



**INFORME DE PASANTIAS EN LA EMPRESA GLOBO CAMBIO FOREING  
EXCHANGES S.A.S ENFOCADA AL PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA  
SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE**

**AUTOR**

**DIEGO ANDRES SANCHEZ PEREZ**

**CODIGO: 20701925750**

**DOCENTE**

**JHON JAIRO QUIMBAYA RAMIREZ**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
COMERCIO INTERNACIONAL  
SANTA MARTA MAGDALENA  
2021**

**INFORME DE PASANTIAS EN LA EMPRESA GLOBO CAMBIO FOREING  
EXCHANGES S.A.S ENFOCADA AL PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA  
SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE**

**Diego Andres Sanchez Pérez**

Proyecto de grado modalidad pasantías, presentado como requisito parcial para  
optar al título de:  
**Comercio Internacional**

Director (a):  
**Jhon Jairo Quimbaya Ramírez**

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Comercio Internacional

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Santa Marta, Colombia

2021



## NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado: Informe de pasantías en la  
empresa globo cambio foreing Exchange, enfocada al  
plan de mejoramiento en la satisfacción del servicio al  
cliente,

Cumple con los requisitos para optar

Al título de: Profesional en Comercio Internacional.

---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado



## Tabla De Contenido

1.	ANALISIS PRELIMINAR .....	7
1.1	ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA .....	7
1.1.2	POLÍTICAS DE SEGURIDAD .....	9
1.1.3	MEDIDAS DE SEGURIDAD TÉCNICAS Y ORGANIZATIVAS .....	9
1.1.4	VISION.....	12
1.2	OBJETIVOS.....	14
1.2.1	OBJETIVO GENERAL .....	14
1.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
1.3	JUSTIFICACION.....	15
2.	PLAN DE TRABAJO .....	16
2.1	ACTIVIDADES/RESPONSABILIDADES.....	19
2.2	CRONOGRAMA .....	21
3.	FORMULACION DEL PROBLEMA .....	22
4.	PROPUESTA .....	28
4.1	DIAGNÓSTICO.....	28
5.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	31
6.	AUTOEVALUACIÓN.....	32
7.	CONCLUSIONES.....	35
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	37
9.	ANEXOS.....	39





## TABLA DE FIGURAS

Figura 1.Evolución y expansión de la empresa al pasar los años .....	8
Figura 2.Oficina globo cambio en Hong Kong.....	12
Figura 3.Visión de la empresa para el año 2021 .....	13
Figura 4.Cronograma de las pasantías .....	21
Figura 5.Quejas comunes de los clientes .....	24
Figura 6.Triangulo de servicio al cliente .....	25
Figura 7. Presentación folleto para clientes, más bono de 5% .....	40
Figura 8.Sitio oficial/official web page GLOBO CAMBIO FOREIGN EXCHANGE COLOMBIA .....	41



## **TABLA DE ILUSTRACIONES**

Tabla 1. Estrategia propuesta para el mejoramiento de la empresa.

17

Tabla 2. Matriz de propuesta y acción

18



## 1. ANALISIS PRELIMINAR

### 1.1 ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

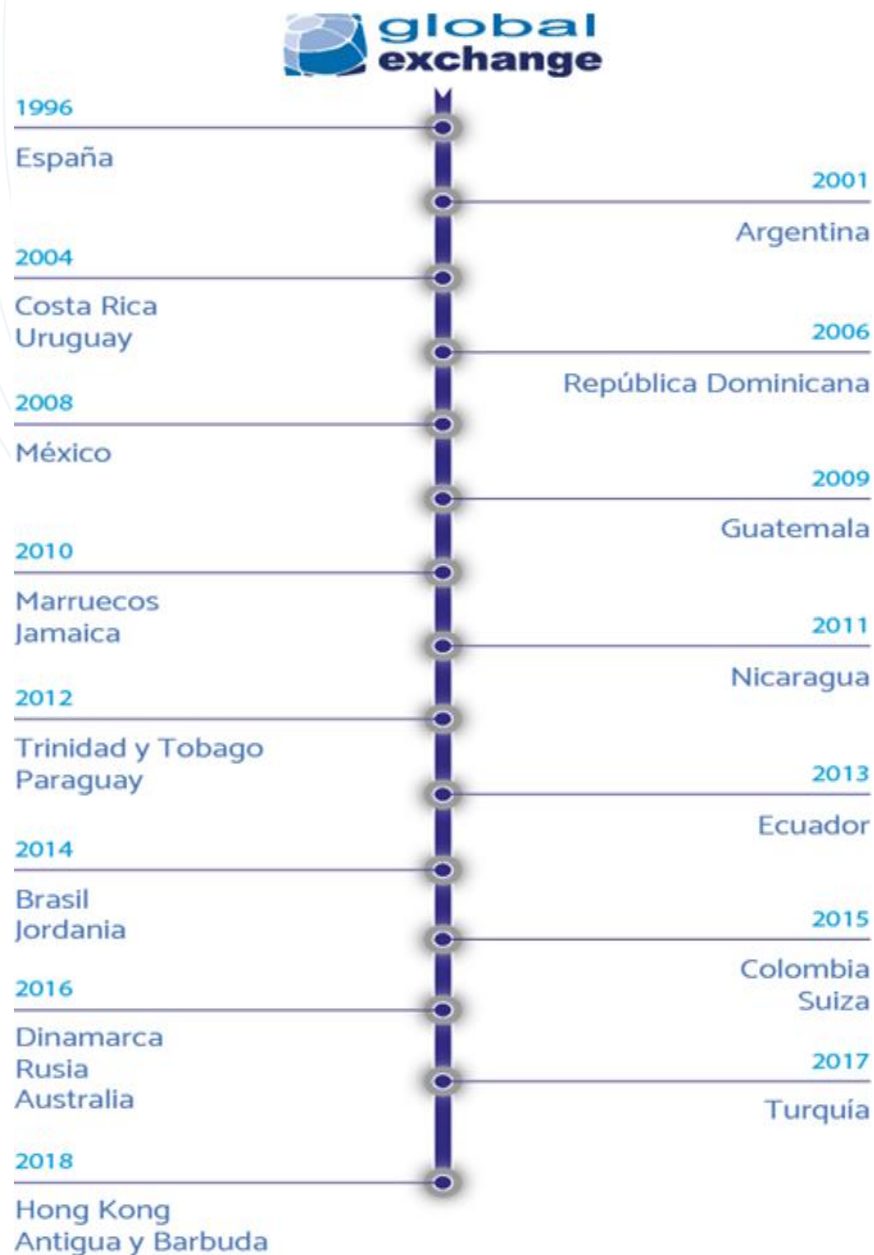
Global Exchange opera en el sector del cambio de moneda **desde el año 1996**. La empresa tiene su origen en España, en la localidad de Fuentes de Oñoro (Salamanca), fronteriza con Portugal, donde los propietarios, la familia Alanís, venían desarrollando diversas actividades empresariales enfocadas al público turista.

En 1996 se inauguró esta nueva línea de negocio para responder a las necesidades de cambio de moneda de los turistas extranjeros y con el objetivo de ofrecer un servicio profesional y de elevada calidad. **En tan solo 3 años, se consolidó una red de 16 establecimientos de cambio**, repartidos por todo el territorio español. (*Grupo global Exchange, sitio oficial*)

A raíz de la entrada en vigor del euro, la empresa decidió optar por un proceso de **internacionalización**. En el año **2001**, se convirtió en la única empresa española del sector que se internacionalizó, iniciando ese nuevo reto con la apertura de 11 oficinas de cambio en los 6 principales aeropuertos de **Argentina**. Desde ese momento, y hasta la actualidad, en tan solo veinte años, ha llegado a operar en 57 aeropuertos internacionales de 21 países y 5 continentes, y en numerosos complejos turísticos de Centroamérica.

