

**IMPLEMENTACION DE LA LINEA DE NEGOCIO FINCOEDUCAR EN
BUCARAMANGA**

YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIAS FISICO MECANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRIA EN GERENCIA DE NEGOCIOS
BUCARAMANGA
2015**

**IMPLEMENTACION DE LA LINEA DE NEGOCIO FINCOEDUCAR EN
BUCARAMANGA**

YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA

**Proyecto de Aplicación presentados como requisito para optar al título de
Magister en Gerencia de Negocios**

Director:

**NÉSTOR RAUL ORTIZ PIMIENTO
Magister en Ingeniería de Sistemas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIAS FISICO MECANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRIA EN GERENCIA DE NEGOCIOS
BUCARAMANGA**

2015

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios porque en las grandes dificultades *“puse en el toda mi esperanza; él se inclinó hacia a mí y escucho mi clamor”* (Salmos 40:1), a mis padres porque entendí que estar lejos de ellos me da razón para decir que son el motor de mi vida y la motivación de culminar esta etapa de mi vida, a mis hermanos por su apoyo, en especial a Wilmer por su hospitalidad y por enseñarme que si se puede cambiar y mejorar, a dos ángeles que en me apoyaron en todo momento, en especial a uno porque jamás dejo de creer en mí y por permitirme sonreír.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	16
1. GENERALIDADES DEL TRABAJO DE APLICACIÓN.....	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.....	20
1.3 OBJETIVOS.....	22
1.3.1 Objetivo general.....	22
1.3.2 Objetivos específicos.....	22
2. MARCO DE REFERENCIA.....	24
2.1 MARCO DE ANTECEDENTES.....	24
2.2 MARCO TEÓRICO.....	27
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	32
3.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	32
3.1.1 Análisis de factores políticos.....	32
3.1.2 Análisis de factores económicos.....	33
3.1.3 Análisis de factores sociales.....	34
3.1.4 Análisis de los factores tecnológicos.....	36
3.2 ANALISIS DEL MICROENTORNO.....	36
4. ESTUDIO DE MERCADO.....	44
4.1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	44
4.1.1 Metodología para la investigación de mercados.....	44
4.1.2 Definición del problema.....	45

4.1.3 Objetivo General.....	45
4.1.4 Objetivos Específicos.....	45
4.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	45
4.2.1 Diseño de la investigación de mercados	45
4.2.2 Tipo de investigación.	46
4.2.3 Técnica.....	46
4.2.4 Definición de la población	46
4.2.5 Tamaño de la muestra	46
4.2.6 Definición de la población objeto de estudio.	47
4.2.7 Trabajo de campo.....	47
4.2.8 Tabulación y análisis de los resultados obtenidos.....	48
4.3 PLAN DE MERCADO.	64
4.3.1 Marketing Mix	64
4.3.2 Estrategias de producto	64
4.3.2.1 Estrategias de precio.	66
4.3.2.2 Estrategias de Plaza.	66
4.3.2.3 Estrategias de promoción y comunicación	67
4.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.	67
5. ANÁLISIS TÉCNICO	68
5.1 LOCALIZACIÓN	68
5.1.1 Macro localización	68
5.1.2 Micro localización	69
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO COMERCIAL	70
5.2.1 Descripción del proceso comercial del crédito educativo	70
5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO OPERATIVO.....	74
5.3.1 Descripción de cierre y entrega de crédito aprobado al estudiante.	74
5.3.2 Descripción del proceso final de crédito físico	75
5.4 RECURSOS PRODUCTIVOS.	76
5.4.1 Identificación del talento humano.....	76

5.4.2 Descripción del talento humano requerido.	78
5.4.3 Descripción de los equipos de cómputo y comunicaciones.....	78
5.4.4 Descripción muebles y enseres	79
5.4.5 Descripción de los recursos para el desarrollo de la actividad.	80
5.5 CAPACIDAD.....	82
5.5.1 Capacidad instalada	82
6. ANÁLISIS LEGAL.....	84
6.1 ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN.....	84
6.1.1 Entidades de control.....	85
6.2 BENEFICIOS DE LAS COOPERATIVAS	86
6.3 ORGANIGRAMA GENERAL DE FINCOMERCIO.	87
7. ANÁLISIS FINANCIERO	89
7.1 BALANCE GENERAL.....	89
7.2 ESTADO DE RESULTADOS.....	90
7.3 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.....	90
7.4 FLUJOS DE CAJA LIBRE.....	91
7.5 CONCLUSIÓN FINANCIERA	91
8. IMPLEMENTACIÓN	93
8.1 PUBLICIDAD	93
8.2 CONVENIOS	94
8.3 CONTRATACIÓN.....	97
8.4 IMPLEMENTACIÓN DE STANDS	97
8.5 CAMPAÑAS	99
8.6 RESULTADOS	101
BIBLIOGRAFIA.....	104
ANEXOS	106

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Distribución geográfica de Fincomercio Ltda. en Colombia.....	69
Figura 2. Ubicación Fincomercio Ltda. Bucaramanga	69
Figura 3. Formulario de Solicitud de Crédito (anverso)	72
Figura 4. Formulario de Solicitud de Crédito (reverso)	73
Figura 5. Diagrama del proceso comercial de crédito educativo	74
Figura 6. Diagrama del proceso operativo de crédito educativo.....	76
Figura 7. Organigrama General de Fincomercio.	88
Figura 8. Acuerdo de servicios instituciones educativas- UDI	95
Figura 9. Acuerdo de servicios instituciones educativas- UDI	96
Figura 10. Liquidación de pago de Matricula.....	102
Figura 11. Liquidación de pago de Matricula.....	103

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Índice de progreso de la educación.....	26
Gráfica 2. Evolución de Gasto en Educación.....	34
Gráfica 3. Número de desertores vs semestres cursados.....	35
Gráfica 4. Deserción de estudiantes según programa.....	35
Gráfica 5. Modelo de competitividad, cinco fuerzas de Porter.....	37
Gráfica 6. Número de personas encuestadas según el sexo.....	48
Gráfica 7. Número de personas encuestadas según el sexo y estado civil.....	49
Gráfica 8. Número de personas encuestadas según el estrato actual.....	49
Gráfica 9. Número de personas encuestadas según la variable si tienen hijos.....	50
Gráfica 10. Número de personas encuestadas según el número de hijos.....	50
Gráfica 11. Número de personas encuestadas según el nivel de estudios y la jornada.....	52
Gráfica 12. Número de personas encuestadas según el estrato actual según la ocupación y la jornada.....	53
Gráfica 13. Número de personas encuestadas según la ocupación y el rango de edad.....	54
Gráfica 14. Número de personas encuestadas según la jornada y la fuente de financiación.....	55
Gráfica 15. Número de personas encuestadas según la variable si tiene crédito educativo.....	55
Gráfica 16. Número de personas encuestadas según la entidad que ha otorgado el crédito.....	56
Gráfica 17. Número de personas encuestadas según el tiempo de respuesta del crédito.....	57

Gráfica 18. Número de personas encuestadas según la calificación del sector financiero	58
Gráfica 19. Número de personas encuestadas según las características más importantes para adquirir un préstamo educativo	59
Gráfica 20. Número de personas encuestadas según lo primero que se tiene en cuenta para escoger una entidad financiera y las fuentes de financiación	60
Gráfica 21. Número de personas encuestadas según las personas que no tienen crédito educativo	61
Gráfica 22. Número de personas encuestadas según lo que tendría que ofrecer una entidad financiera para adquirir un crédito financiero	62
Gráfica 23. Número de personas encuestadas según si es cliente de crédito educativo y si conoce a Fincomercio	63
Gráfica 24. Número de personas encuestadas según el estrato y si conoce a Fincomercio	63
Gráfica 25. Número de personas encuestadas según si trataría con Fincomercio	64

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cobertura de Educación	19
Tabla 2. Matricula por nivel de participación.	19
Tabla 3. Recursos financieros de educación superior	20
Tabla 4. Instituciones de educación superior más importantes	25
Tabla 5. Beneficiarios Icetex- Crédito ACCES.	26
Tabla 6. Número de estudiantes	47
Tabla 7. Equipos de Cómputo y comunicaciones	79
Tabla 8. Descripción de muebles y enseres	80
Tabla 9. Descripción de los recursos para el desarrollo de la actividad	81
Tabla 10. Universidades Bucaramanga.	94
Tabla 11 Stand Universidades Bucaramanga.	98

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Consentimiento informado.....	106
Anexo B. Encuesta	111
Anexo C. Proceso productivo	115
Anexo D. Propuesta	122

RESUMEN

Título: IMPLEMENTACION DE LA LINEA DE NEGOCIO FINCOEDUCAR EN BUCARAMANGA*

Autor: YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA**

Palabras clave: Modelo de Negocio, Crédito educativo, deserción estudiantil, matrícula.

Descripción

El presente trabajo de aplicación plantea la factibilidad de ofrecer un servicio de crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga, que promueva el acceso a la educación superior de toda la población o los mantenga en ella evitando deserción y de esta manera permita fortalecer el proyecto de vida de los jóvenes que apostaron a la educación superior y mejora de calidad de vida.

El documento se desarrolla en ocho capítulos, que permiten validar través de la investigación de mercados la implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR, determinando la existencia de mercado potencial para la colocación de cartera por medio del crédito educativo, determinando, gustos y preferencias a la hora de adquirir este tipo de producto, apoyado en información recolectada del análisis político, económico, social y tecnológico.

Por otra parte se analiza la parte Técnica que comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento, la disponibilidad técnica, la materia prima, el desarrollo del producto, el proceso de producción, maquinaria y equipo, sistema de control, tamaño, localización, adecuación física y la mano de obra requerida para la implementación, un análisis legal que permita identificar los requisitos correspondientes a la prestación del servicio de crédito educativo que genere confianza y respaldo, un análisis financiero que valida que el proyecto bajo las condiciones actuales se hace viable y atractivo haciendo posible la materialización de dichos resultados para dar a conocer finalmente la implementación de la línea de negocio en la ciudad de Bucaramanga.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ingeniería Físico Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Maestría en Gerencia de Negocios. Director: Néstor Raúl Ortiz Pimiento.

ABSTRACT

Title: IMPLEMENTATION OF THE LINE OF BUSINESS FINCOEDUCAR IN BUCARAMANGA*

Author: GONZALEZ MAVEL YUDY ALDANA**

Keywords: Business Model, educational credit, dropout, registration.

Description

The following application is about the feasibility of offering an educative credit service in the city of Bucaramanga, to promote access to higher education for the entire population or it keeps avoiding attrition and thus will strengthen the project life of young people who bet on higher education and improving quality of life .

The document is developed into eight chapters , which validate through market research implementation FINCOEDUCAR business line , determining the existence of potential market for the placement portfolio through the education credit , determining , tastes and preferences When purchasing this type of product, supported by data collected from the political, economic, social and technological analysis .

Furthermore the technical part comprising all that is related to the operation, technical availability , raw material, product development, production process, machinery and equipment, control system, size, location, suitability analyzes physics and labor required to implement a legal analysis to identify those for the provision of student loans that generates confidence and support requirements, a financial analysis validates the project under current conditions is feasible and attractive enabling the realization of these results to give finally know the implementation of the line of business in the city of Bucaramanga .

* Project of grade

** Physical Faculty of Mechanical Engineering. School of Industrial and Business Studies. Master in Business Management. Director: Néstor Raúl Ortiz Pimiento.

INTRODUCCIÓN

La educación en Colombia es un símbolo de crecimiento personal y la importancia en la sociedad es una realidad, la urgencia de invertir en educación es apremiante y está concebida en la justificación, que a mejor educación, mejor futuro, sin embargo, aunque es una prioridad no deja de ser desigual ya que no todas las personas tienen posibilidad de acceso a la educación superior y un problema fundamental que atañe en Colombia es la leve disminución en la tasa de deserción pasando de 10,4% en el 2013 a 10,3% en el 2014, frente a una tasa de cobertura en educación del 47% y 45,5% respectivamente, registrando una matrícula en el sistema de 2.138.185 estudiantes, este comportamiento aunque con resultados positivos incide negativamente en el desarrollo del país al no permitir que la sociedad se fortalezca rápidamente con mano de obra calificada convirtiéndolo en poco competitivo.¹

Es por esto que se plantea la factibilidad de ofrecer un servicio de crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga, que promueva el acceso a la educación superior de toda la población o los mantenga en ella evitando deserción y de esta manera permita fortalecer el proyecto de vida de los jóvenes que apostaron a la educación superior y mejora de calidad de vida.

Este servicio educativo será a través de la implementación de la línea de negocio de la empresa FINCOMERCIO LTDA, una cooperativa de ahorro y crédito, sólida y confiable, que presta servicios financieros y sociales a personas en proceso de

¹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL Acuerdo nacional para disminuir la deserción en educación superior política. Política y estrategias para incentivar la permanencia y graduación en educación superior 3013-2014. . [en línea]. Disponible en Internet consulta. <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-254702_archivo_pdf_politicas_estadisticas.pdf>

formación, con actividad económica o en retiro, para beneficiarlos con rentabilidad económica y social² apoyado con valores de integridad, equidad, efectividad, innovación, trabajo en equipo y cultura de ahorro, su actividad se desarrolla en cinco segmentos fundamentales pero este estudio se concentrará en el segmento de los universitarios llamado FINCOEDUCAR, cuenta con una participación del 40% dentro de la cooperativa logrando tener gran impacto en la ejecución de los procesos tanto adentro de su organización como afuera en la contribución al desarrollo de la sociedad.

Para la implementación de la línea de negocio fue necesario el análisis del estudio de mercado para determinar los criterios, gustos y preferencias de la población potencial además de tener conocimiento de la competencia existente en el mercado. Los resultados y análisis de la investigación permitió definir los aspectos técnicos, las características de la localización de los puntos de atención, las estrategias de posicionamiento, recordación de marca y convenios con las universidades como canal para la colocación de créditos además de los recursos necesarios para su implementación, seguido por la formulación del proceso de comercialización y proceso operativo generado por la implementación de la línea de negocio, posteriormente se dio alcance del estudio legal para determinar los parámetros legales que respalda la empresa donde opera FINCOEDUCAR y lograr una credibilidad tanto en las instituciones como en los clientes potenciales, seguido de un estudio financiero que respalda la investigación y permitiera analizar estratégicamente el desarrollo a corto plazo del modelo de negocio y finalmente lograr la implementación y mostrar los resultados partiendo de una realidad.

² Cooperativa de ahorro y crédito FINCOMERCIO LTDA, [en línea]. Disponible en Internet consulta www.fincomercio.com

1. GENERALIDADES DEL TRABAJO DE APLICACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Bucaramanga municipio del Departamento de Santander, posee una población de 526.827 habitantes, las principales actividades que se desarrollan en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios, esta ciudad es reconocida por el bajo desempleo y por la gran capacidad emprendedora que tienen los habitantes.³ Uno de los aspectos más importantes en la ciudad es la educación, cuenta con instituciones universitarias de carácter público y privado, especializadas en formación técnica, tecnológica y profesional lo cual la hace atractiva para las personas que desean ingresar a la educación superior.

Como se puede observar en la **tabla No 1** la cobertura en educación en Bucaramanga es de 45.242 habitantes en rangos de edad entre los 17 y 21 años, seguido por la ciudad de Barrancabermeja y los municipios de Floridablanca y girón con 18.171, 22.855 y 15.906 respectivamente, sin embargo, La tasa de deserción de Santander es del 9,8% considerándose como la interrupción o desvinculación de los estudiantes al sistema educativo por problemas no necesariamente económicos si no por diversas variables tales como familiar, contexto educativo, la institución educativa entre otras⁴.

De acuerdo al número de estudiantes por nivel de formación la participación por nivel de formación técnica profesional y tecnológica es del 28,21%, de formación

³ ALCALDÍA DE BUCARAMANGA, indicadores de la ciudad. [en línea]. Disponible en Internet consulta, <http://www.bucaramanga.gov.co/>,

⁴ MINISTERIO DE EDUCACIÓN. La deserción escolar. [en línea]. Disponible en Internet consulta http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-293659_archivo_pdf_abc.pdf>.

universitaria del 46,25% y posgrado un 17,95%, tal como se muestra en la **tabla No 2**.

Tabla 1. Cobertura de Educación

Capital / Depto.	Población total	Población 17-21 años*	Matrícula Pregrado Oficial	Matrícula Pregrado Privada	Matrícula Pregrado Total	Tasa de Cobertura	Población 17-21 años por fuera del sistema		Tasa de Deserción
							Δ	Δ%	
Bucaramanga	526.827	45.242	45.070	37.039	82.109	181,49%	-36.867	-81,49%	
Barrancabermeja	191.764	18.171	8.437	2.008	10.445	57,48%	7.726	42,52%	
Floridablanca	263.908	22.855	1.969	1	1.970	8,62%	20.885	91,38%	
Girón	170.771	15.906	2.546	1	2.547	16,01%	13.359	83,99%	
Piedecuesta	142.483	13.170	2.086	1	2.087	15,85%	11.083	84,15%	
Resto de Municipios	745.179	71.854	8.340	4.178	12.518	17,42%	59.336	82,58%	
SANTANDER	2.040.932	187.198	68.448	43.228	111.676	59,66%	75.522	40,34%	9,8%
Nacional	47.661.787	4.354.649	1.069.626	913.795	1.983.421	45,50%	2.371.228	54,50%	10,4%

Fuente población 17-21 años: Proyecciones DANE de Censo 2005. Fuente población fuera del sistema, tasa de cobertura: MEN - SDS.

Fuente matrícula, tasa de cobertura y deserción: MEN - SNIES - SPADIES - Incluye datos SENA. Fecha de corte: mayo de 2014. * Cifras preliminares

Fuente: Ministerio de educación

Tabla 2. Matrícula por nivel de participación.

Municipio	Número de Estudiantes por nivel de formación						Participación por nivel de formación		
	Técnica Profesional	Tecnológica	Universitaria	Especialización	Maestría	Doctorado	% TyT	%Universitaria	%Posgrado
Bucaramanga	1.312	26.917	53.880	14.846	3.027	88	28,21%	53,84%	17,95%
Barrancabermeja	1	5.488	4.956	270	0	0	51,23%	46,25%	2,52%
Floridablanca	0	1.969	1	0	0	0	99,95%	0,05%	0,00%
Girón	0	2.546	1	0	0	0	99,96%	0,04%	0,00%
Piedecuesta	0	2.086	1	0	0	0	99,95%	0,05%	0,00%
Resto de Municipios	393	7.555	4.570	283	1	0	62,08%	35,70%	2,22%
SANTANDER	1.706	46.561	63.409	15.399	3.028	88	37,07%	48,70%	14,22%
Nacional	83.483	604.410	1.295.528	82.515	39.488	3.800	33,40%	60,80%	5,80%

Fuente: MEN - SNIES - Incluye datos SENA. Fecha de corte: mayo de 2014. * Cifras preliminares

Fuente: Ministerio de educación

Aunque Bucaramanga cuenta con una oferta amplia de instituciones educativas para que los estudiantes puedan acceder a la educación superior, muchos de ellos deben recurrir a un sistema de financiamiento que les permita gozar de educación, en la ciudad se reconoce el sistema de crédito educativo llamado Acces por parte del gobierno que permite realizar 1.113 créditos equivalente a una participación de 2.6% seguido por San Gil con 192 créditos, entre otras ciudades⁵.

⁵MINISTERIO DE EDUCACIÓN, [en línea]. Disponible en Internet consulta , síntesis estadística <<http://www.mineducacion.gov.co/>>

En Santander de acuerdo al ministerio de educación se oferta programas de financiamiento educativo como son el ACCES e ICETEX con un total de 2.001 créditos en el 2013 y 3.266 respectivamente.

Tabla 3. Recursos financieros de educación superior

Departamento que oferta el programa	CREDITOS ACCES 2013			TOTAL CREDITOS ICETEX		CRÉDITOS ACCES (Nuevos y Renovados)			Nuevos subsidios de sostenimiento para estudiantes de escasos recursos económicos	
	No. Créditos	Valor en millones de pesos	% ACCES sobre el total créditos ICETEX	No. Créditos	Valor en millones de pesos	No. Créditos	Valor en millones de pesos	% ACCES nuevos sobre total créditos ICETEX	Cantidad	Valor
SANTANDER	2.001	4.325	61%	3.266	10.639.432	12.169	26.587	74%	1.033	711
NACIONAL	41.086	98.650	66%	62.397	215.048.881	208.958	500.863	71%	21.538	14.945

Fuente: ICETEX- mayo de 2014

Fuente: Ministerio de educación.

Por razones de tramitología y demora en la respuesta de crédito muchos deciden no continuar o acudir a otras entidades de carácter privado que facilitan el acceso pero a costos muy altos que no benefician de ninguna manera a la persona que quiera acceder a estos créditos educativos.

