



TU PROYECT BROKER FINANCIERO  
PROYECTO FINAL DE GRADO

CRISTIAN DAVID RADA MERCHAN

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MATEO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
09 DE AGOSTO 2022  
BOGOTA D.C

# Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| Resumen ejecutivo.....                                      | 5  |
| 1- Estudio del sector.....                                  | 6  |
| 1.1 características del sector.....                         | 6  |
| 1.2 Análisis del Macro entorno.....                         | 13 |
| 1.2.1 Factores políticos, normativos y legales.....         | 13 |
| 1.2.2 Factores económicos.....                              | 16 |
| 1.2.3 Factores socioculturales.....                         | 17 |
| 1.2.4 Tendencias tecnológicas.....                          | 18 |
| 1.2.5 Tendencias ambientales.....                           | 21 |
| 1.3 análisis del microentorno.....                          | 22 |
| 1.3.1 Historia.....   | 22 |
| 1.3.2 Direccionamiento estratégico.....                     | 24 |
| 1.3.2.1 Misión.....   | 24 |
| 1.3.2.2 Visión.....   | 24 |
| 1.3.2.3 Principios y valores corporativos.....              | 24 |
| 1.3.2.4 Slogan.....   | 25 |
| 1.3.2.5 Logotipo.....                                       | 25 |
| 1.3.2.6 Políticas empresariales.....                        | 26 |
| 1.3.3 Ubicación.....  | 31 |
| 1.3.3 Contacto.....   | 32 |
| 1.3.4 organigrama.....                                      | 32 |
| 1.3.5 servicios.....  | 34 |
| 1.3.6 Protocolo de atención al cliente.....                 | 34 |
| 1.3.6.1 Protocolo de atención presencial.....               | 35 |
| 1.3.6.2 Protocolo de atención telefónica.....               | 36 |
| 1.3.6.3 Protocolo de atención web – correo electrónico..... | 36 |
| 1.3.7 Clientes.....   | 37 |
| 1.3.8 imagen y posicionamiento de la empresa.....           | 38 |
| 1.4 Matriz Dofa.....  | 38 |
| 1.4.1 Análisis dofa.....                                    | 40 |
| 1.5 Factores claves de la competitividad.....               | 41 |
| 1.5.1 políticas SARO.....                                   | 46 |

|  |    |
|--|----|
| 1.5.2 Políticas SARLAFT .....                      | 47 |
| 2- Estudio de marketing .....                      | 48 |
| 2.1 Análisis de la oferta.....                     | 48 |
| 2.2 Análisis de la demanda .....                   | 49 |
| 2.3 análisis de la competencia.....                | 50 |
| 3- Objetivos.....                                  | 53 |
| 3.1 Objetivo general .....                         | 53 |
| 3.2 objetivos específicos .....                    | 54 |
| 4- Mercado objetivo .....                          | 54 |
| 4.1 Segmentación.....                              | 54 |
| 4.2 Ficha técnica del producto .....               | 56 |
| 5- Estrategias de marketing .....                  | 59 |
| 5.1 Estrategia de captación de personal .....      | 59 |
| 5.2 Estrategias de ventas.....                     | 61 |
| 6- Programa de marketing .....                     | 66 |
| 6.1 Responsabilidades para las 4 p .....           | 66 |
| 7- Análisis financiero .....                       | 67 |
| 7.1 capital inicial y fuentes de financiación..... | 67 |
| 7.2 Proyección de ventas.....                      | 67 |
| 7.3 flujo de efectivo .....                        | 70 |
| 7.4 punto de equilibrio.....                       | 70 |
| 8- Conclusiones.....                               | 71 |
| 9- Bibliografía.....                               | 72 |

## Tabla de contenido Gráficos

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Grafico 1. bróker generador de empleos .....</i>        | <i>10</i> |
| <i>Grafico 2. personas empleadas por ciudades .....</i>    | <i>12</i> |
| <i>Grafico 3. Distribución de bróker por ciudades.....</i> | <i>52</i> |

## Tabla de contenido de ilustraciones

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Ilustración 1. servicio público de empleo .....</i> | <i>60</i> |
| <i>Ilustración 2. campañas Marketplace .....</i>       | <i>62</i> |
| <i>Ilustración 3. Bases de datos .....</i>             | <i>63</i> |
| <i>Ilustración 4. WhatsApp corporativo .....</i>       | <i>63</i> |
| <i>Ilustración 5. Registros clientes.....</i>          | <i>64</i> |

## Tabla de contenido de Tablas

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Tabla 1. porcentaje por participación de las ciudades.....</i> | <i>9</i>  |
| <i>Tabla 2. Matriz dofa.....</i>                                  | <i>39</i> |
| <i>Tabla 3. Análisis dofa .....</i>                               | <i>40</i> |
| <i>Tabla 4. Pib .....</i>   | <i>44</i> |
| <i>Tabla 5. Empresas competidoras del sector .....</i>            | <i>51</i> |
| <i>Tabla 6. Segmentacion.....</i>                                 | <i>55</i> |
| <i>Tabla 7. Ficha técnica libranza.....</i>                       | <i>57</i> |
| <i>Tabla 8. ficha tecnica libre inversion .....</i>               | <i>58</i> |
| <i>Tabla 9. Presupuesto de ventas.....</i>                        | <i>70</i> |

## **Resumen ejecutivo**

Para nuestro país, el sector financiero es uno de los más importantes y definitivamente tiene una participación sobre el producto interno bruto (PIB), por ende, incide sobre los indicadores de desempleo, tasas de interés, crecimiento económico y la dinámica comercial, cualquier decisión o política adoptada por este sector, repercute inmediatamente sobre la dinámica económica del país.

Parte del objeto social de las entidades financieras es la promoción y colocación de productos y servicios financieros, dicha mecánica se da mediante la captación de recursos económicos del público a través de cuentas de ahorro, cuentas corrientes o títulos de renta fija y posteriormente son transferidos al mercado por medio de los productos de colocación como tarjetas de crédito, créditos de libre inversión, créditos hipotecarios, créditos de vehículos, entre otros, es al finalizar esta transacción donde se genera parte de la dinámica que mueve la economía.

Es habitual que las entidades financieras busquen la tercerización de sus servicios, especialmente en la colocación de productos, dicha tercerización se da por medio de bróker, esto trae consigo, por un lado, trasladar los costos asociados a la contratación de personal y por el otro, lograr a través de otras empresas tener una mayor penetración en el mercado, claramente entre más diversidad en términos de canales de colocación de productos, mayor participación en el sector.

Con estos antecedentes y como ya es habitual con empresas del sector real y de servicios, esta empresa tu proyect busca ingresar al sector por medio de la contratación de servicios para la colocación de productos financieros, allí se concentra la oportunidad y el potencial que conlleve

a que tu proyect se convierta en referente del sector que por medio de la ayuda tecnológica y la innovación brinde soluciones ágiles y flexibles al mercado interno, por medio de procesos sencillos y seguros.

**1-**

## **Estudio del sector**

### **1.1 características del sector**

Es habitual que las entidades del sector financiero, sector real, de seguros y el mismo sector solidario, busquen aliados estratégicos que contribuyan a la promoción y colocación de sus productos. Existen en el mercado los denominados bróker, que son intermediarios en el mercado financiero por medio de transacciones de valores cobrando a cambio una comisión, claramente generan gran volumen de colocación de productos en las diferentes entidades bancarias y financieras y son demasiado rentables en cuanto costes administrativos debido a que sus convenios se generan por medio de contratos de corretaje, que están regulados en el artículo 20 en el ordinal 8 del código de comercio y denominados como un de las actividades típicas de carácter mercantil.

Actualmente existen varios bróker que se dedican a la promoción y colocación de productos financieros, es decir, la competencia es bastante fuerte en este sentido, sin embargo estas compañías centran su gestión en abordar clientes con mecanismos habituales como telemercadeo, ventas en frío, visitas a empresas etc.

En función del desarrollo el sistema financiero el bróker se encarga de contactar personas con excedentes de liquides con empresas y/o personas que tienen ideas, pero no tienen el capital para desarrollarlas, por medio de los denominados convenios entre las principales entidades financieras y bancarias del país.

La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) reveló las cifras del sistema financiero para noviembre de 2021. En el onceavo mes del año, los bancos alcanzaron utilidades por \$11,7 billones, lo que representa un crecimiento de \$977 mil millones frente a octubre del año 2020.

Las entidades nacionales aportaron \$9,31 billones (con un crecimiento anual de 124,3%), los bancos internacionales aportaron \$1,70 billones (+2.172,4%) y los bancos públicos de primer piso \$685 mil millones.

En el segmento de establecimientos de crédito, los bancos fueron los que más ganancias aportaron, le siguen las corporaciones financieras con ganancias por \$1,88 billones; las compañías de financiamiento (\$172 mil millones) y las cooperativas financieras (\$89 mil millones).

En noviembre, la solvencia total de los establecimientos de crédito se ubicó en 21,72%. Por tipo de entidad, los bancos registraron un nivel de solvencia total de 20,20%, para las corporaciones financieras el dato fue 57,33%; las compañías de financiamiento cerraron con 19,70% y las cooperativas financieras reportaron una solvencia de 38,27%.

La industria continúa creciendo a niveles superiores al 12%, un indicador particularmente significativo debido al crecimiento agregado de la economía colombiana. Aproximadamente el 18% del total de ingresos del sector son producto de las exportaciones de servicios a países como España, América Latina y en algunos casos a Estados Unidos. Las proyecciones indican que el sector de bróker financieros seguirá creciendo con un promedio de 13% durante los próximos 4 años, según lo contempla la súper intendencia financiera. (<https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/informes-y-cifras/cifras/establecimientos-de-credito-60767>)

En el entorno se refleja el aumento de la industria de servicios de bróker como una forma de emprendimiento o empresas constituidas para ser parte de este nuevo mundo que avanza a pasos agigantados conforme a la evolución de la tecnología. Se observa según Revista Dinero como el sector que mueve más de \$ 6 billones al año y aporta del 1.2% del PIB, genera alrededor de 350.000 empleos.

Según las cifras del mercado laboral reveladas por el DANE (departamento administrativo

nacional de estadísticas) en cuanto a la industria y de acuerdo a las estadísticas, el sector se consolida una vez más como un generador de ingresos y empleo, pues ya superó los 82.000 el año pasado.

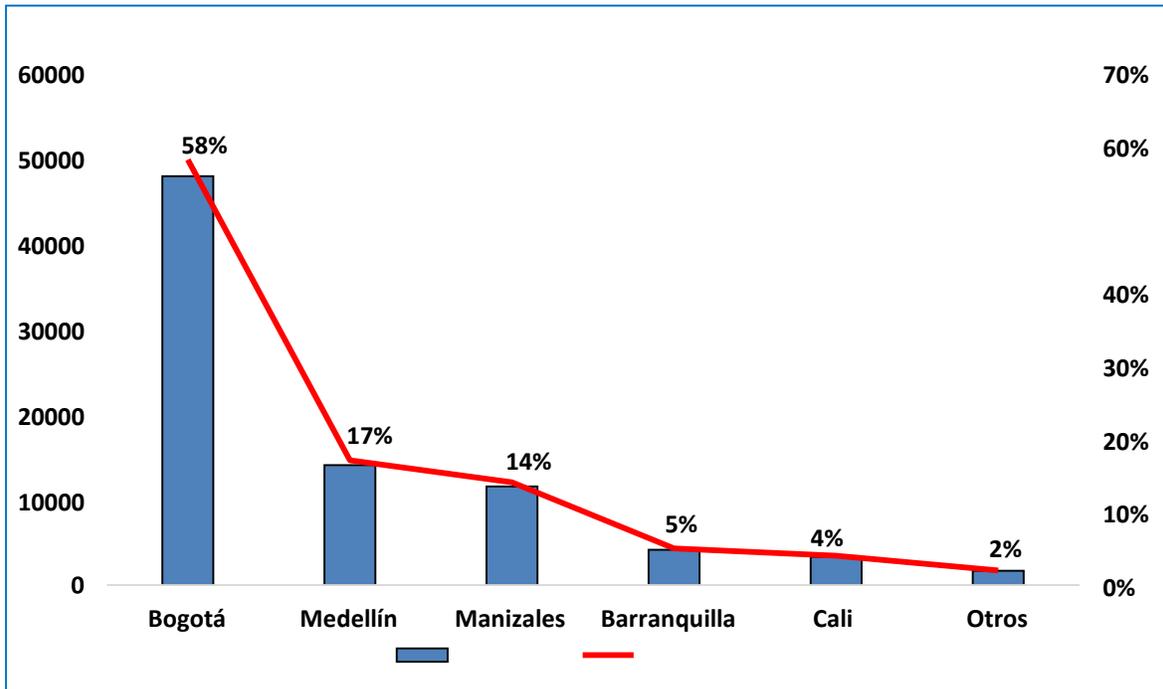
Bogotá representa el 58% de los 82.398 empleos que generan los más de 38 centros de contactos que hacen parte de la Asociación. El orden lo completan: Medellín 17%, Manizales 14%, Barranquilla 5%, Cali 4% y otros 2%. (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>)

Tabla 1. porcentaje por participación de las ciudades

| <b>Ciudad</b> | <b>Empleos</b> | <b>Participación</b> |
|---------------|----------------|----------------------|
| Bogotá        | 47791          | 58%                  |
| Medellín      | 14008          | 17%                  |
| Manizales     | 11536          | 14%                  |
| Barranquilla  | 4120           | 5%                   |
| Cali          | 3296           | 4%                   |
| Otros         | 1648           | 2%                   |

*Fuente: Elaboración propia*

Grafico 1. bróker generador de empleos



Fuente: Elaboración propia

Si bien la industria y los servicios a través de los bróker han desarrollado un mercado atractivo para emprendedores, se debe tener en cuenta variables regulatorias del estado colombiano que pueden llegar a desacelerar el crecimiento y frenar a los inversionistas.