Esta expansión imparables ha sido posible gracias a un crecimiento sólido y sostenido que engloba, además de al negocio, a la propia organización, que ha ido sumando recursos tecnológicos y humanos por encima de la media del sector durante estos años.

Figura 1. Evolución y expansión de la empresa al pasar los años







GLOBO CAMBIO FOREIGN EXCHANGE, S.A.S. (en adelante, “Globo Cambio”), una entidad con domicilio registrado en la ciudad de Bogotá. Esta compañía se encuentra inscrita como Profesional de Compra y Venta de Divisas en Efectivo y Cheques de Viajero ante la Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

Globo Cambio ofrece servicios de cambio de moneda extranjera en sus 11 oficinas en Colombia, localizadas en los aeropuertos de El Dorado, José María Córdova, Olaya Herrera, Rafael Núñez y Ernesto Cortissoz. En los centros comerciales Centro 93, Santafé (Medellín) y Plaza Boca Grande, también en las oficinas de calle del Colegio (Cartagena de Indias) y en el Simón Bolívar de Santa Marta. Teniendo más de **20** años de experiencia a nivel mundial. Está presente en **57** aeropuertos, hoteles y centros comerciales de **21** países. Actualmente cuenta con más de **2.500** empleados y **310** oficinas en todo el mundo.

### **1.1.2 POLÍTICAS DE SEGURIDAD**

El Grupo Global Exchange está totalmente comprometido en la lucha contra los delitos financieros y de lavado de capitales. Además de cumplir estrictamente con las leyes y normativas de los distintos bancos centrales, el Grupo mantiene y promueve un comportamiento ético en todas nuestras casas de cambio y con cada uno de los integrantes de la compañía.

### **1.1.3 MEDIDAS DE SEGURIDAD TÉCNICAS Y ORGANIZATIVAS**

En cumplimiento de la normativa vigente (Ley Estatutaria 1581 de 2012, el decreto 1377 de 2013 y demás normas concordantes, en adelante normativa aplicable), Globo Cambio ha adoptado las medidas técnicas y organizativas necesarias para mantener el nivel de seguridad requerido en atención a los datos personales tratados. Así mismo, está dotada de los mecanismos precisos a su alcance para evitar, en la medida de lo posible, los accesos no autorizados.



La plataforma GLOBEX se enfoca en realizar las operaciones de cambio de tipo de moneda a clientes extranjeros, nacionales y locales, brindándoles una amplia gama de servicios promocionales en cada una de sus transacciones tales como:

- ✚ Tax free service: No se cobra comisión en ninguna operación de cambio de moneda extranjera, únicamente un margen de intermediación que será menor si el cliente decide hacer el cambio online frente a un cambio presencial en una oficina física.
- ✚ Garantía de devolución o re-compra: la garantía de que si al cliente le sobra dinero y tiene incluida esta ventaja, la empresa se hace cargo de hasta el 50% de lo que éste haya cambiado, hasta 50 días más tarde. (Incluyendo el día en que haya cambiado) y al mismo precio que en el cambio original.
- Reserva de moneda online con mejor precio garantizado:  
Se obtiene un mejor precio que en el aeropuerto.  
Se Puede reservar hasta 30 días antes del viaje.  
Se asegura el mejor tipo de cambio, el del día de la reserva o el de la retirada.  
Se paga la reserva en el aeropuerto el día del viaje.
- Cambio de moneda en amplia red de oficinas: Global Exchange tiene oficinas de cambio en los principales aeropuertos internacionales de 11 ciudades del país (Colombia)
- Tarjeta prepago Multidivisas:  
Se obtiene moneda local en los cajeros del país de destino.  
Se compra de forma segura en cualquier establecimiento que acepte MasterCard.  
Controlando el gasto, no está asociada a ninguna cuenta bancaria  
Recargable a donde el cliente se dirija





- Seguro de robo de dinero cambiado: Se ha lanzado un seguro de robo de efectivo, especialmente diseñado para clientes presenciales y online en la web. Gracias al mismo, el cliente podrá viajar con la tranquilidad de que si le roban en cualquier parte del mundo el dinero que haya cambiado con GLOBEX, se le devolvería rápida y fácilmente hasta 20 días después de realizado el cambio presencial.

La razón de ser es estar presente allí donde los clientes precisen recibir el servicio de cambio de moneda extranjera, atendiendo sus demandas con la máxima amabilidad y eficiencia, bajo un estricto cumplimiento de la legalidad y de la ética profesional.

Para ello, el Grupo Global Exchange se sustenta sobre unos sólidos **valores** que han regido su quehacer diario desde los inicios de la compañía y que siguen presidiendo cada una de las acciones que se llevan a cabo. El Consejo de administración de la compañía vela por el cumplimiento de estos **principios**:

***El cliente, el empleado, la legalidad y el crecimiento.***

- Estricto cumplimiento de la ética, la legalidad y la transparencia.
- Importancia del capital humano.
- Excelencia en la atención al cliente.
- Búsqueda constante del crecimiento y la expansión.
- Desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías.
- Cuidada imagen corporativa.
- Orientación a la innovación y mejora continua

Figura 2. Oficina globo cambio en Hong Kong



Fuente: <https://www.global-exchange.com/es/quienes-somos/principios-corporativos/>

#### 1.1.4 VISIÓN

El Grupo Global Exchange se encuentra actualmente inmerso en un ambicioso plan estratégico con el que se pretende triplicar el volumen de la compañía en los próximos 5 años en línea con su cuarto principio corporativo (Búsqueda constante del crecimiento y la expansión).

El objetivo es estar presente **en más de 40 países, a lo largo de 2017-2021**, a través de 400 oficinas de cambio que atenderán a 10 millones de clientes al año. Esto permitirá incrementar la plantilla hasta los 2800 trabajadores en todo el mundo.

Se trata de un **crecimiento sólido y sostenido** con el que se seguirá consolidando el liderazgo en América Latina y Caribe y afianzando el crecimiento en otros continentes como Europa, norte de África, Asia y Oriente Próximo, llegando así a cualquier parte del mundo donde surja la oportunidad de ofrecer un servicio moderno y eficaz de cambio de moneda.

Figura 3. Visión de la empresa para el año 2021



Fuente: <https://www.global-exchange.com/es/quienes-somos/futuro/>





## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

- Aplicar plan de mejoramiento para la empresa Globo Cambio FE, basado a la satisfacción del servicio de atención al cliente, así mismo, a la optimización de gestión del tiempo durante este mismo proceso.
- Desarrollar la pasantía como opción de grado para optar el título de profesional en comercio internacional, aplicando un plan de mejoramiento para la empresa Globo Cambio FE, basado a la satisfacción del servicio de atención al cliente.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar una estrategia y un plan de acción entorno a la satisfacción del servicio al cliente y a la optimización de gestión del tiempo durante el mismo proceso para la empresa Globo Cambio FE.
- Analizar los resultados obtenidos una vez se haya realizado previamente un diagnostico que determine las variables y los factores que inciden y se asocian a la materia problema de estudio en el presente informe.
- Sugerir un protocolo o modelo de servicio al cliente y socializarlo con el superior a cargo, con la finalidad de mejorar la ejecución del proceso.



