al impacto de las nuevas tecnologías, la globalización financiera a escala mundial ha contribuido a introducir cambios estructurales en la economía. Este factor de cambio está íntimamente relacionado con las nuevas tecnologías y con la desregulación de la actividad financiera.

La desregulación financiera comenzó a producirse a comienzos de los años ochenta, eliminando las barreras tradicionales de las entidades financieras y fomentando la competencia global.

Actualmente, las corporaciones multinacionales, acuden a captar recursos financieros a cualquier parte del mundo y realizan inversiones globalizadas, esta situación, junto a la fluidez inmediata a lo largo del planeta de cualquier tipo de información, por singular y específica que ésta sea, hace que las variaciones en los precios de las acciones o de los bonos, en un país o en una región, tenga una recuperación inmediata en todo el mundo.

Respecto al segmento del cliente particular (banca al por menor), la globalización y desregulación no influyen tanto, ya que este tipo de banca mantiene un comportamiento eminentemente local.

2.2. FUNCIONES DE LOS BANCOS

Según Mata Zavala 1983 entre las funciones de la banca en general tenemos:

- Actúan como intermediarios entre la industria y el comercio en liquidación de cuentas.
- Sirven de intermedios entre diferentes instituciones económicas en la liquidación de transacciones que se ejecutan mediante la expedición de cheque.
- Sirven como agente para canalizar los fondos acumulados por la comunidad en cuentas de ahorro hacia las inversiones
- Hace posible el financiamiento de cuantiosas inversiones mediante la concesiones de créditos a los diferentes sectores dela economía.
- Según Navarro 1997 tenemos como funciones principales y exclusivas del Banco Central de Venezuela:
- Asesoría, control e inspección de la banca y entidades de crédito, vigilancia del riesgo asumido por la banca en sus operaciones.
- Control del cumplimiento de los coeficientes de reservas obligatorias, que la banca privada debe depositar al Banco Central de Venezuela. Con garantía de sus operaciones, frente a sus depositantes.
- Gestiona la tesorería del Estado.
- Emisión, canjeo y retirada de billetes.
- Participa en empresas y proyectos industriales.
- Captar depósitos en cuenta a la vista y a plazo de: entidades comerciales, industriales individuales.
- Asesoramiento al gobierno sobre política crediticia.

- Crear dinero.

2.3. LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BANCARIOS:

Los desafíos actuales que enfrenta el mercado bancario están implicando la necesidad de reacondicionar oportuna y óptimamente frente a la irrupción tanto de un nuevo perfil del cliente como la exigencia de abordar el negocio mediante nuevas estrategias, y líneas tácticas para la competencia. Por ejemplo los suplicios que muchas veces pasan los usuarios al entrar en una agencia bancaria, por el contrario vamos a enfocarnos en los cambios que viven ocurriendo para lograr la calidad del servicio bancario.

En los últimos años se ha originado una competencia intensa y, a la vez, un periodo de consolidación para la banca; los directivos de los bancos cuando mencionan calidad de servicio tienen como foco principal al cliente, y éstos se da por que ellos reconocen que su clientela es su activo más importante. Cada relación y, cada contrato tienen que ser de calidad. **Estudios realizados en Venezuela y Colombia evidencian que la calidad del servicio bancario es una consideración más importante que la tasa de interés** (www.dinero.com 2002 Pág. 1)

Desde su inicio la banca ha venido asumiendo el concepto de calidad como una norma fundamental en su proceso especialmente, en la prestación de su servicio para así optimizar el concepto de calidad y adecuarlo a las exigencias de sus clientes y estándares internacionales.

Según Uzcategui 2002 la **política de calidad está relacionada directamente con su misión, y contiene la orientación general de la institución, consciente de la calidad cual lo establece el enunciado**” folleto del banco Mercantil (2002 Pág.3).

Según lo expuesto, lo que se busca es proporcionar una gama de productos y servicios financieros de excelente calidad que satisfaga las expectativas de nuestros clientes, realizando nuestro trabajo con profesionalismo en un ambiente de mejoras continuas de los procesos y de los recursos humanos.

Se debe reconocer que el público, las familias y las empresas vienen adquiriendo una mayor cultura financiera, y por ende un mayor poder de negociación. Al estudiar el nuevo perfil del cliente bancario, encontramos que poseen una mejor cultura financiera y tecnológica, la cual no existía épocas atrás.

En tal sentido, la habilidad de las entidades bancarias estarán conectadas con la posibilidad de crear una óptica estratificada del cliente, a fin de que cada parte del mercado sea satisfecho con los productos y servicios dirigidos a él, de manera que el cliente pueda percibir que sus necesidades particulares están siendo cubiertas de manera individual, obviamente la banca no podría generara productos y servicios para cada cliente, sería absurdamente ineficiente; principalmente en una era en la que busca reducir costos a través de la economía de escala, pero si puede lograra el objeto de suministrar ese servicio a medida en tanto sea óptima la estratificación que realice de su propia clientela.

Adicionalmente se observa una paradoja entre la demanda de un servicio más personalizado y su simultaneidad con la demanda de un servicio que garantice el contacto frecuente, sin que ello suponga un trato personal, esto último está conectado con el deseo del nuevo cliente bancario de invertir en el menor tiempo posible en la realización de sus operaciones, por lo tanto, las nuevas tecnologías de información, juegan un papel preponderante en esto, como herramienta que posibilita ese trato continuo y rápido, sin contacto personal, pero a través del cual, el

cliente percibe una atención continuamente personalizada.

La sucursal bancaria del futuro también sufrirá cambios pasando de un centro de operaciones a un centro focalizado a la venta del producto, los procesos internos también sufrirán importantes cambios con miras al próximo siglo.

Es una realidad del mercado el incremento de la presión competitiva, el temor de la globalización del negocio bancario, la innovación tecnológica y financiera, la aparición de nuevos competidores, y clientes más exigentes y la respuesta de la banca debe ser la calidad total del servicio bancario.

2.3.1. Importancia de la Calidad de los Servicios.

Las organizaciones de vanguardia buscan incesantemente mantenerse en el mercado, y de transitar por el camino de la excelencia para así establecer con claridad los medios adecuados para desarrollar sus funciones y actividades de la mejor manera posible, hoy en día las empresas dependen sin duda de la calidad del producto o servicio. Según lo plantea Manuel de Gerencia, a través de la calidad... **El éxito o fracaso de una organización dependerá de considerar como máxima prioridad la calidad, dándole mayor importancia en que estos productos o servicios respondan a las condiciones básicas impuestas por el cliente.** (INCE. Pág.9)

A medida que pasa el tiempo el hombre va evolucionando, y por consiguiente sus necesidades y/o aspiraciones también, ya no se conforman con un servicio deficiente, de allí la preocupación de los industriales por conseguir los mejores resultados en la realización de los

productos, y ofrecer un producto óptimo de calidad a sus clientes que motiven a volver a adquirirlos. Los bancos han pasado de un enfoque clásico (donde lo que importa era el producto) al enfoque humanista (en el cual el hombre tiene un nivel preponderante, y el propósito de satisfacer sus necesidades. Actúa como arquitecto responsable de sí mismo.)

2.3.2. Implementación Tecnológica.

La tecnología jugará un papel importante al punto de que la mayor parte de la actividad bancaria será automatizada, hasta el proceso crediticio. La tecnología interactiva facilita la capacitación de los empleados. La tecnología y la productividad son la cumbre del juego, la capacidad de la tecnología incrementa significativamente la productividad y es lo que marca su liderazgo en su forma más simple, mediante el uso de la tecnología desarrollada en otros lugares. Estos países pueden saltarse algunas etapas de desarrollo, la tecnología está redefiniendo la forma en que se realiza el diseño de productos. En los últimos veinte años han reinventado por completo la manera de manufacturar los productos.

Los gerentes están utilizando la tecnología para mejorar sus estrategias de servicio al cliente de tres formas: primero, la tecnología puede personalizar el servicio que antes era estandarizada, permite a la gerencia individualizar el servicio para cada necesidad del cliente. En segundo lugar, la tecnología puede aumentar el servicio al proporcionar al cliente apoyo adicional relacionado con la adquisición o el uso del producto; y por último la tecnología puede transformar su negocio, es decir que permite a una organización desarrollar practicas fundamentales nuevas para el negocio y reinventarse a sí misma. La tecnología debe cambiar y a la vez estar a la par de las exigencias del cliente. La mayoría de los primeros estudios señalan esfuerzos encaminados al cambio tecnológico.

En la actualidad los cambios tecnológicos usualmente requieren de la introducción de nuevos equipos, herramientas o métodos y/o de la automatización.