Santiago Pinzón, vicepresidente de Transformación Digital de la Andi, muestra 5 posibles alertas que se deben tener en cuenta y que son determinantes para desarrollar servicios en el territorio colombiano:

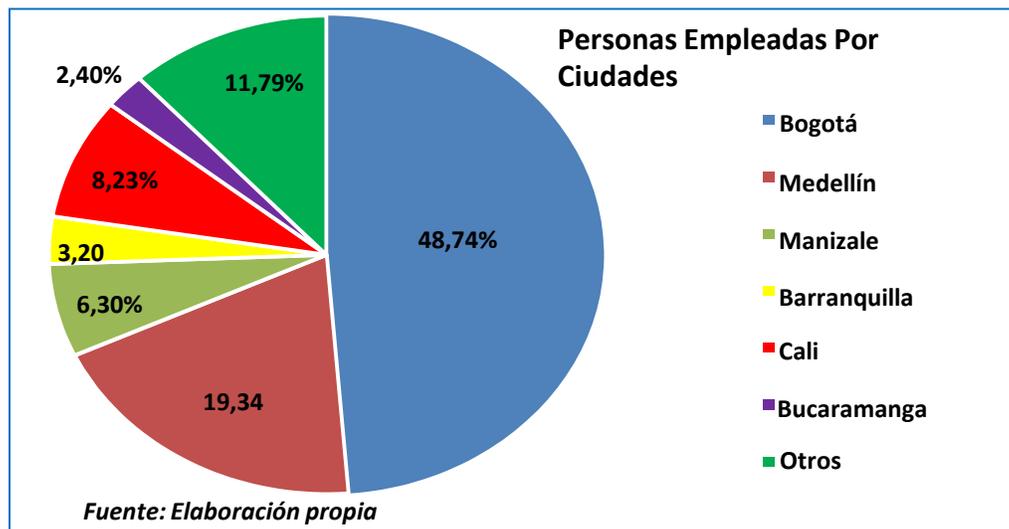
- Reforma Tributaria: a la espera de las decisiones e implementaciones que afecten al sector.
- Horas Extras: las jornadas de trabajo exigen más horas hombre para la correcta atención y

prestación de servicio, factor que es afectado por la regulación de la jornada laboral “muchas firmas prestan servicios a otros países en horarios diferentes al nuestro y se vuelve más costoso en términos de operaciones con el recargo nocturno (35% adicional para empresas constituidas como aquellas que desean ingresar al negocio).

- Listado De Super industria: el cual establece un listado de países seguros de protección de datos, pero Estados Unidos no aparece en esta lista, factor que puede llegar a afectar el sector
- Personal Bilingüe: las personas bilingües son el mayor problema para el sector, debido a la poca formación en este aspecto.
- Revolución Industrial: se requiere mayor capacitación en el manejo de las nuevas tecnologías que surjan para la evolución y mejora continua de la prestación del servicio.

Pero no todo lo dicho es negativo para la industria, se debe mencionar la capital colombiana representa un 48.74% de participación y Medellín 19.34% son las ciudades que han generado oportunidades y han venido ganando otras ciudades participación como Manizales, Barranquilla entre otros. (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>)

Grafico 2. personas empleadas por ciudades



En el sector de la demanda de servicios, el 80% de los mismos están en los bróker, y el servicio al cliente es la de mayor demanda, telemarketing 12.1% marca la diferencia y muestra un panorama de la prestación de servicios como bróker en Colombia.

La industria se muestra optimista frente a la evolución de estos bróker para la prestación de servicios, así como la optimización de recursos y la inversión de capital a negocios enfocados a este servicio, con base en lo anterior el optimismo de la industria y el futuro prometedor, el bróker de servicios presentado puede consolidarse con un trabajo fuerte de sus proponentes en una empresa sólida, de mayor confianza y de alta calidad del servicio. (<https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>).

## 1.2 Análisis del Macro entorno

### 1.2.1 Factores políticos, normativos y legales

Tabla 2 factores políticos, normativos y legales

| <i>Artículo</i>  | <i>Descripción</i>  | <i>Aplicación</i>   |
|--|---|---|
| <i>Artículo 25 de la Constitución Política De Colombia</i> | <i>"El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas".</i>   | <i>Se garantizará el derecho al trabajo digno según lo establecido en la constitución.</i>  |
| <i>Artículo 5 Código Sustantivo Del Trabajo 2017</i>       | <i>El trabajo que regula este Código es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo.</i>  | <i>Se implementará el trabajo bajo contrato laboral con los requisitos establecidos por las normas del presente código.</i>   |
| <i>Ley 1273 de 2009, Delitos Informáticos</i>              | <p><i>"La presente ley tiene por objeto promover y regular el Teletrabajo como un instrumento de generación de empleo y autoempleo mediante la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC)." Plantea organismos de control</i></p> <p><i>"Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones". En su capítulo I establece las formas en que se atentan contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos:</i></p> <p><i>"Adiciónese el Código Penal con un Título VII BIS denominado "De la Protección de la información y de los datos", del siguiente tenor:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>• "...Acceso abusivo a un sistema informático ...</i></li> <li><i>• ...Obstaculización ilegítima de sistema informático o red de telecomunicación...</i></li> <li><i>• ...Interceptación de datos informáticos...</i></li> <li><i>• ...Daño Informático...</i></li> <li><i>• ...Uso de software malicioso...</i></li> <li><i>• ...Violación de datos personales...</i></li> <li><i>• ...Suplantación de sitios web para capturar datos personales..."</i></li> </ul> | <p><i>Se aplicará toda la normativa establecida para mejorar el Teletrabajo con tecnología como plus chat – bot y otras tecnologías.</i></p> <p><i>Se actuará bajo estricto y constante seguimiento y control de las políticas contra los Delitos Informáticos, actuando de manera legal y acorde a lo que la legislación y el estado Colombia disponen para los outsourcing y Bróker de servicios.</i></p> |

**Ley 223 de 1995, Decreto 1094 de 1996, Decreto 1929 de 2007**

*“Por el cual se reglamenta el artículo 616-1 del Estatuto Tributario, otorga al Gobierno Nacional la facultad de reglamentar la utilización de la factura electrónica y los documentos equivalentes a la factura de venta”.*

*Se establece la factura como soporte de las ventas y transacciones generadas por el Bróker de servicios, actualizando*

*El artículo 616 del Estatuto Tributario establece la constantemente y con una factura como un documento exigible por el alta comunicación con entes comprador y que la Dirección de Impuestos y como DIAN y de control.*

*Aduanas Nacionales puede requerir su exhibición en el momento que lo considere pertinente; la factura o documento equivalente con el lleno de los requisitos legales constituye la prueba para la procedencia de costos, deducciones e impuestos descontable la Ley 527 de 1999 contempla, entre otros aspectos, lo relativo a la autenticidad, integridad, originalidad y conservación de documentos electrónicos; que la Ley 962 de 2005, con el propósito de concretar en este instrumento el principio de neutralidad tecnológica, amplió el ámbito de utilización de la factura electrónica; la factura electrónica debe facilitar las transacciones comerciales, sin perder de vista la necesidad de garantizar los derechos del consumidor, prevenir operaciones que faciliten el lavado de activos y permitir el control del cumplimiento de las obligaciones tributarias.*

**Ley 1266 de 2008, Habeas Data**

*Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones”. Esta ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales relacionadas con la recolección, tratamiento y circulación de datos personales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política, así como el derecho a la información establecido en el artículo 20 de la Constitución Política, particularmente en relación con la información financiera y crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países.*

*Se mantendrá en custodia la información recopilada y el uso de la misma bajo el consentimiento del cliente para su uso y tratamiento de datos requerida por el gobierno o entes de control.*

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Ley 1341 de 2009, TIC's y Sociedades De La Información</b> | <p><i>“Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones”.</i></p> <p><i>En esta ley se determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.</i></p> | <p><i>Se acatará la ley conforme a lo dictado por los entes de control, sin exceder o ejercer de manera fraudulenta actuando en contra de esta forma y comunicando ante autoridades para promover el buen uso.</i></p> |
| <b>Ley 1581 De 2012</b>                                       | <p><i>La ley de protección de datos personales – Ley 1581 de 2012 – es una ley que complementa la regulación vigente para la protección del derecho fundamental que tienen todas las personas naturales a autorizar la información personal que es almacenada en bases de datos o archivos, así como su posterior actualización y rectificación. Esta ley se aplica a las bases de datos o archivos que contengan datos personales de personas naturales.</i></p>  | <p><i>Se actuará conforme a la ley siguiendo todos los parámetros establecidos por la ley.</i></p>   |
| <b>Ley 1014 de 2006</b>                                       | <p><i>Fomento a la Cultura Del Emprendimiento, dispone de mecanismos para que personas con una idea de negocio puedan capitalizar, desarrollar y surgir en beneficio de país.</i></p>  | <p><i>Se actuará conforme a la ley buscando los motores de inversión y desarrollo del plan de negocio.</i></p>   |
| <b>Ley 1780 de 2016</b>                                       | <p><i>Promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.</i></p>  | <p><i>Una opción ofrecida por la Cámara de Comercio de Bogotá que permite desarrollar el plan de negocios.</i></p>   |
| <b>Beneficios Emprendimiento Cámara De Comercio Bogotá</b>    | <p><i>Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación para el primer año. Importante: Si en el momento de la renovación no es presentada la documentación exigida para la conservación de los beneficios, se exigirá el pago del valor de la renovación de la matrícula mercantil, bajo el entendido que no se acreditaron las condiciones para la conservación del beneficio. Recibirá</i></p>  | <p><i>Política de aplicación para surgir en la industria y lograr un alivio económico en pro del crecimiento empresarial del plan de negocio.</i></p>  |

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
|                         | <i>beneficios en los aportes a las cajas de compensación familiar para los empleadores que vinculen laboralmente jóvenes entre los 18 y 28 años, bajo las condiciones que serán establecidas por el Gobierno Nacional.</i>   |  |
| <b>Ley 1429 De 2010</b> | <i>“La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse”.</i> | <i>Esta ley podrá tributar en el impuesto de renta con tarifa reducida progresiva hasta completar sus primeros 5 años.</i> |
| <b>Ley 788 de 2002</b>  | <i>“Expide normas en materia tributaria y penal del orden nacional y territorial, y dicta otras disposiciones.”</i>  | <i>Todo lo relacionado a materia Tributaria para el Plan de negocio.</i>   |
| <b>Ley 590 de 2000</b>  | <i>“Dicta disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”</i>  | <i>Promueve la formación de empresas a través de mecanismos de ayuda.</i>  |
| <b>Ley 527 de 1999</b>  | <i>Define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, establece las entidades de certificación y dicta otras</i>  | <i>Disposiciones de uso de la ley al plan de negocio.</i>  |

### **1.2.2 Factores económicos**

En los últimos años, las empresas de tercerización de procesos de cara al sector financiero y específicamente los que generan la prestación de estos servicios, el sector de los bróker financieros ha incrementado su participación en el mercado, de tal forma que el cierre del año 2.020 generó ingresos de alrededor de \$8,3 billones anuales. Hay que resaltar que el crecimiento promedio que ha tenido el sector durante los últimos 15 años ha sido del 15%. Las exportaciones de todo el sector cerraron en US\$689 millones.

El crecimiento también está aliado al tema de formalización y profesionalización de la gente que trabaja en el sector. Cada vez se tiene más jóvenes capacitados que le apuestan al desarrollo de nuevos servicios. Si bien Colombia no es el país más competitivo en temas de costos, tiene una estabilidad jurídica muy importante para los inversionistas y para las empresas nacionales que están pensando en crecer y en buscar nuevos mercados. También tenemos una ubicación

geográfica privilegiada y una importancia en temas de conectividad que genera confianza en términos de operaciones. Una diferencia básica es que somos un país de región, las empresas no solo miran Bogotá y Medellín, sino que hay otras ciudades como Barranquilla, Cali y el Eje Cafetero que ofrecen buenas condiciones para establecer centros de trabajo.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno>

### **1.2.3 Factores socioculturales**

El sector financiero, en especial el sector bancario se ha venido satanizando producto del costo de sus productos y servicios, el entorno evidencia que las expectativas de cara a adquisición de un producto son de dudosa decisión. Parte de la población especialmente los estratos uno y dos buscan las ventajas y desventajas competitivas entre las entidades prestadoras de servicios financieros cuya mejor oferta es representativa frente al ahorro que pueda representar.

Por otro lado, Colombia ofrece particularidades que representan habilidades específicas en las personas de cada región, es por eso que Colombia se ha convertido en un atractivo para el sector. Cada región del país ofrece un atractivo diferente, lo que permite que se tengan más opciones para escoger. Bogotá tiene el 44%, Medellín, el 20%; Valle del Cauca, el 8%; Atlántico, el 5%; Caldas y Risaralda, el 6,5%. Además, hay bróker en Ibagué, Montería y Quibdó. Las capitales siguen siendo el punto de partida, pero crecen hacia ciudades intermedias. <https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>

La sociedad actual y la economía de consumo ha desarrollado una sed de deseo por lo material y la necesidad de ser un estereotipo adaptable a las tendencias del mercado (lucir marcas o ser una marca), este fenómeno ha desencadenado un uso de medio de pagos a través de créditos que logran accesibilidad a los deseos de ser humano.

#### **1.2.4 Tendencias tecnológicas**

La pandemia del COVID-19 ha acelerado la transformación digital en el sector financiero en Latinoamérica y el mundo. Ahora, muchas empresas buscan más servicios de soluciones digitales, datos y sistemas de Inteligencia Artificial.

En el área comercial, los consumidores están incrementando sus expectativas y los líderes empresariales están adoptando mejores estrategias para brindar una mejor atención al cliente y para facilitar el trabajo de sus empleados con el fin de ser más eficientes.

Según la empresa de soluciones digitales FICO, los que no tengan una estrategia robusta de uso de datos y digitalización se quedarán atrás en el mercado. José Augusto Gabizo, presidente de FICO Latinoamérica y el Caribe, afirmó que «Tener al cliente en el centro es uno de los principales hallazgos del estudio, además del uso de datos para poder tener una mejor estrategia de oferta de productos y servicios a los clientes».

FICO, a través de encuestas, estudios e investigaciones, determinó cinco tendencias tecnológicas que están surgiendo en la industria de servicios financieros para el próximo año:

- **Crear una experiencia unificada**

Uno de los ejes centrales de las actuales estrategias digitales es brindar una experiencia potente, intuitiva y unificada. ¿Qué quiere decir esto? Que se le está dando prioridad a analizar la trayectoria del cliente de principio a fin, desde la incorporación de nuevos clientes hasta el seguimiento a cuentas existentes.