### 1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente informe pone de manifiesto ampliamente la necesidad de establecer una propuesta de mejora en el proceso de gestión y manejo del tiempo en el área de atención al cliente en la empresa Globo Cambio FE. Siendo ésta, una de las más grandes empresas de cambio de divisas a nivel mundial, en donde se ha logrado posicionar con excelencia en el nicho, gracias a sus elevadas muestras de transparencia y fiabilidad en la vasta gama de servicios comerciales ofrecidos dentro del sector. No obstante, se hace posible identificar la presencia de un foco relacionado con la administración del tiempo y con las premisas realizadas por el trabajador que se le exigen formular en el momento de consolidar la información pertinente de los clientes en el sistema (cumplimiento del conducto). Surgiendo así, una realidad que afecta tanto la satisfacción de los clientes como la efectividad de la operación mediante la ejecución del debido proceso y que naturalmente reporta una desventaja para la empresa. En este sentido, es necesario adoptar alternativas de mejora que contribuyan a la optimización del tiempo, claramente en función de la relación Cliente-Empresa, transformándola en una experiencia conjunta y retroalimentada de crecimiento a través de la generación de emoción y satisfacción de las expectativas y necesidades de los clientes, así mismo, obteniendo resultados positivos para la evolución de la empresa. La búsqueda del beneficio mutuo será la clave para una acertada y oportuna toma de decisiones en cuanto a los procesos tanto internos como externos de la empresa, puesto que, se presentan con la misma importancia, clientes y empleados, ya que éstos, son una red la cual debe estar siempre bien forjada garantizando el éxito total de cualquier organización.

## 2. PLAN DE TRABAJO

El presente plan de trabajo, tiene como finalidad trabajar en las fallas y debilidades halladas en la empresa con base al proceso de gestión del tiempo y satisfacción del servicio al cliente durante el protocolo establecido. Ofreciendo soluciones que generen mejores resultados y decisiones más asertivas.

- **Estrategia No.1**

A través de un método de estudio Descriptivo-Explicativo, se señalan formas de conducta y actitudes del universo investigado (clientes), además, establecen comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. *“Es explicativo porque los resultados del proyecto pueden constituirse en un aporte al modelo teórico de la explicación de hechos y puede generalizarse a partir del problema de investigación”* Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación (en el presente caso). Esta investigación busca estructurar los diferentes elementos que componen la investigación para luego recolectar y analizar las pautas y actividades de la atención brindada.

Combinando estos 2 tipos de estudio; descriptivo y explicativo, se puede conocer la percepción actual de los clientes de Globo Cambio FE en cuanto a la Satisfacción y Servicio ofrecido por los trabajadores, y con base en esos resultados, se sugiere aplicar el protocolo de servicio únicamente a una categoría de clientes específicos, esto con el fin de que todo se ajuste en pro tanto a las necesidades de la empresa, como a las del cliente. Así mismo, que se deba socializar y concretar primordialmente con el directivo de la oficina.



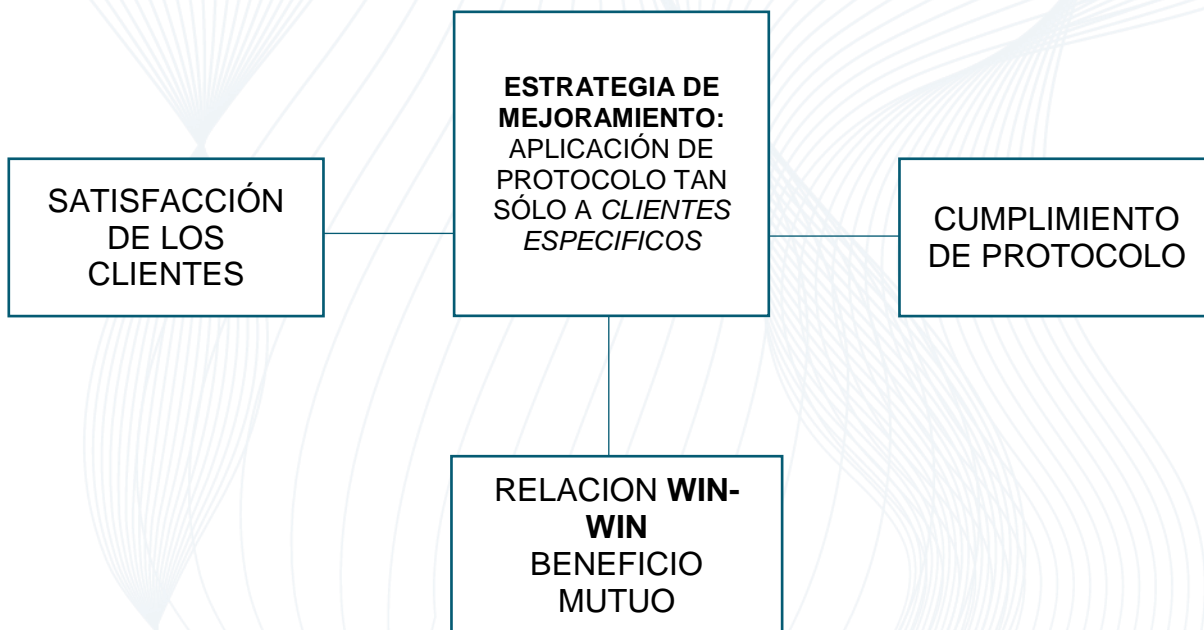
- **Estrategia No.2**

Se sugiere el protocolo:

A partir del diagnóstico inicial realizado y el método descrito en el numeral anterior, junto un análisis inductivo y su observación correspondiente, se permite conocer la percepción de los clientes sobre la calidad, satisfacción y servicio ofrecido. En este momento se define la 2da estrategia diferenciadora que será útil su implementación, ya que permitirá que la empresa Globo cambio FE, responda positivamente ante la problemática evidenciada durante la práctica profesional:

A continuación, se describe la estrategia que se propone al directivo con fines de brindar alivio a la situación Cliente-Empresa (Practicante):

Tabla 1. Estrategia propuesta para el mejoramiento de la empresa.



Fuente: Elaboración propia



Tabla 2. Matriz de propuesta y acción

Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	INDICADOR	RESPONSABLE	META
Hacer que todos los clientes de Globo Cambio FE, se sientan verdaderamente satisfechos con el servicio ofrecido por la empresa	Seguir el conducto pero aplicando <b>solo a clientes específicos</b> . Es decir, realizarle las preguntas de seguridad solo a clientes que decidan efectuar transacciones y/o cambiar un monto mayor a <b>600usd</b> . Hacer seguimiento y evaluar resultados.	Usuario operador (trabajador)  Gerente de la oficina	Usuario operador (trabajador)  Gerente de la oficina	Al menos el 90% de los clientes se sientan cómodos y colaboren con el cumplimiento del proceso de la operación
Agilizar el tiempo por operación en ventanilla. Así mismo fortalecer la estructura de servicio al cliente por medio de la realización de transacciones más eficientes	Analizar el entorno, estar a la vanguardia del mercado y proponer al equipo de trabajo ideas nuevas y diferentes atención al cliente.	Usuario operador (trabajador)  Gerente de la oficina	Usuario operador (trabajador)  Gerente de la oficina	Al menos del 90% de los clientes se sientan a gusto con el servicio del mismo modo, reforzar los procesos operativos de la compañía mediante la optimización de la gestión del tiempo



## 2.1 ACTIVIDADES/RESPONSABILIDADES

Como pasante, en su labor de servicio al cliente, así como de apoyo a su superior y al departamento comercial, junto con la realización de funciones de su propia responsabilidad, se logró desarrollar múltiples acciones referentes con el objeto social de la empresa. A continuación, se enmarcaran los procedimientos ejecutados y herramientas utilizadas para su cumplimiento, así mismo, las principales actividades que tuvieron gran incidencia en el proceso, y que, de alguna manera, ayudaron a que se fortaleciera la organización y así aportar a la mejora continua:

- Realizar las operaciones de cambio de moneda, conforme a los procedimientos operativos descritos en el manual del operador (instrucciones dadas al practicante expuestas en un manual antes de ingresar a labores)
- Velar por el cumplimiento de los controles internos y los procedimientos establecidos, a los fines de garantizar la transparencia en cada transacción u operación de cambio.
- Llevar registros detallados de las transacciones realizadas diariamente.
- Atender a los clientes de acuerdo a las políticas de calidad y excelencia en atención al cliente.
- Manejar responsablemente la información y la documentación interna y externa.
- Documentar y archivar debidamente las operaciones, de acuerdo a los criterios legales vigentes.
- Detectar las necesidades de los clientes, en caso de escapar una de éstas en las operaciones, informar al supervisor o administrador.