FINCOMERCIO LTDA, será una mejor entidad como alternativa de financiamiento educativo en la ciudad, por su amplia experiencia y manejo de esta línea financiera que garantizaría un mejor servicio, con plazos razonables, tasas más bajas, un tiempo de respuesta menor eficiente y eficaz y poco trámite al momento de adquirir el servicio y de esta manera facilitar el acceso a la educación superior.

1.2 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.

El acceso a la educación es un aspecto primordial hoy en día, es por esto que se deben generar proyectos que promuevan un impacto positivo en la sociedad, que contribuya al aumento en la igualdad social y en las oportunidades educativas para personas de menores niveles socioeconómicos que debido a factores tales

como la escasez en las instituciones públicas, en relación a la alta demanda y por consiguiente alta competencia no han podido ingresar a la universidad y por otra parte la imposibilidad de pago para las personas que deseen ingresar a las instituciones de educación privada.

En este trabajo se pretende implementar una línea de crédito educativo FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga, en el que personas que quieran acceder a la educación superior o deseen continuar en ella, adquieran no solo un servicio financiero si no todo un portafolio de servicios y beneficios que impacte positivamente al asociado y a toda su familia logrando brindar una rentabilidad social y contribuya en mejorar la calidad de vida.

El trabajo se plantea bajo perspectivas diferentes a lo que se observa en el mercado y de esta manera generar gran impacto y cobertura ya que FINCOMERCIO LTDA, sería una mejor alternativa de financiamiento educativo a través de su línea FINCOEDUCAR, que brindaría beneficios no solo para la universidad, si no para los estudiantes. Para la universidad, reduciría los problemas de deserción ya que el recaudo sería de manera directa con la cooperativa, por lo tanto se evidenciaría una disminución en los trámites de recaudo de dinero por concepto de matrícula y permitiría el acceso de nuevos estudiantes.

Por otra parte, los beneficios para los estudiantes que adquieran crédito educativo, se justifica en el hecho que el tramite seria para cualquier nivel socioeconómico de manera ágil y rápida, no superaría los 20 minutos en su aprobación, la documentación requerida seria mínima, bajas tasas de interés con respecto a otras entidades que también prestan el servicio financiero, oportunidad de generar cultura de ahorro y lo más importante es que serían parte de todo un portafolio que va desde la postulación de becas educativas hasta la participación de todos los eventos culturales y recreativos además del uso de los convenios y servicios que

tiene FINCOMERCIO LTDA como cooperativa de ahorro y crédito y de esta manera convertirse en la opción más atractiva en el mercado.

De esta manera FINCOMERCIO, busca expandir su mercado en la ciudad de Bucaramanga permitiendo con FINCOEDUCAR penetrar el mercado y generar impacto y credibilidad en la ciudad gracias a su rápida y efectiva capacidad de respuesta a la demanda con ayuda de su sistema informático que le brinda las condiciones necesarias para ser competitivo en la ciudad, permitiendo en el largo plazo implementar todos los segmentos en los que desarrolla su actividad.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general Implementar la línea de negocio FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga a partir de la experiencia en Bogotá bajo nuevas estrategias y brindando nuevas oportunidades de financiamiento educativo.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar el entorno macro y micro del crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga.
2. Realizar un estudio de mercado del potencial de los habitantes de Bucaramanga, la competencia y de las instituciones educativas a las que se podría implementar el modelo de negocio.
3. Determinar los aspectos económicos, legales necesarios para implementar la línea de negocio en Bucaramanga.
4. Realizar el estudio técnico para la implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR en Bucaramanga.
5. Diseñar el portafolio de servicios y beneficios para los asociados
6. Analizar y evaluar el riesgo de implementar la línea de negocio

7. Evaluar financieramente la línea de negocio de FINCOMERCIO propuesto para Bucaramanga
8. Implementar la línea de negocio FINCOEDUCAR a través de una estrategia de mercadeo que permita validar el grado de aceptación por parte de la población objeto de estudio.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO DE ANTECEDENTES

En un plano general en América Latina se evidencia desequilibrios e inequidades sociales que afectan directamente el tema de educación, más específicamente con la financiación que se requiere para acceder a ella, sin embargo el comportamiento está directamente relacionado con problemas básicos globales y de las perspectivas de desarrollo de la región que se quiera analizar. En estas políticas de desarrollo, el financiamiento de la educación debe considerarse como políticas económicas con modalidades específicas orientadas a la equidad social, pero la realidad es que existen diferencias en la estructura de los ingresos fiscales y la destinación de esos recursos de modo que existan unos más beneficiados que otros.

En Colombia Según la constitución política de Colombia de 1991, plasma que la educación debe considerarse fundamental cuyo acceso debe garantizarse a todos los sectores de la población es por esto, que de los recursos fiscales se deben direccionar en parte a la educación y esto se evidencia de dos maneras uno hacia el sector público y la otra hacia el sector privado.

Gracias a esta política en la última década la “tasa de cobertura bruta de educación superior presento un aumento importante pasando de 24,5% en 2002 a 37% en 2010”⁶ para el año 2014 es aumentar la tasa al 50% y gracias a esto generar bienestar a la población. Muchas de las políticas de desarrollo están relacionadas con la construcción participativa de una política pública para el

⁶ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DNP, [en línea] Disponible en Internet consulta< www.dnp.gov.co>

fortalecimiento de la educación a nivel nacional en el que exista una relación directa con todos los agentes participativos en el proceso de educación para generar una transformación, un fortalecimiento, una promoción y una viable financiación, esto con el objetivo de garantizar y mejorar la calidad de vida de los Colombianos.

Uno de los aspectos más relevantes hoy en día son las políticas encaminadas al rápido acceso a la educación superior a través de la financiación como por ejemplo el acceso al crédito educativo ICETEX para aquellas personas que estén o deseen acceder a la educación superior, esta entidad está cada día ampliando su oferta de créditos y diversificando la modalidad de financiamiento como por ejemplo las bajas tasas que impactan directamente a la población vulnerable y de difícil acceso a la educación.

Tabla 4. Instituciones de educación superior más importantes

Carácter	Oficial	No Oficial	Régimen Especial	Total
Universidad	31	49	1	81
Institución universitaria/Escuela tecnológica	15	92	12	119
Institución tecnológica	6	38	6	50
Institución técnica profesional	9	27	0	36
Total general	61	206	19	286

Fuente: SNIES, Sistema Nacional de Información de la Educación Superior

Dentro de las instituciones de educación superior según SNIES ⁷, se encuentra que existen 81 universidades en orden del sector oficial y no oficial, 119 instituciones universitarias, 50 instituciones tecnológicas, 36 instituciones técnicas profesionales para un total de 286 entidades a la que constantemente se tiene acceso, ver tabla No 4, gran parte de la población hace uso de entidades financieras y han aumentado sustancialmente como por ejemplo los beneficiarios

⁷ SNIES, Sistema Nacional de Información de la Educación Superior. [en línea], Disponible en Internet consulta <www.sniesfinanciero.meneducacion.gov.co>

de crédito ACCES para los estratos 1 y 2 en donde los beneficiarios han pasado del 65,9% en 2005 al 81% al 2013. Ver tabla No 5.

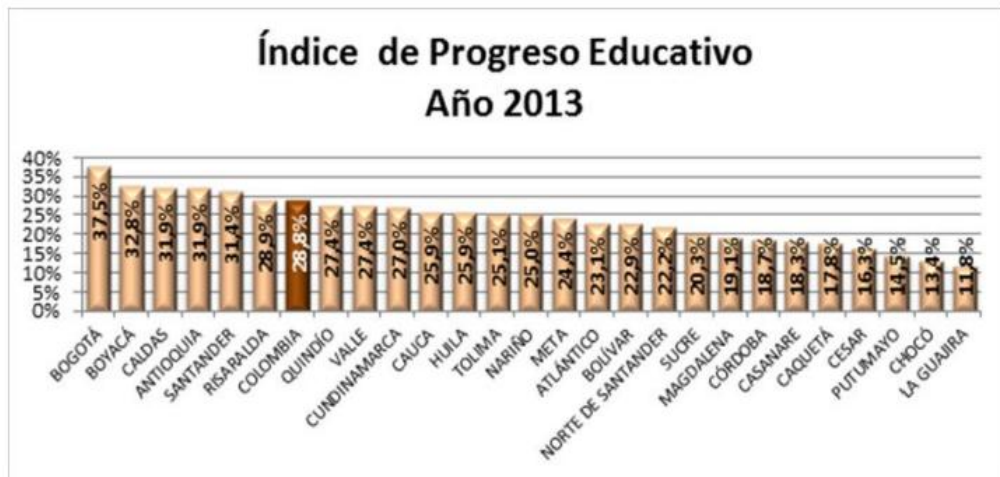
Tabla 5. Beneficiarios Icetex- Crédito ACCES.

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Beneficiarios ACCES	18.281	26.766	38.584	30.004	28.404	28.987	39.425	42.929	40.660
% de Beneficiarios para estratos 1 y 2 ACCES	65,9%	73,9%	79,1%	82,3%	84,9%	83,0%	83,9%	82,0%	81,0%

Fuente: SNIES, Sistema Nacional de Información de la Educación Superior

Otras instituciones del sector privado también han aplicado el sistema de financiación a la educación superior que contribuye al desarrollo económico y social brindando mejor calidad de vida y fuentes de desarrollo en general, algunas de las entidades que participan de este proceso son Banco de Bogotá, Banco Pichincha, Coomultrasan, Coopfuturo, Helm Bank, entre otras.

Gráfica 1. Índice de progreso de la educación.



Fuente: SNIES, Sistema Nacional de Información de la Educación Superior

Ahora bien, en Colombia según el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), el índice de progreso de la educación superior ha aumentado, situando a Bogotá en primer lugar con cerca del 40%, seguido por

Boyacá en 33%, y en tercer lugar Santander en un 32%, lo que requiere de entidades financieras que sean capaces de adoptar modelos o mecanismos que permitan capturar de manera eficiente y eficaz el mercado en busca de generar mayores ingresos y mejores beneficios para la sociedad. Ver grafica No 1.

2.2 MARCO TEÓRICO

Para darle solución al problema de cómo satisfacer una necesidad educativa a través de una opción de financiación que permita ofrecer nuevas estrategias y mejores oportunidades de acceso a la educación superior, es necesario implementar una línea de negocio que permita brindar una propuesta de valor que permanezca en el tiempo.

A la luz de la revisión de la literatura, varios estudios se han realizado acerca de los modelos de negocio, las herramientas, las técnicas y métodos utilizados para su eficiente ejecución. Autores como Kaplan y Norton (1992) presentan una herramienta muy utilizada en los modelos de negocio que relaciona las estrategias con los indicadores y los objetivos: El cuadro de mando Integral (CMI), ayuda a los directivos a analizar el mercado y la estrategia para establecer un modelo de negocio que a su vez sea necesario para establecer indicadores además de reconocer la relación causa-efecto y trabajar sobre las causas permitiendo ser más eficientes y eficaces en la solución de los problemas evitando consecuencias futuras⁸

Por otra parte Eriksson-Penker (2003) realizan una propuesta de vistas de un modelo de negocio en el que cada vista tiene un enfoque de abstracción del negocio en particular, en este modelo se evidencia 4 vistas, la primera es la vista

⁸ UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO [en línea], Disponible en Internet consulta<www.exa.unicen.edu.ar/catedras/ingrequi/.../2007_martes_modelado.ppt >

de visión de negocio que describe hacia dónde va el negocio, la segunda es la vista de procesos del negocio, que representa las actividades del negocio es decir el cómo, la tercera la vista de la estructura del negocio que abarca el qué y el quién y la última es la vista del comportamiento del negocio que abarca el cuándo y el cómo para dar una ejecución óptima en el modelo de negocio.⁹

Entre los autores más destacados se encuentran Alex Ostelwalder y Pigneur (2011) quienes afirman “*que un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor*”¹⁰ y dan a conocer una guía que rompe con el paradigma de lo convencional para dar paso a un importante método para definir y desarrollar modelos eficientes, eficaces y de mejora continua.

Dentro de su estructura, evalúan únicamente los aspectos críticos, claves y de más relevancia con el objetivo que puedan ser modificados, removidos o cambiados en cualquier momento, además de garantizar una rápida evaluación y su capacidad de mejora, esta idea la fundamentan bajo nueve módulos importantes que hay que tener en cuenta para la creación de un modelo de negocio:

- **Segmento del mercado:** En el que se definen grupos uniformes cuyas características y necesidades sean semejantes de tal forma que la empresa pueda tener una eficiente influencia dentro del mercado, así como tener la decisión de identificar quienes no se tendrán en cuenta.

Los modelos de negocio pueden ser orientados a segmentos del mercado de masas, a un nicho de mercado específico, a un mercado segmentado, diversificado y multilateral.

⁹ Ibíd.

¹⁰ OSTERWALDER. A, PIGNEUR V. Generación de modelos de negocio. Factor diferenciador.

- **Propuesta de valor:** En este aspecto la empresa debe enfocarse en los problemas específicos que tiene el cliente y generar un producto o servicio que tenga las condiciones necesarias y sea lo suficientemente capaz de satisfacer las necesidades y darle solución a esos problemas a través de la innovación, la mejora del rendimiento, diseño, precio, marca, reducción de costos, reducción de riesgos entre otras.
- **Canales:** Describe como una empresa lleva a cabo los Canales de comunicación, distribución y venta directa con el cliente final, este proceso tiene la capacidad de responder a las dudas e inquietudes gracias a la interacción de las actividades que se puede presentar con asistencia personal, personal exclusivo, autoservicio entre otros.
- **Relaciones con los clientes:** La relación puede ser personal o automatizada una vez definida el tipo de relación que desee implementar con el segmento objetivo del modelo de negocio con el objetivo de captar, fidelizar y estimular el proceso de ventas del bien o servicio que se va a implementar en el modelo de negocio.
- **Fuente de ingresos:** Se refiere al flujo de caja que genera una empresa en cada uno de los segmentos en los que quiera llevar a cabo la ejecución de los procesos en el modelo de negocio, cada fuente de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente de acuerdo a las necesidades.
- **Recursos clave:** Está directamente relacionado con los activos, ya sean físicos, económicos intelectuales para poder llevar a cabo la eficiencia y la eficacia en el desempeño en una empresa.
- **Actividades clave:** Las actividades necesarias para que se pueda generar una propuesta de valor con éxito en el modelo de negocio.

- **Alianzas clave:** Describe los contactos estratégicos en la planeación y desarrollo del producto, pueden ser los proveedores y socios que logran una correcta ejecución de los procesos que se llevan a cabo en el modelo de negocio.
- **Estructura de costos:** los costos que se generan al momento de ejecutar el modelo de negocio y responde a preguntas claves de costos de la puesta en marcha del modelo de negocio, de los recursos y de las actividades más costosas entre otros.

Al estructurar una propuesta de valor siguiendo estos nueve módulos de la metodología de Canvas, permite de manera gráfica y sencilla explicar el diseño de un modelo de negocio que ayude a las empresas que lo adopten posicionarse en el mercado con el objetivo de ir más allá de la simplicidad de los procesos y por el contrario les permita crear, distribuir y añadir valor.¹¹

Una vez establecido diferentes autores que hablan acerca de los modelos de negocio, se analiza la literatura alrededor del tema de financiamiento de la educación superior, según la universidad EAFIT, en un estudio sobre el financiamiento y demanda de la educación superior en Colombia; reconoce que el gobierno no tiene la suficiente capacidad para generar el acceso a la educación superior, mientras que entidades del sector privado han logrado impactar y generar mecanismos de financiamiento para penetrar el mercado; independientemente del sector al cual pertenezcan las instituciones educativas no deja de ser un tema realmente preocupante, llegando a la conclusión que aunque muchas entidades prestan este servicio lo que falta son opciones de financiación a largo plazo que incluya fortalecimiento institucional de las entidades con el objetivo

¹¹ OSTERWALDER. A, PIGNEUR V. Generación de modelos de negocio. Factor diferenciador.- 2013

de aportar no solo a la sociedad si no para obtener la mayor rentabilidad social y de capital asignado a la educación.

Cartón y De Jong (2005) investigaron todos los aspectos económicos involucrados en la decisión de acceso a la educación superior, y argumentan que la educación para los estudiantes la tienen en cuenta como una inversión y el retorno que recibirán por invertir en ella y concluyen que los estudiantes no responden los costos de la matricula si no factores determinantes como el apoyo financiero y el salario.

*“Ionescu (2006), basada en el modelo de ciclo vital de benporath (ganancias y capital humano) mide el efecto y la decisión de invertir en educación universitaria de acuerdo con el valor presente de los ingresos futuros, los principales postulados son que el capital humano es productivo solo hasta la graduación y que la inversión en la educación es riesgosa por que la tasa de la inversión es riesgosa”.*¹²

¹² Universidad EAFIT, Artículo publicado, Financiamiento y demanda de educación superior en Colombia (1990-2005), Disponible en Internet consulta<http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad-eafit/investigacion/Paginas/estudios-educacion-superior.aspx#.U446W_I5Mpq>

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

En la toma de decisiones que se requieren para implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR es necesario el análisis del macroentorno, que permitirá implementar estrategias bajo una perspectiva de análisis PEST (factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos) y evaluar las fortalezas, debilidades y dinámica del sector que pueda impactar directamente el modelo de negocio.

3.1.1 Análisis de factores políticos. En Colombia la aclaración de los alcances del proyecto de ley, plan de desarrollo nacional 2015-2018 focaliza su esfuerzo en aspectos en el cierre de brechas que impactan al desarrollo, mejora, calidad y cobertura del sistema educativo.

De esta manera, la iniciativa de invertir en una sociedad educada puede en el largo plazo contribuir al desarrollo del país, contando en cada uno de los sectores de la economía con personal calificado.¹³ Gracias a que el gobierno ha considerado la educación como el tercer pilar que fortalece la igualdad de la sociedad, en el artículo 57 de los avances del plan de desarrollo evidencia uno de los alcances más importantes a nivel educación; el presidente del Instituto Colombiano de Crédito educativo y estudios técnicos en el exterior (ICETEX) pone en conocimiento el proyecto y los objetivos que impacta en la mejora de las políticas que abarquen cobertura a las poblaciones con menores posibilidades de

¹³ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DNP, [en línea] Disponible en Internet consulta < www.dnp.gov.co > pág. 2 fecha de consulta 25 noviembre de 2014

acceso a la educación superior a través del crédito ICETEX que afiance los principios de inclusión y equidad y mejora del país.¹⁴

3.1.2 Análisis de factores económicos En Colombia la educación es una de las principales razones para el crecimiento económico y es por esto que dentro del presupuesto general de la nación destinó en el periodo de 2010-2014, cerca de \$124 billones de pesos. Para el 2014 los recursos fueron de \$27,2 billones, destinados en gran parte a funcionamiento e inversión.

Dentro del presupuesto \$16.5 millones destinados a la financiación del servicio gratuito y con calidad, \$8,6 millones para niños con matrícula gratuita para alcanzar una cobertura entre 81,2% y 50% en educación media y educación superior respectivamente. Con esto el gobierno logra que se beneficie gran parte de la población, con características específicas como por ejemplo, población que requieran rehabilitación social, además de contar con complementos alimentarios en todo el territorio nacional.

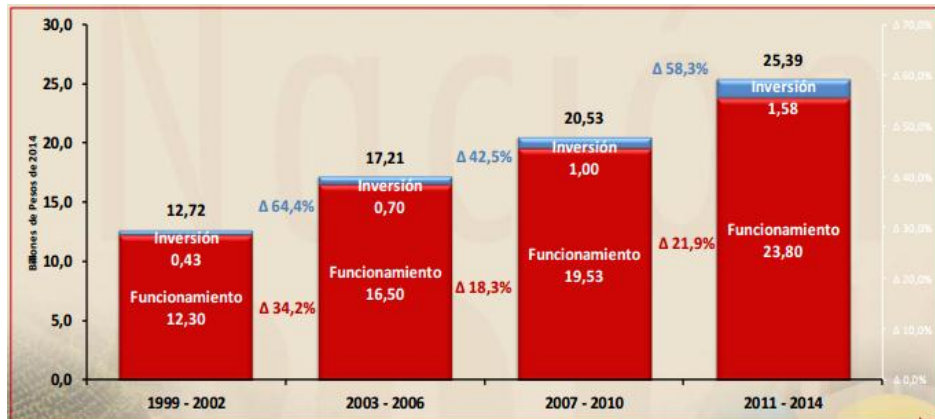
Directamente para crédito, económicamente el gobierno destinó 469 millones con 80.805 subsidios de sostenimiento y matrícula para la población vulnerable, 472,572 créditos educativos a través de diferentes líneas de crédito especialmente para estratos 1,2 y 3

Finalmente, como se puede observar en la gráfica No 2 durante los últimos años el incremento del gasto del gobierno ha estado jalonado para el sector educación en aspectos directos como inversión y funcionamiento pasando de \$12,72 a finales de 2002 a \$25,39 millones de pesos para finales de 2014¹⁵

¹⁴INSTITUTO COMBIANO DE CREDITO EDUCATIVO Y ESTUDIOS TÉCNICOS EN EL EXTERIOR ICETEX, [en línea] Disponible en Internet consulta, comunicado de prensa febrero 19 de 2015 < www.icetex.gov.co > fecha de consulta 22 noviembre de 2015.