Según los datos de la consultora Gartner, el 89% de las marcas dieron prioridad a las experiencias digitales dirigidas a clientes en el 2021. Esto trajo como consecuencia una reestructuración de la industria bancaria para adaptarse y mantenerse en pie.

Por eso, en el 2022 se espera que los bancos creen una experiencia integrada en todos sus canales, potenciando simultáneamente la conexión entre autoservicio y clientes.

- **Invertir en infraestructura tecnológica**

La economía ha mejorado notablemente debido a una fructuosa recuperación en el área comercial en muchos países del continente. Por eso, según los datos de Forrester Research, en el 2022, 1/4 de los bancos aumentará un más de 10% su inversión en tecnología.

El próximo año, muchas empresas deberán mejorar su infraestructura tecnológica para poder integrar los datos y la analítica de manera más eficiente. Este fortalecimiento digital permite tomar decisiones más inteligentes y oportunas en base a los movimientos del mercado.

**FICO brinda cinco consejos para integrar la agilidad e inteligencia de una empresa:**

1. Adoptar una plataforma de toma de decisiones digital unificada y escalable: es el eje que permite que los datos se unan en un sólo lugar para desarrollar y desplegar analítica, IA y aprendizaje automático, reglas de negocio y optimización

2. Facultar a usuarios de negocio, colocando las herramientas en sus manos para realizar cambios rápidamente; proporcionar a las personas encargadas de la toma de decisiones la capacidad para lograr un cambio
3. Aprovechar y reutilizar activos de decisiones: esto da paso a la colaboración y a un lenguaje en común
4. Crear tratamientos personales y personalizados a escala
5. Llevar a cabo análisis, simulación, validación para obtener un retorno de inversión (ROI) óptimo.

- **Tomar decisiones inteligentes y rápidas**

Las expectativas de los clientes han aumentado a consecuencia de las ventas en línea. Ahora los bancos se ven en la necesidad de actuar con más rapidez para cumplir las peticiones del mercado. Esto quiere decir que deben tomar decisiones inteligentes y rentables en el área digital. Igualmente, las instituciones financieras necesitan responder y tomar decisiones en tiempo real ante las expectativas de gratificación instantánea y requerimientos de los clientes.

- **Aprovechar el poder de los datos**

Uno de las herramientas más importantes y fundamentales que poseen las instituciones financieras son los datos que les proporcionan sus clientes. Sin embargo, muchos estudios revelan que estos datos siguen sin aprovecharse lo que debilita las estrategias e innovaciones tecnológicas.

Esto se puede aprovechar a través de soluciones basadas en IA que permitan optimizar los procesos de los negocios, disminuir residuos, y crear experiencias digitales personalizadas, ofertas relevantes y productos que los clientes desean.

Cabe resaltar que, con la evolución del mercado, también debe mejorar la IA para ser responsable. Es decir, utilizar a información con fines éticos, transparentes y seguro en beneficio de sus clientes. Esto incluye utilizar los datos para mejorar la evaluación de riesgos y la protección contra el fraude, así como la personalización y la interacción.

- **Bienestar financiero y educación**

Existen empresas que han realizado innovaciones tecnológicas para mejorar su rendimiento, sin embargo, muchas veces no se enfocan las mejoras en el cliente y en su bienestar financiero.

Según el estudio ‘PwC «Experience is everything»‘ el 82% de los consumidores estadounidenses desean más interacciones humanas en el futuro. Por otra parte, el 59% de los consumidores a nivel mundial sienten que las compañías han excluido el elemento humano de la experiencia de cliente, y solo el 38% de los consumidores estadounidenses opinan que los empleados con los que interactúan conocen sus necesidades.

Por eso, se espera que para el año 2023 se equilibre el autoservicio y el elemento humano. Esto para aprovechar los datos obtenidos y averiguar cuáles son las motivaciones, los comportamientos y los pensamientos de los clientes en medio de sus experiencias digitales.

(<http://www.fico.com/es/solutions#domain-decision-management-and-optimization>)

### **1.2.5 Tendencias ambientales**

En el mundo actual fomenta el buen uso de los recursos naturales en pro de mejorar el medio ambiente, se enfoca en la optimización al máximo de los recursos y promover políticas para la conservación y protección del medio ambiente.

Los gobiernos identifican, promueven y ejecutan políticas micro y macro ambientales cuyo

propósito se direcciona a tratar de desacelerar el cambio climático y hacer un entorno ambiental más sostenible y duradero, en esa misma línea, los emprendedores implementarán políticas internas que promuevan el uso racional del papel y los recursos físicos apoyado en las nuevas tecnologías para promover a la compañía hacia este fin.

Es importante resaltar que el impacto generado por bróker de servicios es bajo y como objetivo la organización se basa en prevenir la contaminación y minimizar el impacto que las actividades pueden causar sobre el medio ambiente, considerando y gestionando los riesgos para contribuir al cuidado de nuestro entorno.

Minimizar nuestro consumo de recursos naturales y la generación de residuos es la meta para cada miembro de la organización, siempre fomentando el uso de las 3R's (reducir, reutilizar y el reciclar) sensibilizando a nuestros empleados y resto de partes interesadas para que colaboren activamente con el ambiente y la naturaleza.

### **1.3 análisis del microentorno**

A continuación, se realizará un análisis interno de la empresa con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades.

#### **1.3.1 Historia**

TU PROYECT es un bróker aliado financiero cuyo fin es realizar operaciones tercerizadas siendo intermediario de las grandes financieras, inaugurada el 08 de junio de 2020, ubicado en Bogotá D.C, en la calle 17 # 7-92 oficina 804, ubicado en un punto estratégico de la ciudad debido a que es el punto principal de captación de los clientes potenciales, dirigido empleados públicos, pensionados y fuerzas armadas y militares que necesiten productos crediticios, ofrece un servicio de atención personalizado, atendido por su representante legal y socios, su infraestructura se encuentra diseñada para la atención de público de manera presencial y virtual.

Desde sus inicios la empresa tuvo claro cuál era el segmento de mercado al cual se iba dirigir, para ello, se consideraron las variables socioeconómicas de los potenciales clientes, con el transcurso del tiempo, la experiencia junto a otros medios de investigación utilizados han sido factores determinantes para identificar las necesidades de las personas que requieren servicios financieros.

A pesar de haber iniciado en una época difícil por ser durante la pandemia del COVID-19, y de ser una nueva empresa en el mercado, lograron obtener resultados positivos desde el inicio de sus actividades.

Pero se tomó la pandemia como una oportunidad pues debido a la crisis sanitaria la economía de los hogares se vio fuertemente impactada, lo que hizo que las solicitudes crediticias se incrementaran para poder abastecerse, se dio inicio a la virtualidad y la era digital, lo que favoreció el área financiera impulsando a TU PROYECT a convertirse en un aliado de los clientes potenciales. Debido a esto la empresa inicio en una habitación pequeña con 1 equipo de cómputo, ubicado en la casa de su representante legal, desde allí se ejecutaba toda la labor de solicitudes de crédito con el producto estrella que es la libranza, que fue el fuerte y el que logro consolidar a TU PROYECT, como un bróker de soluciones financieras, a finales del año 2020 se incrementó la producción en un 50% razón por la cual se decide contratar una persona encargada del área back office, que apoyara a los coordinadores comerciales.

A mediados del año 2021 se decide consolidar una sociedad con los coordinadores comerciales y así lograr posicionar a la empresa como un bróker de servicios financieros, para ello inicia la búsqueda del lugar estratégico de ubicación, inicia el proceso para la adquisición de muebles de la oficina y la negociación de apertura de códigos con los convenios aliados de las principales financieras y entidades bancarias del país.

Aún falta avanzar en su constitución legal, lo que le permitirá abrirse a mas convenios brindando más soluciones a sus clientes potenciales facilitando el posicionamiento en el mercado ya que es uno de los objetivos principales que se tienen a corto plazo ya que el siguiente será mantenerse frente a la competencia y que es un mercado muy demandado.

## **1.3.2 Direccionamiento estratégico**

### **1.3.2.1 Misión.**

Poner en las manos del cliente nuestro equipo profesional, conocimiento e infraestructura con el plan de brindar asesoramiento financiero y soluciones que se adecuen a las necesidades de cada cliente, generando carteras sanas y confiables.

### **1.3.2.2 Visión.**

Proyección con responsabilidad y compromiso social, innovando constantemente en el servicio de los productos con soluciones confiables a la vanguardia del mercado financiero, atendiendo las necesidades financieras de los clientes y nuestros aliados comerciales.

### **1.3.2.3 Principios y valores corporativos**

**Responsabilidad:** en un mercado financiero este valor institucional se destacará como el principal, ya que nuestros clientes y aliados laborales confían en nuestra gestión comercial, la responsabilidad comercial brindara cobertura desde la preventa hasta posventa.

**Honestidad:** todos los datos e información del cliente serán custodiados bajo los reglamentos de la ley y de igual manera la información sensible del cliente será administrada por parte de la organización.

**Resiliencia:** nuestros aliados comerciales contarán con un equipo capacitado el cual llevara hasta última instancia los procesos financieros confiados a nuestra organización, agotando los recursos y herramientas para que los procesos financieros cumplan su proceso de venta.

**Dinamismo:** la organización cuenta con múltiples alternativas crediticias para ofrecerles a nuestros aliados financieros y clientes soluciones en tiempo real, con convenios digitales y cobertura a nivel nacional.

**Innovación:** la organización se encuentra a la vanguardia con herramientas tecnológicas que facilitan la gestión comercial y financiera para nuestros clientes y aliados financieros, como validaciones de identidad mediante APP, firmas digitales, pagares electrónicos y formularios digitales

#### **1.3.2.4 Slogan**

SOMOS TU PROYECT, SOLUCIONES FINANCIERAS.

#### **1.3.2.5 Logotipo**



Para TU PROYECT es indispensable el trabajo en equipo es por esto que su logotipo hace referencia a una colmena, ya que como es de conocimiento general para la construcción de dicha colmena se debe trabajar organizadamente y en conjunto pues se busca un fin en común y se consolida un base firme que va albergar nuevos talentos en pro de su crecimiento.

Se toma el naranja como color principal ya que hace referencia a la amistad, juventud, creatividad, energía, alegría y optimismo, el blanco por ser el color de la pureza, bondad y perfección, y sus letras oscuras proyectando fuerza.

### **1.3.2.6 Políticas empresariales**

#### ***POLÍTICA DE CALIDAD***

En TU PROYECT, empresa dedicada a ofrecer soluciones financieras para empleados públicos y fuerzas armadas, entendemos que la calidad de servicio es un derecho del cliente, y como tal, debe ser parte del estilo propio de las personas que componen nuestra organización.

Nuestra vocación de servicio basada en la proximidad, el conocimiento técnico y la calidad, nos ha impulsado a la adopción de un modelo de gestión, basado en la norma ISO 9001, y la implementación de una política de calidad que se sustente en las siguientes premisas:

Conocer y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, así como los requisitos pertinentes de las partes interesadas relevantes para el sistema de gestión de la calidad.

Conocer y cumplir con los requisitos legales y reglamentarios que resulten de aplicación en cada caso.

Comunicar al cliente u otras partes interesadas relevantes, con la mayor antelación posible, las incidencias que se puedan producir en la prestación del servicio y minimizar así el impacto que éstas puedan tener.

Procurar una mejora continua de la eficiencia de nuestros procesos productivos y de gestión que nos permita ser competitivos por nuestra relación Calidad - servicio.

Involucrar a nuestro personal, con sus aportaciones, en la consecución de la mejora continua.

#### ***POLITICA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO***

TU PROYECT expresa su preocupación por la integridad física, mental y social de sus trabajadores independiente de su forma de vinculación, y se compromete a dirigir sus esfuerzos en proveer y mantener condiciones de trabajo seguras y optimas en cada uno de los ambientes laborales, junto con el fomento de una cultura de autocuidado y responsabilidad de las directivas y de los trabajadores directos e indirectos frente a la implementación y mantenimiento del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

La empresa, plasma su compromiso a través de los siguientes objetivos:

Identificar los peligros y evaluar los riesgos, así como establecer los respectivos controles.

Fomentar la participación de los trabajadores en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

Planear y ejecutar programas garantizando la protección de la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores directos e indirectos de la empresa.

Desarrollar actividades que permitan prevenir y controlar situaciones de emergencia que se puedan presentar, con el fin de mitigar los posibles impactos a la salud de los asociados o visitantes, al bienestar de la comunidad circundante y/o a los bienes de la empresa.

Promover estrategias que minimicen el acoso e incentiven la sana convivencia laboral, con el fin de generar un ambiente sano, seguro y adecuado para nuestros colaboradores.

Liderar y promover actividades de información y capacitación, para fomentar la práctica de hábitos de vida y de trabajo saludables y a generar conciencia sobre los perjuicios por el consumo en exceso de alcohol, drogas y/o tabaco. Por esta razón, en la Firma se encuentra prohibido consumir, portar o presentarse bajo la influencia de estas sustancias, por cuanto las mismas afectan de manera directa el desempeño laboral de los colaboradores.

Para el desarrollo y cumplimiento de la normatividad legal vigente y otros aplicables en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), TU PROYECT adquiere el compromiso de brindar las condiciones, recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para el desarrollo de las actividades que promuevan la calidad de vida laboral, el mejoramiento continuo, la prevención de accidentes, incidentes y enfermedades de origen laboral, para lo cual fijará objetivos y metas, realizará medición de los logros obtenidos e implementará los correctivos que se requieran para garantizar el compromiso, participación y responsabilidad lineal de la organización en función de mantener altos estándares de Seguridad y Salud en el Trabajo aplicable a todos sus centros de trabajo.

## ***POLITICA DE SEGURIDAD INFORMATICA***

-Las herramientas tecnológicas son para manejo exclusivo de la gestión de la TU PROYECT.

-La información es un recurso vital para TU POROYECT, es de carácter privado y externo sólo será autorizado por el presidente, director general o representante legal.