- Revisar constantemente con el área técnica las incidencias que se presentan en los servicios y generar oportunamente soluciones a los clientes.
- Manejar adecuadamente los equipos tecnológicos y físicos asignados.
- Pruebas del funcionamiento de la plataforma digital de la empresa para la generación de factura de venta o compra de los clientes, así mismo, para posibles cotizaciones y/o simulaciones de costos y precios comerciales de moneda.
- Aclarar dudas o atención de sugerencias a los clientes y a su vez, brindar argumentos claros y completos frente a una queja en ventanilla.
- Detectar y reportar cualquier operación que pueda estar vinculada a los delitos de lavado de activos y financiación de terrorismo, y velar por el cumplimiento de los mismos
- Colaborar en disponer de todo lo necesario para el correcto funcionamiento del centro (material, observación de imagen y limpieza de la oficina, de la información de faltantes o sobrantes de moneda, y todo aquello que se estime necesario para prestar el mejor servicio).
- Cumplir las instrucciones impartidas por los jefes directos, relacionadas con la ejecución de las funciones.



## 2.2 CRONOGRAMA

Figura 4. Cronograma de las pasantías

ACTIVIDADES	PERIODO 2021-2												
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13
1 Inspección del área de trabajo													
2 Recopilación de información													
3. Período de comienzo de actividades													
4. Construcción del planteamiento del problema													
5. Diseño de objetivos													
6. Revisión de datos bibliográficos para construcción de marco teórico													
7. Creación y redacción de propuesta de mejoramiento													
8. Diseño de metodología y estrategias													
9. Plan de acción													
10. Correcciones del informe													
11. Resultados, conclusiones y recomendaciones													

Fuente: Elaboración propia





### 3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por medio del presente informe se pretende elaborar una propuesta de mejoramiento en cuanto a la agilización de las operaciones para la disminución de retrasos en cada una de las transacciones realizadas a diario por el trabajador (pasante).

Dicho esto, se expone a continuación la problemática que se pudo evidenciar en la empresa Globo Cambio, donde el practicante, detectó puntos clave que podrían trabajarse constantemente con el objetivo de mejorar y agilizar el proceso de cambio de la compañía (optimización del tiempo por operación).

Globo cambio es una empresa cuyo propósito es facilitar las transacciones monetarias a sus clientes, siendo su mercado objetivo los diferentes pasajeros con llegada y salida del aeropuerto. La empresa se encuentra en crecimiento y consolidación a nivel nacional e internacional, debido a lo cual se requiere aligerar los procesos de cambio de divisas (compra y venta), con el objetivo de minimizar recursos y tiempo en el área de atención al cliente, y enfocarlos en la aplicación de mejoras que permitan lograr la meta final de la empresa. Así mismo, recrear un ambiente laboral más idóneo.

El proceso de cambio de divisas inicia desde que el cliente se acerca a la ventanilla de atención solicitando adquirir una cantidad monetaria de la moneda local (COP) a cambio de entregar su equivalencia en moneda extranjera (o viceversa), por otra parte, el operador primeramente, verifica la disponibilidad de la moneda deseada, una vez corroborada la divisa y la cantidad, procede a realizar el cálculo de la conversión de la moneda en su equivalencia a otra, posteriormente, solicita el documento de identidad o pasaporte del cliente para su identificación, y seguidamente llegar a una concreción de precios e ingresar toda la información del cliente necesaria a la plataforma digital, requiriendo de éste, su colaboración estricta para el desarrollo de la transacción comercial y su finalización, en otras palabras, es fundamental que el cliente, además de proveer su información personal (dirección de estadía, teléfono, actividad y correo electrónico) deba responder a un par de preguntas que resultan “incomodas” tanto para el trabajador como para el cliente (situación





problema). Llevando a cabo, añadido a lo mencionado, una operación que genera mayor demanda de tiempo para ambos participantes. Traduciéndose esto, como ‘retraso’ además de ‘indeseable’.

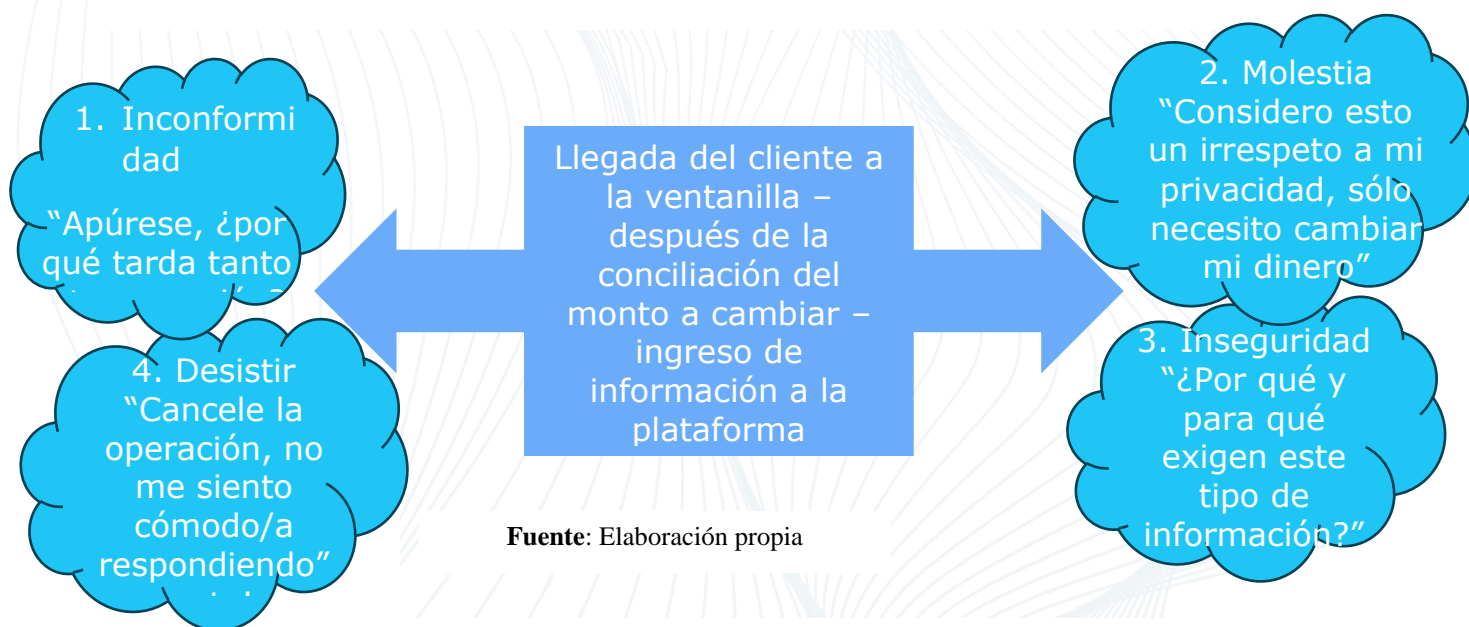
Dicho retraso, es debido al procedimiento **puntual obligatorio** estipulado por la empresa, que se debe acatar para dar cumplimiento al conducto en el momento de la atención al cliente. Que dicta solicitarle a éste (señalado en el párrafo anterior) una serie de requisitos, como lo es, elaborar un conjunto de preguntas que, en el 85% de los casos, se tornan “inapropiadas” e “improcedentes” por parte del cliente a causa de esta intervención. Por sobre todo, si es el caso de compradores extranjeros, en repetidas ocasiones, pueden interpretar esta medida como “intrusiva” o “invasiva” (refiriéndose en el plano cultural foráneo) además de ‘demorada’. Afectando así, la armonía del proceso de la operación en general. Cabe resaltar que, el mencionado es un mecanismo de seguridad que a pesar de cómo se responde a este, concentra sus motivos en la base de los principios éticos de la compañía.