Los factores competitivos o innovaciones dentro de un empresa a menudo requieren que los directivos introduzcan nuevos equipos, herramientas o métodos de operación, la automatización es un cambio tecnológico que reemplaza al personal por máquina.

2.4. MEDIOS DE PAGO.

Otro elemento básico afectado por esta revolución hacia el mundo online son los medios de pago. Todos los estudios afirman que, alrededor de un 95% de las transacciones que se realizan en la red, utilizan la tarjeta bancaria como medio de pago.

La electrificación de los medios de pago ya se inició hace mucho tiempo y las tarjetas bancarias han sido las grandes vencedoras, si bien es imposible afirmar que el fin del dinero en efectivo esté cerca. Cada país tiene su propia tradición en lo referente a los medios de pago.

2.5. TARJETAS BANCARIAS.

Las tarjetas bancarias son más que el origen de los medios de pago que se están desarrollando en la actualidad. Al utilizar una tarjeta lo que se intercambia es dinero virtual, un dinero que solo existe en un sistema electrónico.

La norma ISO 7813 define a las tarjetas bancarias como:” tarjeta utilizada para identificar al emisor así como al portador de la tarjeta, con el

fin de facilitar las transacciones financieras y proporcionar datos para el tratamiento de esas transacciones “. Las tarjetas bancarias utilizan un sistema electrónico de pagos, sin que se movilice dinero e efectivo.

Figuras implicadas en el flujo económico.

El emisor, entidad que emite la tarjeta, que asume parte de los riesgos inherentes al uso indebido de la misma y que establece las condiciones de uso y los medios para controlarla, paga a la marca de la tarjeta una licencia de uso.

El titular, es decir, una empresa o un particular, utiliza la tarjeta como instrumento de pago en sus compras mediante TPV (terminal punto de venta) del comercio asociado a un comerciante (entidad bancaria aceptadora de la tarjeta). El comerciante abona al comercio el importe de la compra realizada por el titular a cambio de una comisión sobre el importe de la misma.

2.5.1. Crédito y Débito.

2.5.1.1. Las Tarjetas de Crédito o Pago Diferido.

Suponen la creación de una cuenta específica del cliente en su banco emisor. El titular de la tarjeta realizará pagos o dispondrá de efectivo que se adeudarán por un periodo que normalmente es de un mes. Al finalizar dicho periodo el total del importe adeudado se retirará de la cuenta asociada a la tarjeta.

2.5.1.2. Las Tarjetas de Débito.

Son aquellas en las que cualquier disposición de dinero en efectivo o pago realizado con la misma se adeuda de inmediato en la cuenta asociada a la tarjeta. El adeudo se produce como una transferencia electrónica de fondos. El pago se produce inmediatamente desde la cuenta del titular de la tarjeta. La tarjeta es emitida por la entidad que guarda el dinero en depósito.

2.5.2. Smart Cards.

Las Smart cards, o tarjetas inteligentes, están empezando a mostrarse como otro tipo de instrumento de plástico capaz de sustituir al dinero en efectivo. En la actualidad, existen dos modelos básicos de este tipo de producto.

La Smart cards contiene un pequeño ordenador con una unidad central procesadora y de almacenaje que dispone de memoria. Se pueden utilizar para disponer de dinero desde un cajero. Se introduce la tarjeta bancaria en un cajero para acceder a la cuenta y a continuación se introduce la Smart cards, para recibir los fondos de manera electrónica. En ese momento ya se puede utilizar la Smart cards en cualquier establecimiento que posea lectores para este tipo de tarjetas y en el momento de realizar el pago, los fondos son transferidos a la cuenta del comercio. Lo realmente innovador es que este lector no tiene que estar necesariamente en el comercio.

2.6. SEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES

En la actualidad, el gran número de posibles compradores en la red

sólo una mínima parte opera con confianza. Las grandes deficiencias que persisten en Internet dificultan la confianza del usuario.

Con el aumento en el desarrollo del comercio electrónico. Los litigios provocados por problemas con la seguridad se multiplican. La Comisión de Comercio Federal americana para la protección del consumidor registró 18.622 querellas relacionadas con Internet en 1.999. En 1.998, hubo 7.955 y solamente 872 en 1.997. Estas cifras deja constancia de la importancia creciente que tiene fijar un marco seguro para las transacciones realizadas a través de Internet.

2.6.1. Normas para que una transacción en Internet se considere segura

Debido a la proliferación de gran variedad de medios de pago surgidos con el comercio electrónico, se han establecido unos criterios de seguridad que todo medio de pago considerado no seguro de cumplir. De este modo se intenta reducir el riesgo de que se produzca cualquier tipo de fraude mientras se realiza la transacción. Estos criterios son los siguientes:

- **Autenticación:** este criterio permite verificar que la entidad (usuario, servidor, proveedor) que pide acceso en el momento de realizar la transacción, es la entidad que dice ser.
- **Autorización:** determina si una entidad ya autenticada tiene derecho a realizar la acción que solicita.
- **Confidencialidad:** asegura que la información se mantendrá en secreto. Ninguna persona ajena a la transacción puede tener acceso a los datos de la misma. Más aún, ninguna de las entidades implicadas en la transacción deberá conocer más datos de los imprescindibles para realizar su función.

- **Integridad:** asegura que la información no será modificada, destruida o estropeada de ningún modo, sea intencionada o accidentalmente.
- **No rechazo:** en ningún caso puede repudiarse lo realizado, enviado, recibido o contratado.

2.6.2. Riesgos de los nuevos Medios de Pago

El fraude y la falsificación son posiblemente los riesgos más extendidos en la puesta en marcha de nuevos medios de pago.

Todo lo relacionado al fraude puede frenar la adopción de estos nuevos mecanismos de pago. Los bancos son los primeros agentes temerosos a la hora de aceptar estos nuevos mecanismos. Los nuevos métodos de pago se están desarrollando con la idea de intentar contener el fraude.

2.7. FIRMA ELECTRÓNICA/ FIRMA DIGITAL

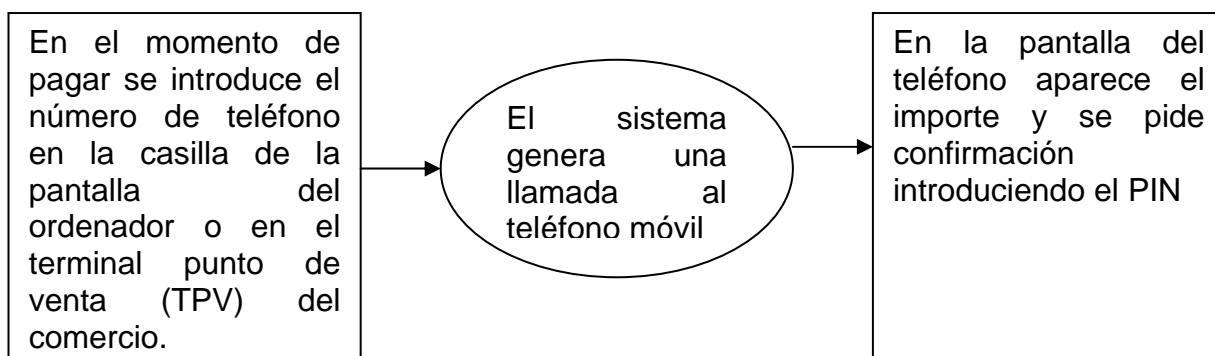
La firma digital es un conjunto de caracteres que acompañan a un documento, acreditando quien es el autor del mismo y, al mismo tiempo, garantizando que no ha existido manipulación posterior del documento.

La firma electrónica es aquel conjunto de datos en forma electrónica, o asociados funcionalmente con ellos utilizados como medios para identificar formalmente el autor o los autores del documento que la recoge.

2.8. DINERO ELECTRÓNICO.

El dinero electrónico se refiere a aquel valor monetario almacenado en un mecanismo de soporte electrónico.

2.9. PAGOS A TRAVÉS DEL MÓVIL.



**Cuadro n°1. Año Enero2001
Elaborado por Sistemas 4B y la Red 6000**

2.10. BANCA POR INTERNET.

El sector financiero es uno de los que ofrece mayor potencial en el uso de Internet como nuevo canal de distribución de sus productos y servicios, y es uno de los que permite llevar a cabo un análisis más interesante del impacto de Internet en las finanzas. Después de todo, las entidades financieras tratan con un producto, el dinero, que para muchos clientes ha sido siempre “virtual”.