-En dispositivos basados en sistemas de cómputo, únicamente se permitirá la instalación de sistemas operativos y software con licencia de uso.

-El funcionario que se ausente de su sitio de trabajo por más de media hora, debe apagar su computadora para asegurar que otro usuario no la utilice sin su consentimiento. Así mismo, durante las reuniones programadas durante más de 30 minutos, la hora de comida y el término de la jornada laboral, también se debe proceder a apagar el equipo de cómputo, esta directriz sólo tendrá excepciones validadas y autorizadas por el responsable de Sistemas (servidores, computadores que generen procesamiento en bases de datos y actualizaciones de aplicaciones). Esta práctica permite más tiempo de vida útil al equipo y un mayor ahorro de energía.

-Evitar alimentos y bebidas cuando se está cerca de un equipo de cómputo

-Las herramientas informáticas que están disponibles en cada área son para uso exclusivo del personal asignado y está prohibido el uso de éstas para actividades personales y de beneficio propio.

-Está prohibido bajar software de Internet por los canales de la empresa sin autorización del responsable de Sistemas

-El uso del Internet es para acceder al correo electrónico y medio de consultas específicas, relacionadas con las funciones del cargo y los procesos designados

-Todo usuario del correo es responsable de los archivos que abra o baje desde su cuenta en las computadoras de la empresa. No se deben abrir correos electrónicos de remitentes desconocidos, con asuntos que se encuentren en otros idiomas o que no son coherentes, ya que por lo general son virus que llegan a la red por Internet.

### ***POLITICA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACION***

La presente Política responde a las recomendaciones de las mejores prácticas de Seguridad de la Información recogidas en el Estándar Internacional ISO/IEC 27001, así como al cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección de datos personales y de las normativas que, en el ámbito de la Seguridad de la Información, puedan afectar a TU PROYECT. Además, TU PROYECT establece los siguientes principios básicos como directrices fundamentales de seguridad de la información que han de tenerse siempre presentes en cualquier actividad relacionada con el tratamiento de información:

- Alcance estratégico: La seguridad de la información deberá contar con el compromiso y apoyo de todos los niveles directivos de las sociedades de TU PROYECT de forma que pueda estar coordinada e integrada con el resto de las iniciativas estratégicas para conformar un marco de trabajo completamente coherente y eficaz.
- Seguridad integral: La seguridad de la información se entenderá como un proceso integral constituido por elementos técnicos, humanos, materiales y organizativos, evitando, salvo casos de urgencia o necesidad, cualquier actuación puntual o tratamiento coyuntural. La seguridad de la información deberá considerarse como parte de la operativa habitual, estando presente y aplicándose durante todo el proceso de diseño, desarrollo y mantenimiento de los sistemas de información
- Gestión de riesgos: El análisis y gestión de riesgos será parte esencial del proceso de seguridad de la

información. La gestión de riesgos permitirá el mantenimiento de un entorno controlado, minimizando los riesgos hasta niveles aceptables. La reducción de estos niveles se realizará mediante el despliegue de medidas de seguridad, que establecerá un equilibrio entre la naturaleza de los datos y los tratamientos, el impacto y la probabilidad de los riesgos a los que están expuestos y la eficacia y el coste de las medidas de seguridad.

- Proporcionalidad: El establecimiento de medidas de protección, detección y recuperación deberá ser proporcional a los potenciales riesgos y a la criticidad y valor de la información y de los servicios afectados.
- Mejora continua: Las medidas de seguridad se reevaluarán y actualizarán periódicamente para adecuar su eficacia a la constante evolución de los riesgos y sistemas de protección. La seguridad de la información será atendida, revisada y auditada por personal cualificado.
  
- Seguridad por defecto: Los sistemas deberán diseñarse y configurarse de forma que garanticen un grado suficiente de seguridad por defecto.

TU PROYECT considera que las funciones de Seguridad de la Información deberán quedar integradas en todos los niveles jerárquicos de su personal. Puesto que la Seguridad de la Información incumbe a todo el personal de TU PROYECT, esta Política deberá ser conocida, comprendida y asumida por todos sus empleados.

### ***POLITICA DE SERVICIO AL CLIENTE***

Nuestros clientes encuentran fácilmente la información y el acompañamiento que requieren, acceso a múltiples canales a través de los cuales siempre son escuchados, atendidos con amabilidad y respeto, en el menor tiempo posible y con calidad en los servicios ofrecidos.

El cliente es el centro del propósito superior, pues se constituye en el fin último y también el mecanismo para lograrlo. Lo anterior se refleja en nuestros procesos de la siguiente forma:

Reconocer al cliente como único: Para la empresa y propender por su atención integral.

Entender a los clientes y al mercado: Estudiamos de manera permanente las necesidades, expectativas de los clientes y el entorno en el que se relacionan.

Desarrollar ofertas acordes: Garantizamos que los productos y servicios que desarrollemos sean validados por el cliente y contrastados con sus necesidades.

Entregar los servicios: Aseguramos el acceso al portafolio a través de múltiples canales de interacción con el cliente, buscando que sean efectivos, incluyentes y que se adapten a las necesidades.

Retroalimentar: Generamos diversos mecanismos formales para escuchar la voz del cliente, sabemos cómo ha sido su relación y experiencia con cada servicio utilizado y garantizamos respuesta a todas sus reclamaciones en el tiempo establecido. Nuestra política se basa en un relacionamiento con el cliente en el cual el recurso humano es el principal actor, por lo que la “orientación al cliente” se constituye en una competencia institucional, que se fortalece a través de formación y entrenamiento y se apoya con sensibilización en cultura de servicio, protocolos y auditorías, constituyendo un equipo humano comprometido con la mejora continua en el servicio.

### **1.3.3 Ubicación**

Dirección: Calle 17 # 7-92 edificio real oficina 804

### 1.3.3 Contacto

Teléfono admon: 318597824

Teléfono coordinador 1: 3213718018

Teléfono coordinador 2: 3059244302

Teléfono coordinador 3: 3015829309

Sitio web:

Email atención al cliente : [gestionhumana@tuproyectosolucionesfinancieras.com](mailto:gestionhumana@tuproyectosolucionesfinancieras.com)

Email coordinación 1: [coordinacioncrada@tuproyectosolucionesfinancieras.com](mailto:coordinacioncrada@tuproyectosolucionesfinancieras.com)

Email coordinación 2: [coordinacionjlopez@tuproyectosolucionesfinancieras.com](mailto:coordinacionjlopez@tuproyectosolucionesfinancieras.com)

Email coordinación 3: [coordinacionvsaavedra@tuproyectosolucionesfinancieras.com](mailto:coordinacionvsaavedra@tuproyectosolucionesfinancieras.com)

Facebok:

Instagram:



### 1.3.4 organigrama

La empresa no posee un organigrama formal, pero las funciones están claramente diferenciadas entre ellos. Su representante legal está en el cargo de la gerencia pero también forma parte de una coordinación, y se encarga del control total de las actividades. Encontramos en el área administrativa a la única mujer del equipo la cara amable de la empresa quien se encarga de toda la parte de gestión humana, de asistencia a gerencia, recepción, radicación de créditos y back office, por otro lado uno de los socios apoya las relaciones corporativas la obtención de nuevos

convenios y la siguientes coordinación y el ultimo socio esta a cargo de la coordinación numero 3. Por otro lado, se está iniciando con la contratación del área contable y financiera para llevar los registros financieros de la empresa.

Si bien cada una de estas personas realizan actividades totalmente distintas, trabajan día a día por un mismo objetivo: brindarle atención personalizada al cliente, estar atentos a sus necesidades y brindarles las soluciones que requieran en el momento exacto para que los sigan eligiendo como marca.

Las actividades se distribuyen de la siguiente manera:

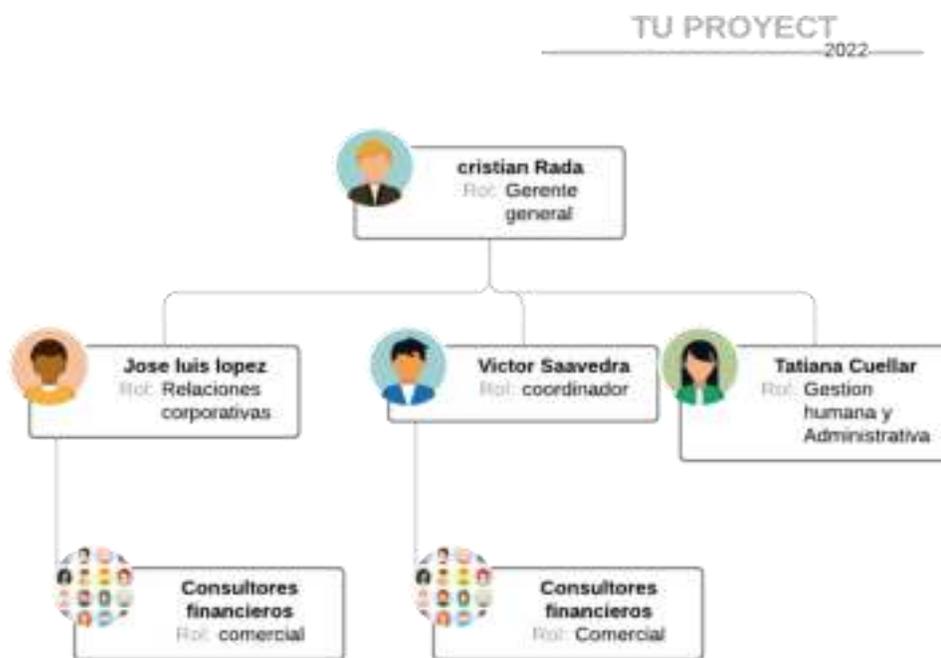


Figura 4, organigrama TU PROYECT, Fuente: elaboración propia

### **1.3.5 servicios**

TU PROYECT es el aliado de soluciones financieras y busca satisfacer las necesidades de sus clientes potenciales en este caso hablamos de los empleados públicos, fuerzas armadas y pensionados que su score crediticio este afectado y que requieran sanear su vida financiera, esto como enfoque, y aquellos que estén con su situación financiera estable pero que requieran acceder a algún producto crediticio.

Nuestros productos son:

- Créditos de libranza
- Créditos libre destino
- Créditos hipotecarios
- Créditos de vehículo

### **1.3.6 Protocolo de atención al cliente**

TU PROYECT busca contribuir con los clientes, que generen vínculos y lealtad. Para esto ha definido como factores claves, la calidad, la oportunidad, la atención, la comodidad y el respeto, los cuales se constituyen en foco de estudio y mejoramiento permanente. Estos factores se constituyen en una ecuación en la que cada uno debe sumar y se describen de la siguiente forma:

- La calidad, se observa en la satisfacción de las necesidades y expectativas a través de la prestación de los servicios (desempeño en la prestación, excelencia de los productos y servicios, conocimiento y claridad de la información, cumplimiento de las especificaciones, entre otros).
- La oportunidad, en el cumplimiento a lo que el cliente requiere en el momento en que lo necesita (tiempos de respuesta, puntualidad, agilidad en la atención, tiempos de convocatoria), sobre lo que la Cámara de Comercio de Aguachica se ha fijado rigurosas metas.

- La atención y disposición de los colaboradores en términos de calidez y amabilidad (disposición a escuchar reclamos y sugerencias, actitud, respeto, cordialidad, interés por el cliente).
- La comodidad, en la disposición de la infraestructura física para la atención de los clientes (facilidad de acceso, calidad de las instalaciones, múltiples canales).
- El respeto por el cliente, sus diferencias, opiniones, solicitudes y reclamaciones.

### **1.3.6.1 Protocolo de atención presencial**

Saludo Características:

- Mirar a la cara.
- Actitud amable.
- Pasos básicos: Saludar, dar la bienvenida, presentarse, ofrecer ayuda.

Buenos días/tardes, bienvenido a TU PROYECT su aliado en servicios financieros, mi nombre es xxx, ¿en qué le puedo servirle/ ayudarle el día de hoy?

Durante la atención Si requiere investigar algo antes de dar la respuesta al cliente, informe al cliente y agradezca por la espera.

Despedida Características:

- Mirar a la cara y entregar documentos en la mano.
- Actitud amable.
- Pasos básicos: preguntar si requiere algo más, despedirse. ¿Hay algo más en lo que le pueda servir?, que tenga un buen día.

### **1.3.6.2 Protocolo de atención telefónica**

Saludo

Características:

- Actitud amable.
- Pasos básicos: Saludar, dar la bienvenida, presentarse, ofrecer ayuda. TU PROYECT, buenos días/tardes, le habla xxx, ¿en qué le puedo servirle?

Durante la llamada Si requiere investigar algo antes de dar la respuesta al cliente, informar al cliente y al retomar la llamada agradecer por la espera. Permítame un momento por favor, gracias por esperar” Si requiere transferir la llamada:

- Informe al cliente que va a transferir la llamada
- Asegúrese pasarla solo si el interlocutor responde.
- Si no responde, informe al cliente y tome los datos de contacto y envíe un e-mail al responsable de atenderla. Despedida Características:
- Actitud amable.
- Pasos básicos: preguntar si requiere algo más, despedirse. Es clara la información Sr. Sra. xxx, le habló xxx Que tenga un buen día

### **1.3.6.3 Protocolo de atención web – correo electrónico**

Hace referencia a la atención de solicitudes o requerimientos del cliente, que pueden corresponder a una petición, orientación, información, sugerencia, queja, reclamo, felicitación o un chat o correo electrónico.

Características:

- Saludar

- Analizar y comprender la solicitud
- Responder con precaución de revisar puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información (no muy densa)
- Utilizar lenguaje directo y sencillo
- Usar altas y bajas. No usar mayúsculas sostenidas
- Despedida y cierre. Ofrecerse a solucionar cualquier otra duda y despedirse con Cordial saludo.