¹⁵ MINISTERIO DE HACIENDA [en línea] Disponible en Internet consulta < <http://www.minhacienda.gov.co> > fecha de consulta 25 noviembre de 2014

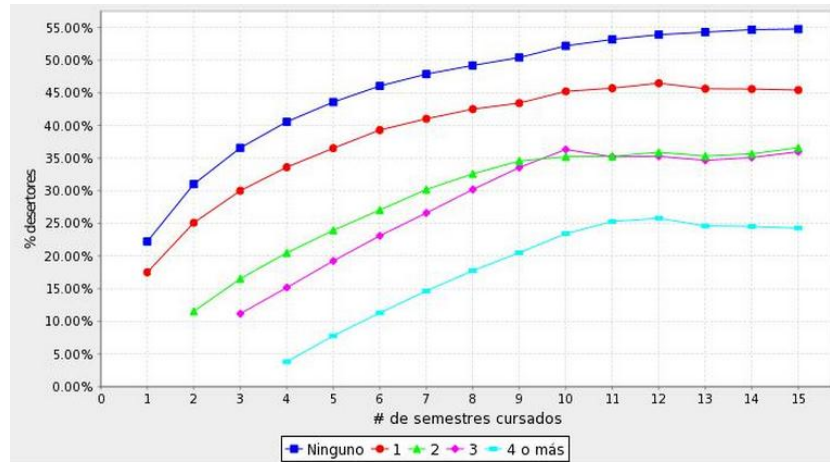
Gráfica 2. Evolución de Gasto en Educación



Fuente: Ministerio De Hacienda

3.1.3 Análisis de factores sociales Como se puede observar en la gráfica No 3 , en Colombia cerca del 20% de los estudiantes que se encuentran en primer semestre han desertado por no tener los recursos suficientes para continuar en la educación superior y su comportamiento arroja los porcentajes más altos y con significativo crecimiento en el ciclo de preparación de la educación superior, dentro de la curva de los estudiantes que solo se han financiado durante un semestre el 15% ha desertado, los que se financian durante tres semestres el 10% y finalmente a medida que los estudiantes tiene la posibilidad y la oportunidad de financiarse va disminuyendo las deserciones de los estudiantes.

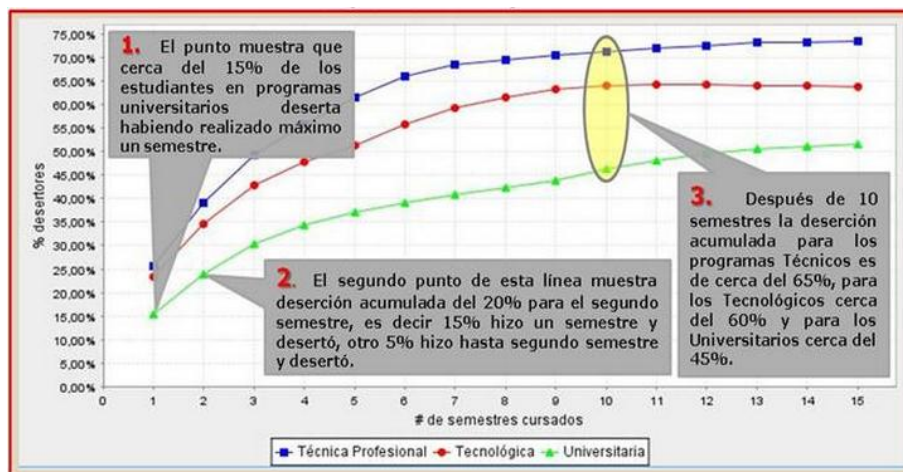
Gráfica 3. Número de desertores vs semestres cursados



Fuente: Sistema para la deserción de la educación superior SPADIES

Es por esto que este comportamiento crea la necesidad de brindar un servicio que contribuya de manera positiva a eliminar las brechas de deserción estudiantil y contribuya al desarrollo sostenible de las personas y su formación como profesional y calidad de vida.

Gráfica 4. Deserción de estudiantes según programa



Fuente: Sistema para la deserción de la educación superior SPADIES. Ministerio de educación.

Es importante identificar que para cualquier nivel de educación ya sea técnica profesional, tecnológica o universitaria los porcentajes de deserción de los estudiantes por no tener un medio de financiación es bastante significativo, en Santander cerca del 20, 83% desertan en su primer semestre, el 28,77% desertan en el segundo semestre, 33,85% tercer semestre y por ultimo 48,94% para el décimo semestre¹⁶

3.1.4 Análisis de los factores tecnológicos En el sector educación, el ingreso a programas de formación técnica, tecnológica o universitaria con pago directo o con herramientas de financiación ya está dotado con toda la tecnología para los jóvenes que estén dispuestos a ingresar a la educación superior y permite encontrar respuestas de manera inmediata y efectiva del pago de las matriculas con los requisitos y cualidades específicos, con tasas accesibles y tiempos de pago ajustados a las necesidades de los consumidores.

3.2 ANALISIS DEL MICROENTORNO.

Es importante para el desarrollo de la línea de negocio hacer un estudio del micro entorno del sector bajo la metodología de las cinco fuerzas de Porter, rivalidad entre competidores Amenaza de entrada de nuevos Competidores, Poder de negociación de los Proveedores, Poder de negociación de los Compradores y Productos sustitutos. Ver gráfica No 5.

¹⁶ MINISTERIO DE EDUCACIÓN Sistema para la deserción de la educación superior SPADIES.. [en línea] Disponible en Internet consulta < <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-propertyname-2895.html> > fecha de consulta 6 Diciembre de 2014

Gráfica 5. Modelo de competitividad, cinco fuerzas de Porter.



Fuente: GOOGLE Modelo de competitividad, cinco fuerzas de Porter [en línea] disponible en: www.google.com

La rivalidad entre competidores se presenta en el crédito educativo por ser este un mecanismo de financiamiento que pueden acceder estudiantes que no cuentan con los recursos económicos para iniciar en la educación superior o permanecer en ella y si permite que puedan hacerlo sin importar su situación económica.¹⁷

Es por esto que en Bucaramanga existen diferentes entidades dedicadas a ofrecer este tipo de servicio y mantienen ciertas políticas y condiciones en las cuales los usuarios deben ajustarse, dentro de las universidades más importantes de Bucaramanga se destacan las siguientes entidades:

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER (UIS)

Acrónimo: UIS

Nit: 890201213-4

¹⁷ ASOCIACION PANAMERICANA DE INSTITUCIONES DE CRÉDITO EDUCATIVO (APICE. Ministerio de educación. [en línea] Disponible en Internet consulta < <http://www.apice.org.co> > fecha de consulta 6 Diciembre de 2014

Tipo: Publica, Estatal, Departamental y autónoma

Fundación: 1948

Localización: CRA 27 CL 9°

Teléfono: (57) (7) 6 34 40 00

Sede: Bucaramanga

Estudiantes: 22.000 aprox.

SNIES: 1204

PAGINA WEB: www.uis.edu.co

La universidad industrial de Santander es una institución de orden departamental creada desde 1948 que ha fortalecido en toda su organización una cultura de gestión de alta calidad de los procesos misionales, estratégicos y de apoyo en general. La universidad ha establecido convenios con entidades externas con el fin de brindar a los estudiantes los instrumentos que faciliten el pago de las matrículas; las entidades con que actualmente tiene convenios y sus modalidades de crédito son las siguientes¹⁸:

Crédito Icetex

Ofrece dos modalidades de crédito: Mediano Plazo y Proyecto ACCES (Financiación a largo plazo), en el corto plazo el estudiante debe cancelar el 60% más intereses durante el periodo aplicado, el 40% restante financiación a un plazo de 5 años. El crédito de largo plazo es un crédito para sostenimiento o matrícula, las condiciones dependen del uso destinado al crédito, si es Para sostenimiento los créditos pueden ser desde uno hasta cinco (5) smlmv por semestre académico. Para matrícula, el ICETEX puede cubrir hasta el 50% ó el 75% del valor de la matrícula.

¹⁸ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER [en línea]. Disponible en Internet consulta www.uis.edu.co> fecha de consulta 1 diciembre de 2014

Crédito Con Coopfuturo

Es un crédito a corto plazo. Existen dos convenios con Coopfuturo: sin representación y con representación.

Sin representación:

Coopfuturo ofrece crédito para Maestrías mediante el convenio “Sin representación”. Cuando el valor del crédito es superior a tres smlmv. En este caso, Coopfuturo financia el 100 % del valor de la matrícula el cual debe cancelar en cinco cuotas mensuales durante el semestre. El estudiante debe afiliarse a la cooperativa.

Con representación:

Cuando el valor del crédito es menor o igual a tres smlmv. En este caso, el estudiante debe cancelar el 30% del valor de la matrícula al solicitar el crédito y Coopfuturo financia el 70% el cual debe pagar en tres cuotas mensuales.

Crédito Con Cootecsán

Consiste en financiación a corto plazo por medio de COOTECSAN (Cooperativa Tecnológica de Santander) con recursos del IDESAN (Instituto Financiero para el Desarrollo de Santander). El crédito puede cubrir hasta el 100% de la matrícula, el cual debe ser cancelado en cinco cuotas durante el semestre. El estudiante debe afiliarse a la cooperativa.

Crédito Del Banco De Bogotá

El crédito que ofrece el Banco de Bogotá – Crediestudiantil – consiste en un crédito a corto plazo que el estudiante puede cancelar en tres hasta seis cuotas mensuales.

Crédito Helm Bank

El crédito que ofrece Helm Bank financia hasta el 100% del valor de la matrícula y tiene 2 opciones de financiación:

- Crédito con Cheque
- Crédito con Pagaré

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA

Acrónimo: Unab

Nit: 890.200.499-9

Tipo: Privada

Fundación: 1952

Localización: Avenida 42 No. 48 – 11

Teléfono: (57) (7) 6 43 61 11 o 6 43 62 61

Sede: Bucaramanga

Estudiantes: 9.838 aprox.

SNIES: 1823 acreditada en alta calidad

PAGINA WEB: www.unab.edu.co

Programas que ofrece: 162

La universidad autónoma de Bucaramanga es una institución de carácter privado creada desde 1952, dedicada al servicio de la Educación Superior, debidamente reconocida. No pretende ánimo de lucro y su propósito de engrandecimiento del

ser humano se traduce en los principios democráticos y liberales que guían su acción, propendiendo al mejoramiento regional y nacional.

Durante los años de labores, la UNAB ha entregado a la región y al país lo mejor de su gestión educativa es por esto que el apoyo a la academia es uno de sus principales propósitos, en este orden de ideas la universidad mantiene una serie de convenios para que los estudiantes puedan continuar sus programas a través de créditos educativos como son las siguientes¹⁹

Cooperativa Uniminuto, Cooperativa multiactiva de la UNAB, Icetex con presencia en el campus universitario, Cooperativa comuna, Banco Davivienda, Covinoc, Coopfuturo, Cooperativa Tecnológica de Santander COOTECSAN, Financiera comultrasan, Banco BBVA, Banco de Bogotá, Banco Popular, Banco Avvillas, Banco Santander, Bancolombia, Pichincha, Coomeva, Coopcentral, Serfinansa

UNIVERSIDAD DE SANTANDER

Acrónimo: UDES

Tipo: Privada

Fundación: 1982

Localización: Campus Lagos del Cacique CRA 29 47 32

Teléfono: 6 516500 / 6 318390

Sede: Bucaramanga

Estudiantes: 6.000 aprox.

SNIES: 2832

PAGINA WEB: www.udes.edu.co

¹⁹ Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB [en línea]. Disponible en Internet consulta www.unab.edu.co> fecha de consulta 1 diciembre de 2015

La universidad de Santander es de carácter privado fundada en 1982, aprobada por el Estado Colombiano a través del ICFES y del Ministerio de Educación Nacional, Cuenta con sedes en Bucaramanga, Bogotá, cúcuta y Valledupar. Ofrece programas tecnológicos, profesionales y postgrados

El Departamento de Crédito y Cartera de la Universidad de Santander UDES, orienta la gestión administrativa y gerencial de cada uno de sus procesos, a la satisfacción plena y segura de la comunidad académica, en términos de soluciones financieras que le permitan el óptimo desarrollo profesional, apoyándose en entidades que permiten la financiación de la matrícula como son las siguientes²⁰:

Crédito Coopfuturo, Comuna, Davivienda, Icetex, Helm Bank, Serfinanssa, Banco de Bogotá, Fundesan, Comultrasan, Dentro de estas instituciones la universidad de Santander cuenta con el convenio más representativo a través de Sufi Bancolombia

Para Fincomercio Ltda y el producto Fincoeducar, la **amenaza de nuevos competidores** representa en gran medida la responsabilidad en la presentación, ejecución y eficacia que se tenga al diseñar todo el portafolio de servicios y beneficios que tiene para las personas foco de estudio, la amenaza de los nuevos competidores radica en que puede ser cualquier entidad que preste servicios financieros ya sean bancos, cooperativas o financieras pero muchas de estas entidades solamente apuntan a la prestación de un servicio financiero y no brindar una rentabilidad social que ayude a la mejora de la calidad de los interesados.

Por otra parte el **poder de los proveedores** se da en el respaldo que cada entidad financiera tiene para el aval de sus créditos existen tres en este momento

²⁰ Universidad De Santander [en línea]. Disponible en Internet consulta www.udes.edu.co> fecha de consulta 1 diciembre de 2015

Fenalco Bogotá, Fenalco Valle o entidades propias que brinde rapidez con las respuestas de las solicitudes de crédito.

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 CONTEXTUALIZACIÓN.

La implementación de la línea de negocio basado en crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga, requiere preparar un producto que brinde un portafolio de servicios y beneficios, la disposición para pagarlo, la determinación de la cantidad de demanda, la aceptación de las formas de pago, la identificación de mecanismos de acceso al crédito, la promoción y los planes estratégicos con el propósito de generar gran impacto en la implementación del producto en el mercado²¹

4.1.1 Metodología para la investigación de mercados. En este trabajo de grado se realizará una investigación de mercados exploratoria, con el uso de una fuente primaria, con un instrumento (encuesta) ver anexo encuesta dirigido a los estudiantes universitarios con el fin de recolectar información para determinar cuáles son sus gustos y preferencias a la hora de solicitar un crédito educativo.

De otra parte, se utilizarán fuentes secundarias de manera externa, pueden ser de carácter público o privado como lo son el DANE, APICE (unidad de investigación y estudios técnicos) SNIES (sistema nacional de la información de la educación superior), SPADIES, (sistema para la deserción de la educación superior), ministerio de educación, BID (Banco Interamericano de Desarrollo) entre otras. El uso de estas fuentes permitirá buscar y organizar información pertinente y confiable, previamente recopilada.

²¹ OROZCO Arturo Investigación de mercados, concepto y práctica.. Norma 1999

4.1.2 Definición del problema El problema es el desconocimiento de factores clave que resultan fundamentales para el posicionamiento de FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga.

La investigación de mercados es de tipo exploratorio y por ello se empleará un muestreo no probabilístico.

4.1.3 Objetivo General Conocer el grado de aceptación que tendría el producto o servicio que se va a ofrecer entre los clientes potenciales de la ciudad de Bucaramanga.

4.1.4 Objetivos Específicos.

- Conocer los gustos y preferencias de los habitantes de Bucaramanga que deseen adquirir el servicio financiero.
- Percibir los motivos de interés al presentar el portafolio de servicios y beneficios de la propuesta de crédito.
- Identificar la entidad financiera que más frecuenta el cliente potencial
- Medir el grado de interés por la línea de crédito educativo
- Determinar las fortalezas y amenazas de la competencia.

4.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.2.1 Diseño de la investigación de mercados La investigación de mercado con fuentes primarias se utiliza para comprobar la factibilidad de implementar la línea de negocio determinando la existencia de mercado potencial para la colocación de cartera por medio del crédito educativo, determinando, gustos y preferencias a la hora de adquirir este tipo de producto.

4.2.2 Tipo de investigación. Determinado el número de elementos para incluir, fue necesario realizar visitas a diferentes universidades a través de un muestreo ***no probabilístico*** donde las muestras fueron recogidas en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados, a través del tipo de ***muestreo por conveniencia***.²²

Total: 100 encuestas

4.2.3 Técnica La herramienta puntual que se utilizará para la investigación de mercados será a través de un formato de encuesta validada ante el comité de ética para el buen uso de los datos de las personas encuestadas, ver anexo consentimiento informado

4.2.4 Definición de la población. Bucaramanga tiene alrededor de 556.000 habitantes donde 45.670 pertenece a la población objetivo que se encuentra en edad entre los 17 y 28 años de edad.

4.2.5 Tamaño de la muestra. Teniendo en cuenta que Bucaramanga cuenta que Bucaramanga cuenta con 526.827 habitantes, la población objetivo posible de adquirir un crédito educativo es de 45.242 habitantes según el ministerio de educación, en rangos de edad de 17 y 21 años de edad. Ver Tabla No 1.

Se define una muestra representativa de 100 personas del mercado objetivo, a las que se les aplicará una encuesta para poder determinar los principales criterios, gustos y preferencias de los clientes potenciales para implementar la línea de de negocio.

²² AUTORES VARIOS Innovación en investigación de mercados.. Alfaomega. Primera edición. 2011

4.2.6 Definición de la población objeto de estudio. El mercado objetivo corresponde a todos los habitantes de Bucaramanga que estén cursando algún nivel de educación superior o los que estén en proceso de ingreso. El tamaño del mercado corresponde a los habitantes de la ciudad con título de bachillerato y que estén interesados en cursar o estén cursando estudios a nivel de pregrado o posgrado que son alrededor de 45.242 habitantes.

Tabla 6. Número de estudiantes

UNIVERSIDAD	NÚMERO DE ESTUDIANTES
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SA	22.000
UNIDADES TECNOLOGICAS DE S	22.000
UDI	7.300
UDES	6.000
SANTO TOMAS	5.761
MANUELA BELTRAN	1.000
UNAB	9.838
*Estudiantes en total de las universidades y en diferentes sedes del departamento de Santander.	

De acuerdo al número de estudiantes por universidades, se espera iniciar la implementación del modelo de negocio con el 10%²³ de esta población, teniendo en cuenta que no todos necesitan un crédito educativo o ya están tramitando crédito educativo con la competencia.

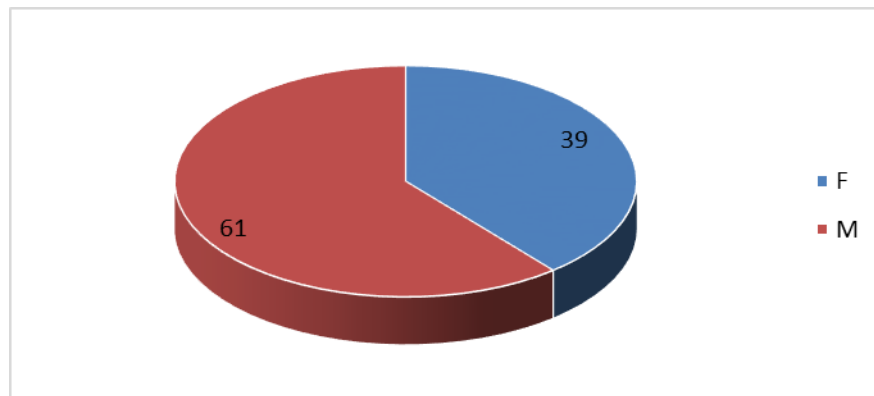
4.2.7 Trabajo de campo. Las encuestas se realizaron los días viernes y sábado de cada semana (3) para poder tomar la muestra de los estudiantes dentro las diferentes universidades de carácter público y privado, se dio a conocer el consentimiento informado, la encuesta, el fin de realizarla y lo que se quería

²³ Cifra estimada por parte de las políticas internas de FINCOMERCIO.

lograr con los resultados, el tiempo de duración fue de 5 minutos por persona cumpliendo con todos los parámetros y requisitos por parte del comité de ética, el desarrollo de la investigación tuvo lugar en la ciudad de Bucaramanga, finalmente una vez se logró el desarrollo de toda la actividad se procedió a tabularlas y analizar de manera detallada y en algunas ocasiones cruzar variables para determinar los puntos clave de los gustos y preferencias de la población.