2.10.1. Cambios en el Sector.

Los cambios que está sufriendo el sector financiero están teniendo un impacto más sustancial e inmediato en la banca online destinada al cliente particular (lo que podríamos denominar banca dedicada al B2C o el negocio consumidor). Está aumentando rápidamente la comercialización online (en línea) de productos de baja complejidad, como cuentas corrientes (intermediación en la compraventa de acciones), depósitos de ahorro, etc. También crece significativamente la búsqueda de información realizada por los clientes para productos de mayor complejidad (hipotecas, fondos de inversión y planes de pensiones, etc.).

2.10.2. Nuevas Tecnologías.

Durante mucho tiempo, la tecnología no ha sido más que un destino de fuertes inversiones sin claros resultados, mientras que en la actualidad el desarrollo de la banca electrónica y de la banca virtual permite afirmar que la tecnología hace posible generar beneficios para las entidades financieras. Del mismo modo, los sistemas informáticos ha penetrado en todas las áreas de la organización lo que permite que la interrelación entre las áreas de negocio y departamentales sea más fácil y rápida.

La tecnología forma parte de la toda organización en el procesamiento de datos, en los sistemas de información de gestión, en la gestión de la relación con los clientes e incluso, ya, en la creación y desarrollo de nuevos productos y servicios (NET Safety Pág. 149).

2.11. MODELOS DE ANALISIS.

Para realizar un análisis de las posibles implicaciones de los cambios que afectan al ámbito financiero se utilizarán unos modelos bien

establecidos. El primer modelo responde al flujo de información y el segundo a los mercados financieros.

El primer modelo básico explica la función fundamental de financieros y directores como organizadores de múltiples flujos de información, tanto internos como externos a la propia empresa. El modelo gira en torno a la integración de sistemas. Si se realiza un análisis de todo el proceso que sigue la actividad corriente de la empresa, es posible ver como la electrificación de los procesos ha llegado a afectar a toda la operativa de la empresa, así como a todos los flujos de papel y por lo tanto, de información.

Desde un punto de vista puramente operativo, todo el flujo se inicia con el catálogo que en la mayoría de los casos, todavía hoy, está en formato de papel. A partir de ese momento, el cliente potencial analiza las ofertas del producto y realiza el pedido. En ese momento del proceso los elementos propios de la electrificación ya son comunes y es posible, por ejemplo, realizar pedidos a través de Internet. Con la entrega del pedido se genera otro flujo de información con la factura y el posterior pago que es dónde, en la mayoría de los casos, se concentra gran parte del trabajo más importante desde el punto de vista económico- financiero.

Dentro del modelo de integración de sistema se encuentran, al mismo tiempo, unas relaciones externas a la empresa que ya se ha visto afectada por esta electrificación. Hay cinco funciones básicas.

2.11.1. Control Financiero.

Las empresas tienen sistemas integrados de información que en muchos casos ya existían en el pasado pero que han cambiado de soporte.

2.11.2. Contabilidad.

Integración en el sistema ERP (el cepillado de recursos de empresa), tendencia creciente al outsourcing, desintermediación en numerosos procesos y reorganización departamental.

2.11.3. Tesorería

Elementos, como la banca electrónica, el dinero en efectivo agrupado, la centralización y los cambios de relación, información real de cobros y pagos para poder saber la situación de una factura, la capacidad de dotar de contenidos esta relación con la abundancia de información está cambiando la relación existente banco- empresa.

2.11.4. Financiación

Modificación de los mercados de capitales con los efectos de las nuevas tecnologías y el impacto del euro, con efectos importantísimos tanto en temas de pagares como de euro bonos y en el segundo mercado. Elementos generales de globalización, especialización y análisis de los artículos.

2.11.5. Gestión de riesgo.

Con la cantidad de información es posible tener evaluaciones más frecuentes y regulares, mejores bases de datos y mejores programas estadísticos para la evaluación de los mismos.

El segundo modelo responde a las relaciones exteriores que la empresa establece. Estas relaciones exteriores se concentran en las

entidades bancarias, pero también tienen mucha importancia los mercados de capitales en todas sus variantes; mercado secundario, mercados de renta fija y mercado de divisas. El sistema se puede plantear de forma futurista y llegar hasta un punto en el que todo el proceso se desarrolle sin papel.

2.12. IMPACTO DE INTERNET.

El mayor impacto de Internet se produce en un área diferente a la del negocio con particulares o B2C (el negocio al consumidor) están creciendo ya rápidamente y lo harán espectacularmente en el futuro próximo. Independientemente del volumen que dichas transacciones a través de Internet alcancen, lo que parece evidente.

2.12.1. Internet.

Es más que una revolución puramente tecnológica. Internet no es más que un sinónimo de el negocio y los cambios solo serán palpables debido a los cambios que se están produciendo en el destino de las inversiones y en el origen de los beneficios. El impacto es y será aún más directo y profundo. Internet traerá consigo un cambio en la relación con los clientes y, lo más importante, cambiará de manera esencial la manera en que los financieros hacen negocios.

2.12.2. Estrategia para la nueva tecnología.

Habilitar una empresa para la red (web) da a la compañía una ventaja competitiva crucial. Nadie puede subestimar el impacto de Internet en la forma en que las empresas hacen negocios. Ha revitalizado la industria de tecnología informática, que con compañías ofreciendo soluciones basadas en Internet junto con las empresas “punto.com”, ha

venido formando el sector de más rápido crecimiento del mundo. Mientras navegar por la red desde casa se ha vuelto común, es la total adopción por empresas tradicionales (los ladrillos y morteros), de estrategias de el negocio, lo que ha hecho de Internet la nueva faceta más importante de los negocios al inicio del siglo XXI.

2.12.3. Las finanzas.

El termino describe la transformación de actividades financieras que está teniendo lugar a medida que la tecnologías digitales permiten que el acceso, tratamiento y almacenado de la información sea cada vez más sencillo y barato. El enorme volumen de información del que hoy en día se dispone está cambiando la manera en que funcionan los mercados llevando una estructuración de las empresas y a la aparición de nuevas oportunidades de creación de riqueza gracias a la explotación de dicha información.

2.13. HISTORIA DEL BANCO BANVALOR.

El 30 de Noviembre de 2001 el Grupo Banvalor adquiere la Central Hipotecaria Banco de Inversión en Bs. 3.150.000.000,00.

El 10 de Julio de 2002 se cambia la razón social por Banvalor Banco de Inversión y se aumenta el capital a Bs.8.120.000.000,00.

Banvalor Banco de Inversión comienza sus actividades el 1 de Junio del 2003 planteándose metas ambiciosas para diciembre del 2003, metas que para finales del 2003 son alcanzadas con creces, logrando ser el primer Banco de Inversión de Venezuela partiendo del puesto 11. Este es el punto departida para plantearse el cambio de denominación comercial a Banco Comercial, de tal forma que se introducen los estudios necesarios

ante la SUDEBAN; obteniendo su visto bueno para diciembre 19 del 2003. En enero 2 del 2004 aparece en Gaceta Oficial la resolución con la buena pro del estado para permitir el cambio de denominación social y es en febrero 2 del 2004 cuando se registra como Banco Comercial aumentándose su capital a Bs.16.414.000.000,00.

Hoy en día el capital social de Banvalor Banco Comercial es de Bs. 20.000.000.000, y actualmente estamos esperando la aprobación de Bs.8.000.000.000,00 de parte de SUDEBAN para elevar el capital a Bs.28.000.000.000,00.

Los planes de expansión del Banco contemplan la apertura de más de 20 agencias en todo el país para finales de 2005.

2.13.1. Misión.

Posicionarse como un Intermediador Financiero oferente de excelentes servicios, mediante la correcta utilización de sus recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, siguiendo los lineamientos establecidos por la Organización. Ofrecer la mejor atención a los clientes para sus exigencias en el menor tiempo, y con la mayor seguridad. Contar con un equipo humano altamente productivo, competitivo y motivado; apoyado en los más altos niveles morales, éticos y profesionales. Contar con una moderna y actualizada plataforma tecnológica a fin de continuar brindando un excelente servicio. Obtener el más alto retorno sobre la inversión de los clientes y de los accionistas de la organización.

2.13.2. Visión.

Mantenerse y afianzarse como una Institución Financiera sólida, rentable, con una importante presencia en el ámbito nacional, líder en la prestación de servicios y productos, mediante una excelente capacidad de atención y la utilización de una tecnología de punta, que permita a nuestros clientes y público en general efectuar sus transacciones con mayor rapidez y comodidad, generando confianza y apoyo, basados en los más altos principios de moral, ética profesional y comercial, que nos permitan de esta manera, ocupar un importante rol activo dentro del mercado financiero venezolano.