NOTA: La atención de las Redes Sociales se realiza de acuerdo con el PROTOCOLO DE ATENCIÓN WEB – CORREO ELECTRÓNICO

### **1.3.7 Clientes**

TU PROYECT cuenta con bases de datos de sus clientes en las que se archivan datos como

- Fecha de consulta
- Fecha de radicación
- Coordinación
- Ejecutivo comercial
- Cedula del cliente
- Nombre del cliente
- Teléfono
- Correo electrónico
- Entidad por la cual se consulta
- Estado actual
- Pagaduría
- Monto solicitado

- Tipo de crédito
- Observaciones

### **1.3.8 imagen y posicionamiento de la empresa**

Se considera que TU PROYECT, a pesar de ser una empresa con tan solo dos años en el sector financiero, posee un buen posicionamiento en la mente de los consumidores. Se afirma que la mayoría de las personas interesadas en adquirir un producto crediticio comentan que han sido recomendados por anteriores clientes o se sintieron atraídos por los positivos comentarios que la marca tiene en los distintos canales de comunicación que se encuentra presente. Así mismo, tu proyect ofrece a sus clientes un servicio ameno y personalizado lo que hace que se genere un sello de confianza que es uno de los principales objetivos corporativos.

### **1.4 Matriz Dofa**

Se usó la matriz DOFA como herramienta para el análisis estratégico matricial del plan de marketing, a continuación, se describe las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas:

Tabla 2. Matriz dofa

| <b>MATRIZ DOFA</b>   |   |
|--|---|
| <b>DEBILIDAD (interna)</b>   | <b>OPORTUNIDAD (externa)</b>  |
| 1. No se encuentra constituida legalmente como empresa ante los entes reguladores  | 1. Apertura de convenios con diferentes entidades del sector financiero   |
| 2. No se tiene la infraestructura física y tecnológica adecuada para operar  | 2. la tecnología es una herramienta de fácil acceso, lo cual reduce tiempos, la idea es incentivar el uso de la misma para maximizar procesos   |
| 3. Falta de personal para ejecutar cada uno de los procesos  | 3. Búsqueda de tercerización de procesos por parte de las entidades financieras   |
| 4. Falta de capital para el desarrollo empresarial   | 4. Se cuenta con el apoyo al momento al emprendimiento empresarial por parte del gobierno   |
| <b>FORTALEZA</b>   | <b>AMENAZA</b>  |
| 1. ser una empresa con soluciones innovadoras que marque la diferencia frente a los brókeres existentes  | 1. Empresas ya constituidas legalmente lo que genera mayor credibilidad por parte del cliente   |
| 2. Convenios flexibles con entidades financieras que permiten tener mayor ahorro y mejor servicio lo que se convierte en la solución de una necesidad básica de cualquier cliente. | 2. Empresas con tecnología de punta y procesos automatizados que deje nuestros procesos obsoletos   |
| 3. Optimización de procesos por medio de la virtualidad, herramienta que permite reducción de tiempos y efectividad en resultados  | 3. Seguridad cibernética ya que un manejo inadecuado de la información puede hacer filtrar información confidencial de cada uno de los clientes |
| 4. Convenios especiales para fuerzas armadas, empleados públicos, pensionados de fondos privados y de fondo público  | 4. competitividad de remuneraciones y comisiones para los colaboradores   |

### 1.4.1 Análisis dofa

Con base en el análisis DOFA se realizó las estrategias que ayudarán a la implementación del Bróker de Servicios

**TABLA 3 Estrategias DO, DA, FO y FA**

Tabla 3. Análisis dofa

| <b>ANÁLISIS DOFA</b>  |  |
|---|--|
| <b>ESTRATEGIAS DO</b>   | <b>ESTRATEGIAS DA</b>  |
| 1.1 Buscar el apalancamiento financiero y patrocinio con entidades que fomenten el desarrollo de la idea de negocio   | 1.1 El diferencial con la implementación de los principios de valor en una campaña de lanzamiento interno y externo será la cara al público con el cual se diferenciará el Bróker de Servicio    |
| 1.4 La Cámara de Comercio de Bogotá realiza talleres para emprendedores, aprovechando al máximo las asesorías sobre temas tributarios, contables y fiscales.                          | 2.3 Se busca ofrecer soluciones asequibles para los clientes y público objetivo, apalancado con la implementación de tecnología que mejora la experiencia de servicio                            |
| 3.2 Se contará con un programa de formación al personal interno que permita establecer una universidad interna para el Bróker de Servicios.   | 3.3 La seguridad informática será constante buscando ofrecer 100% de seguridad de los datos personales, empresariales, fiscales, entre otros; con servidores de alta seguridad.                  |
| 4.4 El fomento al emprendimiento permitirá buscar apoyo para crear la infraestructura física y tecnológica, creando reconocimiento avalado por certificaciones de Calidad y Servicio. | 4.1 En tema de precios la experiencia y el buen servicio (Certificado), será un factor de decisión frente a la guerra de precios   |
| <b>ESTRATEGIAS FO</b>   | <b>ESTRATEGIAS FA</b>  |
| 1.1 El negocio establecerá lazos de confianza y credibilidad con los entes financieros y clientes con una campaña de lanzamiento de imagen corporativo                                | 1.1 Promover la consigna del Bróker de Servicios ofreciendo Mayor ahorro, Menor tiempo y Mejor Servicio, permitirá diferenciar la idea de negocio del resto de empresas existentes en el mercado |

|  |  |
|--|--|
| 2.2 Con la tecnología evolucionando día a día y el seguimiento constante a nuevas alternativas para el negocio, se implementarán herramientas como CRM que permitan mejorar la prestación del servicio y optimizar los recursos destinados | 2.2 Se realizará un monitoreo constante de las tecnologías que puedan mejorar la prestación del servicio generando soluciones innovadoras que permitan al cliente sentirse a gusto con el bróker deservicio    |
| 4.3 La estrategia de diversificación del portafolio, permite manejar diferentes líneas de negocio direccionando la necesidad del cliente y ajustándolo a la mejor elección según las especificaciones requeridas por el mismo.             | 3.3 La implementación de planes de seguridad permitirá asegurar la información de los clientes y salvaguardar datos de extrema confidencialidad  |
| 4.4 Se hará una estrategia de servicio enfocada en la atención de alta calidad (certificada) promoviendo la confianza y seguridad de la información, siendo un atractivo para los inversionistas   | 4.4 Ofrecer un portafolio con precios diferenciales que permitan abrir nuevas oportunidades de negocio y conquista de mercado enfrentando a empresas con experiencia y condiciones de créditos con tasas bajas |

### 1.5 Factores claves de la competitividad

Cuando se habla de factores que definen las claves de la competitividad se debe formular y aplicar estrategias coherentes que permitan de manera eficaz un posicionamiento en el mercado, para esto es vital analizar elementos para definir la orientación, el camino y el direccionamiento estratégico de la compañía.

#### *Experiencia en el sector*

Uno de los factores que marcan el éxito de las compañías de Bróker de servicios es la trayectoria y su experiencia con diferentes sectores que han confiado en esta modalidad de negocio para atraer y fidelizar más clientes. En un estudio se habla que la probabilidad de venderle a un cliente ya

existente es del 60%, mientras que para un cliente nuevo es de 5% a 20% de probabilidad (<https://www.semana.com/edicion-impres/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>).

Tu proyect cuenta con la experiencia necesaria en un trayecto de 2 años, lo que le ha permitido ejercer los convenios idóneos para que aseguren y certifiquen a la compañía en su oferta de agilidad en los procesos y mejor servicio.

En el mercado de bróker de servicios muchas compañías que han dado el gran paso de entrar a este negocio han quedado atrás y algunas cierran sus operaciones por no evaluar y constantemente atender las señales del mercado donde exigen la actualización de sistemas de información y software que permite ser mucho más eficientes. Los centros de atención al usuario son piezas fundamentales para el éxito de las empresas que deciden canalizar sus servicios por bróker pero estas compañías que no cuentan con capital monetario se quedan atrás en la adopción de nuevas tecnologías.

Según una investigación de Bain & Company una firma de consultoría con sede en Boston (EE. UU), afirma que aquellas empresas que recogen informaciones muy valiosas a través de nuevas tecnologías, el 30% toman decisiones basándose en este tipo de información y cerca de 10% llegan a hacer mejoras estructurales que permiten perfeccionar el servicio y la experiencia del cliente. (<https://www.semana.com/edicion-impres/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>).

En el Bróker de servicios este punto es primordial, al considerar que la tecnología es un pilar para el desarrollo de la compañía y ayuda a mejorar la experiencia y ofrecer un excelente servicio. Se sabe que es de alto costo y por esto se buscará socios que inyecten capital para mejorar el soporte tecnológico y cumplir con las expectativas ofrecidas por la compañía.

## *Análisis de Tendencias Económicas del Mercado*

Para abarcar el ámbito del negocio y analizar las tendencias económicas del mercado se debe mirar desde dos frentes que afectan el negocio: el primero es el sector financiero; que según el Fondo Monetario Internacional (FMI), muestra un comportamiento favorable para la económica del país estimando una proyección de crecimiento de 5,5 puntos porcentuales; es decir pasar de 6,5% a -1% para el II semestre del 2022 y al 2023 de un 1,2% ( <https://www.imf.org/es/Publications/REO/WH>)

El ambiente económico desde el ámbito del sector se encuentra a la espera de la reforma tributaria planteada por el gobierno puede afectar el crecimiento proyectado y frenar la economía y el crecimiento del PIB en sectores donde han presentado incrementos. El DANE en su análisis de trimestre del PIB dice lo siguiente:

“En el primer trimestre de 2022, el valor agregado de las actividades financieras y de seguros decrece 3,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2021. Para la serie ajustada por efecto estacional y calendario, el valor agregado decrece en 6,5%, respecto al trimestre inmediatamente anterior”. (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>)

Tabla 4. Pib

| Actividad económica   | Tasas de crecimiento (%)                           |   |
|---|--|---|
|   | Serie original                                     |   |
|   | Anual  | Trimestral  |
|   | 2022 <sup>pr</sup> - I /<br>2021 <sup>pr</sup> - I | 2022 <sup>pr</sup> - I /<br>2021 <sup>pr</sup> - IV |
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca  | -2,5   | -3,3  |
| Explotación de minas y canteras   | 1,0  | -1,0  |
| Industrias manufactureras   | 11,1   | 1,4   |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado <sup>2</sup>                              | 4,9  | 0,6   |
| Construcción  | 5,2  | 0,4   |
| Comercio al por mayor y al por menor <sup>3</sup>   | 15,3   | 0,7   |
| Información y comunicaciones  | 20,6   | 3,9   |
| <b>Actividades financieras y de seguros</b>   | <b>-3,2</b>  | <b>-6,5</b>   |
| Actividades inmobiliarias   | 2,1  | 0,8   |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas <sup>4</sup>  | 9,7  | 1,2   |
| Administración pública, defensa, educación y salud  | 6,2  | 0,9   |
| Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios <sup>6</sup> |  |   |
| <b>Valor agregado bruto</b>   | <b>8,3</b>   | <b>1,1</b>  |
| Total impuestos menos subvenciones sobre los productos  | 11,3   | 1,1   |
| <b>Producto Interno Bruto</b>   | <b>8,5</b>   | <b>1,0</b>  |

**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales

Pero no todo está tan mal como para retirarse del mercado, la compañía al ofrecer un portafolio diversificado puede crecer en créditos de libre inversión, vivienda, vehículos, compra de cartera, libranza entre otros productos.

El sector del bróker de servicios está en constante progreso debido a la actualización sistemática de la tecnología y con las generaciones que cada día tienden a ser más dependientes de redes sociales y otros medios de comunicación, establecen retos que día a día las compañías de bróker deben superar.

En un artículo de la revista Dinero manifiesta que la generación de los Z, Milenials, generación Y, generación X y los “Baby boomers” nunca han usado las líneas de atenciónal cliente o las famosas líneas gratuitas 01 8000. (<https://www.semana.com/economia/emprendimiento/articulo/hacia-donde-evolucionan-el-negocio-de-los-call-center/202215/>)

También habla de la preferencia de algunas generaciones como milenials para comunicarse; mensajería instantánea (WhatsApp y Facebook Messenger), luego suelen usar Emails con un asunto importante, Redes Sociales (Twitter, Instagram, Snapchat) y por último llamadas telefónicas e interacciones personales siendo estas dos últimas como un recurso muy poco atractivo. (<https://www.semana.com/economia/emprendimiento/articulo/hacia-donde-evolucionan-el-negocio-de-los-call-center/202215/>)

Es por ello que estas generaciones han transformado el nombre de los bróker, ya que según afirman no les gusta usar llamadas para realizar solicitudes o ser contactados vía telefónica. Esto se traduce en un gran reto para la industria del Outsourcing ya que las estrategias se centran en cómo llegar a estas generaciones tan enfrascadas en sus mundos y formas de comunicación. Se asegure que la velocidad a la que están cambiando los sistemas de comunicación están afectando a muchas empresas y que en ese entorno lo más importante es que la empresa entienda a sus clientes, sus necesidades y formas de atención, ofreciendo una muy buena experiencia

Algunos clientes de ciertas empresas tienen un perfil más dirigido a la comunicación de voz (llamadas), otros que prefieren más el chat (redes sociales), otros que prefieren otro tipo de comunicación, estos tipos de conectividad o acercamiento al cliente son elementos clave para usar por ejemplo BIGDATA, la inteligencia artificial, el Business Inteligencie y en general los adelantos tecnológicos para lograr estar a la vanguardia del conocimiento, diferenciación, atención, satisfacción y fidelización de los clientes, logrando posicionar la compañía en la

prestación de un servicio de calidad y generando experiencia. (<https://www.powerdata.es/big-data>)

### **1.5.1 políticas SARO**

Las políticas SARO se refieren al Sistema de Administración De Riesgos Operacionales como un conjunto de elementos tales como políticas, procedimientos, documentación, estructura organizacional, registro de eventos, órganos de control, plataforma tecnológica, divulgación y capacitación que, ayudan a mejorar y ser efectiva la administración del riesgo, a través de etapas de identificación, medición, monitoreo y control de todas las actividades de la compañía. Estas políticas son aplicadas a compañías vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia donde, en síntesis:

*“Las entidades vigiladas sujetas a la aplicación del SARO deben identificar los riesgos en todos sus procesos, independiente si estos son o no tercerizados; asimismo, la capacitación debe ser impartida a todos los terceros que intervengan en los procesos de la entidad vigilada, siempre que exista una relación contractual con ellos y que desempeñen funciones de la entidad, con el objetivo de crear en ellos la cultura necesaria para que identifiquen y administren sus riesgos operativos, sin hacer distinción de si estos terceros sean contratados desde procesos misionales o que desempeñan o no funciones directas desde el objeto social de la entidad”.*  
(Superintendencia Financiera De Colombia, 2006)

Las políticas SARO son primordiales en el ejercicio del Bróker de Servicio, al tener o ser un contacto entre las entidades financieras y los clientes regulados por la Superintendencia Financiera, que en sus políticas determina que toda entidad directa o tercerizada debe establecer

las SARO como forma de control y mejorar de los procesos internos. (<https://www.fogafin.gov.co/que-es-fogafin/planes-politicas-y-protocolos/sistemadegestionderiesgos>)

### **1.5.2 Políticas SARLAFT**

El proceso denominado como Sistema de Administración del Riesgo para el Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, en adelante SARLAF, circular 022 de 2007 de la Superintendencia financiera de Colombia, determina los controles mínimos requeridos para mitigar que dineros de procedencia ilícita se filtren al sistema financiero y estos a su vez sean utilizados para financiar actividades al margen de la ley. (Superintendencia Financiera De Colombia, 2007).