Actualmente, para la realización de cambio a los clientes se plantean las siguientes preguntas provocando cierta inconformidad o molestia por parte de los clientes.

Por consiguiente, se citan y precisan los interrogantes hechos durante la operación de cambio que se consideran “inapropiados” anteriormente:

- a. “¿De dónde provienen y a dónde se destinan los recursos?” (Origen y destino de fondos)
- b. “¿Es usted una persona públicamente expuesta?” PEP (Si la persona tiene un cargo reconocido o labora para el sector público en su país)
- c. “¿Presenta usted antecedentes penales o se ha visto alguna vez involucrado en asuntos policiales?” (Este viene siendo el interrogante en particular, más rechazado por los clientes)

Figura 5. Quejas comunes de los clientes



De esta manera, a través de un diagnóstico y un análisis de la situación, se formula un abanico de ideas y estrategias claras para corregir dichos errores, definiendo objetivos precisos, que se pretendan alcanzar y/o aquellas metas que se ha propuesto la empresa y que le permitirán seguir ocupando un lugar importante y reconocido dentro de su entorno. Del mismo modo, enfrentar debilidades y amenazas. A su vez, plantear las posibles soluciones al problema, destacando fortalezas y aprovechando las oportunidades que les ofrece el sector.

Con el fin de dar a conocer las teorías que enmarcan el desarrollo del presente trabajo, se presentarán en detalle, algunas de las opiniones planteadas en varias investigaciones realizadas por autores expertos y entidades financieras de Colombia, con base al siguiente triángulo:

Figura 6. Triangulo de servicio al cliente



“El Servicio según **Peel (1990)**, puede ser entendido como "aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad".

El Francés **Inches (2001)** dice: "El servicio al cliente es una gama de actividades que en conjunto originan una relación" y **Lovelock (2001)**, presenta una definición que se ajusta más a las entidades prestadoras de servicio la cual expone que: "El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo.

El servicio al cliente es “la relación que nos permite definir y desarrollar las actividades organizacionales requeridas para lograr la satisfacción de las necesidades del cliente; para que permanezca y contagie esa satisfacción a nuevos públicos”. **Inches (2001), Lovelock (2001)**.

Ahora bien la calidad en el servicio al cliente también cuenta con un fundamento teórico expresado por **Berry (1994)**, en donde la filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post-venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

**Harrington (1997)**, señala que "el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente". Generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer al cliente,





las necesidades y qué se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los clientes activos, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamos.

Ahora bien, **La cultura de servicio** va directamente relacionada con las personas, la capacitación y el enriquecimiento personal como método provechoso para hacer que la gente tenga una buena actitud, y más allá de la actitud conocer las habilidades personales.

Las personas de servicio al cliente deben tener talento social, deben tener las reglas normales de la sociedad y ser capaces de decir o hacer lo que sea necesario para establecer relaciones con un cliente y mantenerlas, deben tener un nivel alto de tolerancia para el contacto y tener la virtud de participar en muchas situaciones, factores que se denominan Trabajo Emocional donde el yo es el instrumento de acción (**Napoleón Franco, Portafolio 2009**)

**Albrecht (2001)** ilustra la filosofía del servicio y definió cada uno de sus componentes:

**El Cliente:** Quien compra los productos, bienes y servicios que ofrece la compañía. Es a quien se debe identificar y conocer.

**La Estrategia:** Luego de conocer al cliente se establece la estrategia; La estrategia tiene dos orientaciones: Una interna que tiene que ver con el servicio y otra externa que corresponde a la promesa del servicio que se ofrece a los clientes.

**El Personal.** Es todo el personal de la organización. Las personas deben conocer, comprender y comprometerse con la estrategia y particularmente con la promesa de servicio.

En medio de toda la variedad de conceptos en administración y de las múltiples tendencias empresariales, aparece una que sorprende por rentables, sencilla y obvia: **La lealtad de los clientes**

Es importante analizar las principales variables de la lealtad: En relación con el cliente.

El aspecto más relevante quizás sea que un cliente insatisfecho no solamente no regresa, sino que se encarga de hablar mal de la compañía (investigaciones sostienen que entre



nueve y treinta consumidores potenciales se enteran de cada mala experiencia). Esto puede anular cualquier estrategia de mejoramiento en la calidad del servicio.

En relación con el personal que labora en la empresa. No se puede hablar de lealtad de los clientes si no se cuenta con personal eficaz y comprometido que proporcione un buen servicio.

El capital humano y lo que una organización aprende a hacer como equipo, es uno de los activos más importantes en la actualidad. El actuar del personal debe estar enmarcado en los valores y principios éticos de la organización, y deben estar presentes como la principal característica del servicio brindado día a día a todos los clientes internos y externos.

Una característica diferenciadora es integrada por los siguientes principios:

Lealtad. Actuar buscando siempre el beneficio de la organización, de sus clientes y de sus accionistas, obrando de manera íntegra, franca, fiel y objetiva.

Honestidad. Obrar de manera recta, observando una conducta intachable, con estricta sujeción a los principios morales y a las normas que regulan la actividad de la organización.

Respeto. Aceptar, comprender y valorar a los otros, reconociendo intereses, necesidades y sentimientos para generar un ambiente de crecimiento personal y profesional que impacte positivamente a la organización, a los clientes y al entorno en general

Responsabilidad. Es la capacidad para reconocer y asumir las consecuencias de los actos propios y las decisiones tomadas. Este principio se materializa cuando se trabaja para obtener siempre los mejores resultados.



## 4. PROPUESTA

Aplicar plan de mejoramiento para la empresa Globo Cambio FE, basado a la satisfacción del servicio de atención al cliente, así mismo, a la optimización de gestión del tiempo durante este mismo proceso.

### 4.1 DIAGNÓSTICO

En el transcurso de la pasantía en la empresa Globo Cambio FE, se tomaron en consideración falencias principalmente, en toda la esfera que concierne a la gestión del tiempo durante el proceso operativo, las cuales se plantearán más adelante, con su respectiva propuesta de mejora.

En esta área fundamental, o bien, en el corazón de la empresa, en donde se realizan todas las operaciones de cambio de moneda, y la cual se caracteriza por ser un punto crítico, dada su fluctuación, vulnerabilidad y sensibilidad, se mostraron síntomas que indican que el proceso operativo, en términos de intervalos de tiempo, no está cumpliendo sus objetivos satisfactoriamente, éstos provienen tanto del exterior como del interior de la empresa.

La operación se divide en **seis (6)** accionamientos:

1. Recepción y bienvenida del cliente en ventanilla
2. Solicitud venta/compra moneda local o extranjera
3. Cálculo de la conversión de moneda en su equivalencia a otra (En este momento, se procede a ofrecerle al cliente los paquetes promocionales vigentes a los que puede acceder si decide incrementar su monto. Así mismo, se le proponen las diferentes opciones de pago).