2.13.3. Ubicación.

Final Avda. La Paz con cruce Raúl Leoni, Edif. Seguros BanValor, frente a Wendys.

2.13.4. Objetivos

El objetivo principal de Banvalor Banco Comercial es, ejecutar todas las operaciones y negocios propios de la banca comercial nacional permitidos por el Decreto con Fuerza de Ley de Reforma de la Ley de Reforma de la Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras, así como, realizar todas las otras transacciones conexas a las operaciones financieras o crediticias señaladas en esa Ley, tales como transferir fondos, aceptar la custodia de fondos, títulos y objetos de valor, prestar servicio de cajas de seguridad, actuar como fiduciarios y ejecutar mandatos, comisiones y otros encargos de confianza; comprar y vender divisas y billetes extranjeros o importar oro amonedado o en barras

- Incrementar las actividades financieras del Banco a fin de lograr una organización financiera eficaz, transnacional y con profunda vocación de servicio que garantice la satisfacción de sus clientes, del personal y de los accionistas.
- Activar nuevos procesos donde se optimice la calidad de servicios a los clientes, a fin de brindar soluciones financieras integrales con valor agregado.

2.13.5. PRODUCTOS

1. BanValor Ahorros
1. . BanValor Cuenta Corriente
2. . Créditos Comerciales
3. . Cuenta Valor BanValor (Cheques)
4. Depósitos a Plazo Fijos
5. Depósitos a Plazo Fijos con Seguros de Accidentes
6. . Master Card BanValor
7. . Pagaré

2.14. BANVALOR AHORROS

Intereses calculados sobre saldos mínimo del período, abonados al final de mes.

Características

Monto mínimo de Apertura Persona Natural

Bs. 100.000,00

Monto mínimo de Apertura Persona Jurídica Bs. 250.000,00

Requisitos

Persona Natural

- Dos Referencias Comerciales vigentes.
- Recibo de Servicio Publico (Agua, Luz, Teléfono, Gas).
- Constancia de Trabajo con fecha de expedición no mayor a 30 días.
- En caso de libre ejercicio profesional, Certificación de Ingresos , firmada por Contador Público Colegiado con una antigüedad no mayor de 30 días.

Persona Jurídica

- Fotocopia del NIT
- Dos Referencias Comerciales
- Fotocopia del Registro Mercantil del Acta Constitutiva y sus modificaciones debidamente registradas y Junta Directiva vigente.

BanValor Cuenta Corriente

Afiliación a las Tarjetas Maestro para el acceso al Centro de

Características

Monto mínimo de Apertura Persona Natural Bs. 500.000,00

Monto mínimo de Apertura Persona Jurídica Bs. 1.000.000,00

Requisitos

Persona Natural

- Dos Referencias Comerciales vigentes
- Recibo de Servicio Publico (Agua, Luz, Teléfono, Gas)
- Constancia de Trabajo con fecha de expedición no mayor a 30 días.
- En caso de libre ejercicio profesional, Certificación de Ingresos , firmada por Contador Público Colegiado con una antigüedad no mayor de 30 días.

Persona Jurídica

- Fotocopia del NIT
- Dos Referencias Comerciales
- Fotocopia del Registro Mercantil del Acta Constitutiva y sus modificaciones debidamente registradas y Junta Directiva vigente.

CRÉDITOS COMERCIALES

Préstamos a corto Plazo que otorga

Características

Plazo máximo de un año, renovable

Tasa de Mercado

Intereses cobrados sobre el monto utilizado

Garantía Prendaria, Hipotecaria o Fianza

Requisitos

Persona Natural

- Cuenta Corriente abierta en el Banco
- Fotocopia de la Cédula de Identidad
- Constancia de Trabajo que indique Antigüedad, Cargo y sueldo
- Constancia de Otros Ingresos si los posee, certificada por un Contador Público Colegiado
- Balance Personal firmado por un Contador Público Colegiado
- Tres (3) Referencias Bancarias y tres (3) comerciales
- Fotocopia del RIF
- Copia de Declaración de impuesto Sobre la Renta de los últimos tres (03) ejercicios.

Persona Jurídica

- Cuenta Corriente abierta en el Banco
- Fotocopia de la(s) Cédula(s) de Identidad de la(s) persona(s) autorizada(s) por la Empresa.
- Estados Financieros de los últimos tres (03) ejercicios económicos, certificado por un Contador Público Colegiado
- Copia de la Declaración de impuesto Sobre la Renta de los tres (03) últimos ejercicios
- Acta Constitutiva y modificación de los Estatutos, si la hubiere
- Copia del Acta en la que conste el último nombramiento de su(s) representantes(s) legal(es)
- Fotocopia del RIF
- Tres (3) Referencias Bancarias y tres (3) Comerciales

- Flujo de Caja Proyectado

CUENTA VALOR BANVALOR (CHEQUES)

Devenga Intereses calculados sobre saldos promedios del mes.

Características

Monto mínimo de Apertura Persona Natural Bs. 500.000,00

Monto mínimo de Apertura Persona Jurídica Bs.
1.000.000,00

Requisitos

Persona Natural

- Dos Referencias Comerciales vigentes
- Recibo de Servicio Público (Agua, Luz, Teléfono, Gas)
- Constancia de Trabajo con fecha de expedición no mayor a 30 días.
- En caso de libre ejercicio profesional, Certificación de Ingresos, firmada por Contador Público Colegiado con una antigüedad no mayor de 30 días.

Persona Jurídica

- Fotocopia del NIT
- Dos Referencias Comerciales

- Fotocopia del Registro Mercantil del Acta Constitutiva y sus modificaciones debidamente registradas y Junta Directiva vigente

DEPÓSITOS A PLAZO FIJOS

Título negociable que representa una suma de dinero colocada en el

Características

- Monto mínimo de apertura Bs. 250.000,00 para personas naturales y Bs..... para personas Jurídicas.
- Plazo mínimo 31 días.
- Pago de intereses mensuales o al vencimiento del plazo.

Requisitos

Abrir una cuenta corriente o de ahorro en Banvalor Banco Comercial.

DEPÓSITOS A PLAZO FIJOS CON SEGUROS DE ACCIDENTES

Es un Título negociable que representa una suma de dinero colocada en

Características

- Plazo mínimo 31 días.
- Pago de intereses mensuales o al vencimiento del plazo.
- Posee seguro de accidentes con una cobertura igual al monto invertido y con una vigencia igual al plazo de la colocación hasta un monto máximo de Bs. 50.000.000,00.

Requisitos

Abrir una cuenta corriente o de ahorro en Banvalor Banco Comercial

MASTER CARD BANVALOR

Instrumento crediticio para personas naturales, que permite realizar

Características

Sustituye el uso de dinero en efectivo como medio de pago

Se ofrecen cuatro tipos de Tarjetas de Crédito:

- Master Card Clásica
- Master Card Dorada

Crédito Rotativo 1 a 24 meses para Tarjeta MasterCard.

Disposición de Efectivo en las Agencias del Banco.

Uso nacional e internacional.

Pagaré

Préstamos a corto Plazo que otorga

Características

Plazo máximo de un año, renovable.

Tasa de Mercado.

Intereses cobrados sobre el monto utilizado.

Garantía Prendaria, Hipotecaria o Fianza.

Requisitos

Persona Natural

- Cuenta Corriente abierta en el Banco
- Fotocopia de la Cédula de Identidad

- Constancia de Trabajo que indique Antigüedad, Cargo y sueldo
- Constancia de Otros Ingresos si los posee, certificada por un Contador Público Colegiado
- Balance Personal firmado por un Contador Público Colegiado
- Tres (3) Referencias Bancarias y tres (3) comerciales
- Fotocopia del RIF
- Copia de Declaración de impuesto Sobre la Renta de los últimos tres (03) ejercicios.

Persona Jurídica

- Cuenta Corriente abierta en el Banco
- Fotocopia de la(s) Cédula(s) de Identidad de la(s) persona(s) autorizada(s) por la Empresa.
- Estados Financieros de los últimos tres (03) ejercicios económicos, certificado por un Contador Público Colegiado
- Copia de la Declaración de impuesto Sobre la Renta de los tres (03) últimos ejercicios
- Acta Constitutiva y modificación de los Estatutos, si la hubiere
- Copia del Acta en la que conste el último nombramiento de su(s) representantes(s) legal(es)
- Fotocopia del RIF
- Tres (3) Referencias Bancarias y tres (3) Comerciales
- Flujo de Caja Proyectado

2.15. BASES LEGALES

La ley general de Banco y otras Instituciones Financieras en su capítulo V, sección primera, referente a los Bancos Comerciales dice lo siguiente:

Artículo 38. Los bancos comerciales tendrán por objeto realizar operaciones de intermediación financiera y las demás operaciones y servicios financieras que sean compatible con su naturaleza, con las limitaciones previstas en esta ley.