Como Bróker de crédito debemos recibir la capacitación por la Unidad de Cumplimiento de cada entidad contratante de nuestros servicios en donde nos especificarán de acuerdo con su modelo de riesgo, cuáles serán esos controles mínimos que desde el desarrollo de nuestras actividades debemos ejecutar en cada uno de los controles definidos para tal fin.

El estar alineados con las políticas de seguridad con controles mínimos requeridos nos permite definir, monitorear y controlar las variables por donde muy posiblemente se pueden infiltrar clientes con intenciones de entrar al sistema financiero con el objetivo de dar apariencia lícita a dineros provenientes de actividades ilícitas. (Lavado de activos).

(<https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/normativa/sistema-de-administracion-de-riesgo-de-lavado-de-activos-y-financiacion-del-terrorismo-10086577>)

**2.1 Análisis de la oferta**

Empresas del sector que dedican sus actividades a la promoción de productos del sector tienen una gran oportunidad en la consecución de nuevos negocios. Las entidades financieras están en búsqueda de la tercerización para la colocación de sus productos y servicios por medios de canales Outsourcing especializados en dichas actividades.

Pymes futuro, resume lo anterior como:

*“El proceso planificado de transferencia de funciones no estratégicas a expertos externos a la organización que exige un considerable grado de intercambio bidireccional de información, coordinación y confianza, se le conoce como **Outsourcing o tercerización**. Es una táctica que permite que una empresa externa tome y maneje funciones internas no estratégicas de la compañía”* (<https://www.pymesfuturo.com/producto1.html>).

Lo anterior, sumado a las tendencias del mercado han generado un incremento en la creación de empresa cuyo objeto social corresponde a la tercerización de procesos, incluso para el año 2.019 se estimó que el aporte de la industria al PIB fue de 1%. (<https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>). El PIB ha aportado a este sector hasta US12 para el desarrollo de talento humano por medio de Programas de Transformación Productiva cuya orientación va dirigida a gremios y empresarios. Para Colombia este programa se llama Outsource to Colombia, cuya financiación va hasta el 80% de los proyectos que presenten las empresas. (<https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>). Dentro del sector de outsourcing en Bogotá, el BPO es el que tiene mayor participación, con 41% del total de empresas registradas. Invest in Bogotá, considera que el sector de BPO tiene un importante potencial de

crecimiento en Bogotá Región y se encuentra priorizado dentro de la estrategia de especialización inteligente de la ciudad (<https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>).

## **2.2 Análisis de la demanda**

Las tendencias crecientes frente a las estrategias de las entidades financieras por cambiar el modelo de colocación de productos y servicios favorecen la compañía en gran medida, por ende, el abanico de posibilidades está abierto para la consecución de nuevos negocios y buscar la oportunidad para definir la contratación de algunas de estas entidades que dentro de sus prioridades esta la tercerización de algunas de sus actividades comerciales:

*“Las Pymes, generalmente, no gozan de una estructura organizativa dimensionada para afrontar la revisión periódica de objetivos, estrategias, control presupuestario, entre otros; focalizando gran parte de sus recursos en la resolución de problemas de la operativa general y diaria de la empresa. El empresario, o gerente de la empresa, debe destinar su tiempo a la supervisión y gestión de su negocio, y no dedicarse en exclusiva a la parte financiera del mismo, la cual requiere de una formación especializada y de una alta dedicación. De este modo y con la finalidad de flexibilizar las funciones del área financiera surge la figura del Asesoramiento Financiero Permanente a empresas (Outsourcing Financiero).*

*La Figura del Outsourcing Financiero, generalmente, bajo un análisis y diagnóstico objetivo de la Empresa, identifica las ineficiencias y debilidades existentes en la Sociedad y, dado su conocimiento de situaciones similares en el mercado, propondrá e implementará secuencialmente las medidas necesarias que generen valor a la compañía. El carácter permanente del Asesoramiento Financiero es fundamental ya que permitirá la planificación y seguimiento de las medidas propuestas, detectando y corrigiendo a tiempo aquellas que se desvíen de los objetivos*

*marcados en la compañía a corto y medio plazo*". (<https://profitline.com.co/bpo-business-process-outsourcing/>).

Las oportunidades y ventajas para los contratantes específicamente se concentran en una reducción de los gastos y costos de operación permitiendo a la empresa dedicarse exclusivamente al desarrollo de su negocio. Lo anterior claramente permite una liberación de recursos cuya distribución y mejor ejecución permite que las empresas contratantes tengan mayor y mejores ventajas comparativas y competitivas en el mercado financiero, no obstante, las características y condiciones tecnológicas son un punto de partida de acuerdo con el auge en el desarrollo e innovación de este sector.

### **2.3 análisis de la competencia**

El incremento de la intención de tercerización de procesos de un número considerable de empresas ha permitido la creación de 350.000 puestos de trabajo en el sector de bróker de servicios, según la superintendencia financiera.

La competencia directa se encuentra en Bogotá y corresponde a outsourcing, dicha participación corresponde al 41% de las empresas continuadas. En un sondeo a través de la Superintendencia de sociedades se logró identificar empresas de Outsourcing establecidas dentro del territorio nacional y las ventas en el año 2020.

En la tabla 3 se observa que el líder del sector de outsourcing es Gamper acquireco II S.A.S. ubicada en la ciudad de Bogotá donde tiene su centro de operaciones, durante el 2020 generó un poco más de \$ 155 mil millones de pesos en la prestación de servicios financieros. Por otro lado, esta Comercializadora de servicios financieros SAS, con un valor de \$ 124 mil millones de pesos, seguido de Colrepfin LTDA con \$108 mil millones de pesos. Estas son las principales empresas

que tienen mayor participación en el mercado, pero la idea de negocio de bróker de servicios puede llegar a captar una parte de ese mercado al ofrecer las mejores alternativas de consumo en productos como Tarjeta de Crédito, Crédito de Libranzas y Libre Inversión según el perfil del cliente y los atributos que busca en términos de tasas, servicios, tiempos, montos, entre otros.

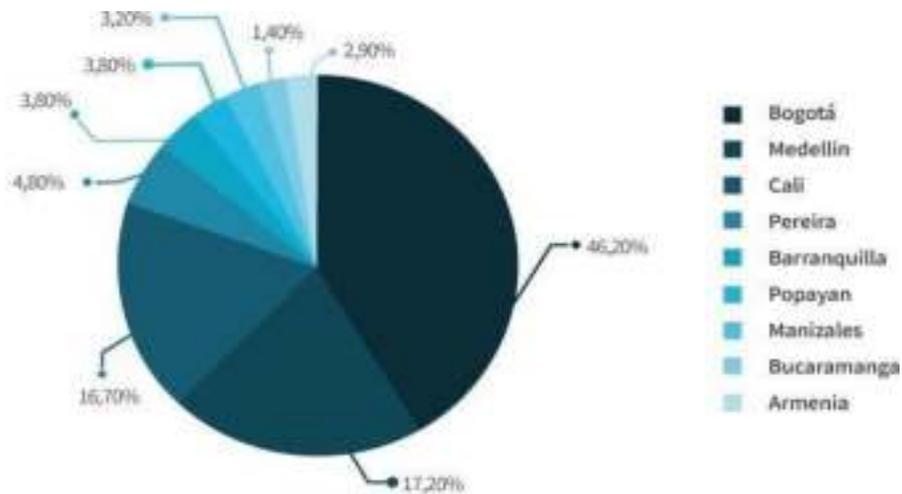
[https://supersociedades.gov.co/delegatura\\_aec/Paginas/Informes-economicos-y-financieros.aspx](https://supersociedades.gov.co/delegatura_aec/Paginas/Informes-economicos-y-financieros.aspx)

Tabla 5. Empresas competidoras del sector

| <i>RAZON SOCIAL</i>                                   | <i>CIU</i>  | <i>INGRESOS</i> | <i>GANACIAS</i> |
|---|---|-----------------|-----------------|
| <i>GAMPER ACQUIRECO II S.A.S.</i>                     | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 155.558.806  | \$ 70.977.294   |
| <i>COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS FINANCIEROS SAS</i>  | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 124.809.504  | \$ 6.836.391    |
| <i>COLREPFIN LTDA</i>                                 | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 108.996.715  | \$ 8.836.419    |
| <i>BROOKFIELD INFRASTRUCTURE GROUP COLOMBIA S.A.S</i> | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 106.470.774  | \$ 66.494.784   |
| <i>E-CREDIT S.A.S</i>                                 | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 83.973.577   | \$ 17.718.172   |
| <i>PENAGOS HERMANOS SAS</i>                           | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 56.144.942   | \$ 6.116.904    |
| <i>PROMOTORA DE PROYECTOS Y NEGOCIOS S.A .S</i>       | K6619 - Otras actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros n.c.p. | \$ 48.567.497   | \$ 4.924.701    |

Fuente: superintendencia de sociedades base empresas 2020

Grafico 3. Distribución de bróker por ciudades



Fuente: Programa de Transformación Productiva.

La ciudad de Bogotá tiene el 46% de la participación en el mercado nacional, por ende, la competencia es mayor, sin embargo, esta tendencia está dada por la consecución de nuevos negocios, es decir, la mayor proporción de estos se da en la ciudad de Bogotá. Es apenas lógica la tendencia toda vez que las principales entidades financieras se agrupan en esta ciudad.

(<https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional>)

Por otro lado, en términos de facturación, esta asciende a 1.8 billones de pesos al año, por consiguiente, guardando las mismas proporciones Bogotá aporta 0.89 billones de pesos. No obstante, son empresas rudas y competitivas en el mercado. El ingreso al mercado de una compañía más y con las características de este Bróker, constituye una representación importante de cara a la competencia.

## **2.4 oportunidades a partir del análisis de la competencia**

Dada la participación de la ciudad de Bogotá en la constitución de empresas de la industria, se puede inferir que es una plaza con un gran potencial competitivo, toda vez que el mercado del sector financiero está concentrado en esta ciudad y dadas las condiciones del mercado en términos de gestión comercial se goza de una gran oportunidad de apertura de mercado que favorece a empresas con las características del bróker de créditos.

Por otro lado, desde la perspectiva de facturación, esta es muy generosa por medio de los ingresos causados, por consiguiente, la viabilidad para entrar en el mercado es alta, debido a las tendencias de tercerización de productos y servicios a empresas Outsourcing, no obstante, la percepción que se tiene sobre las perspectivas de consumo de productos financieros y los factores de competitividad en productos, tasas y servicios.

3-

## **Objetivos**

### **3.1 Objetivo general**

Desarrollar un plan estratégico de marketing enfocado en crecer en 40% de las ventas durante el periodo comprendido entre junio del 2022 a junio de año 2023.

### **3.2 objetivos específicos**

- Diseñar tres alianzas estratégicas con empresas del sector público o privado que permitan la ampliación del portafolio de servicios.
- Implementar una estrategia digital que permita crecer en las ventas en un 10% de los productos crediticios.
- Elaborar cuatro tomas de zonas en la ciudad de Bogotá cada tres meses y dos tomas de zona departamentales, una cada seis meses.
- Planificar doce eventos corporativos 1 por cada mes del año que permita la captación de un promedio de 100 nuevos aliados comerciales.

## **4-**

### **Mercado objetivo**

#### **4.1 Segmentación**

Se considera iniciar con la población de empleados públicos, fuerzas armadas y pensionados ya que son mercado objetivo para el bróker. Por lo tanto, Tu proyect Bróker de Servicios enfocará sus esfuerzos en llegar a esta población que cumplen con los parámetros requeridos por los bancos, al tener fuente de ingresos estable, poder adquisitivo y objetivos aspiracionales (viajes, hogar, estudio, inversiones) que a través de la idea de negocio pueden llegar a realizarlos.

Tabla 6. Segmentación

| Criterios de Segmentación |   |
|---------------------------|---|
|                           | Edad: <b>18 a 85 años</b>   |
|                           | Sexo: <b>Hombres y Mujeres</b>  |
|                           | Nivel Socio Económico: <b>2, 3, 4 y 5</b>   |
| Demográfico               | Nivel adquisitivo: <b>Bajo, Bajo Medio, Medio, Medio Alto, Alto.</b>  |
|                           | Nivel académico: <b>Primaria, Bachiller, Universitario</b>  |
|                           | País: <b>Colombia</b>   |
|                           |   |
| Geográfico                | <b>Zonas: Sectores con flujo de trabajadores como: cantones militares, estaciones de policía, secretarías de educación, gabinetes de ministerios de defensa, fondos pensionales</b> |
| Socio Económica           | Ocupación: Trabajadores del sector público, fuerzas militares y pensionados.<br>Empleo: contrato de carrera administrativa, provisional vacante definitiva, pensionados             |
| Comportamiento            | Buscan productos financieros<br>Tasas de interés bajas.<br>Tiempos de respuesta ágiles<br>Buscan beneficios<br>Seguridad y confianza con nuevas entidades                           |

Fuente: elaboración propia

## 4.2 Ficha técnica del producto

Con el fin de focalizar las ventas y el crecimiento de la compañía, se definen líneas de crédito y de servicios usadas en el negocio:

- ✓ Línea de consumo:
  - Crédito de libranza
  - Libre inversión,

En la experiencia que se ha adquirido se evidencia que los productos más solicitados por los usuarios son los mencionados anteriormente y abre la posibilidad de entrar a este sector ofreciendo la línea de consumo según el perfil del usuario y una serie de condiciones de estudio que permiten determinar:

- A) El valor o cupo del producto.
- B) Las condiciones de asociación o afiliación con la entidad bancaria.
- C) La tasa a la cual el producto está condicionado
- D) Otros requerimientos: Codeudor, pagaré y demás establecidos.