4. Se llega a una conciliación final del precio (se despejan las posibles dudas que tenga el cliente con referente al Tipo de cambio y Garantías)
5. Diligenciamiento de datos e ingreso de información del cliente al sistema. (En este apartado se le solicita sus datos personales como pasaporte o cédula en físico. Y por reglamento institucional y celebración del conducto, se le insta al cliente a responder dos (2) interrogantes cruciales con fines de defender la transparencia y la privacidad. Análogamente, con el propósito de velar por el cumplimiento a las disposiciones legales vigentes para el control y prevención de lavado de activos y estar alerta de posibles operaciones involucradas al terrorismo (aplicación manual SARLAFT).
6. Desembolso. (Efectuar cambio y terminación de la transacción)

Por lo anterior, se intuye que dicho tiempo invertido por cada operación, se excede. Dando como resultado, una operación “engorrosa” (posteriormente se explicará con detenimiento la razón de este supuesto y el escenario dado bajo el término).

#### **Expectativas de los clientes a Satisfacer.**

En términos generales, los clientes esperan de una empresa, entre otros aspectos los siguientes:

1. Adquirir productos que los satisfagan.
2. Recibir buen trato.
3. Que sus problemas específicos le sean resueltos.
4. Que haya oportunidad en la entrega de la información que solicitan y de los trámites que adelantan.
5. Recibir explicaciones sencillas y entendibles.
6. Que les cumplan con lo que se les prometió

#### **“La Estrategia de Servicio de Las 3Aes”**

En el año 2001 el Banco Popular de Colombia, desarrolló una estrategia de servicio al cliente denominada “*La Estrategia de Servicio de Las 3Aes*”, con el fin de brindar



Agilidad, Amabilidad y Asesoría a través de la atención y servicio para posicionar a la organización bajo el concepto de Calidad en el Servicio.

Esta estrategia estuvo de la mano del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), mecanismo orientador que consolida una cultura de atención, protección y respeto a los consumidores financieros al aplicar los siguientes pilares: Agilidad, Rapidez y Oportunidad de la respuesta a las quejas, reclamos, peticiones, sugerencias y solicitudes en general que presentan los clientes ante el Banco. Así mismo, informar a los clientes los tiempos que maneja el Banco para sus procesos internos con el fin de que ellos no sientan demoras en las solicitudes realizadas.

*Amabilidad.* Es el trato cordial en la atención que se les debe proporcionar a los clientes y usuarios en las oficinas o puntos de contacto, respetando sus derechos como consumidores financieros. Además, teniendo prelación con las personas discapacitadas, ancianos y mujeres embarazadas.

*Asesoría.* Brindar a los clientes información veraz y completa de las características de los productos y servicios ofrecidos por el Banco, el modo seguro para utilizarlos y los derechos y obligaciones que tienen como consumidores financieros en el momento de abrir un producto e incluso cuando se le hagan, por parte del Banco, modificaciones a las condiciones de los mismos. La estrategia de servicio de las 3AES fue materializada a nivel nacional.



## 5. RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados que se han obtenido hasta el momento han sido muy positivos, una vez puesto en práctica la alternativa de solución a la problemática durante el proceso de las operaciones, se pudo reflejar un cambio en la respuesta de los clientes ante el protocolo exigido, ya que como mencionado anteriormente, no se está ejerciendo sobre todos los grupos de clientes, sino que al concentrarse el conducto únicamente en una categoría, se hace más liviano el ambiente y éste se ajusta mejor así mismo ante cada acción.

Se ha disminuido significativamente los tiempos de cada transacción, pues se han ido reduciendo los obstáculos que se presentaban en el flujo normal del proceso de servicio, pues las premisas se hacen de acuerdo al tipo de cliente que se acerca a la ventanilla (clientes que efectúen operaciones mayores o iguales a 600 USD) Al hacer esta modificación en el servicio de atención al cliente, la operación se vuelve más ágil y rápida.

Al analizar detalladamente el flujo del proceso de servicio, se ha detectado que uno de los obstáculos más significativos es la compra y venta de moneda a través de tarjeta de crédito/debito, lo cual retrasa la transacción, ya que por este medio, la operación se prolonga más debido a la conversión equivalente de la moneda cotizada, dando un valor distinto al tipo de cambio, así mismo, extendiendo el tiempo en ventanilla. Esto se da ya que el cliente al no tener el efectivo, se dispone a realizar la compra del monto y luego la venta. En otras palabras, se ejecutan dos procesos al mismo tiempo además de que el costo por compra y venta son complemente diferentes.

Para mejorar esto, se inició la medición de los tiempos de ejecución en cada una de las operaciones, para evaluarlos e ir tomando las medidas necesarias para mejorar. Hasta el momento se está en el proceso de conciliación con el directivo para agilizar el proceso y si es posible, una vez consultado y revisado con los superiores, que se establezca una modificación en los precios en este tipo de transacción, ofreciendo ideas innovadoras y acordes a la meta central de la compañía.

## 6. AUTOEVALUACIÓN

Durante el tiempo de la pasantía, comprendido por 4 meses (igual que 92 días y 552 horas. Laborando 8 horas de 24hrs) se pudo sintetizar el proceso de aprendizaje de la siguiente manera:

En ausencia de saberes:

Dificultad al **inicio** de la ejecución de la tarea con respecto a:

- Procedimientos específicos y *protocolos estrictos* a seguir en el instante de atender al cliente, tal como el *conducto* y *reglas impartidas* que deben cumplirse en el momento exacto en que el cliente se acerca a la ventanilla, lo anterior según lo estipula la compañía.
- Manejo y familiarización con *la herramienta digital* de la empresa, presentándose problemas técnicos comunes diarios en la plataforma, tales como fallas y errores en el sistema debido a las diferentes actualizaciones de costos y precios dentro de ésta.
- Conteo del dinero de su respectiva caja al iniciar y terminar el turno, verificar la identidad de los clientes, al hacer un estudio previo de las transacciones, con el objetivo de **verificar la autenticidad** antes de realizar el cambio o venta, comprobar que la información señalada en los documentos fuese correcta.



Como logros alcanzados:

- Adquisición de una mayor responsabilidad para asumir las diversas tareas encomendadas durante el período de la práctica empresarial, desarrollando así, autonomía para realizar la gestión.
- Se logró la interrelación con el personal de trabajo, aprendiendo a ejecutar cada una de las actividades en equipo y a organizarse de tal manera, que se alcancen los mismos objetivos y se resuelvan los problemas de forma conjunta.
- El contacto directo y constante con los clientes y colaboradores: hechos que permitieron que al pasar los meses, el desenvolvimiento fuera más ágil y con menos temores.
- Detección de las fortalezas y debilidades en el ámbito tanto laboral, como personal.
- Se utilizaron, reforzaron y añadieron nuevas habilidades y destrezas. Así mismo, fue sumamente enriquecedora la experiencia obtenida ya que, se pudo ampliar la gama de conocimientos técnicos-administrativos, al estar inmerso en el entorno comercial y financiero.
- Contribución al desarrollo profesional del practicante, en el cual se le permitió salirse de la zona de confort, enfrentarse y desenvolverse en un ambiente corporativo, en donde implementó sus bases académicas y su saber en cuanto a la materia de trabajo, al ser cada vez más consciente de la realidad en el mundo y/o mercado laboral.



- Creación de directorio de hoteles y direcciones en general de la ciudad con el fin de tener la información de contacto de los clientes centralizada.