Artículo 39. Los bancos comerciales deberán tener un capital pagado, en dinero efectivo no menor de UN MIL DOSCIENTOS MILLONES DE BOLIVARES (Bs.;1.200.000.000,00). No obstante, si tiene su asiento principal fuera del Área Metropolitana de Caracas y han obtenido de la Superintendencia la calificación de bancos regionales, solo se requerirán un capital pagado, en dinero efectivo, no menor de SEISCIENTOS MILLONES DE BOLIVARES (Bs. 600.000.000,00).

Artículo 40. Los bancos comerciales no podrán:

- Otorgar créditos por plazo mayores de tres (3) años, salvo que se trate de programas de financiamiento para sectores económicos específicos.
- Adquirir acciones y obligaciones privadas por montos que en conjunto excedan el veinte por ciento (20%) de su capital pagado y reservas. Se excluye de este porcentaje las obligaciones emitidas por los bancos y demás instituciones financieras, cuando se trate de la colocación de excedentes en operaciones de tesorería.
- Realizar inversiones en obligaciones privadas de mediano y largo plazo, en empresas no inscritas en el Registro Nacional de Valores.

- Tener invertida o colocada en moneda o valores extranjeros una cantidad que exceda el límite que fije el Banco Central de Venezuela.
- Conceder créditos en cuenta corriente o de giro al descubierto, no garantizados, por montos que excedan en conjunto del cinco por ciento (5%) del total del activo del banco.

Artículo 41. La apertura, traslado o cierre de oficinas, sucursales o agencias en el exterior, de bancos comerciales constituidos en Venezuela, requerirá la autorización de la Superintendencia.

Artículo 42. Las oficinas, sucursales o agencias en el exterior podrán realizar las operaciones compatibles con su naturaleza de conformidad con las leyes de los países en lo cuales operen, sin perjuicio de lo dispuesto en la otra sección.

El monto de los préstamos, créditos e inversiones que realicen las referidas oficinas, agencias o sucursales, en moneda extranjera, no deberá exceder del monto del capital asignado a las mismas, más las obligaciones contraídas y depósitos recibidos en las respectivas monedas. El Banco Central de Venezuela podrá ampliar el límite aquí establecido, previa solicitud razonada del banco interesado.

Artículo 43. La adquisición de acciones de empresas bancarias constituidas o que se constituyan en el exterior, por cantidades superiores al límite en el exterior, por cantidades superiores al límite que establece el numeral 2 del artículo 40 de esta ley, por parte de los bancos comerciales autorizados para actuar en escala internacional, requerirá la autorización de la Superintendencia.

Artículo 44. Los bancos comerciales autorizados para actuar en escala internacional podrán, directa o a través de sus oficinas, agencias o sucursales en el exterior, realizar operaciones de inversiones y de otorgamiento de crédito con recursos obtenidos en Venezuela, dentro de las limitaciones de plazo y montos establecidos en esta ley para las operaciones de bancos comerciales. Estas operaciones se documentarán en bolívares y en conjunto no deberán exceder del doble del capital pagado y reservas del banco. Por razones de políticas monetarias, el Banco Central de Venezuela podrá suspender o limitar la realización de este tipo de operaciones.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

Todo proceso de investigación implica la realización de un conjunto de actividades de orden metodológico, lo que indica las distintas técnicas y procedimientos que serán empleados para abordar el objeto de estudio. En este caso fue el siguiente:

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1.1. Tipo de Investigación.

Según los objetivos formulados, la presente investigación estuvo enmarcada en la modalidad de investigación documental y de campo, donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades usando para ello diferentes tipos de documentos, reportes, registros entre otros.

Al respecto se puede decir que;

La investigación documental es la parte de un proceso de investigación científica, construyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teórica o no) usando para ello diferentes tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia utilizando para ello una metódica de análisis, teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica. (Bravo, 1997, p. 75)

La investigación es de campo; debido a que la misma se realizará de forma directa con el fenómeno a investigar; es decir, por medio de la recolección de datos obtenidos directamente en el sitio de los acontecimientos lo cual se sustenta con la afirmación hecha por el autor Carlos Sabino:

“Son los que basan en informaciones o datos primarios, obtenidos directamente de la realidad. Su innegable valor reside en que le permite cerciorarse al investigador de las verdades condiciones en la cual se han conseguido sus datos, haciendo posible su revisión o modificación en el caso de que surjan dudas respecto a su calidad” (Carlos Sabino, Pág. 72, 1992).

3.1.2. Nivel De Investigación

El tipo de investigación utilizada en el estudio de un fenómeno va a depender del mismo y de la forma en que el investigador desee solucionarlo o de cómo este recabe la información requerida.

Donkle (1986), divide las investigaciones en cuatro tipos: exploratorio, descriptivo, correlacionales y explicativos. Esta clasificación es muy importante, pues del tipo de estudio depende la estrategia de la investigación **(Sampieri 2000Pág 58)**

Según Mario Tamayo y Tamayo, una investigación descriptiva “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o propósito de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente” **(Pág.35,1996)**

De acuerdo a la explicación que da el autor y comparándolo con el análisis de la problemática y los objetivos planteados de la investigación, se caracteriza por ser de tipo descriptiva, ya que se describe de forma sistemática y detalladas las características que sustentan la elaboración del mismo y además se hace un análisis que contribuye a mostrar su funcionamiento y desenvolvimiento, que mediante recursos o herramientas de trabajo sirva para darle solución a la problemática planteada.

3.2. UNIVERSO O POBLACIÓN

La idea que se manejaba era aplicar un cuestionario, sin embargo por falta de tiempo (de los gerentes) se tuvo que realizar una entrevista directa, que fue igualmente productiva.

La población objeto de estudio está conformada por:

(1) Gerente, (1) Sugerente, (2) Analistas Financieros, (2) Cajeros, (1) Secretaria.

Es importante señalar que por ser la población estudiada relativamente pequeña, no se hará necesario seleccionar ningún tipo de muestra para llevar a cabo la investigación propuesta y en su efecto se tomó la totalidad de los individuos, quedando la misma conformada por un número de siete (7) empleados que laboran en la organización.

3.3. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas de recolección de información son todas aquellas fuentes documentales de la investigación o “el conjunto de instrumentos que permitan recabar la información necesaria sobre el objeto de estudio” (García. 2001, p. 17). Para esto se utilizó:

- **Observación no Participante:** A través de la cual el investigador observa las actividades llevadas a cabo, sin involucrarse en ellas. Esto a fin de tener una visión clara y objetiva de los hechos.
- **Revisión Bibliográfica:** Ello permite obtener información sobre los aspectos que regulan los procesos abordados, a fin de contrastarlos con la realidad.
- **Entrevista no Estructurada:** Esta técnica tiene como principal característica conservar de una forma más fluida y espontánea sin guiarse por un cuestionario o modelo rígido, al contrario permite a la persona interrogada y al encuestador una mayor libertad de expresión y es realizado por lo general a los gerentes de las empresas y demás jefes de departamentos.
- **Procedimientos para la Recolección:** con la finalidad de obtener información que se requiere para la investigación, se realizaron visitas y se practicaron observaciones en la organización. Estas actividades fueron previamente planificadas con el propósito de aplicar las entrevistas a la población objeto de estudio.

3.4. RECURSOS

Recursos Humanos:

- Personal académico de la U.D.O.: Profesor Alejandro Zarate.
- Personal académico de la U.D.O.: Profesora Yannelys Barreto.
- Personal académico de la U.D.O.: Profesor Nogueel Rodríguez.
- Personal académico de la U.D.O.: Profesor Ángel Parada.

Recursos Materiales:

- Fotocopiadora
- Computador e impresora
- Libros, leyes

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. IMPORTANCIA DEL FACTOR TECNOLÓGICO DEL BANCO BANVALOR, C.A.

Uno de los factores primordiales para el éxito de los bancos es estar a la vanguardia con las nuevas tecnologías, éstas han cambiado la forma de las empresas relacionarse con sus clientes y la calidad de los servicios y productos que les ofrecemos. Con la creciente competencia las instituciones financieras deben proporcionar una nueva oferta de productos y servicios, además de ser capaces de operar más rápidamente en el mercado que sus competidores.