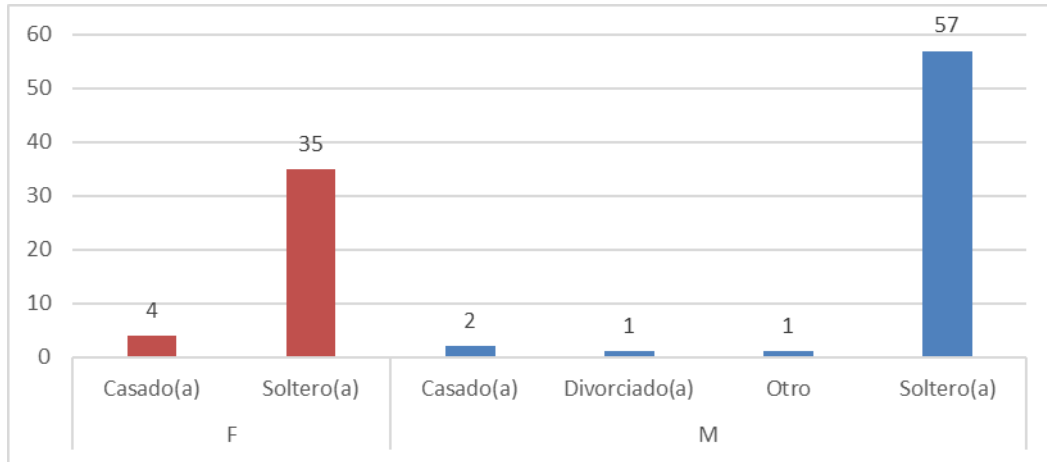
4.2.8 Tabulación y análisis de los resultados obtenidos. De acuerdo a la información suministrada de las 100 encuestas realizadas se identificó que el 39% fueron de sexo femenino y el 61% fueron de sexo masculino. Véase gráfica No 6

Gráfica 6. Número de personas encuestadas según el sexo



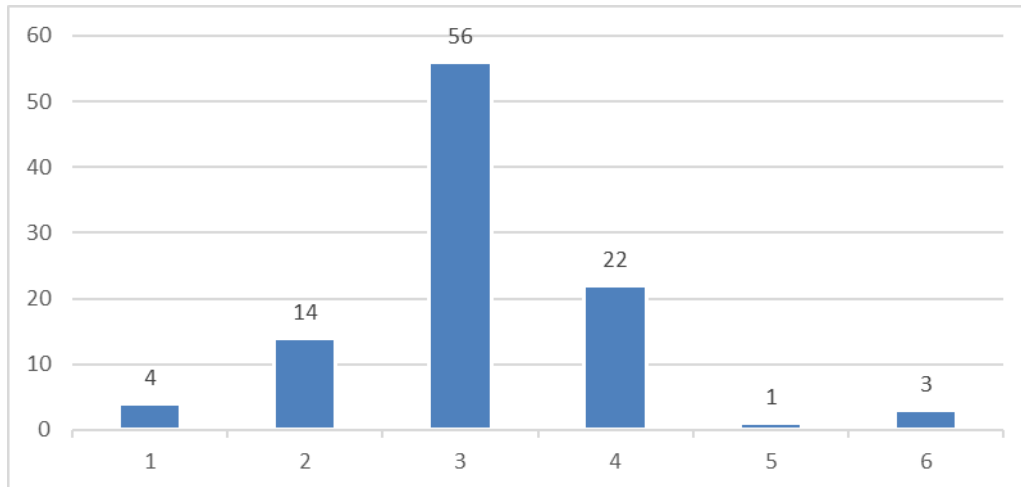
Al examinar el estado civil de los hombres y mujeres encuestadas se observó que 35 de 39 mujeres son solteras mientras que 4 son casadas. Con respecto a los hombres, se observó que 57 de 61 hombres son solteros, 2 son casados, 1 divorciado y otro tuvo otro estado civil. Véase gráfica No 7.

Gráfica 7. Número de personas encuestadas según el sexo y estado civil



Por otra parte, al mirar la variable de estratificación actual de las personas encuestadas se observó que el 56% de las 100 personas estaba en estrato 3, el 22% en estrato 4, el 14% en estrato 2, el 4% en estrato 1, el 3% en estrato 6, y el 1% restante en estrato 5. Véase gráfica No 8

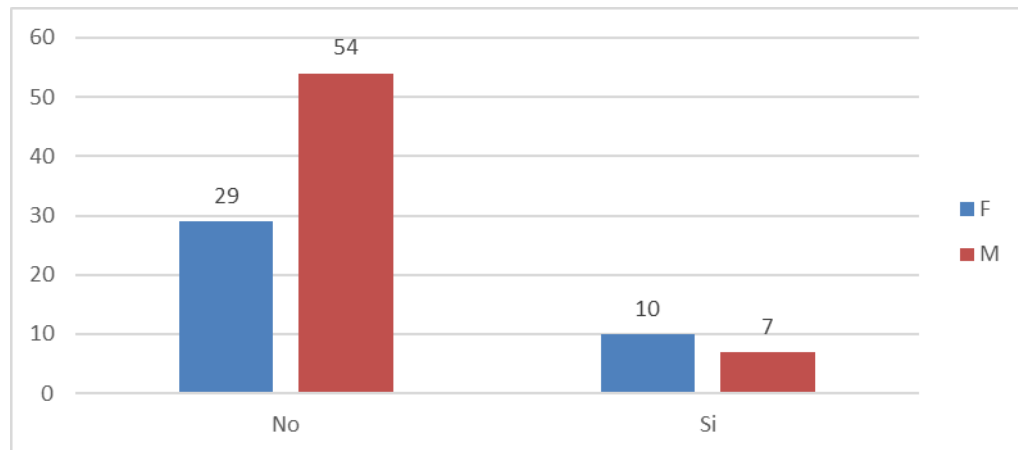
Gráfica 8. Número de personas encuestadas según el estrato actual



De igual forma, al preguntarles a las personas sobre si tenían hijos sólo 17 de las 100 personas manifestaron tener hijos donde 10 de ellas son de sexo femenino y

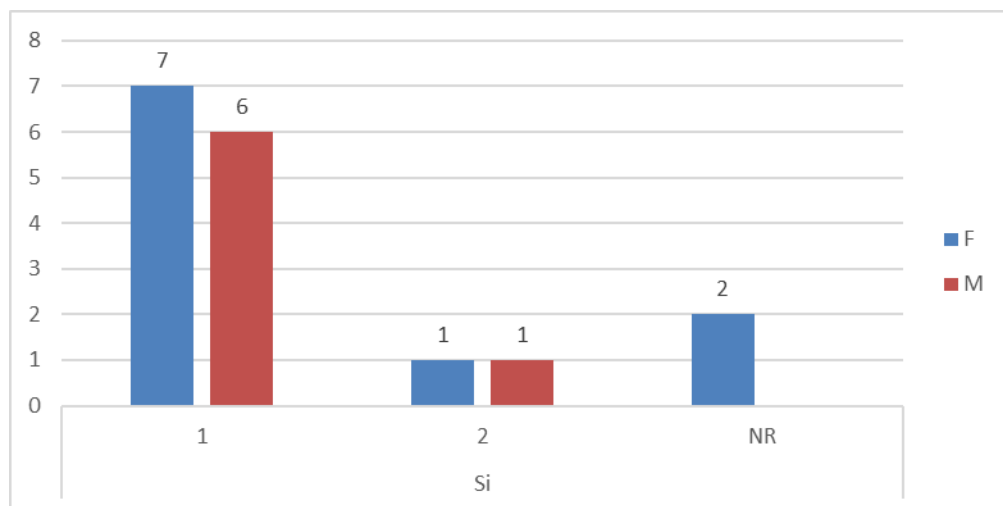
7 de sexo masculino. Tendencia inversa con las 83 personas que manifestaron no tener hijos ya que 54 de ellas fueron hombres y 29 mujeres. Véase gráfica No 9

Gráfica 9. Número de personas encuestadas según la variable si tienen hijos



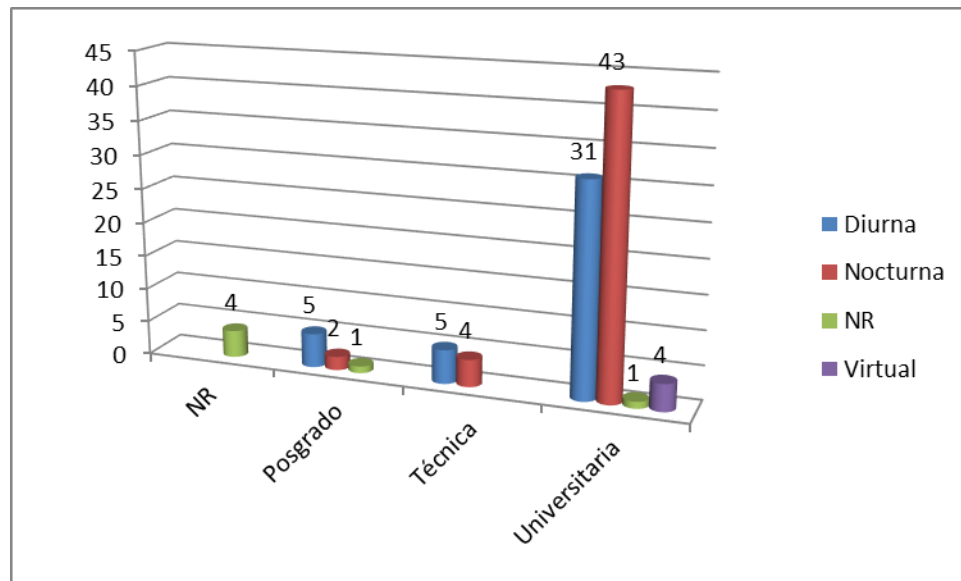
De igual forma, de las 17 personas que manifestaron tener hijos se evidenció que dos personas no manifestaron el número de hijos que tenían, 2 (un hombre y una mujer) argumentaron tener 2 hijos, y finalmente 13 (7 mujeres y 6 hombres) manifestaron tener un solo hijo. Véase gráfica No 10.

Gráfica 10. Número de personas encuestadas según el número de hijos



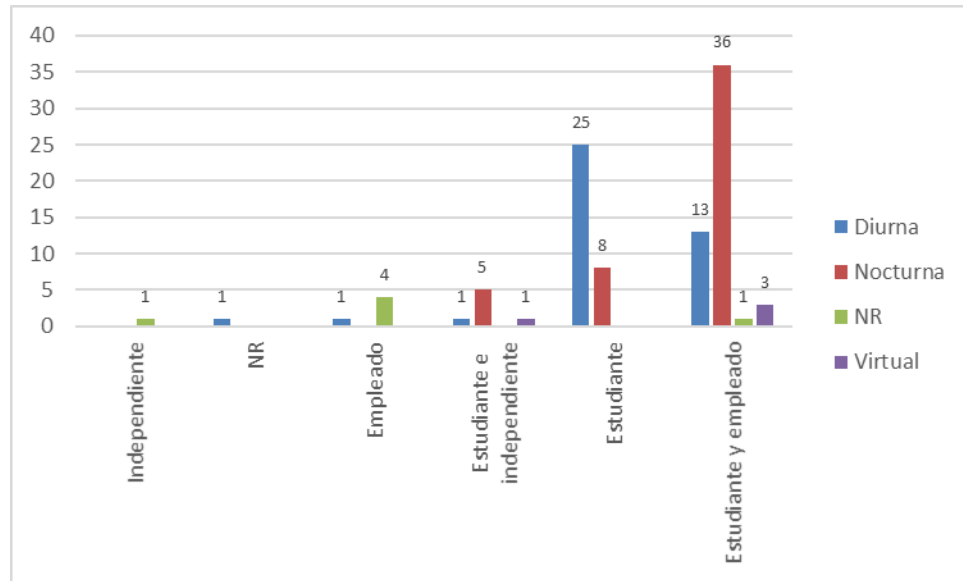
Por otra parte, con relación al nivel de estudio que actualmente está estudiando se encontró que el 79% de las 100 personas encuestadas están estudiando en la universidad seguida por el nivel técnico con 9% y posgrado con 8%. Es importante mencionar que 4 del total de personas encuestadas no manifestaron el nivel de estudios que se encuentra estudiando. Sin embargo, al examinar la jornada en la cual estudian se identificó que el 41% están en jornada diurna, el 49% en jornada nocturna, el 4% estudia virtualmente, y el 6% restante no manifestó la jornada en la que estudia. Pero al relacionar el nivel de estudios con la jornada se encontró que de las 6 personas que no manifestaron la jornada 4 de ellas tampoco mencionó el nivel de estudios que está estudiando mientras que dos están estudiando un posgrado y una carrera universitaria. Con respecto a las personas que estudian en la jornada nocturna se identificó que el 88% (43 personas) de las 49 que estudian en esta jornada se encuentran haciendo una carrera universitaria, seguida del 8% con un nivel técnico, y el 4% está haciendo un posgrado. Este comportamiento es similar con las personas que están estudiando en jornada diurna ya que el 76% de las 41 personas están haciendo una carrera universitaria, el 12% un nivel técnico y el 12% restante un posgrado. Véase gráfica No 11.

Gráfica 11. Número de personas encuestadas según el nivel de estudios y la jornada.



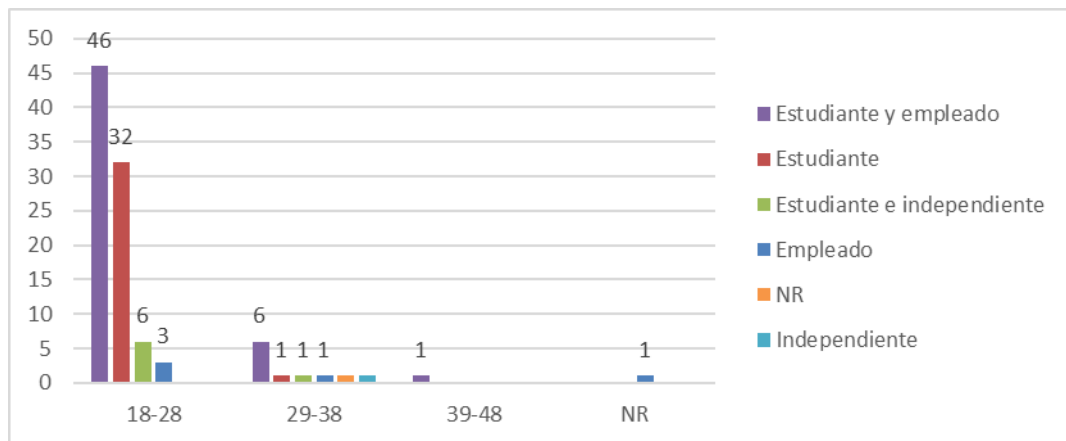
Con relación a la actual ocupación de las personas encuestadas se analizó que el 53% de las 100 personas es estudiante y empleado, el 33% es estudiante, el 7% es estudiante e independiente, el 5% es empleado, el 1% es independiente y el 1% restante no manifestó su ocupación actual. Pero al relacionar esta variable con la jornada en la que estudia se identificó que de las 4 personas que estudian virtualmente 3 de ellas son estudiantes y empleados y 1 es estudiante e independiente. De las 6 personas que no manifestaron la jornada en la que estudian, 1 es independiente, 1 es estudiante y empleado y 4 son empleados. De las 41 personas que estudian en la jornada diurna 25 son estudiantes, 13 son estudiantes y empleados, 1 es estudiante e independiente, 1 es empleado, y otro no manifestó su ocupación. Esta tendencia es contraria con las personas que estudian en la jornada nocturna debido a que 36 de las 49 personas son estudiantes y empleados, 8 son estudiantes y 5 son estudiantes e independientes. Véase gráfica No 12.

Gráfica 12. Número de personas encuestadas según el estrato actual según la ocupación y la jornada



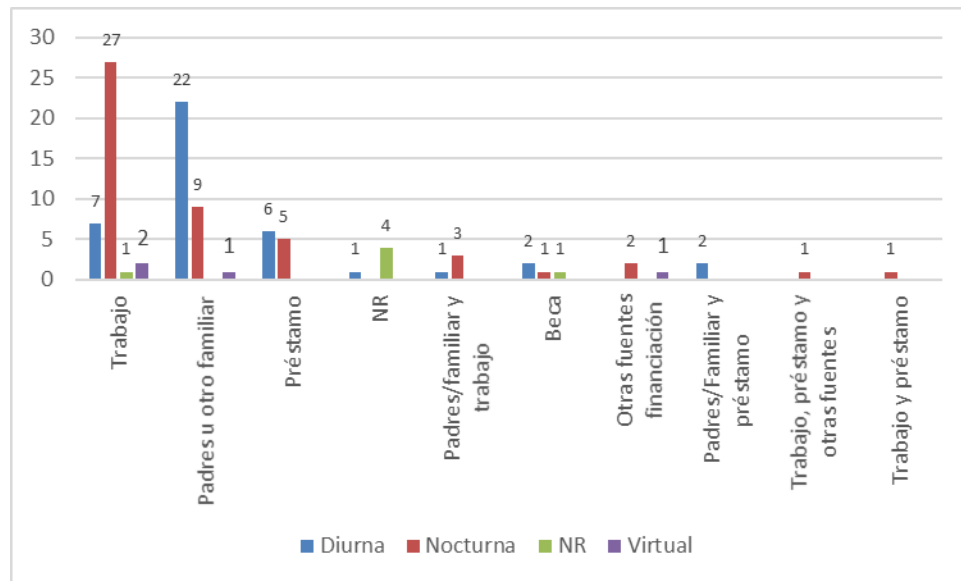
Al examinar el rango de edad de la población estudiada se observó que el 87% de las 100 personas oscilaban entre 18 y 28 años, seguido del 11% entre 29-38 años, el 1% entre 39-48, y el 1% que no registró su edad. No obstante, al examinar estas variables con la ocupación se analizó que de las 53 personas que son estudiantes y empleados, 46 de ellas tenían entre 18-28 años, 6 tenían 29-38 años, y 1 tenía entre 39-48 años. De los 33 estudiantes, 32 de ellos tenían entre 18-28 años y una entre 29-38 años. De las 7 personas empleadas, 6 tenían entre 18-28 años y una entre 29-38 años. De las 5 personas empleadas, 3 tenían entre 18-28 años, 1 entre 29-38 años, y una no registró la edad. Finalmente, las dos personas que manifestaron ser independiente y que no registró la ocupación tuvieron entre 29-38 años. Véase gráfica No 13

Gráfica 13. Número de personas encuestadas según la ocupación y el rango de edad



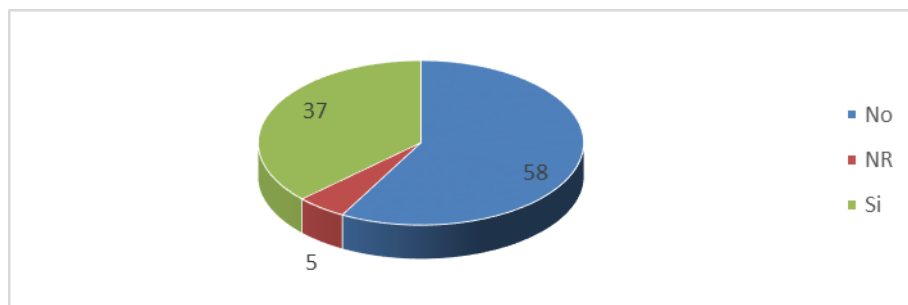
Por otro lado, al examinar de dónde provienen la financiación para la matrícula de su universidad se observó que en 37 de las 100 personas la financiación proviene del trabajo, en 32 de los padres u otro familiar, en 11 de los préstamos, en 4 de los padres u otro familiar y del trabajo, en 4 de una beca, en 3 de otras fuentes de financiación, en 2 de padres u otro familiar y préstamo, en 1 del trabajo, préstamo y otras fuentes de financiación, y finalmente de la persona restante del trabajo y préstamo. No obstante, al relacionar esta variable con la jornada que se encuentran estudiando se encontró que en 27 de las 49 personas que estudian en la noche la financiación proviene del trabajo, en 9 proviene de los padres u otro familiar, en 5 proviene de préstamos, en 3 de padres u otro familiar y el trabajo, en 2 de otras fuentes de financiación, y finalmente de las 3 restantes proviene de una beca; trabajo, préstamo y otras fuentes de financiación; y trabajo y préstamo. Caso diferente con las 41 personas que estudian en la jornada diurna donde en 22 de ellas depende de los padres u otro familiar, en 7 del trabajo, en 6 de préstamos, en 2 de becas, en 2 de préstamo padres o familiar y préstamos, y en las dos restantes de padres y trabajo. Véase gráfica No 14.

Gráfica 14. Número de personas encuestadas según la jornada y la fuente de financiación



Por otra parte, al mirar si las personas encuestadas tenían un crédito educativo se encontró que sólo el 37% manifestaron que sí mientras que el 58 y 5% manifestaron no tener o no lo registraron. Véase gráfica No 15.