#### Como reconocimientos obtenidos:

- Mejora en el manejo de comunicación con los clientes, principalmente en aspectos como el lenguaje técnico propio del sector que facilita la interacción entre las diferentes partes de los procesos, así como la atención al cliente brindando siempre las soluciones posibles según sus necesidades.
- Conocimiento de un idioma extranjero, el cual permitió y facilitó dar correcta asesoría a los clientes en materia cambiaria de sus diferentes transacciones
- Desarrollo del hábito de mantenerse actualizado con las diferentes noticias a nivel mundial, comprendiendo de qué manera esos cambios afectaban las operaciones y mercados internacionales.
- El conocimiento en las distintas estrategias de mercadeo (persuasión) utilizadas, con el fin de lograr una mayor captación de clientes y mejorar su posición en el sector.

Durante la ejecución de este informe se dieron a conocer muchos interrogantes desde adentro de la empresa que ayudaron a tomar decisiones internas y así, mejorar el servicio prestado a los clientes.

Los aprendizajes adquiridos durante estos meses de experiencia laboral, han impactado muy positiva y favorablemente en la vida del practicante con conocimientos profundos en el área de FOREX o cambio de divisas y manejo del software comercial, tanto con los clientes como con la empresa misma; ya que no es fácil en ciertos casos, atender clientes



que presentan molestia por ciertas situaciones que les ocurre en sus transacciones y se requiere de paciencia y conocimiento para poder sortear la situación.

Fue provechoso el hecho de que muchos de los conceptos que se aplicaron en la empresa se adquirieron dentro de los diez semestres cursados en la universidad. Conocimientos que se pudieron poner en función de la compañía y del mismo practicante.

## **7. CONCLUSIONES**

Tomando como base la práctica profesional, como opción de grado para optar por el título de profesional en Comercio Internacional, el funcionamiento del área de FOREX y divisas, y todo lo que se pudo aportar allí, se concluye que por ser el corazón de la empresa, se busca generar agilidad en la operativa y que aún, siguen existiendo vacíos, que generan inconvenientes en las operaciones e incluso momentos en los que se depende ya del directivo para continuar con la transacción, generando así un poco más de retraso.

En aras de brindar un excelente servicio al cliente se debe partir desde el interior de la organización, desde su núcleo, por lo cual el servicio debe convertirse en la cultura y en el elemento diferenciador de la compañía

Del mismo modo, el servicio al cliente es parte fundamental para lograr la satisfacción total de éste, es por esto que es importante estar en contacto con él durante todo el proceso del servicio. El cliente juega un papel primordial en donde se debe de estar en constante comunicación para que el flujo no se interrumpa y se puedan realizar el procedimiento en el menor tiempo posible. Además de esto, es vital que el cliente esté informado y permita su



estricta colaboración con el Usuario Operador para consolidar toda la información necesaria correspondiente a la transacción.

Durante la practica en el área de FOREX, fue posible evidenciar que todos los días llegaban operaciones con causales distintas de requerimientos, lo que hacía que todo el tiempo el pasante se mantuviera en constante búsqueda e investigación de solución de estos problemas y actualización de precios de compra y venta de divisas, ya que la empresa Globo Cambio FE, continúa innovando y mejorando los procesos tanto internos como externos en cada uno de sus servicios.

Esta experiencia fue muy importante para el crecimiento tanto personal como profesional del pasante, puesto que ofreció la oportunidad de desempeñarse en uno de los sectores más importantes, competitivos y exigentes del mercado global, permitiendo la obtención y desarrollo de habilidades fundamentales en el ámbito laboral.





## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ✓ Albrecht, K. (2001). *Gerencia del Servicio*. LEGIS.
- ✓ Alcamí, R. L., Carañana, C. D., & Herrando, J. G. (2011). *Introducción a la gestión. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions*
- ✓ Berry, L. (1994). *Calidad del servicio: Una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid: Díaz de Santos.
- ✓ Bondone, C. (2009). *Capitalismo y Moneda – Teoría del Tiempo Económico (TTE) – Propuesta para salir de las CRISIS MONETARIAS*. Intermilenio.
- ✓ Cazar, E. (2001). *El Mercado Internacional de Divisas*. Quito: Ediciones ABYAYALA
- ✓ Christopher H. Lovelock. (2001). *Principios de marketing de servicios y gestión*. Tomado: Revista aspectos básicos sobre servicio al cliente Banco Popular
- ✓ DEGERENCIA.COM. *Indicadores de Gestión*. [En línea]. [Citado el 14 de Enero de 2011]
- ✓ FAJARDO REYES, Jesús. *Mejora continua dentro de la empresa*. [En línea]. [Citado el 8 de Enero de 2011]
- ✓ Harrington. (1991). *Mejoramiento de procesos de la empresa*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- ✓ Inches, Frances Gaither. (rigo-servicioalcliente.blogspot.com/2008\_03\_01\_archive.html).
- ✓ Krugman, P. R., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: introducción a la Economía*. Barcelona: Editorial Reverté S. A.
- ✓ Montes, J. (2017). *Mercado de Divisas*. Revista Moneda.
- ✓ Peel, Malcom. (1990). *Servicio al cliente, guía para mejorar la atención y la asistencia*. Tomado de: Revista aspectos básicos sobre servicio al cliente Banco Popular
- ✓ Sether, L. (2009). *Forex Trading*. Iowa: W & A Publishing.



- ✓ Zarska, Z. K. (2013). *Finanzas Internacionales*. México D.F: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- ✓ <https://www.global-exchange.com/es/quienes-somos/futuro/>
- ✓ <https://www.global-exchange.com/es/quienes-somos/principios-corporativos/>



## 9. ANEXOS

NIT: 900771401-2  
 Resolución DSN N° 18763/01/19/005  
 De fecha 2019/05/17 del GCSM 1 de 9/005  
 Consejo de Comercio de Santa Marta para el Magdalena  
 Matrícula Mercantil No. 221745  
 Registro Comercio de Actividad ECA 11 de 04/000

**GLOBO CAMBIO FOREIGN EXCHANGE SAS**  
 Antiguamente: Sireon Soliver, (Santa Marta)  
 Local: LD 14-077A,  
 Teléfono: (1) 744 02 70  
 TEL. ASISTENCIA AL CLIENTE - CUSTOMER SERVICE  
 01 8000 190433  
 www.globocambio.co

**globo cambio**

Declaración de Cambio por Compra y Venta de Moneda Profesional de Divisas y Cheques de Viajero Formulario N° 18. Circular Reglamentaria Externa DCN-83 24 Febrero 2011  
 Statement of a professional exchange transaction for the purchase and sale of foreign currency and traveler cheques. Form 18. External Regulatory Circular DCN-83 24th February 2011

**IDENTIFICACIÓN DEL BENEFICIARIO / IDENTIFICATION OF THE RECEIVER**  
 Datos de la persona natural o jurídica que recibe la operación de compra o venta de divisas o cheques de viajero. Información de la persona o entidad comercial responsable de la operación de cambio de divisas.

Nombre/Razón Social - Name / Legal Name: DIANA MARCELA GONZALEZ  
 Documento - ID - Pasaporte - Chile  
 N° Documento - ID Number:  
 Dirección - Address: Santa Marta, Magdalena, Colombia  
 Ciudad - City: Santa Marta  
 Fecha y Lugar Nacimiento - Date and Place of Birth: 02/11/1996 Chile  
 Actividad - Activity: Agente Aduanal  
 Teléfono - Telephone:  
 Correo Electrónico - Email: mga:916@gmail.com

**IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE / IDENTIFICATION OF THE EXECUTOR**  
 Datos de la persona natural que suscribe la declaración, en nombre propio o en representación. Datos de la persona o entidad comercial responsable de la operación de cambio de divisas.