Banvalor, C.A. con el uso de estas tecnologías busca conseguir clientes y satisfacer a los que ya tienen, esto representa al mismo tiempo ventajas reales para sus usuarios, pues les permite realizar actividades propias de la vida diaria, con ahorro significativo de tiempo y recursos; así también amplía la accesibilidad y la cobertura de los servicios del banco, pues rompe con las barreras geográficas. El cliente puede en contacto con su banco tener acceso a sus cuentas desde localidades donde el mismo no cuente con sus oficinas físicas e incluso cuando se encuentre en el extranjero.

En cuanto a la atención al consumidor, los bancos han podido observar que igual que en su gestión de negocio tradicional, el desarrollo y la adaptación de las tecnologías para ofrecer soluciones inmediatas a sus clientes a través de estos servicios han sido de gran importancia, pues se tiene siempre como meta principal la satisfacción del cliente, ya que ésta representa la clave del éxito para estos servicios. Pese a que la

tecnología ha cambiado las reglas del juego, el cliente no cambia de lugar y continúa siendo el centro de atención. El lema de que el cliente es el rey parece ponerse de moda hoy más que nunca, y es en este punto donde con entera seguridad estará el elemento diferenciador entre cada banco. Lo que va a hacer que una persona o una empresa busque en un futuro a un banco no va a ser la cantidad de servicios en línea que ofrezca, sino la capacidad que tenga para responder a las necesidades de éstos.

La banca ha venido asumiendo el concepto de calidad como una norma fundamental en su proceso de evolución, especialmente en la prestación de sus servicios para así optimizar el concepto de calidad y adecuarlo a las exigencias de sus clientes. Por ende los desafíos actuales que afronta el mercado bancario están implicando la necesidad de reaccionar oportunamente frente a la irrupción tanto de un nuevo perfil del cliente como la exigencia de abordar el negocio mediante nuevas estrategias tecnológicas, y líneas tácticas para la competencia. Los suplicios que muchas veces pasan los usuarios al entrar en una agencia bancaria, pueden disminuir y hasta desaparecer, siempre y cuando estos hagan uso de estas nuevas tecnologías (tarjetas de crédito y débito, cajeros automáticos, banca por Internet, etc.), esto le permitirá a la banca enfocarse y tomar en cuenta los cambios que vienen ocurriendo para lograr la calidad del servicio bancario.

Con lo expuesto anterior mente se quiere dar a entender lo siguiente, el cliente cada día exige el derecho a ser mejor atendido, es decir, que los cambios y proyectos deberán estar dirigidos al cliente y no a los productos en sí. Esta época de transformación indica que la banca deberá cambiar, conocer con exactitud los servicios y productos que actualmente se están ofreciendo o que tiene un mayor auge en el mercado, y deben estar en posición de medir la rentabilidad de cada cliente. Los clientes demandan calidad de servicios y a bajos costos, si el

banco no puede proporcionárselos, alguien más lo hará. Este conjunto de acciones deben ser planificadas y sistematizadas, para dar la confianza adecuada de que el proceso y los productos cumplen con los requisitos establecidos y que la calidad de servicio, la rapidez de dar respuestas a sus inquietudes, el respeto por el tiempo y el suplir las necesidades del cliente en forma inmediata y donde este lo requiere es la prioridad y el reto que tiene la entidad bancaria, en su constante lucha por permanecer en el mercado.

El reto en la calidad de los bancos, es el esfuerzo sobre el cual se viene trabajando desde hace muchos años, y con éste lo que se busca es implantar y mantener mejoras en las operaciones y en la tecnología, visualizando un sistema de gestión de calidad que conduzca hacia el logro de la excelencia. Los gerentes de hoy que dirigen las instituciones financieras, se comprometen a alcanzar niveles de calidad y la eficiencia operativa de clase mundial, estos están utilizando la tecnología para mejorar sus estrategias de servicios al cliente de tres formas:

- Primero, la tecnología puede personalizar el servicio que antes era estandarizada, individualizar el servicio para cada necesidad del cliente.
- En segundo lugar, la tecnología puede aumentar el servicio al proporcionar al cliente apoyo adicional relacionado con la adquisición o uso del producto.
- Por último la tecnología puede transformar su negocio, es decir, que permite a una organización desarrollar nuevas prácticas fundamentales para el negocio y reinventarse a sí misma.

Para el logro de estos cambios tecnológicos se requieren que los

directivos introduzcan nuevos equipos, herramientas y métodos de operación y automatización.

4.2. PRINCIPALES CAMBIOS QUE AFRONTA LA BANCA COMERCIAL, EN MATURÍN ESTADO MONAGAS.

El Banco Banvalor, C.A. pese a que tiene un (1) año laborando en la ciudad de Maturín, Estado Monagas, no tiene en el mercado la gama de productos y servicios que ofrecen otros bancos de su misma categoría, sino que operan con los modelos tradicionales de atención al cliente bancario, es decir, sus clientes siguen realizando sus transacciones bancarias desde las oficinas reales. Hasta la fecha en ninguna oficina está disponible los servicios y productos que ofrece esta entidad bancaria, en otras ciudades del país, tales como tarjetas de débito y crédito, conexiones a través de la página Web (Banca por Internet), entre otros, por lo que no le permite al usuario realizar transacciones en línea.

Entre los cambios que afronta la Banca Comercial, especialmente en Maturín, están los medios de pagos a través de tarjetas bancarias las cuales se utilizan con el fin de utilizar las transacciones financieras, sin que se movilice dinero en efectivo, hasta el día de hoy, pueden clasificarse en dos grupos; las tarjetas de crédito, que permiten al consumidor financiar la transacción, beneficiando al propio consumidor y al comerciante, el titular de la tarjeta realizará pagos o dispondrá de efectivo que adecuarán por un período que normalmente es de un mes; y las tarjetas de débito que son aquellas en las que cualquier disposición de dinero en efectivo o pago realizado con la misma, se adeuda de inmediato en la cuenta asociada a la tarjeta. Las dos más conocidas se agrupan en torno a las marcas de Visa y Master Card. Una de las nuevas tendencias de atención al cliente bancario es la Banca por Internet, la operación es bastante sencilla, generalmente requiere un primer contacto entre el cliente y el banco, que puede ser personal o a través del propio sitio o

página Web y generalmente involucra la formalización de un contrato o convenio que regula el uso del servicio. El banco proporciona al cliente una clave de acceso personal de índole confidencial, que permite su identificación con el sistema y que deberá ser utilizada cada vez que el mismo desee tener acceso a sus cuentas o realizar transacciones a través del servicio.

Estos son sólo algunos de los servicios que se ofrecen en la actualidad, pero la gama de posibilidades sigue creciendo. El verdadero reto para las entidades financieras consiste en el diseño de nuevos e innovadores servicios, inclusive el uso de tarjetas inteligentes que contarán con un microchip incorporado para recargar fondos a través de dispositivos especiales en el computador que podrían reemplazar el uso de billetes de baja denominación a través de su aceptación en el comercio, pero que aún no están disponibles.

Entre los servicios que prestan la Banca Comercial están:

Las Tarjetas.

Es el instrumento que le permite llevar dinero en el bolsillo sin correr el riesgo de cargar efectivo, con la seguridad de que lo podrá manejar cuando lo disponga.

¿Cómo se activa?

Para activarla deberá cumplir con los siguientes pasos: deslice o introduzca su tarjeta por la ranura del cajero. El cajero Automático se solicitará que introduzca una clave secreta, marque cuatro dígitos, los cuales debe recordar como su clave secreta para usarla en los cajeros automáticos.

¿Cómo usar los cajeros automáticos?

- Deslice o introduzca la tarjeta en el cajero automático que seleccione.
- De inmediato el cajero le solicitará su clave secreta, márquela sin que nadie observe su clave.
- Seleccione el tipo de operación que quiere hacer, retiro, consulta de saldo, etc.
- Espere respuesta del cajero. Si es retiro, introduzca el monto del dinero que desea retirar, luego marque los dos (2) últimos dígitos de su Cédula de Identidad y finalmente retire el dinero por la ranura.
- Espere por el comprobante y asegúrese que terminó la operación.

¿Qué hacer en caso de robo o pérdida?

Si su tarjeta es robada o extraviada, debe notificarlo de inmediato por los teléfonos correspondientes a la entidad financiera al costo de una llamada local o desde cualquier oficina física del país.

Estas tarjetas le facilitará la vida, con toda la comodidad y practicidad que ofrece

Atención al cliente por línea directa.