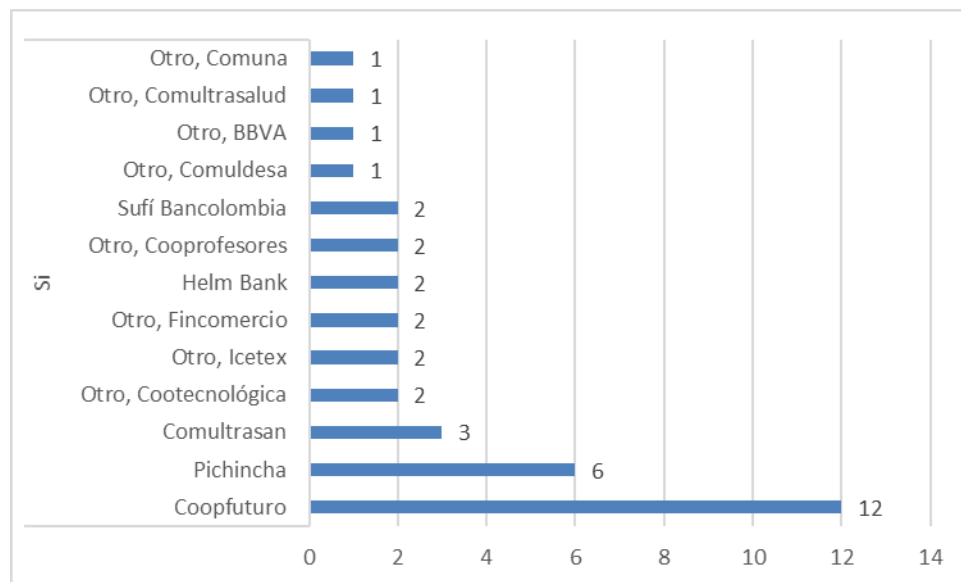
Gráfica 15. Número de personas encuestadas según la variable si tiene crédito educativo



De las 37 personas que tienen un crédito educativo se identificó que 12 de ellas obtuvieron un crédito con Coopfuturo, 6 con Pichincha, 3 con Comultrasan, 2 con Coctecnológica, 2 con el Icetex, 2 con Fincomercio, 2 con Helm Banck, 2 con

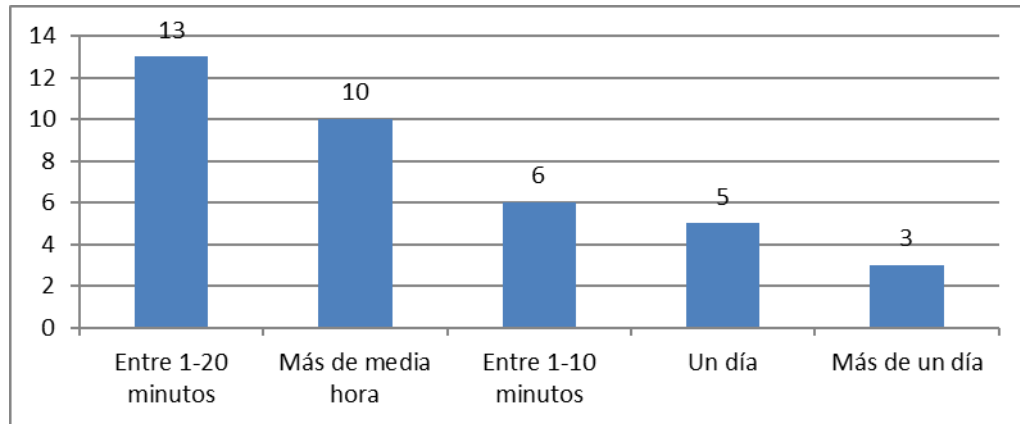
Cooprofesores, 2 con Sufi Bancolombia, 1 con Comuldesa, 1 con BBVA, 1 con Comultrasalud, y uno con Comuna tal como se observa en la gráfica No 16.

Gráfica 16. Número de personas encuestadas según la entidad que ha otorgado el crédito



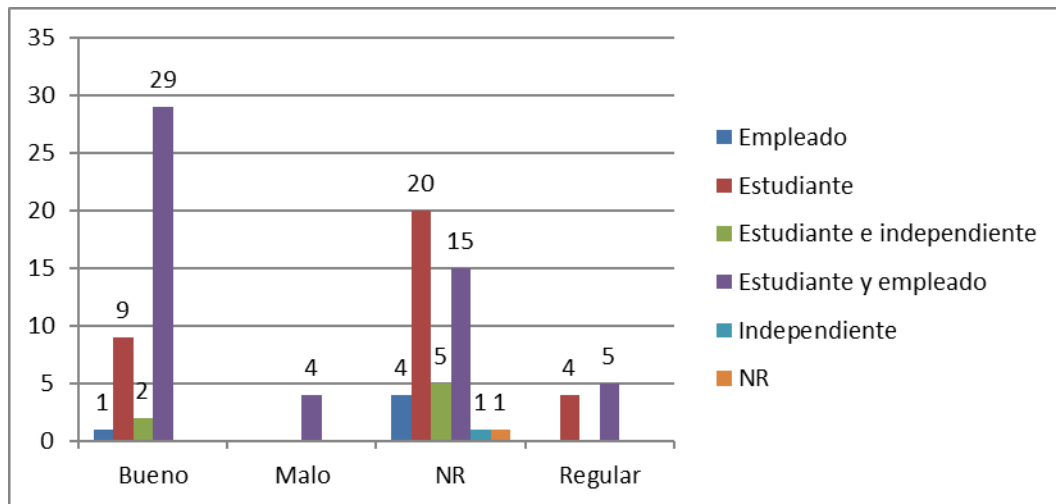
Con relación al tiempo de respuesta del crédito que se otorgó a las 37 personas se observó que en 13 de ellas el tiempo osciló entre 1 a 20 minutos, en 10 se demoró más de media hora, en 6 se demoró entre 1 a 10 minutos, en 5 se demoró un día, y en 3 se demoró más de un día. Véase gráfica No 17.

Gráfica 17. Número de personas encuestadas según el tiempo de respuesta del crédito



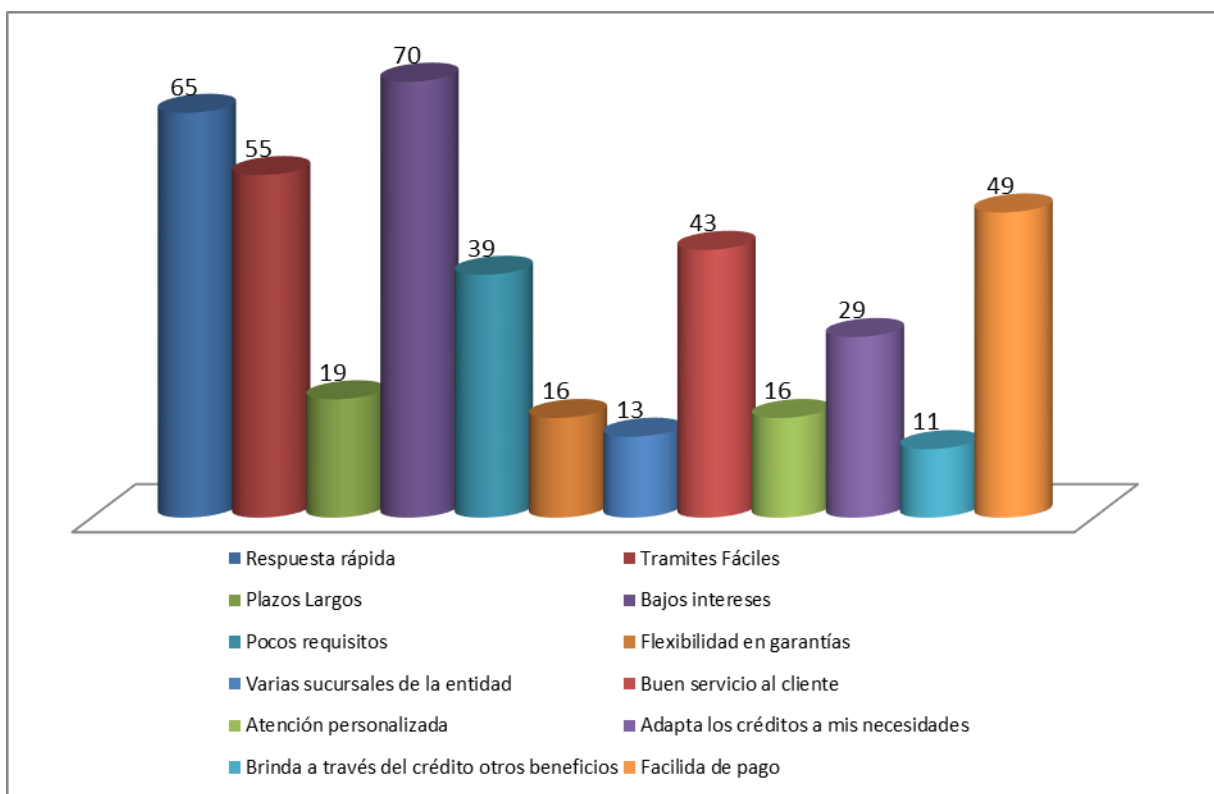
Por otra parte, al preguntar sobre la calificación del servicio que ofrece el sector financiero se encontró que 46 de las 100 personas no registraron su calificación, 41 personas del total manifestaron que era bueno, 9 manifestaron que era regular y 4 que era malo. Pero al mirar esta respuesta junto con la ocupación de las personas se observó que de las 53 personas que son estudiantes y empleados, 29 de ellas calificaron el servicio como bueno, 4 regular, 5 regular y 15 no registraron su respuesta. Mientras que de los 33 estudiantes, 20 de ellos no ingresaron su calificación, 9 manifestaron que era bueno y 4 regular. Véase gráfica No 18.

Gráfica 18. Número de personas encuestadas según la calificación del sector financiero



Al preguntar por las características importantes para adquirir un crédito educativo se evidenció que una persona marcó más de una opción donde las cinco razones más importantes fueron los intereses bajos con 70 puntos, una respuesta rápida con 65 puntos, trámites fáciles con 55 puntos, flexibilidad en garantías con 49 puntos, y buen servicio al cliente con 43 puntos. Véase gráfica No 19.

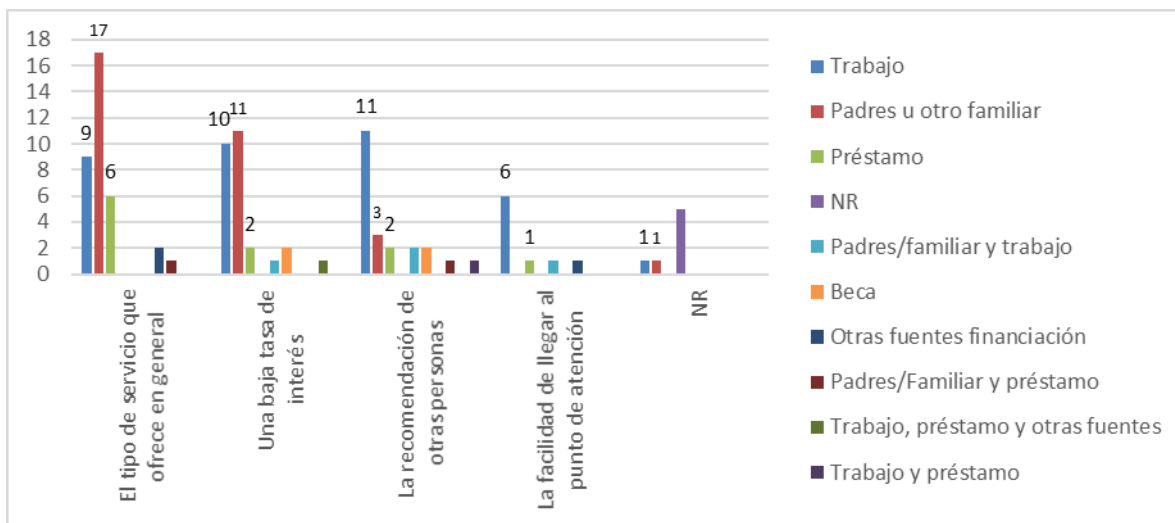
Gráfica 19. Número de personas encuestadas según las características más importantes para adquirir un préstamo educativo



Cuando se examina lo primero que se tiene en cuenta para escoger una entidad financiera se observó que el 35% mira el tipo de servicio que ofrece en general seguido por una tasa de interés baja con el 27%, la recomendación de otras personas con 22%, la facilidad de llegar al punto de atención con 9% y un 7% que no registró. No obstante, al examinar las fuentes de financiación con esta variable se encontró que de las 37 personas que manifestaron que sus recursos provienen del trabajo, las dos principales razones que tiene en cuenta son la recomendación de otras personas (11 personas) y una tasa de interés baja (10 personas). De las 32 personas que argumentaron que sus recursos provienen de sus padres u otro familiar las dos características más importantes son el tipo de servicio que ofrece en general (17 personas) y una tasa de interés baja (11 personas). Y de las 11

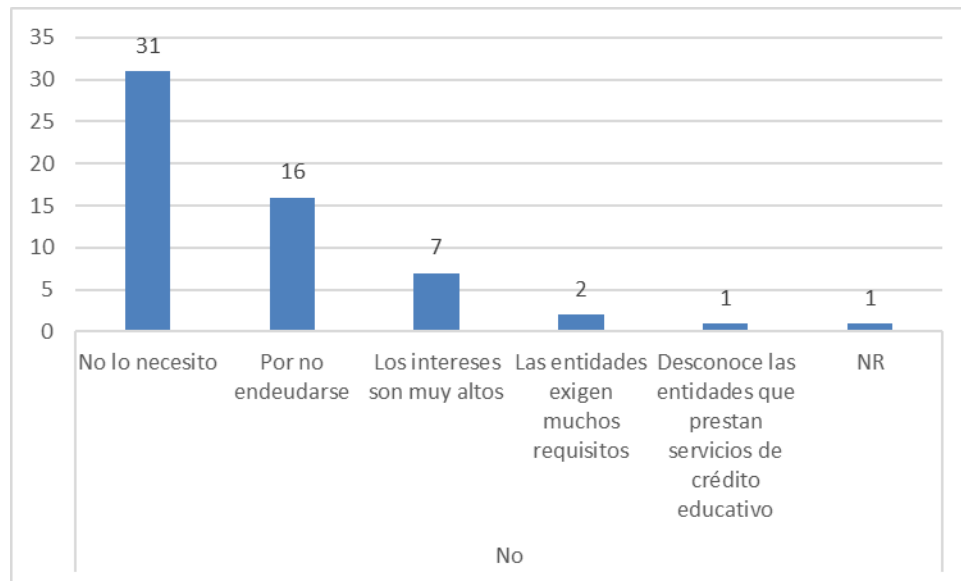
personas que piden préstamos la principal razón es el tipo de servicio que ofrece en general con 6 personas. Véase gráfica No 20

Gráfica 20. Número de personas encuestadas según lo primero que se tiene en cuenta para escoger una entidad financiera y las fuentes de financiación



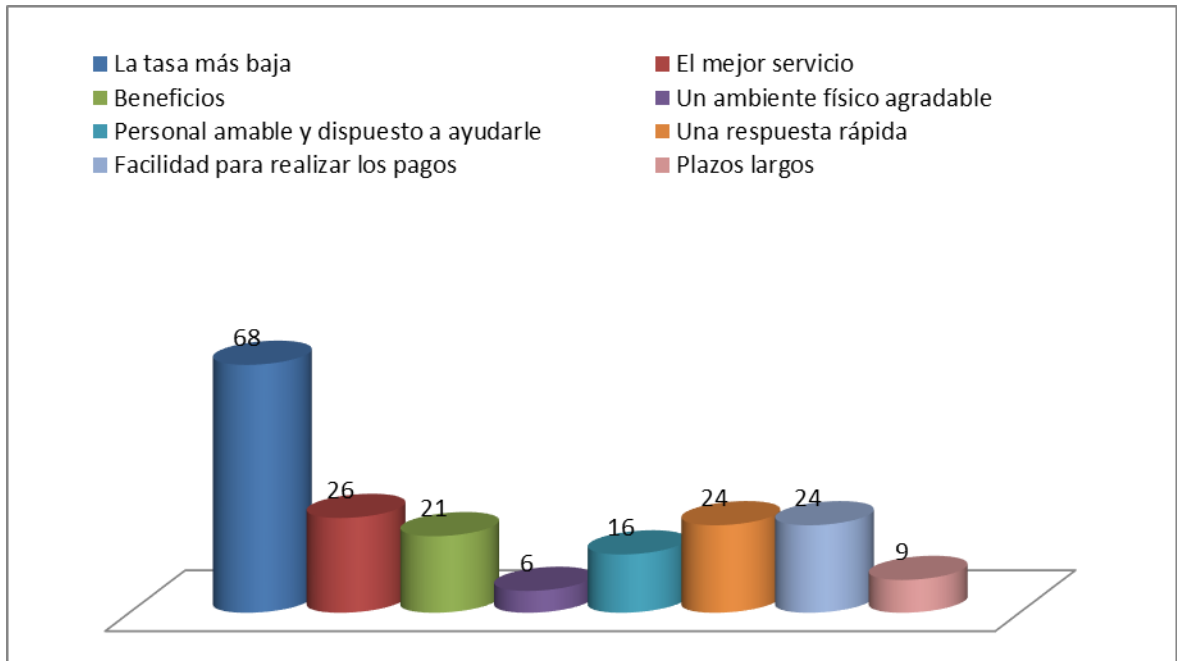
De otra parte, las 58 personas que manifestaron no tener un crédito educativo argumentaron que la razón por la que no lo tienen es porque no lo necesita (31 personas), por no endeudarse (16 personas), los intereses son muy altos (7 personas), las entidades exigen muchos requisitos (2 personas), desconoce las entidades que prestan servicios de crédito educativo (1 persona) y finalmente una persona que no registró su respuesta. Véase gráfica No 21.

Gráfica 21. Número de personas encuestadas según las personas que no tienen crédito educativo



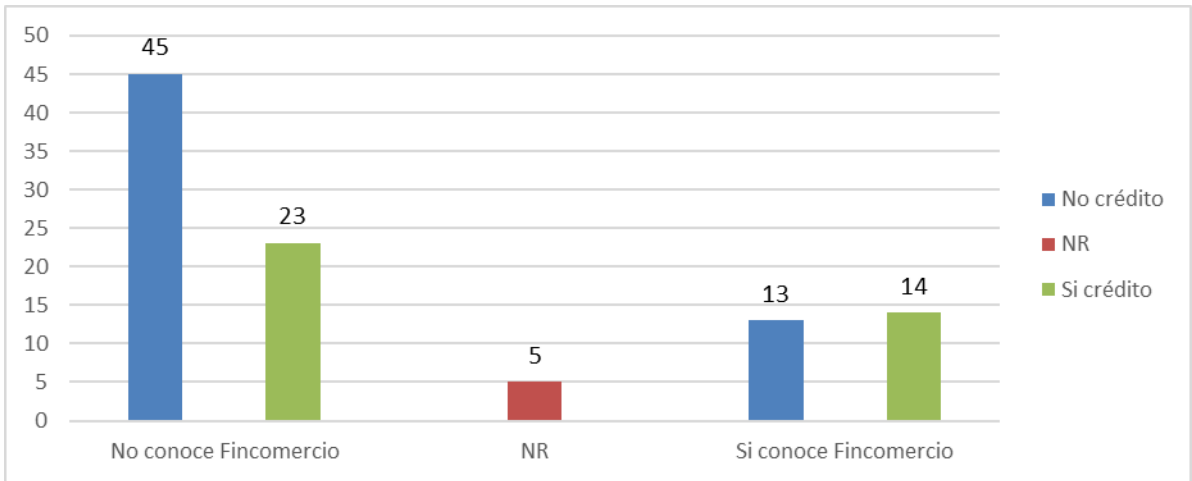
Con relación a la pregunta sobre qué tendría que ofrecerle una entidad financiera en un crédito financiero, las personas encuestadas manifestaron más de una opción donde las cinco primeras opciones fueron una tasa de interés baja, el mejor servicio, una respuesta rápida, facilidad para realizar pago y beneficios tal como se observa en la gráfica No 22.