Estas líneas son accesibles a los clientes y cuenta con el apoyo del personal que orientará los diferentes perfiles de acuerdo con la necesidad, nivel de endeudamiento y decisión final para adquirir el producto.

Con respecto a los productos que el bróker de servicio tiene dentro del portafolio son las siguientes opciones:

Tabla 7. Ficha técnica libranza

| <b>Ficha Técnica – Crédito Libranza</b>            |  |
|--|--|
| <b>Datos Entidad Financiera</b>                    |  |
| <i>Nombre Entidad:</i>                             | <i>ENTIDAD XXXXX</i>                       |
| <i>Ciudad Corporativa:</i>                         | <b>Bogotá D.C</b>                          |
| <i>Dirección Corporativa:</i>                      | <b>Oficina xxxxx</b>                       |
| <i>Página Web</i>                                  | <b>¿?</b>                                  |
| <i>Teléfono</i>                                    |  |
| <b>Descripción Del Producto</b>                    |  |
| <b>Descripción Producto</b>                        | <i>Crédito Libranza</i>                    |
| <b>Operación</b>                                   | <b>Activa</b>                              |
| <b>Tasa</b>  | <b>Preferencial</b>                        |
| <b>Nombre Comercial</b>                            | <b>Compra Cartera o libre inversión</b>    |
| <b>Subproducto</b>                                 | <b>Tasa Fija Moneda Nacional</b>           |
| <b>Características</b>                             |  |
| <b>Plazo</b>                                       | <b>De 12 a 168 Meses</b>                   |
| <b>Monto Mínimo Cupo</b>                           | <b>135 salarios Mínimos</b>                |
| <b>Periodicidad Del Pago</b>                       | <b>Mensual</b>                             |
| <b>Medios y Canales de disposición del crédito</b> | <b>Transferencia Electrónica De Fondos</b> |
| <b>Tasa Interés Máxima Anual (%)</b>               | <b>A Calcular</b>                          |
| <b>Cobertura</b>                                   | <b>Todos los Departamentos</b>             |
| <b>% Máxima a Financiar:</b>                       |  |
| <b>Enganche Mínimo (%)</b>                         |  |
| <b>Comportamiento Del Pago</b>                     | <b>Constante</b>                           |
| <b>Requisitos</b>                                  |  |
| <i>Relacionado Con El Cliente o solicitante</i>    |  |
| <b>Edad</b>  | <b>De 18 a 85 Años</b>                     |
| <b>Tipo De Persona</b>                             | <b>Persona Natural</b>                     |
| <b>Antigüedad Laboral</b>                          | <b>1 meses</b>                             |
| <b>Antigüedad Residencia</b>                       | <b>1 meses</b>                             |
| <b>Ingreso Mínimo Mensual (\$)</b>                 | <b>0.5 SMMLV</b>                           |
| <b>Buen Comportamiento Crediticio</b>              | <b>NO</b>                                  |
| <b>Aval o Garantía</b>                             | <b>Si</b>                                  |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Soportes</b> | <b>Comprobantes de Nomina + certificación laboral+ Referencias Personales + Copia Cédula</b> |
|-----------------|--|

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. ficha tecnica libre inversion

| <b>Ficha Técnica – Libre Inversión</b> |  |
|--|--|
| <b>Datos Entidad Financiera</b>        |  |
| <i>Nombre Entidad:</i>                 | <i>Banco xxxx</i>                        |
| <i>Ciudad Corporativa:</i>             | <i>Bogotá D.C</i>                        |
| <i>Dirección Corporativa:</i>          | <i>Oficina xxxx</i>                      |
| <i>Página Web</i>                      | <i>¿?</i>                                |
| <i>Teléfono</i>                        |  |
| <b>Descripción Del Producto</b>        |  |
| <b>Descripción Producto</b>            | <i>Libre inversión</i>                   |
| <b>Operación</b>                       | <b>Activa</b>                            |
| <b>Nombre Comercial</b>                | <b>Crediexpress Fijo Libre Inversión</b> |
| <b>Subproducto</b>                     | <b>Tasa Fija Moneda Nacional</b>         |

| <b>Características</b>                             |  |
|--|--|
| <b>Plazo</b>                                       | <b>De 12 meses a 60 Meses</b>              |
| <b>Monto Mínimo Cupo</b>                           | <b>5.000. 000 - Base inicial</b>           |
| <b>Periodicidad Del Pago</b>                       | <b>Mensual</b>                             |
| <b>Medios y Canales de disposición del crédito</b> | <b>Transferencia Electrónica De Fondos</b> |
| <b>Tasa Interés Máxima Anual (%)</b>               | <b>A Calcular</b>                          |
| <b>Cobertura</b>                                   | <b>Todos los Departamentos</b>             |
| <b>% Máxima a Financiar:</b>                       |  |
| <b>Enganche Mínimo (%)</b>                         |  |
| <b>Comportamiento Del Pago</b>                     | <b>Constante</b>                           |
| <b>Requisitos</b>                                  |  |
| <i>Relacionado Con El Cliente o solicitante</i>    |  |
| <b>Edad</b>  | <b>De 18 a 85 Años</b>                     |

| <b>Tipo De Persona</b>                | <b>Persona Natural con Actividad Empresarial</b>   |
|---------------------------------------|--|
| <b>Antigüedad Laboral</b>             | <b>12 meses</b>  |
| <b>Antigüedad Residencia</b>          | <b>12 meses</b>  |
| <b>Ingreso Mínimo Mensual (\$)</b>    | <b>1 SMMLV</b>   |
| <b>Buen Comportamiento Crediticio</b> | <b>Si</b>  |
| <b>Aval o Garantía</b>                | <b>Si</b>  |
| <b>Soportes</b>                       | <b>Comprobantes de Nomina +<br/>certificación laboral+<br/>Recomendaciones Personales +<br/>Copia Cédula</b> |

*Fuente: Elaboración propia*

5-

### **Estrategias de marketing**

A continuación, se desarrollan las estrategias de marketing contempladas para el presente plan estratégico de marketing para hacer frente a su mercado.

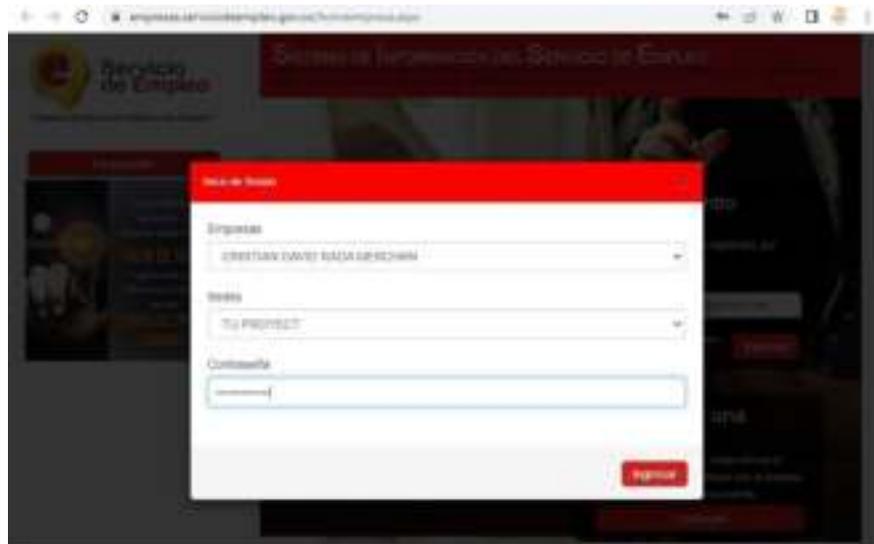
#### **5.1 Estrategia de captación de personal**

- Realizar la captación de nuevos talentos por medio de reclutamiento de personal con experiencia o sin experiencia para capacitar.

Tu proyect está comprometido con el desarrollo económico, por esto busca dentro de su crecimiento emplear asesores free lance, apoyando la flexibilidad laboral, puesto que son ellos dueños de su tiempo, contribuyendo a mantener una cultura empresarial sostenible.

El proceso de selección se está llevando a cabo con publicaciones vía agencia pública de empleos, netamente digital, con recepción y análisis de los prospectos para su posterior citación a entrevista.

Ilustración 1. servicio público de empleo



Las entrevistas se están llevando a cabo los días miércoles a las 10:30am.

La oferta laboral que se está brindando es la vinculación por medio de contrato de corretaje, es decir que el salario devengado depende de la producción efectiva y créditos desembolsados para su respectiva bonificación.

## **5.2 Estrategias de ventas**

- Aumentar la producción y colocación mediante las ventas en un 50% de los productos crediticios para el segundo semestre del año 2022.

-Se implementa el posteo de anuncios ofreciendo los servicios que presta tu proyect, tal como se planteó en la asesoría de ejecución de empresa, utilizando los anuncios a través de la red social Facebook únicamente como prueba piloto por el fin de semana comprendido del 19 al 21 de marzo de 2022, el cual tuvo un resultado bastante favorable ya que de los 20 contactos recibidos 5 clientes son objeto de crédito que ya se encuentran en previo estudio, se anexa evidencia del alcance de la campaña y el contacto a la línea corporativa.

Ilustración 2. campañas Marketplace

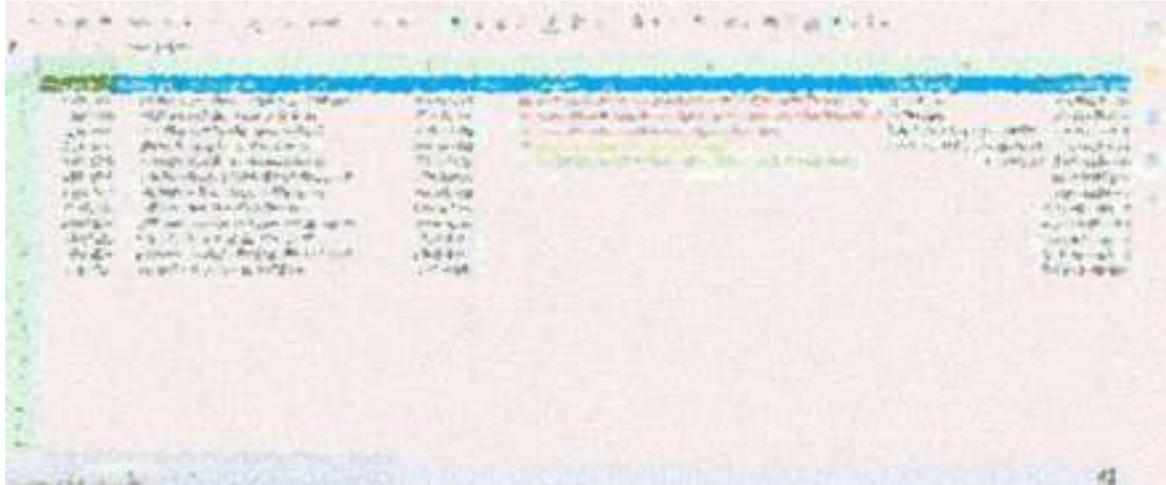


Razón por la cual se decide realizar la contratación mensual de los anuncios publicitarios en las diferentes redes sociales que permitan atraer a clientes potenciales y contribuya al incremento en las ventas.

-Se procede a contactar clientes previamente trabajados con financiera BAYPORT con el fin de ofrecer mejor condición de crédito, o en caso de que requieran mejorar la situación crediticia se ofrece trasladar la cartera a otra entidad cuyo paso a la bancarización sea efectivo, de la siguiente manera:

- se toma registro de base de datos y se procede a hacer la consulta del cliente como centrales de riesgo y saldo adeudado en la financiera:

Ilustración 3. Bases de datos



The image shows a screenshot of a database management software interface. It features a table with several columns and rows of data. The columns are labeled with text, and the rows contain numerical and alphanumeric values. The interface has a light-colored background with a blue header bar at the top. The table is the central focus, displaying a list of records.