Sin necesidad de moverse a ningún lado y con una simple llamada telefónica por línea directa a las oficinas o centro de atención al cliente, puede realizar de manera rápida y cómoda sus operaciones bancarias, tales como:

- Transferencia entre cuentas.

- Consulta de saldos, de cuentas, tarjetas de créditos y fideicomiso
- Pago de tarjetas de crédito y servicios (CANTV, Electricidad, etc).
- Reclamos, solicitudes y sugerencias.
- Información de productos y servicios.

Para disfrutar de estos servicios deberá crear su clave telefónica, comunicándose con el centro de atención al cliente por los teléfonos correspondientes e ingresando la opción uno (1) “operaciones directas”. El sistema le solicitará el número de su tarjeta y su clave telefónica, introduzca cuatro (4) números de su preferencia diferentes a su clave de cajero, los cuales serán su clave telefónica.

Administrador de cola virtual.

Este administrador le ayuda a administrar mejor sus operaciones bancarias, ahorrándole tiempo. Con sólo pasar su tarjeta y seleccionar la transacción que va a realizar este sistema le proporciona un número por el cual se le llamará para atenderle.

Acceso a través de Internet.

Par resolver todas sus necesidades como cliente, usted cuenta con un sitio diseñado para acceder a sus cuentas. Obtenga información detallada sobre sus finanzas y realice desde cualquier lugar las siguientes transacciones: pagos de servicios, transferencias a bancos nacionales, pagos de tarjetas de créditos de otros bancos, transferencias a terceros, afiliación de productos y servicios, consulta de cuentas y muchos otros servicios con tecnología de primera.

No deje de visitarnos en www.bancobanvalor.com y entérese hoy mismo de todo lo que podemos hacer por usted con sólo hacer click.

Pagar en establecimientos.

Las tarjetas de débito y crédito es aceptada como dinero en efectivo en los establecimientos donde vea el logo. Con ellas podrá cancelar sus compras en tiendas, supermercados, farmacias, etc., Con débito automático a cualquiera de sus cuentas afiliadas.

Recomendaciones de seguridad.

- Recuerde memorizar su clave secreta.
- Consulte su saldo ante cualquier rechazo de consumo injustificado y en caso de cargos indebidos, repórtelo inmediatamente al centro de Atención al Cliente.
- Reporte cualquier actitud sospechosa que observe durante una transacción.
- Acostúmbrese al uso de dos claves, una le servirá para el cajero automático y puntos de venta en establecimientos y la otro para el servicio telefónico.
- Bajo ninguna circunstancia comparta sus claves con otras personas.
- No permita que otra persona lo asista en el uso de los cajeros automáticos o puntos de venta.
- Al dejar un cajero automático, asegúrese que la sesión haya finalizado.

- Al usar un punto de venta, asegúrese de observar la realización de la transacción y verifique la identificación de su tarjeta, cuando ésta le sea devuelta.

4.3. GRADO DE INFORMACIÓN PRESENTE ENTRE LA BANCA Y LOS USUARIOS DEL BANCO BANVALOR.

El Banco Banvalor debe alcanzar el mayor número de clientes posibles, independientemente de donde se encuentren. Para esto la entidad financiera está utilizando canales que se adaptan a estas nuevas necesidades, entre estos están, la comunicación personal desde las oficinas reales, comunicación vía Internet, folletos, publicidad, etc. Estos canales aprovechan gran parte de la infraestructura de negocio actual y la adaptan a esta nueva forma de hacer negocios. Uno de los canales más utilizados por los usuarios es la Internet. En cualquier caso, no se trata de Internet desde el punto de vista estrictamente tecnológico, sino de cómo utilizando Internet y las tecnologías asociadas, éstas pueden ayudar a adoptar el entorno bancario tradicional al nuevo entorno financiero virtual; el nuevo escenario de la economía.

En el momento en que el cliente tiene contacto directo con alguna de las oficinas físicas del banco, y este desea abrir una cuenta, bien sea, cuenta corriente o cuenta de ahorro, se le informa de todos aquellos servicios y productos a los cuales puede tener acceso. En caso de que requiera el uso de estos servicios, el personal del banco en comunicación directa le informará cuales son los pasos a seguir y los requisitos que debe reunir para hacer uso de los mismos.

Esta información, también se le puede otorgar a través de los distintos folletos que se le entregan en la entidad bancaria, o a través de las distintas propagandas publicitarias que hace el banco mediante los

medios de comunicación (televisión, radio, prensa, etc.), vallas o pancartas publicitarias que encontramos en las avenidas o vías terrestres. Estas campañas de promoción son adecuadas para que produzca suficiente interés par motivar a los clientes a usar los servicios.

Internet es un medio de comunicación de alta tecnología que cada vez tiene más usos prácticos. La red de Internet ofrece beneficios a las empresas comerciales y de servicios que buscan conseguir clientes y satisfacer a los que ya tienen. La banca por Internet destaca la comodidad, pues el cliente tiene ahora acceso desde su computador a los servicios que le ofrece el banco las 24 horas al día, sin verse sujetos a horarios, que generalmente no se ajusta a los particulares, y la rapidez, pues puede realizar en pocos minutos sus transacciones o cualquier tipo de consulta, sin necesidad de formar filas o esperar por turno.

La falta de velocidad de las conexiones a la red y el trato impersonal puede causar distorsión en la información, debido a que el cliente puede interpretar los datos de una manera errada, y no tener la ayuda del personal capacitado para aclarar cualquier duda o interrogante que se le presente.

La solución para los problemas con las conexiones lentas pueden ser resueltas con la llegada del Internet de banda ancha, lo que implicaría que la información suministrada por el banco, viaje de una forma más rápida y el cliente conozca y esté al día con los servicios y productos que le ofrece su banco.

4.4. TIPO DE SUPERVISIÓN QUE EXISTE EN EL DEPARTAMENTO DE FINANZAS DEL BANCO BANVALOR.

Los controles internos deben ir a la vanguardia con la tecnología, el Departamento de Sistemas del banco se encarga, de adaptarle al computador un servidor (programa), a través del cual todas las operaciones realizadas por los clientes son gravadas y contabilizadas diariamente en el mismo. Este programa procesa el número de identificación personal o clave secreta, cuando se accede al banco, al igual que sus datos personales, número de cuenta (cuenta corriente o cuenta ahorro), el día, la hora, sucursal u oficina física, cajero automático donde cada cliente realice su transacción.

El servidor del banco es un servidor seguro, este establece una conexión con el cliente de manera que la información circula a través de Internet, encriptada, es decir, codificada lo que asegura que sea confiable y segura. De este modo, ninguna persona externa, que eventualmente estuviera espiando la transmisión de la información podrá descifrar los datos confidenciales mientras viajan hacia y desde la red del banco.

La seguridad en la red es un problema al que se enfrenta, no sólo la banca en línea, sino todo el conjunto de empresas que promueven el comercio electrónico. Este aspecto se ha convertido en uno de los mayores impedimentos para que un elevado número de usuarios de la banca se decida a utilizar el servicio por Internet. El sistema de encriptación de los datos que viajan por la red, se refiere a las técnicas para convertir los datos a una forma ilegible excepto para las personas autorizadas a su acceso. Las instituciones financieras esperan que dicha preocupación vaya pasando a medida que su utilización se refuerce en el mercado, como ha sucedido en el caso de los inicios de la tecnologías anteriores, como los usuarios de tarjetas de débito y crédito y la

inseguridad que les creaba disponer de efectivo en los cajeros automáticos, se ha disipado, ya que el banco ha demostrado eficiencia en los actuales sistemas que utiliza, y la necesidad creada por los mismos clientes para su uso ha logrado hacer olvidar todas estas inseguridades.

Además de esto la propia oficina virtual del banco en la página web, cuenta con ciertos elementos en los que se basa su sistema de seguridad, descrito a continuación:

Las Claves.

Conocidas como claves personal, PIN (número de identificación personal) o clave secreta. Cuando se accede al banco en Internet, de requiere un código de usuarios y contraseña, que se otorga al contraer el servicio. En muchos casos, como medida adicional de seguridad, al tercer intento consecutivo erróneo el usuario es expulsado y deberá notificarlo a la entidad para la reactivación del servicio.

El Certificado Digital.

Es un documento electrónico, emitido por una entidad certificadora, que identifica de forma segura al poseedor del mismo, evitando la suplantación de identidad por terceros. Es una herramienta que garantiza la identidad de los participantes en una transacción que requiera altos niveles de seguridad. Mediante este la identidad demuestra a quien recibe la conexión que se trata realmente de la institución con quien desea conectarse. Esto se conoce con el nombre de autenticación.