Gráfica 22 Número de personas encuestadas según lo que tendría que ofrecer una entidad financiera para adquirir un crédito financiero



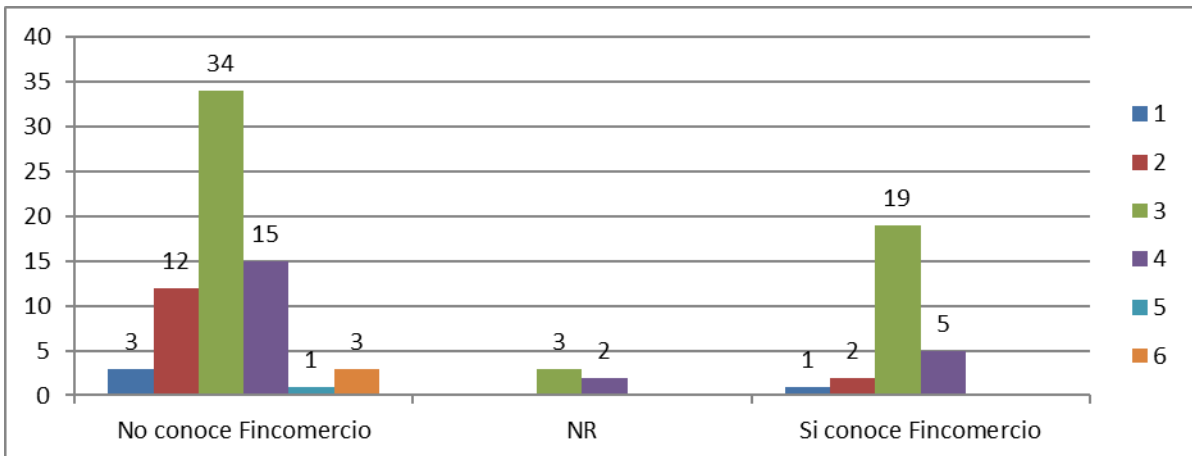
De igual forma, al mirar si las personas conocen a Fincomercio se identificó que el 5% no registraron su respuesta, el 68% no lo conoce y el 27% si lo conoce. Pero al relacionar esta variable con las personas que tienen un crédito educativo se identificó que de las 58 personas que no tienen un crédito educativo 45 no conocen a Fincomercio y 13 si lo conocen. De las 27 personas que lo conocen 13 de ellas no tienen un crédito educativo y 14 si tienen un crédito educativo. Véase gráfica No 23.

Gráfica 23. Número de personas encuestadas según si es cliente de crédito educativo y si conoce a Fincomercio



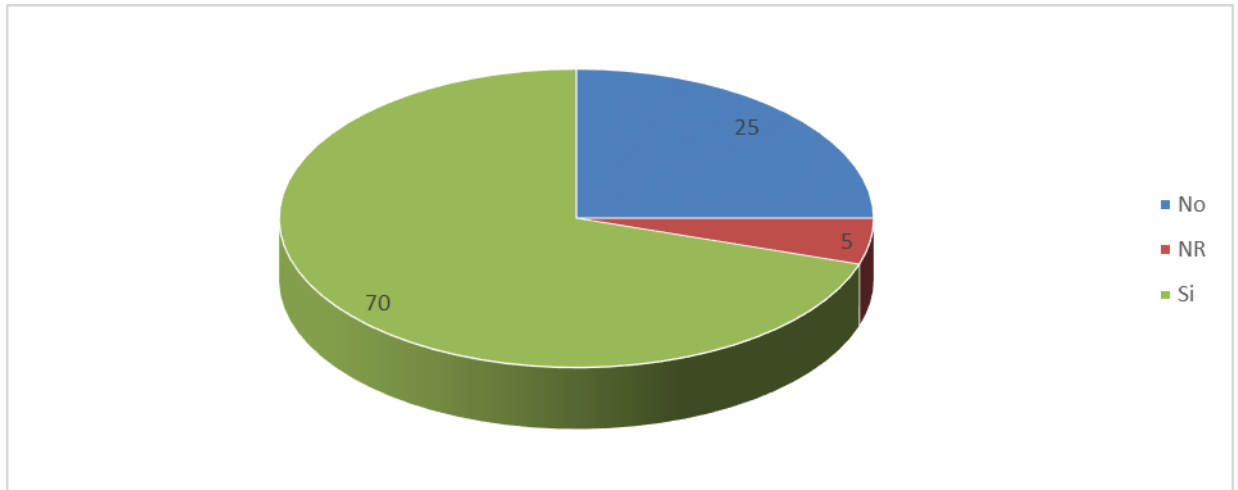
De la misma forma, al examinar si conoce a Fincomercio con el estrato de las personas encuestadas se observó que 61 de 68 personas que no conocen a Fincomercio se encuentran en los estratos 3, 4 y 2. Y las personas que si lo conocen también se encuentran en los estratos 3, 4 y 2. Véase gráfica No 24.

Gráfica 24. Número de personas encuestadas según el estrato y si conoce a Fincomercio



Finalmente, al preguntar si tramitaría con Fincomercio si le ofreciera un servicio ajustado a sus necesidades, las personas encuestadas respondieron que si en un 70%, no un 25% y un 5% no registró su respuesta.

Gráfica 25. Número de personas encuestadas según si trataría con Fincomercio



4.3 PLAN DE MERCADO.

4.3.1 Marketing Mix. El Objetivo de Fincoeducar es Facilitar a los actuales estudiantes asociados y a los que son potenciales, el acceso a la educación superior, mediante la utilización de las líneas de Crédito Educativo “**FINCOEDUCAR**”, garantizando su continuidad mediante la adquisición y renovación periódica de las mismas.

4.3.2 Estrategias de producto. Mediante convenio con Fincoeducar, a través de **FINCOMERCIO**, la Universidad adquiriría los siguientes beneficios, los cuales son:

- Disminución de costos operativos:
- Recaudo inmediato del ciento por ciento (100%) del valor de las matrículas.
- Información exacta y oportuna sobre los estudiantes financiados.

- Garantía de continuidad de los estudiantes, mediante la modalidad de créditos pre-aprobados.
- Disminución de la deserción estudiantil por causas económicas

Beneficios Para La Universidad

- Garantizar el recaudo oportuno de los dineros provenientes de las matrículas.
- Ofrecer a los estudiantes opciones de financiación a costos razonables.
- Garantizar la permanencia de los estudiantes en la universidad, mediante el crédito rotativo.
- Disminución de procesos operativos.
- Acceso al fondo de empleados, con la posibilidad de gozar de los beneficios de la Cooperativa.
- Acceso al Portafolio de Inversión de Renta Fija, por medio de CDAT de excelente rentabilidad y solidez.

Beneficios Para El Estudiante

- Agilidad y atención personalizada en las oficinas de *FINCOMERCIO*, y en los “stands” instalados en las universidades.
- Premio con tasa preferencial V.I.P. por el buen comportamiento en los pagos y por la permanencia con *FINCOMERCIO*.
- Comienzo de su propio historial crediticio.
- Inicio del hábito del ahorro para el futuro.
- Acceso al Portafolio de Productos, Servicios y Convenios.
- Posibilidad de participar de los eventos educativos y recreacionales con descuentos hasta del 70%.
- Aprobación Inmediata.
- Especial para pregrados, posgrados, maestrías.
- Acceso al portafolio de Ahorro, Crédito y Servicios de *FINCOMERCIO*

- Acceso a pólizas colectivas de seguros como: Medicina pre-pagada, seguros de vida, seguros de exequias, seguros de vehículo y de motocicleta.

Subsidios Educativos

Los estudiantes que financien su matrícula con *FINCOMERCIO*, podrán postularse como beneficiarios de subsidios educativos no reembolsables, a través del Fondo de Educación, hasta por un monto de 1.5 SMLV.

4.3.2.1 Estrategias de precio. Dentro de la estrategia de precio y con un previo análisis de la competencia es necesario atacar el mercado con menores tasas que impacten y beneficien a los clientes potenciales, para efecto se tendrá en cuenta lo siguiente.

Línea De Crédito De Corto Plazo

Solamente prestara el servicio de adquisición de crédito educativo de corto plazo a través de pagaré a un plazo mínimo de dos meses, máximo seis.

Tasas

Si el cliente adquiere su crédito por primera vez la tasa será de 1.39% mv, para evitar la deserción de los estudiantes, después del primer semestre si existe una renovación se beneficia con una tasas del 1.29%mv y a partir de su tercer semestre y que haya reflejado excelente manejo en el pago de su obligación tendrá una tasa de 1.19%.mv.

4.3.2.2 Estrategias de Plaza. Se contará con stand en las universidades con su respectivo asesor que permita la divulgación y promoción de todo el portafolio de servicios y beneficios al adquirir crédito educativo, el stand estará adecuado con todas las características y atributos institucionales que permitan la identificación y recordación de marca.

4.3.2.3 Estrategias de promoción y comunicación. En promoción se tendrá en cuenta dos aspectos, por una parte, para la universidad, se hará entrega formal de una propuesta (anexo) en la que se evidenciara cada uno de los atributos corporativos y del producto, para lograr firmar un acuerdo de servicios (anexo) que indicara todas las características, contactos, recaudo y en general todo el tramite directo entre la empresa y la universidad con el fin de evitar que el estudiante incurra en desplazamientos y tramitología de legalización de pago con la universidad, este será el canal más importante para llegar a los clientes potenciales.

Por otra parte para los estudiantes se impactará con promoción dentro de la misma universidad a través de la implementación de stand, institucionalmente adecuada, pendones, volantes y publicidad personalizada.

4.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.

Según el estudio que se realizó se identificó que las personas que más contacto han tenido con el sector financiero, o por lo menos realizaron la calificación del sector financiero, fueron las personas que trabajan y que sus recursos provienen del trabajo. Al mismo tiempo, la mayoría de las personas estudian en la jornada nocturna donde se fijan más en las tasas de interés. La mayoría de estas personas se encuentran en un rango de edad de 18 a 28 años las cuales están solteras.

Pero si se quiere expandir el mercado de Fincomercio debe examinar muy bien qué ofrece Coopfuturo para poder ser competitiva y mirar las tasas de interés que están ofreciendo de tal forma que pueda captar más mercado especialmente en el estrato 3 ya que es poco conocido.

5. ANÁLISIS TÉCNICO

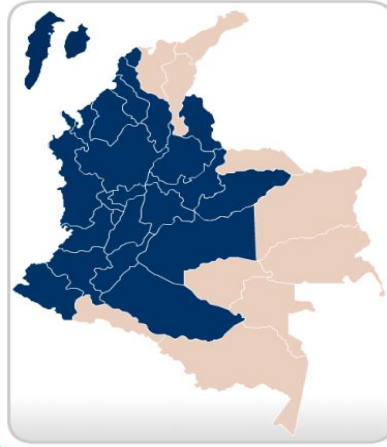
Es importante definir la función de producción óptima, que utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, es por esto que en este capítulo se describen los aspectos técnicos operativos del modelo de negocio que comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento, la disponibilidad técnica, la materia prima, el desarrollo del producto, el proceso de producción, maquinaria y equipo, sistema de control, tamaño, localización, adecuación física y la mano de obra requerida.

5.1 LOCALIZACIÓN

5.1.1 Macro localización. La oficina principal de Fincomercio Ltda. se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá capital de Colombia, tiene operaciones en más de 20 ciudades en todo el país, entre ellas Bucaramanga capital del departamento de Santander donde se llevara a cabo implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR, limita por el norte con el municipio de Rio negro, al sur con el municipio de Floridablanca, al occidente con girón y al occidente con los municipios de Matanza, Charta y Tona²⁴.

²⁴ ALCALDÍA DE BUCARAMANGA, consulta web
<http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

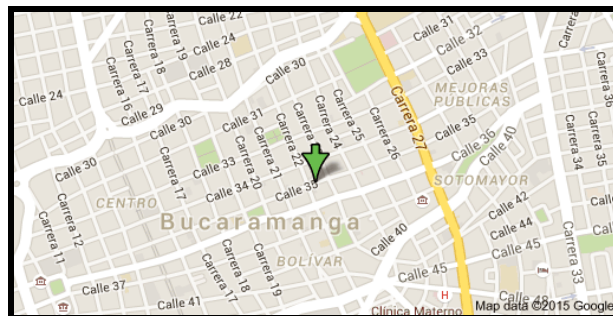
Figura 1. Distribución geográfica de Fincomercio Ltda. en Colombia.



Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito Fincomercio Ltda.

5.1.2 Micro localización. La operación principal de FINCOEDUCAR será desde el centro de Bucaramanga, en la oficina principal de Fincomercio Ltda. Ubicada en la calle 35 No 22-37 en el nivel 1, local 3, edificio Picasso Cubismo, con una altura libre de dos metros con cuarenta centímetros lineales (2.40 M) aproximadamente, su área es de treinta y siete punto cincuenta y cinco metros cuadrados (37.55 M2) y un área privada de treinta y tres punto treinta y seis metros cuadrados (33.36 M2) aproximadamente.

Figura 2. Ubicación Fincomercio Ltda. Bucaramanga



Fuente: Google Earth

Además de la oficina principal, se contará con un punto de atención en cada una de las universidades con las que se pueda establecer un acuerdo de servicios,

este será estratégicamente ubicado dentro de sus instalaciones durante la temporada de matrículas universitarias con el objetivo de tener mayor cobertura en Bucaramanga, estarán sujetos a las características requeridas directamente por cada universidad, inicialmente se logrará llegar a las universidades con mayor demanda de estudiantes y programas académicos.

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO COMERCIAL

5.2.1 Descripción del proceso comercial del crédito educativo. La cooperativa de ahorro y crédito FINCOMERCIO LTDA, tendrá como proveedores las universidades de la ciudad de Bucaramanga para poder comercializar dentro de sus instalaciones el producto FINCOEDUCAR, ya que estas son las que mantienen el flujo de estudiantes y de esta manera se tendrá la oportunidad de llegar de manera directa al cliente potencial.

El proceso de comercialización del crédito educativo se inicia al tener personal (asesores comerciales) especializados en brindar información del crédito, las políticas, los requisitos y la tramitología que requiere al momento de dar paso a la radicación física del crédito educativo.

Descripción del proceso de crédito del solicitante (estudiante).

Si el cliente es el estudiante y desea ser el titular del crédito, debe cumplir con los siguientes documentos y requisitos financieros.

- Tener más de 21 años de edad.
- Estar en actividad laboral ya sea empleado, independiente o pensionado.
- Antigüedad superior a seis meses.
- No estar reportado ante centrales de riesgo
- Fotocopia de la cedula de ciudadanía ampliada al 150%

- Orden de matrícula (vigente) original y fotocopia.

Una vez el estudiante valide ante el asesor el cumplimiento de los requisitos, procede al diligenciamiento del formulario asignado por Fincomercio para el trámite de crédito educativo.

Descripción del proceso comercial de crédito del solicitante (estudiante y codeudor)

Si el estudiante no cumple con los requisitos anteriormente expuestos o es menor de edad, es necesario tomar el crédito bajo respaldo de un codeudor preferiblemente que sea familiar y que cumpla con los siguientes requisitos.

- Tener más de 21 años de edad menos de 74 años y 11 meses.
- Estar en actividad laboral ya sea empleado, independiente, pensionado.
- Antigüedad superior a seis meses.
- No estar reportado ante centrales de riesgo
- Fotocopia de la cedula de ciudadanía del estudiante ampliada al 150%
- Fotocopia de la cedula de ciudadanía del codeudor ampliada al 150%
- Orden de matrícula (vigente) original y fotocopia.

De acuerdo a cada solicitud, se debe posteriormente diligenciar el formato de solicitud de crédito para obtener todos los datos personales y financieros tanto del estudiante como del codeudor, y de esta manera poder radicar la solicitud del crédito e inicio del proceso de estudio de crédito.

Figura 3. Formulario de Solicitud de Crédito (anverso)

Datos del Estudiante:
Se debe diligenciar todos los campos siempre y cuando el estudiante corresponda al mismo codeudor.
En caso de que el estudiante sea menor de edad o requiera de un codeudor, puede dejar el campo laboral en blanco.

Datos del Codeudor y/o Tutor:
Se debe diligenciar todos los campos *obligatoriamente*.

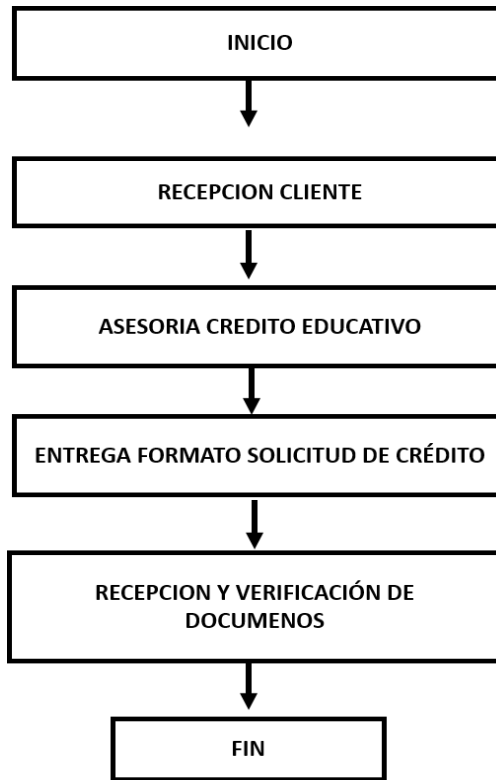
Referencias del Codeudor:
Se deben diligenciar ambos campos, se relacionan solo teléfonos fijos y se puede omitir la dirección de las referencias.

Ingresos y Gastos del Codeudor
Es indispensable relacionar los ingresos y gastos del codeudor, si se cuenta con la información adicional se relaciona, de lo contrario se puede dejar en blanco.

Campo exclusivo para los funcionarios de Fincomercio

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Fincomercio Ltda.

Figura 5. Diagrama del proceso comercial de crédito educativo



5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO OPERATIVO.

Una vez el cliente haya realizado todo el trámite de radicación de crédito físico, el asesor comercial debe ingresar al sistema los datos requeridos con la herramienta utilizada por Fincomercio Ltda (SIBANCO) para análisis de crédito educativo. Ver anexo No

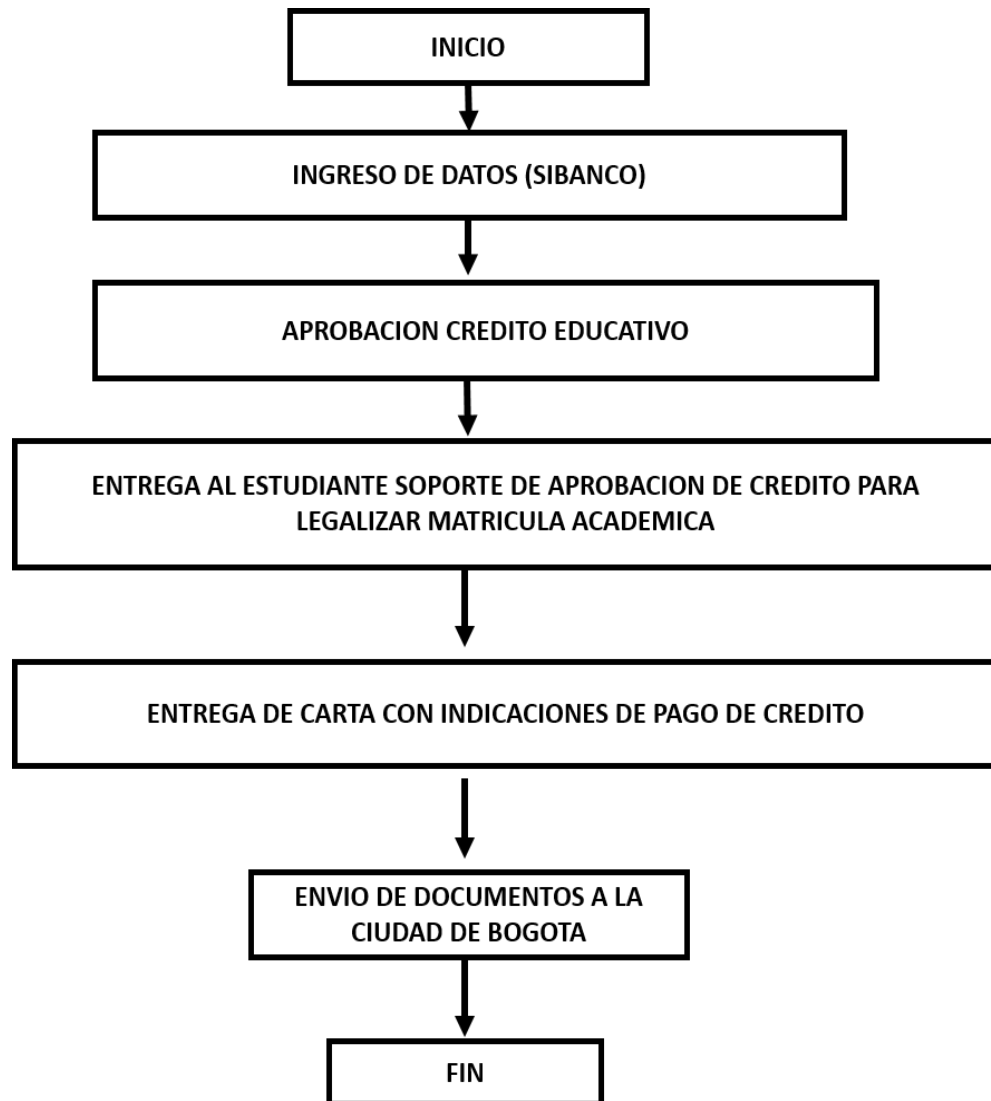
5.3.1 Descripción de cierre y entrega de crédito aprobado al estudiante. Una vez el crédito ha salido aprobado, el estudiante deberá tramitar y legalizar la matricula o el valor financiado con el departamento de crédito y cartera de la universidad, este se hará a través de una carta que emitirá Fincomercio en la cual, se indicará los datos personales más importantes el monto aprobado, la fecha de

aprobación, la universidad o institución educativa a la cual se le efectuará el desembolso ratificada por el asesor comercial con firma y sello; esta carta debe ir acompañada por la orden de matrícula vigente, con la firma y sello por parte del asesor comercial asignado.