Nombre/Razón Social - Name / Legal Name: DIANA MARCELA GONZALEZ  
 Documento - ID - Pasaporte - Chile  
 N° Documento - ID Number:  
 Dirección - Address: Santa Marta, Magdalena, Colombia  
 Ciudad - City: Santa Marta  
 Fecha y Lugar Nacimiento - Date and Place of Birth: 02/11/1996 Chile  
 Actividad - Activity: Agente Aduanal  
 Teléfono - Telephone:  
 Correo Electrónico - Email: mgart96@gmail.com

**DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN / DESCRIPTION OF THE TRANSACTION**

Factura - Invoice: GCSM000001  
 Fecha/Hora - Date/Time: 12/10/2021 15:25:46  
 Concepto - Concept: COMPRA - BUY [X] VENTA - SALE [ ]  
 Ventanilla - Counter: Ventanilla 1  
 Asesor - Customer Service:  
 Tarjeta - Card:  
 CM - MC:

CLIENTE ENTREGA	MONEDA	CANTIDAD	TIPO CAMBIO	CLIENTE RECIBE	MONEDA	CONTRAVALOR	COMISIÓN
CUSTOMER OFFERS	CURRENCY	AMOUNT	EXCHANGE RATE	CUSTOMER RECEIVES	CURRENCY	EXCHANGE VALUE	FEES
Billete	USD	10,00	2.700,82	Billete	COP	27.000,82	0,00 COP
	Dolar USA				Peso Colombiano		

**Valor a Recibir - To Receive: 27.000,82 COP**

Para los fines previstos en el artículo 83 de la Constitución Política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y fiel expresión de la verdad.  
 Con el propósito de dar cumplimiento a las disposiciones vigentes para el control y prevención de lavado de activos declaro:  
 According to article 83 of the Political Constitution of Colombia, I swear hereby that the details, amounts and other information included in this form is true, accurate and complete.  
 In order to comply with laws in force regarding anti-money laundering I hereby state that:





Figura 7. Presentación folleto para clientes, más bono de 5%

**+ RÁPIDO + BARATO**  
**SAVE MONEY, SAVE TIME**

TELÉFONO GRATUITO / TOLL-FREE NUMBER  
**+57 0180000 180 433**

**www.globocambio.co**



SERVICIOS DE CAMBIO DE MONEDA

**5%**  
**DESCUENTO DISCOUNT**

SERVICIOS DE CAMBIO DE MONEDA  
FOREIGN EXCHANGE SERVICES



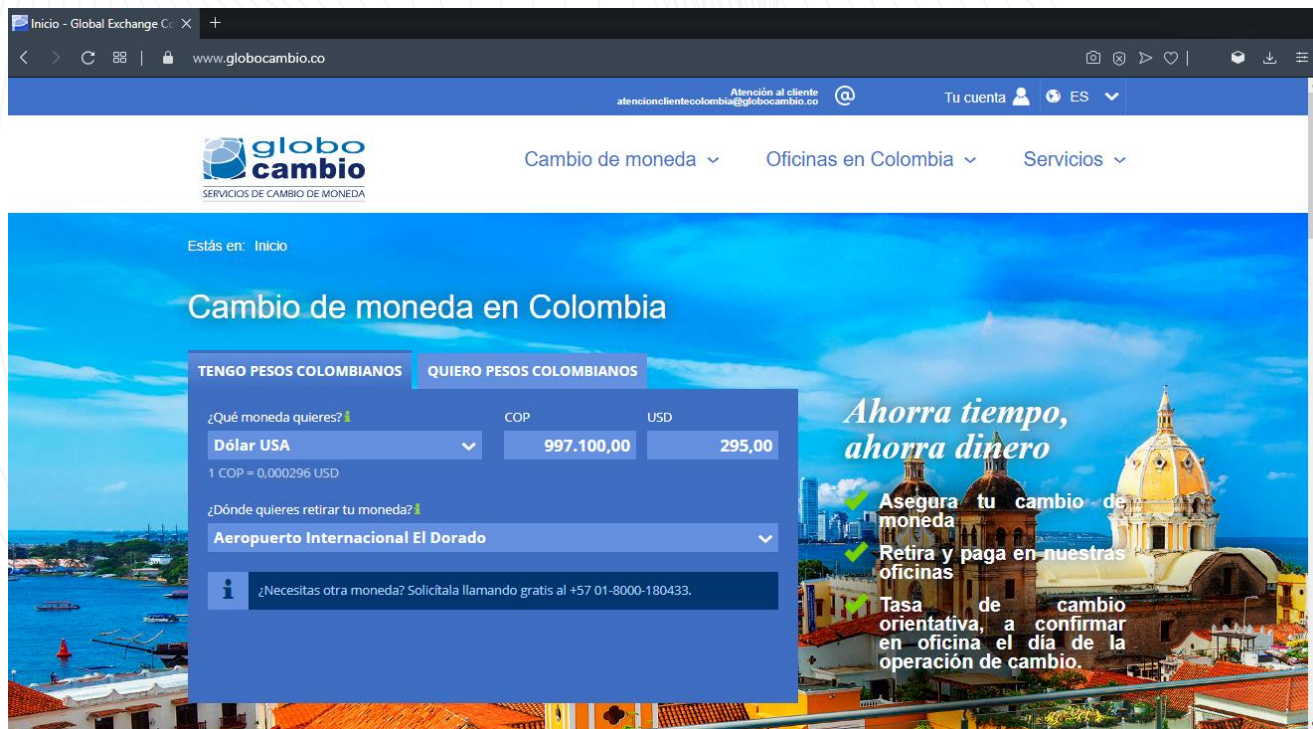
Descuento del 5% | 5% discount  
en su próxima operación | on your next transaction

(\*) Descuento aplicable sobre el margen de cambio al presentar este sobre. Descuento no acumulable. Valido en la red de oficinas de Colombia.  
Discount applicable on the exchange margin only valid at the Colombia branches. Not to combine with any other offer.





Figura 8. Sitio oficial/official web page GLOBO CAMBIO FOREIGN EXCHANGE COLOMBIA



#### Tenemos una amplia gama de servicios pensados para ti.

Globo Cambio es una empresa que tiene como máxima la innovación y la mejora continua de nuestros servicios, por lo que nos esforzamos en adaptarnos al máximo a las necesidades de nuestros clientes, tanto antes de su viaje como durante o después del mismo.

Te ofrecemos la reserva de moneda online con retirada y pago en nuestras oficinas, en aeropuertos y a pie de calle. También te ofrecemos nuestra garantía de devolución de tu moneda sobrante. En Globo Cambio estamos siempre innovando para tu comodidad.

Fuente: <https://www.global-exchange.com>



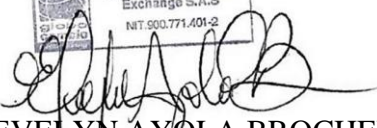
Globo Cambio Foreign Exchange, S.A.S.  
N.I.T. 900771401-2  
Cr 15 No. 93 60 local 122  
Bogotá DC, Colombia  
Tel.: +57(1) 7440070

## CERTIFICAMOS

GLOBO CAMBIO FOREIGN EXCHANGE SAS, identificada con Nit.900.771.401-2, certifica que el señor DIEGO ANDRES SANCHEZ PEREZ, identificado con cédula de ciudadanía No. 1.083.039.286, se encuentra laborando con esta empresa y durante su vinculación, estuvo realizando las pasantías que solicita su programa académico, desde el día 03 de agosto de 2021 hasta el 30 de octubre de 2021, con un total de 480 horas.

El presente certificado se expide por solicitud del interesado, para ser presentado ante la Universidad Antonio Nariño, de la ciudad de Santa Marta, a los cinco (05) días del mes de noviembre (11) del año 2021.

Cordialmente,

  
EVELYN AYOLA BROCHERO  
Gerente de Recursos Humanos  
Globo Cambio Foreign Exchange SAS