Además, el servidor de banca por Internet se basa en una interfaz o conexión web, que integra las funcionalidades propias de una agencia bancaria, la interfaz utilizada se encuentra conectadas a las mismas aplicaciones empleadas por las sucursales del banco.

Para que un servidor sea seguro es necesario que tenga un certificado emitido por una autoridad de certificación quien concede dicho certificado después de una exhaustiva comprobación de los datos aportados por la empresa solicitante. El usuario puede saber que está conectado con un servidor seguro cuando en el navegador aparezca el símbolo correspondiente: un candado cerrado.

Se espera que la utilización de estos elementos aumente la confianza en las transacciones vía Internet en general y en las bancarias en particular, si bien no se puede garantizar que ningún sistema sea invulnerable.

Adicionalmente se observa la demanda de un servicio más personalizado y su simultaneidad con la demanda de un servidor que garantice el contacto frecuente, sin que ello suponga un trato personal, además que permite una mejor gestión del control de las finanzas de la institución financiera.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Concluido el proceso general de la investigación de acuerdo al análisis de los datos se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- En el banco se pudo observar que indudablemente para manejar y permanecer en el mercado se hace necesario la implementación de nuevas tecnologías a medida que el tiempo y los avances lo requieran.
- Para alcanzar la calidad en los servicios prestados es necesario interacción de las actividades que se van a realizar en función de los objetivos planteados; esta interacción debe ser constante y debe producirse en todos los niveles de los bancos.
- El banco ha implementado una serie de estrategias: Políticas publicitarias, concursos, implementación de tecnología, entre otras, para así mantener satisfechos a su activo más importante, sus clientes.
- La conformación del personal es uno de los factores fundamentales para alcanzar el éxito y la calidad del servicio, de modo que la habilidad es el poder de saber hacer las cosas, mientras que la motivación es querer hacer las cosas. En este orden de ideas se podría afirmar que las fortalezas que posee la organización se obtienen básicamente en que el recurso humano posea aptitudes cualitativas de formación y educación, conocimientos, experiencias, relaciones humanas, de interés y de entrenamiento no sólo en el área donde se desenvuelven sino también en el ámbito tecnológico.

El futuro de toda organización radica en la capacitación y desarrollo de sus miembros.

- Los trabajadores de la banca están debidamente capacitados en lo que ámbito profesional se refiere, pero presentan debilidades a la hora de prestar un servicio, ya que no desarrollan adecuadamente factores fundamentales para éste, como: relaciones interpersonales, las relaciones humanas, etc. El recurso humano representa además del tecnológico representa uno de los factores de mayor relevancia en la consecución de la calidad de los servicios; ya que éste va a desarrollar, expresar y emitir esa esencia humana de brindar ayuda a quien la necesite y de acuerdo a las habilidades, la manera de interactuar con el público, se van a satisfacer las necesidades de los clientes del banco.
- El sector financiero es uno de los que ofrece mayor potencial en el uso de las nuevas tecnologías, utilizando nuevos canales de distribución de sus productos y servicios; y es uno de los que permite llevar a cabo un análisis más interesante del impacto de Internet en las finanzas. Después de todas las entidades financieras tratan con un producto, el dinero, que para muchos clientes ha sido siempre virtual.
- La red de redes supone una serie de amenazas para los bancos. Prácticamente se eliminan las barreras de entrada, lo cual trae un aumento de la competencia y mayor poder de negociación para los clientes, que tienen acceso a mayor cantidad de información. Esto se traduce para el banco en la necesidad de mejorar su eficiencia.
- La banca electrónica tradicional existente hasta la llegada de Internet no supuso más que un nuevo canal alternativo para la distribución de productos y servicios financieros esencialmente iguales a los ofrecidos en la red de oficinas. La evolución afectó principalmente a

los grandes clientes de las entidades financieras y a sus clientes de banca corporativa que disponían de ordenadores personales.

- Con la consolidación de Internet, aparece no sólo un nuevo medio para optimizar el coste de proceso de transacciones, sino también un nuevo soporte para la creación y desarrollo de un nuevo mercado de servicios financieros. El negocio de la banca experimenta no ya una simple evolución, como en su momento fue la banca electrónica tradicional, sino una verdadera revolución con la aparición de la Banca por Internet.
- Parece claro que Internet aparece en el sector financiero como un instrumento para distribuir, monitorizar y gestionar de una manera novedosa. El impacto de Internet se centra en que, por un lado, supone un nuevo canal de distribución de los productos bancarios más tradicionales y por otro, permite la aparición de nuevas áreas de negocio.

5.2. RECOMENDACIONES

En vista de los resultados arrojados durante el proceso de investigación se realizan las siguientes recomendaciones que pueden ser consideradas como posibles soluciones a las fallas encontradas.

- La banca estudiada, en la actualidad no cuenta con los nuevos canales de distribución de los productos y servicios, por lo tanto debería brindarle a sus clientes los productos y servicios que se encuentran en los mercados financieros, que son el impacto de las nuevas tecnologías y que otros escenarios competitivos ya han ofrecido a sus clientes de banca un nuevo medio para la realización de sus transacciones.
- Una de las principales reformas que debe realizar la banca venezolana es fomentar y continuar con el fortalecimiento

patrimonial, profundizar en la reducción de costos, ser rentable y continuar mejorando sus servicios y productos.

- Estar aptos para cualquiera contingencia y responder así de una manera eficaz y rápida, ya que el usuario requiere y necesita una atención de primera, con la mayor rapidez posible para no perder tiempo en las instalaciones de los bancos.
- Continuar con los programas de capacitación y adiestramiento, que permitan a los trabajadores de la banca la realización de sus actividades en el término de la excelencia.
- Realizar una campaña para formar e informar al público, de manera que los incentiven y los adiestren a los usos de sus innovaciones tecnológicas.
- Deben generar empleos o brindarles seguridad a sus empleados, para que así éstos den lo mejor sí.
- Ofrecer mejores tasas de colocación, ya que a medida que esto ocurra habrá demanda crediticia y al final la banca también será beneficiada.
- Mantener el apoyo al trabajador en equipo para eliminar cualquier tipo de aislamiento entre los integrantes de la banca, con la finalidad de lograr que las tareas empresariales sean desarrolladas con un máximo de eficiencia y eficacia.
- Con respecto a la tecnología los bancos deben ser más arriesgados e innovadores para así brindar al usuario la oportunidad de ser más objetivo a la hora de realizar sus inversiones.
- El personal debe capacitarse más adecuadamente en el ámbito tecnológico a medida que la banca vaya creciendo.
- Se le recomienda a la banca en general poner en práctica lo más pronto posible todos los servicios y productos que brindan las

nuevas tecnologías a fin de optimizar el proceso en los mercados financieros.

- Se sugiere al Departamento de Sistemas de Banca informar el proceso que se debería seguir para la formalización de un contrato o convenio para hacer uso de los servicios y productos que ofrece la banca.
- Se le recomienda al Departamento de Finanzas de la banca, hacer revisiones diarias para constatar que los registros se llevan de acuerdo a los manuales de normas y procedimientos administrativos con el fin de manejar la información de una manera más exacta, a objeto de determinar cualquier falla u obsolescencia

BIBLIOGRAFÍA

- ESTÉVEZ José (1998). Diccionario Razonado de Economía. Editorial Panapo, Caracas.

- GARCÍA, O. Metodología de la Investigación. Universidad de Oriente,

- Monagas Venezuela, 2001.

- <http://www.google.com>

- <http://www.monografias.com.-latecnología>.

- JÁUREGUL, B.L. (1997). La Investigación Documental. Editorial Panapo, Venezuela.

- NAVALÓN, Marc y SANTOMÁ Javier (2002). e-Finanzas Dirección Financiera con las Nuevas Tecnologías. Ediciones Gestión

2000, S.A. Barcelona.

- ROBBINS Stephen y COULTER Mary (1997). Administración. Quinta Edición. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.

- TAMAYO y Tamayo, M. (1997). El Proceso de la Investigación Científica. Editorial Limusa, 3era Edición México.

- “La seguridad jurídica en las transacciones electrónicas”

- LEGALIA, compañía de servicios jurídicos.

- Páginas especiales: Medios de pago

Expansión; 19 de Julio de 2.000.

- “EE.UU. Descubre las tarjetas inteligentes”

Dinero, 7 de Septiembre de 2.000.

- La Ley de Bancos y otras Instituciones Financieras.
- Mondex (MasterCard Internacional)

www.modex.com

- “Escenario par la Banca en Internet”

BANCA & FINANZAS, MAYO 2.001