Una segunda carta será entregada al estudiante, en la cual se le informará las condiciones del crédito, las instrucciones y medios de pago, Finalmente una última carta será la carta informativa adjunta a la solicitud de crédito con la misma información.

5.3.2 Descripción del proceso final de crédito físico. Una vez el cliente termine su solicitud se deben adjuntar todos los documentos requeridos y mencionados anteriormente, este se remitirá a Bogotá oficina principal en el que harán proceso de validación, desembolso y custodia de la solicitud.

Figura 6. Diagrama del proceso operativo de crédito educativo.



5.4 RECURSOS PRODUCTIVOS.

5.4.1 Identificación del talento humano. Para la implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR es necesario contar con un proceso de selección y evaluación de personal, que cumpla con las expectativas para los cargos requeridos para poder ofrecer servicio al cliente que cumpla con los estándares de calidad de Fincomercio Ltda, se define cada una de las funciones del cargo,

número de personas, salarios, esta contratación será resultado de los convenios realizados con las universidades, inicialmente se empezará como cinco(4) personas para el cargo de asesor comercial de FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga.

El proceso de reclutamiento se hará a través de la pagina oficial de Fincomercio Ltda, www.fincomercio.com o a través de referidos, este proceso inicia con la recepción de las hojas de vida en la oficina principal de Bucaramanga, el coordinador hace una pre selección de las hojas de vida verificando que los candidatos cumplan con los lineamientos solicitados por la cooperativa, seguido de esto, las hojas de vida son enviadas al Jefe de Gestión Comercial FINCOEDUCAR en la ciudad de Bogotá, quien a su vez da el visto bueno de la preselección y de esa manera remite las hojas de vida a Gestión Humana donde se llevara a cabo todo el proceso de verificación de datos de los candidatos, se programa una entrevista en la oficina de Bucaramanga vía Skype junto con el coordinador de zona para determinar cuáles candidatos continúan el proceso de selección.

Una vez emitido el concepto de los candidatos y tomada la decisión de quienes serán parte del equipo de trabajo, se inicia el proceso de contratación laboral en términos de **obra o labor** de acuerdo a las actividades, tiempo de ejecución, entrega y legalización de matrículas universitarias.

La contratación se hace de acuerdo a las normas, políticas establecidas por FINCOMERCIO LTDA, las especificaciones del cargo, la misión del cargo, el nivel de estudios requerido, las habilidades, las competencias por área, competencias por cargo además de las funciones y habilidades tanto en la ejecución como en la verificación y control.

5.4.2 Descripción del talento humano requerido.

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Nombre	Asesor comercial FINCOEDUCAR
Rol	Asesoría y Colocación de cartera
Area	Gestión Comercial
Ciudad	Bucaramanga
MISION DEL CARGO	
Contribuir al reconocimiento de marca y posicionamiento de la cooperativa en las instituciones educativas convenio en temporada de alta colocación y en periodos de matriculas universitarias, ferias educativas y demás escenarios y eventos dispuestos por cada universidad, con la finalidad de asegurar el crecimiento en la colocación para el cumplimiento de metas, a través de una efectiva asesoría y servicio al cliente.	
NIVEL DE ESTUDIOS	
Estudiantes de carreras técnicas, Tecnológicas o profesionales, aplican bachilleres con o sin experiencia, preferiblemente que posean un título académico formal	
HABILIDADES	
Excelente servicio al cliente, buen nivel de comunicación, orientación al logro	
COMPETENCIAS DE AREA Y CARGO	
Competitividad, sentido de negociación, Representación empresarial, en competencias de cargo técnicas básicas de venta y gestión comercial	

Fuente: Con base en información FINCOMERCIO Ltda.

Dentro de las funciones y responsabilidades el asesor comercial debe tener pleno conocimiento de los procesos, de ubicación y promoción del punto asignado, montaje del punto de atención, capacitación continua sobre el producto y Fincomercio Ltda. El control y la verificación son a través de la cantidad de créditos radicados perfectos.

Se requiere vincular inicialmente cinco (5) asesores comerciales, que devenguen un salario básico mensual legal vigente, más comisiones y prestaciones sociales. El pago se realizará de manera quincenal de acuerdo a las políticas establecidas por FINCOMERCIO.

5.4.3 Descripción de los equipos de cómputo y comunicaciones. Para la implementación de la línea de negocio es necesario contar con los equipos de cómputo y comunicaciones necesarios para llevar a cabo el óptimo funcionamiento para operar con satisfacción y dar el mejor servicio al mercado objetivo.

Se necesita cinco computadores portátiles, cinco impresoras de acuerdo a la siguiente tabla.



Tabla 7. Equipos de Cómputo y comunicaciones

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	IMAGEN
PORTÁTIL	Los equipos deben tener el sistema habilitado por Fincomercio, (SIBANCO), para el cargue de los créditos educativos.	4	\$900.000	3.600.000	
IMPRESORA TONNER	Ideal para imprimir las cartas de aceptación del crédito	4	\$249.000	996.000	
CELULARES	Comunicación desde los puntos de atención, Nokia 105	4	\$60.000	\$240.000	
MODEM INTERNET	Mobile WIFI para cargar los créditos en línea.	4	\$35.000	\$140.000	

Fuente: Con base en precios de almacenes éxito Bucaramanga.

5.4.4 Descripción muebles y enseres En las universidades donde se establezca el acuerdo de servicios se puede tener un stand, donde se brinda una información y comunicación más asertiva de cara al cliente, se puede adecuar a la imagen corporativa de Fincomercio.

Tabla 8. Descripción de muebles y enseres

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	IMAGEN
ESCRITORIO	El asesor podrá atender al cliente, y disponer de espacio para poner publicidad del producto.	4	\$ 110.000	\$440.000	
SILLAS	Disponible para la atención del cliente.	4	\$60.000	\$240.000	

Fuente: Con base en precios de almacenes éxito Bucaramanga.

5.4.5 Descripción de los recursos para el desarrollo de la actividad. La implementación y el desarrollo de las actividades de la línea de negocio requieren de recursos para poder desarrollar impacto en el cliente. No solo en la oficina principal si no en los puntos de atención que inicialmente se pueda realizar un acuerdo de servicios con las universidades.

El valor de estos recursos tiene un valor total de **\$ 1.718.700** que se especifican en la siguiente gráfica.

Tabla 9. Descripción de los recursos para el desarrollo de la actividad

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
HOJAS MEMBRETE	Necesarias para entrega de condiciones de crédito educativo aprobado	800	\$63	50.400
FORMULARIOS	Necesarios para la radicación de los créditos educativos	1.000	\$72	\$72.000
ESFEROS	Recordatorio para los que pregunten sobre el crédito en el punto de atención	300	\$472	\$141.600
LIBRETAS	Recordatorio para el cliente que se le aprueba el crédito	300	\$1.300	\$390.000
VOLANTES	Repartir en todos los espacios de la universidad convenio.	5000	\$94	\$470.000
AFICHES	Pegar en las carteleras de las empresas	15	\$180	\$2.700
PORTAPENDONES	Exclusivo para llevar a las ferias y portar el pendón	4	\$58.000	\$232.000
PENDONES PARA PARED	Decoración punto de atención e instrumento para eventos en las empresas,	4	\$60.000	\$240.000
PENDON PARA MESA	Exclusivo para las mesas de los puntos de atención	4	\$30.000	\$120.000

5.5 CAPACIDAD

5.5.1 Capacidad instalada En la implementación de la línea de negocio Fincoeducar en la ciudad de Bucaramanga, se establece la capacidad máxima de radicación de créditos educativos, teniendo en cuenta la disponibilidad del personal (asesores comerciales), la disponibilidad de los stand, la capacidad y efectividad de los recursos electrónicos y de comunicación, así como del tiempo laboral para la recepción del mismo será definido de la siguiente manera:

Variables:

Horario de atención en los puntos asignados: El horario de atención será de 8:00am a 12:00pm y de 2:00pm a 6:00 pm con un total de ocho (8) horas diarias laborales, lo que corresponde a un total de 480 minutos diarios.

Días laborados: El horario de atención en los puntos asignados para cada uno de los asesores comerciales en las universidades donde se logre un convenio efectivo será de lunes a viernes, total seis (6) días.

Tiempo de respuesta de crédito educativo: El tiempo promedio para que un crédito educativo salga aprobado será de quince (15) minutos aproximadamente, según características de cada cliente, este tiempo incluye asesoría, radicación de crédito y entrega de cartas de aprobación del crédito, Una vez establecidas las variables se define lo siguiente:

Capacidad Instalada

Capacidad diaria: $480 \text{ minutos} \div 15 \text{ minutos} = 32 \text{ clientes diarios /créditos diarios}$

Capacidad Semanal: $32 \text{ créditos} * 6 \text{ días} = 192 \text{ créditos semanales}$

Capacidad Mensual: 192 créditos semanales * 4 semanas = 768 mensuales

Capacidad Anual: 768 créditos mensuales *12 = 9.216 créditos anuales.

De acuerdo a las políticas internas de Fincomercio, el segmento FINCOEDUCAR debe crecer de un año con respecto al otro el **12%**, teniendo esta información se tiene lo siguiente teniendo el mismo tiempo laborado y días laborados.

*Esta capacidad es para una persona, la capacidad aumenta cuatro veces de acuerdo con el número de asesores para contratar.

Capacidad proyectada.

Teniendo una capacidad de 32 créditos diarios, y teniendo en cuenta el crecimiento del 12% se decide que el incremento será de cuatro (4) créditos más diarios.

Capacidad diaria: 480 minutos ÷ 15 minutos = 36 clientes diarios /créditos diarios

Capacidad Semanal: 32 créditos * 6 días= 216 créditos semanales

Capacidad Mensual: 192 créditos semanales * 4 semanas = 864 mensuales

Capacidad Anual: 768 créditos mensuales *12 = 10.368 créditos anuales.

*Esta capacidad es para una persona, la capacidad aumenta cuatro veces de acuerdo con el número de asesores para contratar.

6. ANÁLISIS LEGAL

La implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga, estará respaldada por una entidad de economía solidaria sin ánimo de lucro: Cooperativa de ahorro y crédito Fincomercio Ltda., creada el 23 de enero de 1997, creada para realizar actividades financieras de fondos de empleados y otras formas asociativas al sector solidario.

Fincomercio está bajo la inspección, vigilancia y control de la superintendencia de economía solidaria con el objetivo de lograr que se realice de manera eficiente y legal el objeto de estimular y canalizar el ahorro de los asociados, así como otros recursos económicos y financieros para destinarlos a la financiación de las operaciones normales, proteger los ingresos de los asociados y atender mediante la prestación de los diferentes servicios, la satisfacción de las necesidades; facilitar créditos y el manejo de los recursos a favor de los asociados, contribuir en la regulación de las tasas de interés y combatir la usura, contribuir con el fomento del empleo, elevar el nivel socioeconómico, social y cultural de los asociados y sus familias, organizar y otorgar beneficios de previsión, asistencia y solidaridad y ser una herramienta a favor de las clases populares.²⁵

6.1 ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN.

Fincomercio cuenta con:

- Cinco (5) miembros del consejo de administración
- Cinco (5) miembros suplentes del consejo de administración.

²⁵ CÁMARA DE COMERCIO. Certificado de existencia y representación legal de Fincomercio, 10 de marzo de 2015 R044857886.

- Representante Legal
- Representante Legal suplente
- Suplente del gerente
- Segundo suplente del gerente
- Revisor Fiscal
- Revisor Fiscal suplente

6.1.1 Entidades de control. Como Cooperativa, FINCOMERCIO debe optar por tomar sus decisiones democráticamente, velando por la no ejecución de actividades ajenas a su esencia y principios cooperativos; es obligación de esta, someterse al control, inspección y vigilancia de la **Superintendencia de la Economía Solidaria**, según el artículo 41 de la Ley 454 de 1998.

El ejercicio del objeto social de FINCOMERCIO, las relaciones con sus asociados su estructura económica, administrativa y organizacional están regidas por el ordenamiento jurídico Colombiano y en particular por la Ley 79 de 1988, Ley 454 de 1998, Circular Básica Contable y Financiera y Circular Básica Jurídica expedidas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, los Estatutos de la Cooperativa y las

Órgano de Supervisión Estatal: De conformidad con la ley 79 de 1988, la ley 454 de 1998 y las Circulares Básica Contable y Financiera y Básica Jurídica expedidas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, la supervisión, control y vigilancia respecto de FINCOMERCIO, es ejercida por la Superintendencia de la Economía Solidaria.²⁶

Fincomercio está inscrita a *FOGACCOOP*, “una entidad financiera vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Su objetivo es proteger la confianza de

²⁶ Código de buen Gobierno de la cooperativa de ahorro y crédito Fincomercio. 2012

*los ahorradores y depositantes de las entidades cooperativas inscritas, por medio del seguro de depósitos”.*²⁷

6.2 BENEFICIOS DE LAS COOPERATIVAS

Al momento de implementar la línea de negocio de FINCOEDUCAR en Bucaramanga, es motivado por los principios universales más importantes del cooperativismo, que hacen de esta una manera de generar y darle valor a la sociedad a través de la prestación de un servicio de crédito que permite una rentabilidad social y la capacidad de mejorar la calidad de vida de un asociado.

Adhesión abierta y voluntaria: Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser asociado, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo

Control Democrático por parte de los Asociados: Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus asociados, los cuales participan activamente en la definición de sus políticas y en la toma de decisiones. Las personas seleccionadas para representar y administrar las cooperativas son responsables ante los asociados. En Fincomercio los asociados tienen iguales derecho de voto, representado como un voto por cada asociado.

Autonomía e Independencia: Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus asociados y entes de vigilancia y control. Si entran en acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si obtienen capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y mantengan la autonomía de la cooperativa.

²⁷Tomado de Fondo de garantías de entidades cooperativas < <http://www.fogacoop.gov.co/>>

Educación, Capacitación e Información: Las cooperativas brindan educación y capacitación a sus asociados, a sus dirigentes electos, sus gerentes y empleados para que pueden contribuir eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Informan al público en general, especialmente a los jóvenes, a los líderes de la comunidad y los medios de opinión, en torno a la naturaleza y los beneficios del cooperativismo.

Cooperación entre Cooperativas: Las cooperativas sirven a sus asociados en forma más eficaz y fortalecen el movimiento cooperativo al trabajar de forma integrada mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

Interés por la Comunidad: Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios.

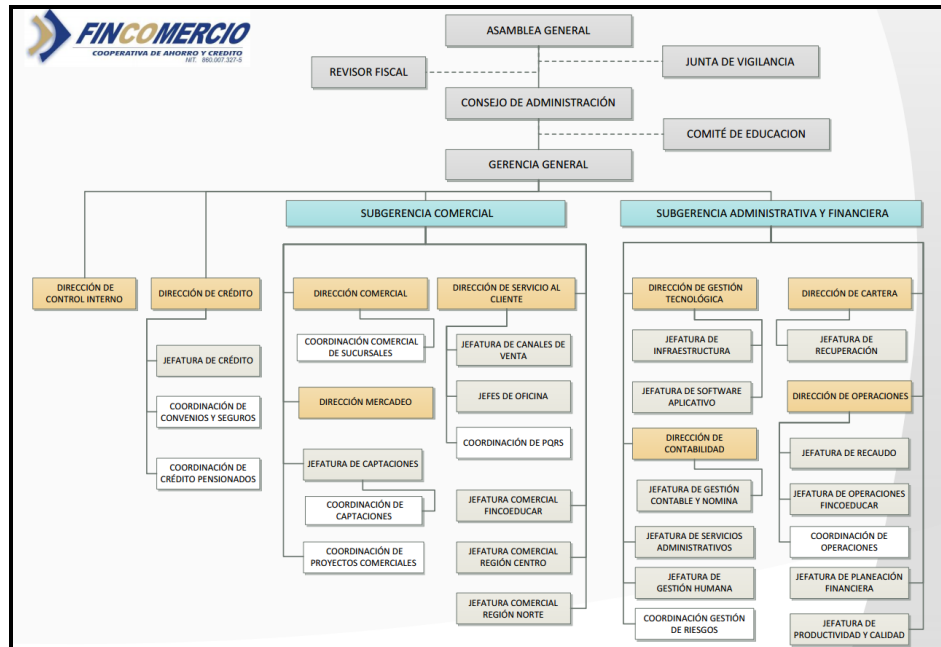
•**Medio Ambiente:** Las cooperativas deberán establecer mecanismos de capacitación y vigilancia para la conservación y preservación del medio ambiente.²⁸

6.3 ORGANIGRAMA GENERAL DE FINCOMERCIO.

Fincomercio Ltda, una vez constituida, desarrolla sus actividades bajo un esquema general del organigrama véase gráfico número 32, Fincoeducar en Bucaramanga continua dependiendo de la subgerencia comercial.

²⁸ Tomado del código de buen gobierno de Fincomercio Ltda. 2012

Figura 7. Organigrama General de Fincomercio.



Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito, Fincomercio.

7. ANÁLISIS FINANCIERO

En este capítulo se podrá dar a conocer el detalle todos los aspectos financieros que se derivan al implementar la línea de negocio en la ciudad de Bucaramanga, balance general, estado de resultados, estado de flujos de efectivo, flujos de caja libre y los indicadores.

7.1 BALANCE GENERAL

Se presenta el balance general del año 2015 con protección a 2021.

BALANCE GENERAL							
A 31 de diciembre de:							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ACTIVOS							
Disponible	\$ 1,547,320,000.00	\$ 61,975,815.22	\$ 203,945,763.44	\$ 249,175,557.35	\$ 297,854,187.99	\$ 354,478,051.37	\$ 422,667,535.56
Inversiones							
Cartera de creditos		\$ 1,735,526,310.00	\$ 2,002,476,863.85	\$ 2,312,751,778.23	\$ 2,669,576,338.30	\$ 3,079,759,385.82	\$ 3,554,212,483.69
Provisiones		\$ 9,844,492.80	\$ 29,533,478.40	\$ 50,745,668.53	\$ 73,481,063.19	\$ 97,964,983.98	\$ 124,197,430.90
Cuentas por cobrar							
Equipos de computo	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00	\$ 4,976,000.00
Muebles y enseres	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00	\$ 680,000.00
Depreciaciones acumuladas		\$ 1,131,200.00	\$ 2,262,400.00	\$ 3,393,600.00	\$ 4,524,800.00	\$ 5,656,000.00	\$ 5,656,000.00
Diferidos							
Otros activos							
TOTAL ACTIVOS	\$ 1,552,976,000.00	\$ 1,792,182,432.42	\$ 2,180,282,748.89	\$ 2,513,444,067.05	\$ 2,895,080,663.10	\$ 3,336,272,453.21	\$ 3,852,682,588.35
PASIVOS							
Depositos		\$ 12,954,009.24	\$ 13,884,210.48	\$ 14,952,012.70	\$ 16,019,814.91	\$ 17,260,914.57	\$ 18,502,014.23
Creditos bancarios	\$ 1,502,976,000.00	\$ 1,735,526,310.00	\$ 2,002,476,863.85	\$ 2,312,751,778.23	\$ 2,669,576,338.30	\$ 3,079,759,385.82	\$ 3,554,212,483.69
Prestaciones sociales por pagar		\$ 14,090,837.35	\$ 14,599,747.42	\$ 15,139,641.80	\$ 15,715,824.24	\$ 16,331,803.31	\$ 16,992,853.89
Impuestos por pagar		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Fondos sociales mutuales		\$ 3,150,929.74	\$ 136,977,670.33	\$ 161,186,586.80	\$ 173,853,945.70	\$ 176,666,665.16	\$ 170,646,572.20
Otros pasivos							
TOTAL PASIVOS	\$ 1,502,976,000.00	\$ 1,765,722,086.33	\$ 2,167,938,492.08	\$ 2,504,030,019.52	\$ 2,875,165,923.15	\$ 3,290,018,768.86	\$ 3,760,353,924.01
PATRIMONIO							
Capital social	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00	\$ 50,000,000.00
Reservas	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Fondos de destinacion especifica	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidades retenidas	\$ 0.00	\$ 0.00	-\$ 23,539,653.91	-\$ 37,655,743.19	-\$ 40,585,952.48	-\$ 30,085,260.05	-\$ 3,746,315.65
Resultados del ejercicio	\$ 0.00	-\$ 23,539,653.91	-\$ 14,116,089.28	-\$ 2,930,209.28	\$ 10,500,692.42	\$ 26,338,944.40	\$ 46,074,979.99
TOTAL PATRIMONIO	\$ 50,000,000.00	\$ 26,460,346.09	\$ 12,344,256.81	\$ 9,414,047.52	\$ 19,914,739.95	\$ 46,253,684.35	\$ 92,328,664.34
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 1,552,976,000.00	\$ 1,792,182,432.42	\$ 2,180,282,748.88	\$ 2,513,444,067.05	\$ 2,895,080,663.10	\$ 3,336,272,453.21	\$ 3,852,682,588.35