-Se procede a hacer un envío de mensajes masivos a través del WhatsApp corporativo:

Ilustración 4. WhatsApp corporativo



-Se inicia el contacto telefónico para concretar la solicitud con alguno de los posibles prospectos

-Se inicia minería de bases de datos tomando primero los clientes con los cuales inicio la empresa haciendo ofertas para refinanciación a través de correo electrónico las cuales están aun pendientes de contacto, en la evidencia adjunta se observa la base de clientes ya trabajados, con los datos completos y el posterior contacto, aprovechando este paso se implementa la estrategia de retención a esos clientes que se han ayudado financieramente fidelizándoles con una tasa de interés preferencial denominada tasa flexi la cual ninguna otra entidad puede brindarles que es del 1 %

*Ilustración 5.Registros clientes*



### Análisis de la información en los registros de bases de datos

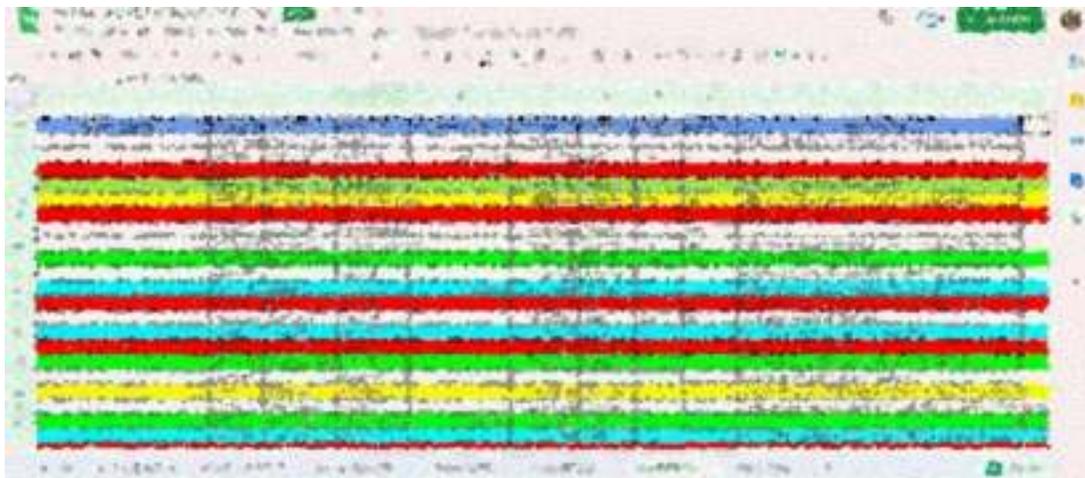
-Se maneja un registro completo de la información como se evidencia en la imagen a continuación, dicho registro maneja datos como:

- Fecha de consulta
- Fecha de radicación
- Coordinación
- Ejecutivo comercial
- Cedula del cliente

- Nombre del cliente
- Teléfono
- Correo electrónico
- Entidad por la cual se consulta
- Estado actual
- Pagaduría
- Monto solicitado
- Tipo de crédito
- Observaciones

También se evidencia que depende del estado de la solicitud cada fila lleva un color diferente ese color nos permite medir el cumplimiento de las metas, que se puede trabajar y que se reserva como se describe a continuación:

- BLANCO: cliente en estado perfilado, es decir recientemente consultado.
- AMARILLO: cliente totalmente radicado
- AZUL: cliente con devoluciones
- VERDE OLIVA: cliente aprobado
- VERDE: cliente desembolsado
- ROJO: solicitud rechazada o negada



6-

## Programa de marketing

### 6.1 Responsabilidades para las 4 p

| <b>ESTRATEGIA DE PRODUCTO</b> |  |
|-------------------------------|--|
| Objetivo:                     | Incrementar las ventas de productos crediticios de la empresa.   |
| Acciones:                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios financieros de excelente calidad.</li> <li>• Gama de diferenciadores de la competencia.</li> <li>• Clientes permanentes y potenciales de Bogotá y territorio nacional.</li> <li>• Opciones múltiples de solicitudes con las empresas que se tiene convenios.</li> </ul> |
| <b>ESTRATEGIA DE PRECIO</b>   |  |
| Objetivo:                     | Establecer la función del costo que los proveedores brindan los servicios y tramitarlos con costos más conveniente.  |
| Acciones:                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implantar paquetes con ofertas atractivas para publico meta.</li> <li>• Otorgar beneficios dependiendo de las necesidades específicas del cliente.</li> <li>• Crear paquetes promocionales dependiendo la pagaduría.</li> </ul>   |
| <b>ESTRATEGIA DE PLAZA</b>    |  |
| Objetivo:                     | Incrementar canales de distribución  |
| Acciones:                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes permanentes y potenciales en la ciudad y en el territorio nacional.</li> <li>• Posicionar nuevas plazas de negocios.</li> <li>• Atraer clientes potenciales.</li> </ul>  |

| <b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b> |  |
|--------------------------------|--|
| Objetivo:                      | Promocionar los servicios crediticios por distintos medios   |
| Acciones:                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valla publicitaria.</li> <li>• Anuncios redes sociales.</li> <li>• Publicidad impresa.<br/>Brochure.</li> <li>• Sitio web Site de la empresa diseño y creación.</li> <li>• Camisetas distintivas con el logo de la empresa para el personal.</li> </ul> |

7-

## **Análisis financiero**

### **7.1 capital inicial y fuentes de financiación**

Los socios Cristian David rada Merchan, José Luis López Suescun y Víctor Alfonso Saavedra, dispusieron de su capital de acuerdo a su participación en las acciones de la empresa distribuidas de la siguiente manera 60% socio mayoritario y representante legal Cristian David Rada merchán , 20% socio José Luis López Suescun y 20% socio victor alfonso saavedra perez, cabe aclarar que los recursos utilizados fueron de dineros propios sin solicitud de préstamos a tercero o de otras personas interesadas.

### **7.2 Proyección de ventas**

- Diseñar tres alianzas estratégicas con empresas del sector público o privado que permitan la ampliación del portafolio de servicios.

Teniendo en cuenta el primer objetivo especifico se iniciará con la primera alianza estratégica en El departamento de Boyacá con coopcasur para el sector privado, la anterior es una cooperativa

de pensionados de CASUR (caja de sueldos de retiro de la policía nacional) que se compone de más de 300.000 pensionados de casur. El presupuesto destinado para el evento está contemplado por valor de \$430.000

Para el sector público la segunda alianza estratégica será realizar una reunión de pensionados, invitando al director de la cooperativa a un almuerzo que permitirá sellar la alianza, se contempla esta visita para el mes de octubre de 2022. El presupuesto destinado será de \$800.000.

Como estrategia complementaria se realiza contacto con personal interno perteneciente al C4 (centro de comando, cómputo y control de emergencias de Bogotá), el cual al autorizar el ingreso directo a las instalaciones se efectuará una feria de créditos hipotecarios, y créditos de libranza para un total de 5.000 funcionarios aproximadamente la fecha de dicho evento aún está por confirmar.

Para la tercera alianza estratégica se realizará una feria de pensionados pertenecientes al ministerio de defensa nacional por medio de la realización de 2 bingos en los meses de octubre de 2022 y febrero de 2023, se contempla la asistencia de 1.000 pensionados aproximadamente realizando la captación de datos de los asistentes y ofreciendo productos de tu proyect. Se estima que el presupuesto destinado será de \$9.000.000 el cual incluye la logística y premios a entregar.

Se estima que el cumplimiento del primer objetivo específico al cumplir a cabalidad las alianzas establecidas las ventas tendrán un incremento del 10%.

- Implementar una estrategia digital que permita crecer en las ventas en un 10% de los productos crediticios.

La estrategia digital esta contemplada en 3 partes, la primera inicia con el pago de anuncios publicitarios en la red social de Facebook a través de Marketplace, realizando el pago de los anuncios por valor de \$250.000 y que permitirá tener una visibilidad de 20 días del mes.

La segunda parte que generara el impulso de los anuncios en Facebook será el diseño y la implementación de la página web a través de un programador, desarrollador y diseñador web que apoye en la creación y mantenga actualizada la publicidad con el fin de generar un sello de confianza en cada cliente que llegue a través de internet. Se tendrá un presupuesto de \$250.000 mensual.

Para complementar la página web se realizará un video corporativo que apoye a la identidad de la empresa se estima que tendrá un costo de \$200.000.

- Elaborar cuatro tomas de zonas en la ciudad de Bogotá cada tres meses y dos tomas de zona departamentales, una cada seis meses.

Las tomas de zona se iniciarán en la ciudad de Bogotá, se enviará personal free lance, el cual debe asistir con excelente presentación personal, se realizará en 4 puntos de concentración los cuales son Armada nacional, punto de atención pensionados de CASUR (caja de sueldos de retiro d la policía nacional), punto de atención pensionados de CREMIL (caja de retiro de las fuerzas militares) y punto de atención pensionados del ministerio de defensa nacional. Esta toma de zona tendrá un presupuesto para transporte por valor de 50.000 ya que el material publicitario es otorgado por los convenios.

- Planificar un evento corporativo que permita la captación de un promedio de 100 nuevos aliados comerciales.

Se realizarán visitas comerciales por parte de las 3 coordinaciones establecidas dentro de tu proyect, buscando crear nuevos convenios a nivel Bogotá, Cundinamarca, meta, Boyacá, Tolima con el fin de crear una sinergia comercial. Cada uno se encargará de generar 4 visitas creando y ofreciendo los productos de la marca, el presupuesto será dado por cada coordinador y las fechas estipuladas de acuerdo a la agenda disponible de cada uno.

### 7.3 flujo de efectivo

Teniendo en cuenta las estrategias a utilizar para el incremento de las ventas, será medido anualmente entre el periodo comprendido de junio 2022 a junio de 2023

#### Tabla presupuesta de ventas

Tabla 9.Presupuesto de ventas

|                        |                             |              |
|------------------------|-----------------------------|--------------|
| Eventos                | Alianza coopcasur           | \$430.000    |
|                        | Feria en el C4              | \$800.000    |
|                        | Feria ministerio de defensa | \$9.000.000  |
| Implementación digital | Facebook                    | \$3.000.000  |
|                        | Pagina web                  | \$3.000.000  |
|                        | Video corporativo           | \$200.000    |
| Tomas de zona          | 4 tomas de zona             | \$200.000    |
| Total                  |                             | \$16.630.000 |

### 7.4 punto de equilibrio

Para estipular el punto de equilibrio se estima una duración de un año comprendido entre junio de 2022 y junio de 2023 teniendo en cuenta que las ventas mensuales se establecerán en un valor de \$31.000.000 lo que genera un 35 % de rentabilidad dejando ganancias netas para la empresa de \$10.850.000 en la actualidad, al tener u cumplimiento del 100% de los objetivos incrementando en un 40% la ventas es decir pasar de generar una producción de \$31.000.000 a \$44.400.000 se verá el ingreso mensual de una ganancia neta por valor de \$ 15.190.000 lo que representa un

ingreso anual por valor de \$52.000.000 a lo cual se deduce la inversión del presupuesto empresarial generando ganancia por valor de \$35.370.000 anuales es decir se cumple con el establecido debido a que duplica el valor de la inversión destinada al cumplimiento de los objetivos específicos del presente plan de marketing.

**8-**

### **Conclusiones**

1- Las estrategias planteadas para TU PROYECT fueron diseñadas para impulsar las ventas del bróker, romper los esquemas de asignación o tramites de adquisición de productos financieros y establecer la compañía como un aliado que brinda soluciones confiables a las necesidades económicas de cliente.

2- La proyección financiera muestra el interés de los autores por el desarrollo del plan de marketing al proyectar utilidades de gran impacto, generando la posibilidad de mejora con inversiones enfocadas en el personal (salarios, capacitaciones, ambiente de trabajo), en tecnología e infraestructura.

3- En el ámbito de responsabilidad social TU PROYECT se enfoca en contribuir al cambio y disminuir el impacto del medio ambiente, apoyar la inclusión social, generar el primer empleo apoyando la economía, medio ambiente y la responsabilidad social proyectada por el Gobierno colombiano.

4- El incremento del 40 % de las ventas permitirá mantener la estabilidad de la empresa contemplada en un lapso de 3 años sin déficit

## 9- Bibliografía

1. Dinero. (2021). Revista Dinero. Obtenido de: <https://www.semana.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/el-outsourcing-financiero-gana-terreno/80384/>
2. Super industria financiera, (2021). Súper financiera. Obtenido de : <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/informes-y-cifras/cifras/establecimientos-de-credito-60767>
3. Camara de comercio de Bogotá. (2020). Cámara de comercio. Obtenido de: <https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2021/03/CodigodeComercio-2.pdf>
4. DANE. (2021). DANE. Obtenido de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>
5. Semana. (2020). Semana artículos. Obtenido de: <https://www.semana.com/economia/emprendimiento/articulo/hacia-donde-evolucionan-el-negocio-de-los-call-center/202215/>
6. Fogafin. (2020). Fogafin. Obtenido de. <https://www.fogafin.gov.co/que-es-fogafin/planes-politicas-y-protocolos/sistemadegestionderiesgos>
7. Almeida Raceiro, (2021), Pymes futuro, Obtenido de: <https://www.pymesfuturo.com/producto1.html>
8. DANE. (2021). DANE. Estadísticas. Obtenido de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral>
9. DANE. (2021). DANE. Estadísticas. Obtenido de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno>
10. ANDI. (2021). ANDI. Obtenido de Recuperación económica tras el COVID: <http://www.andi.com.co/Home/Noticia/17259-el-crecimiento-economico-ya-se-refleja>
11. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de constitución política de Colombia: <http://www.secretariasenado.gov.co/constitucion-politica>
12. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: [https://www.sic.gov.co/recursos\\_user/documentos/normatividad/Ley\\_1273\\_2009.pdf](https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Ley_1273_2009.pdf)
13. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6968>
14. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=137811>
15. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=25311>
16. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_1266\\_de\\_2008\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx](https://www.redjurista.com/Documents/ley_1266_de_2008_congreso_de_la_republica.aspx)
17. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913#:~:text=Establece%20que%20a%20partir%20de,de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20las>
18. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.imsalud.gov.co/web/sin-categoria/abc-ley-1581-de-2012-proteccion-de-datos-personales/#:~:text=La%20ley%20de%20protecci%C3%B3n%20de,como%20su%20posterior%20actualizaci%C3%B3n%20y>
19. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <http://leyes.senado.gov.co/proyectos/index.php/textos- radicados-senado/p-ley-2020-2021/1795-proyecto-de-ley-014-de-2020>
20. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://secretariageneral.gov.co/transparencia/normatividad/normatividad/ley-1780->

- [2016#:~:text=Descripci%C3%B3n%3A,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.](#)
21. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley\\_1429\\_2010.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_1429_2010.pdf)
  22. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7260>
  23. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
  24. Secretaria del senado. (2022). Secretaria del senado. Obtenido de leyes colombianas: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0527\\_1999.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html)
  25. Cámara de comercio de Bogotá. (2022). Cámara de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa>
  26. Profitline. (2017). Profitline Business Process Outsourcing . Obtenido de La Importancia
  27. De La Tercerización Financiera Para Las Compañías.: <https://profitline.com.co/bpo-business-process-outsourcing/>
  28. Superintendencia de sociedades (2021). Obtenido de informes económicos: [https://supersociedades.gov.co/delegatura\\_aec/Paginas/Informes-economicos-y-financieros.aspx](https://supersociedades.gov.co/delegatura_aec/Paginas/Informes-economicos-y-financieros.aspx)
  29. Mintic. (2021). Ministerio de las tic. Obtenido de transformación productiva: <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional>
  30. <http://www.fico.com/es/solutions#domain-decision-management-and-optimization>
  31. Superintendencia Financiera De Colombia. (2007). Circular Externa 022 de 2007 . Obtenido de Sistema de Administración del Riesgo para el Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, en adelante SARLAF.: <https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=instit>