7.2 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS

Del 1 de enero al 31 de Diciembre de:

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos operacionales:							
Prestamos		\$ 147,921,643.85	\$ 170,809,051.32	\$ 197,082,102.09	\$ 227,619,100.27	\$ 262,737,475.74	\$ 303,107,349.03
Afiliaiones y estudios de credito		\$ 22,544,640.00	\$ 26,032,894.65	\$ 30,037,152.96	\$ 34,691,276.67	\$ 40,043,645.07	\$ 46,196,390.79
Inversiones							
Total Ingresos		\$ 170,466,283.85	\$ 196,841,945.97	\$ 227,119,255.05	\$ 262,310,376.94	\$ 302,781,120.82	\$ 349,303,739.81
Egresos operacionales:							
Costo financiero		\$ 58,129,057.06	\$ 67,123,166.24	\$ 77,447,738.28	\$ 89,447,922.05	\$ 103,248,458.59	\$ 119,112,686.48
Provisiones		\$ 19,688,985.60	\$ 22,735,394.66	\$ 26,232,446.92	\$ 30,297,048.29	\$ 34,971,450.03	\$ 40,344,847.95
Gastos laborales asesores		\$ 69,474,607.02	\$ 72,156,992.43	\$ 75,028,929.79	\$ 78,126,463.95	\$ 81,473,157.70	\$ 85,104,809.05
Arrendamientos		\$ 12,600,007.56	\$ 13,230,007.94	\$ 13,891,508.33	\$ 14,586,083.75	\$ 15,315,387.94	\$ 16,081,157.34
Depreciaciones		\$ 1,131,200.00	\$ 1,131,200.00	\$ 1,131,200.00	\$ 1,131,200.00	\$ 1,131,200.00	\$ 0.00
Servicios publicos y comunicaciones		\$ 3,409,325.68	\$ 3,936,838.92	\$ 4,542,385.10	\$ 5,246,207.54	\$ 6,055,622.42	\$ 6,986,074.80
Gastos papeleria y publicidad		\$ 1,982,692.32	\$ 2,287,233.86	\$ 2,638,552.98	\$ 3,043,834.72	\$ 3,511,367.73	\$ 4,050,713.82
Gastos laborales directores		\$ 28,093,538.40	\$ 28,936,344.55	\$ 29,804,434.89	\$ 30,698,567.94	\$ 31,619,524.97	\$ 32,568,110.72
Excedentes operacionales		-\$ 22,060,437.47	-\$ 12,407,998.77	-\$ 959,388.26	\$ 12,776,883.42	\$ 28,966,319.16	\$ 49,106,053.48
Gastos no operacionales:							
Otros gastos		\$ 1,479,216.44	\$ 1,708,090.51	\$ 1,970,821.02	\$ 2,276,191.00	\$ 2,627,374.76	\$ 3,031,073.49
Excedentes del ejercicio		-\$ 23,539,653.91	-\$ 14,116,089.28	-\$ 2,930,209.28	\$ 10,500,692.42	\$ 26,338,944.40	\$ 46,074,979.99

7.3 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

A 31 de diciembre de:

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Saldo inicial de caja	\$ 0.00	\$ 1,547,320,000.00	\$ 61,975,815.22	\$ 203,945,763.44	\$ 249,175,557.35	\$ 297,854,187.99	\$ 354,478,051.37
Efectivo generado por las actividades de operación							
Intereses prestamos		\$ 147,921,643.85	\$ 170,809,051.32	\$ 197,082,102.09	\$ 227,619,100.27	\$ 262,737,475.74	\$ 303,107,349.03
Afiliaiones y estudios de credito		\$ 22,544,640.00	\$ 26,032,894.65	\$ 30,037,152.96	\$ 34,691,276.67	\$ 40,043,645.07	\$ 46,196,390.79
Costo financiero		\$ 58,129,057.06	\$ 67,123,166.24	\$ 77,447,738.28	\$ 89,447,922.05	\$ 103,248,458.59	\$ 119,112,686.48
Gastos laborales		\$ 97,568,145.42	\$ 101,093,336.98	\$ 104,833,364.68	\$ 108,825,031.89	\$ 113,092,682.68	\$ 117,672,919.77
Prestaciones sociales por pagar		\$ 14,090,837.35	\$ 14,599,747.42	\$ 15,139,641.80	\$ 15,715,824.24	\$ 16,331,803.31	\$ 16,992,853.89
Arrendamientos		\$ 12,600,007.56	\$ 13,230,007.94	\$ 13,891,508.33	\$ 14,586,083.75	\$ 15,315,387.94	\$ 16,081,157.34
Servicios publicos y comunicaciones		\$ 3,409,325.68	\$ 3,936,838.92	\$ 4,542,385.10	\$ 5,246,207.54	\$ 6,055,622.42	\$ 6,986,074.80
Otros gastos		\$ 1,479,216.44	\$ 1,708,090.51	\$ 1,970,821.02	\$ 2,276,191.00	\$ 2,627,374.76	\$ 3,031,073.49
EGO	\$ 0.00	\$ 11,371,369.04	\$ 24,350,252.80	\$ 39,573,079.43	\$ 57,644,764.96	\$ 78,773,397.75	\$ 103,412,681.83
Efectivo generado por las actividades de inversion							
Inversion muebles y enseres	\$ 680,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversion equipos de oficina	\$ 4,976,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
EGI	-\$ 5,656,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Efectivo generado por las actividades de financiaci3n							
Aportes socios	\$ 50,000,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Creditos bancarios	\$ 1,502,976,000.00	\$ 1,598,755,494.00	\$ 1,844,543,969.64	\$ 2,130,526,383.62	\$ 2,459,115,926.48	\$ 2,836,827,939.04	\$ 3,273,954,379.58
Aportes asociados	\$ 0.00	\$ 12,954,009.24	\$ 13,884,210.48	\$ 14,952,012.70	\$ 16,019,814.91	\$ 17,260,914.57	\$ 18,502,014.23
Pago capital prestamos	\$ 0.00	\$ 1,502,976,000.00	\$ 1,598,755,494.00	\$ 1,844,543,969.64	\$ 2,130,526,383.62	\$ 2,459,115,926.48	\$ 2,836,827,939.04
Pago intereses	\$ 0.00	\$ 58,129,057.06	\$ 67,123,166.24	\$ 77,447,738.28	\$ 89,447,922.05	\$ 103,248,458.59	\$ 119,112,686.48
Pagos aportes	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 12,954,009.24	\$ 13,884,210.48	\$ 14,952,012.70	\$ 16,019,814.91	\$ 17,260,914.57
EGF	\$ 1,552,976,000.00	\$ 50,604,446.18	\$ 179,595,510.64	\$ 209,602,477.92	\$ 240,209,423.03	\$ 275,704,653.62	\$ 319,254,853.72
Saldo final de caja	\$ 1,547,320,000.00	\$ 61,975,815.22	\$ 203,945,763.44	\$ 249,175,557.35	\$ 297,854,187.99	\$ 354,478,051.37	\$ 422,667,535.56

7.4 FLUJOS DE CAJA LIBRE

FLUJOS DE CAJA LIBRE

A 31 de diciembre de:

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad neta	\$ 0.00	-\$ 23,539,653.91	-\$ 14,116,089.28	-\$ 2,930,209.28	\$ 10,500,692.42	\$ 26,338,944.40	\$ 46,074,979.99
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 0.00	\$ 20,820,185.60	\$ 23,866,594.66	\$ 27,363,646.92	\$ 31,428,248.29	\$ 36,102,650.03	\$ 40,344,847.95
Intereses	\$ 0.00	\$ 58,129,057.06	\$ 67,123,166.24	\$ 77,447,738.28	\$ 89,447,922.05	\$ 103,248,458.59	\$ 119,112,686.48
Variación saldo de caja	\$ 1,547,320,000.00	-\$ 1,485,344,184.78	\$ 141,969,948.22	\$ 45,229,793.92	\$ 48,678,630.64	\$ 56,623,863.38	\$ 68,189,484.18
Ahorro en impuestos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversión en activos	\$ 5,656,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Var. KTNO	\$ 44,344,000.00	-\$ 22,408,453.91	-\$ 12,984,889.28	-\$ 1,799,009.28	\$ 11,631,892.42	\$ 27,470,144.41	\$ 46,074,979.99
F.C.L.	-\$ 1,597,320,000.00	\$ 1,563,162,227.44	-\$ 52,111,387.32	\$ 58,450,391.28	\$ 71,066,339.71	\$ 81,596,045.24	\$ 91,268,050.25
KTNO	\$ 44,344,000.00	\$ 21,935,546.09	\$ 8,950,656.81	\$ 7,151,647.53	\$ 18,783,539.94	\$ 46,253,684.35	\$ 92,328,664.34
Costo de capital:							
Activos operativos netos	\$ 1,552,976,000.00	\$ 1,761,986,656.09	\$ 2,014,821,120.66	\$ 2,322,165,825.75	\$ 2,689,491,078.24	\$ 3,126,013,070.17	\$ 3,646,541,148.03
Pasivos con costo	\$ 1,502,976,000.00	\$ 1,735,526,310.00	\$ 2,002,476,863.85	\$ 2,312,751,778.23	\$ 2,669,576,338.30	\$ 3,079,759,385.82	\$ 3,554,212,483.69
Patrimonio	\$ 50,000,000.00	\$ 26,460,346.09	\$ 12,344,256.81	\$ 9,414,047.52	\$ 19,914,739.95	\$ 46,253,684.35	\$ 92,328,664.34
Ponderación pasivos	96.78%	98.50%	99.39%	99.59%	99.26%	98.52%	97.47%
Ponderación patrimonio	3.22%	1.50%	0.61%	0.41%	0.74%	1.48%	2.53%
Costo pasivos	1.93%	1.93%	1.93%	1.93%	1.93%	1.93%	1.93%
Beta desapalancado (Damodaran)	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38
Beta apalancado	11.80	25.30	62.02	93.73	51.32	25.68	15.01
Costo del patrimonio (CAPM)	11.40%	18.15%	36.51%	52.37%	31.16%	18.34%	13.00%
C.K.	2.24%	2.18%	2.15%	2.14%	2.15%	2.18%	2.21%
ROLLING WACC	2.17%						
VPN	\$ 76,099,948.28						
VP Valor de continuidad	\$ 3,703,328,221.73						
VPN Total	\$ 3,779,428,170.01						
TIR sin valor de continuidad	5.86%	3.70%					
TIR con valor de continuidad	43.46%	41.30%					
B/C Sin valor de continuidad	1.05						
B/C Con valor de continuidad	3.37						

Conclusión de los estados financieros

7.5 CONCLUSIÓN FINANCIERA

La implementación de la línea de negocio FINCOEDUACAR en la ciudad de Bucaramanga es viable, teniendo en cuenta que su VPN es positivo, lo que nos indica que se genera riqueza por valor de \$ 76.099.948, es decir, se cubre la inversión inicial, se satisface el rendimiento de los socios y el costo de financiación

y aun así genera un remanente por ese valor considerándolo como la creación de riqueza del proyecto.

Si se analiza teniendo en cuenta en valor de continuidad, la riqueza del proyecto aumenta a \$3.780 millones de pesos aproximadamente lo que hace aún más atractivo el proyecto.

La TIR, nos confirma el resultado siendo mayor que el costo de capital del proyecto, ofreciendo una prima de rentabilidad por encima del costo de \$ 3.70%, si tenemos en cuenta el valor de continuidad, la prima se aumenta a un 41.30% lo que hace rentable el proyecto.

Finalmente se puede concluir que el proyecto bajo las condiciones actuales se hace viable y atractivo haciendo posible la materialización de dichos resultados.

8. IMPLEMENTACIÓN

En este capítulo se describirá el proceso de implementación de la línea de negocio FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga que permita validar el grado de aceptación por parte de la población objeto de estudio como de las universidades posibles para realizar convenio.

8.1 PUBLICIDAD

De acuerdo a las estrategias de publicidad inicialmente establecidas, se pudo llegar al alcance de creación de volantes, pendones y afiches que permitiera llegar de una manera directa y personalizada al cliente potencial y de esta manera dar el inicio del posicionamiento de marca FINCOEDUCAR en Bucaramanga.

Especial para pregrado, posgrado, seminarios, diplomados, cursos en el exterior

¡Nosotros te apoyamos!
crédito educativo con

- Becas Para manutención
Para reglas en Estados Unidos
- Tasa Preferencial
- Subsidio Educativo
- Renovación Automática

FINCO EDUCAR
Crédito educativo

Accede desde tu móvil

Crédito educativo con cheques posfechados o pagaré
Respuesta inmediata

Disfruta de los convenios como Cine Colombia, Saitre Mágico, Bodytech y todo el portafolio de Fincomercio

Acércate a nuestras oficinas
Cra 22 N° 34-50 Bucaramanga
www.fincomercio.com
e-mail: fincoeducar@fincomercio.com

LÍNEA CALLE NACIONAL
018000-111876

FINCOMERCIO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

8.2 CONVENIOS

De acuerdo a la formulación de la propuesta del portafolio de Fincomercio para las universidades, se dio inicio con la programación y asistencia de citas con el funcionario encargado del área administrativa y financiera de las instituciones más representativas de Bucaramanga entre las cuales se escogieron por parte de Fincomercio las siguientes universidades:

Tabla 10. Universidades Bucaramanga.

UNIVERSIDAD	NUMERO DE ESTUDIANTES	VALOR PROMEDIO DE LA MATRICULA
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SA	22000	1.8 y 4 SMLV --- 1.868.615
UNIDADES TECNOLOGICAS DE S	22000	700.000
UDI	7300	1.700.000
UDES	6000	4.675.000
SANTO TOMAS	5.761	4.929.621
MANUELA BELTRAN	1000	3.500.000
UNAB	9.838	3.442.836

Una vez visitada la universidad, y de acuerdo con parámetros establecidos por cada una de ellas para tomar la decisión de dejar hacer apertura de FINCOEDUCAR dentro de las instalaciones, se da paso a la recopilación de documentos necesarios para la creación de la institución a la plataforma de la cooperativa en caso de ser aprobado dicho ingreso.

Como resultado de lo anterior se lograron hasta la fecha cinco convenios con instituciones, que son los siguientes: Unidades Tecnológicas de Santander, Universidad de Santander, Universitaria de Investigaciones y Desarrollo UDI, Manuela Beltrán y Wall Street, el último acuerdo de servicios firmado por parte de


la institución educativa fue UDI acordándose de manera interna el procedimiento requerido por parte de esta institución de la siguiente manera:

Figura 8. Acuerdo de servicios instituciones educativas- UDI

ACUERDO DE SERVICIOS INSTITUCIONES EDUCATIVAS - FINCOMERCIO		FINCOMERCIO	
DATOS BÁSICOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA			
Institución Educativa	Universitaria de Investigación y Desarrollo		
Objeto Social	Educación	NIT	890212433-5
Dirección	Calle 9 # 23-55	PBX	6352525
Representante legal	Jairo Castro Castro	Cargo	Rector
Autorización de funcionamiento No.	Emitida por		
No. de estudiantes	7.300 en Bogotá	No	otras ciudades Total
No. de sedes	3 en Bogotá	NO	otras ciudades Total
Programas académicos	<input type="checkbox"/> Universitario <input type="checkbox"/> Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Especialización <input type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/> Pos-Doctorado	<input checked="" type="checkbox"/> Tecnológico <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Técnico <input checked="" type="checkbox"/>
Valor promedio de matrícula	\$1'900.000 Fondo de empleados actual No		
CONTACTOS CLAVES			
Contacto directivo	Elsa Aracha P		Cargo Vicerrector administrativo
Teléfonos	6352525		Fax
E-mail	vice.administrativa@udi.edu.co		
Contacto área financiera	Alexandra Leguizamo P		Cargo Directora Administ. Finanzas
Teléfonos	6352525		Fax
E-mail	contabilidad@udi.edu.co		
Contacto de pagos	Dely Acosta		Cargo Tesorera
Teléfonos	6352525		Fax
E-mail	tesoreria@udi.edu.co		
FECHAS ACORDADAS DE PAGO			
semanal	<input checked="" type="checkbox"/> 2 veces	Quincenal	<input type="checkbox"/>
	Día de la semana	Días del mes	Día del mes
Otra:	Lunes - Viernes		
DATOS PARA EFECTUAR LA TRANSFERENCIA			
Cuenta corriente	<input checked="" type="checkbox"/>	Cuenta de ahorros	<input type="checkbox"/>
Número	21500010821		
Banco	Caja Social	Titular	Universitaria de Investigación UDI
E-mails para reporte de pagos	contabilidad@udi.edu.co vice.administrativa@udi.edu.co		
Datos del reporte de pago a la institución educativa.	Fecha de aprobación del crédito Numero de identificación Universidad Programa académico	<input checked="" type="checkbox"/> Nombres y apellidos del estudiante <input checked="" type="checkbox"/> Código del estudiante <input type="checkbox"/> Monto <input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
FMT-DPE-0301-1			

En este documento se obtienen los datos más importantes de la institución, como Nombre, dirección, teléfono, nombre del rector, contactos claves del área financiera, forma de recado, fechas de recaudo y características del reporte que Fincomercio entrega a la universidad de los créditos realizados.

Figura 9. Acuerdo de servicios instituciones educativas- UDI

DATOS DE CONTACTO EN FINCOMERCIO				
Área Comercial				
Encargado	<u>Javier Francisco Villamil García</u>	Cargo	<u>Jefe de Gestión Comercial</u>	
E-mail	<u>javvil@fincomercio.com</u>	Teléfono	<u>3811820 ext. 3010</u>	
Área Operativa				
1er Contacto	<u>María Fernanda Calcedo</u>	Cargo	<u>Analista</u>	
E-mail	<u>marca@fincomercio.com</u>	Teléfono	<u>3811820 ext. 2110</u>	
2do Contacto	<u>Vicente Robayo</u>	Cargo	<u>Jefe Gestión Operativa</u>	
E-mail	<u>vicrob@fincomercio.com</u>	Teléfono	<u>3811820 ext. 3206</u>	
Área de Dirección				
Encargado	<u>Erika Acosta</u>	Cargo	<u>Subgerente Comercial</u>	
E-mail	<u>eriac@fincomercio.com</u>	Teléfono	<u>3811820 ext. 3000</u>	
COMPROMISOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA				
1. Informar por medio de comunicación escrita las devoluciones de dinero aprobadas a estudiantes, especificando el valor, fecha de desembolso a Fincomercio y datos del estudiante.				
2. No descontar de los reintegros a Fincomercio, valores o deudas que el estudiante tenga pendientes con la institución educativa.				
3. Autorizar con sello y firma cualquier cambio en las fechas de pago registradas en las ordenes de matrícula.				
4. Actualizar datos del personal de contacto de la institución educativa.				
5. Informar oportunamente a Fincomercio los reintegros de dinero efectuados.				
CHECK LIST DE REQUISITOS DE INGRESO				
Verificación Lista Clinton		SI	NO	N/A
Verificación registro SNIES				
Verificación Secretaría de Educación				
Resolución o certificación de reconocimiento y aprobación expedida por la Secretaría de Educación				
Cámara de Comercio				
Verificación de aprobación Circular Reglamentaria				
 Firma del Representante Legal o Director de la Institución Educativa Nombre: <u>Jaime Castro Castro</u> Cargo: <u>Rector</u>		Firma encargado de la Gerencia Fincomercio Nombre: <u>Erika Ximena Acosta</u> Cargo: <u>Subgerente Comercial</u>		
Fecha de Aprobación: MM DD AAAA		Firma Jefe de Gestión Comercial Fincomercio Nombre: <u>Javier Francisco Villamil García</u> Cargo: <u>Jefe de Gestión Comercial</u>		
Observaciones Fincomercio:				

En este documento se le da a conocer toda la información de la cooperativa y de igual forma nombres de contacto y requisitos mínimos que debe cumplir la institución para poder firmar el acuerdo de servicios.

8.3 CONTRATACIÓN

Se realiza la contratación de cinco asesores comerciales para el posicionamiento de los stands en las universidades y empezar con las actividades de volanteo, publicidad y divulgación de información.

8.4 IMPLEMENTACIÓN DE STANDS

Una vez firmado el acuerdo de servicios con las cinco instituciones se procede a la implementación del stand en cada una de las universidades para empezar a posicionar la marca FINCOEDUCAR. Cada stand cuenta con un asesor comercial con sus respectivas herramientas de trabajo, computador, teléfono celular, impresora y un modem de internet más papelería y material publicitario.

Tabla 11 Stand Universidades Bucaramanga.

UNIVERSIDAD	FOTOGRAFIA
<p style="text-align: center;">Unidades Tecnológicas de Santander</p>	
<p style="text-align: center;">Universidad de Santander (UDES)</p>	

UNIVERSIDAD	FOTOGRAFIA
Universidad Manuela Beltrán	

8.5 CAMPAÑAS

De acuerdo a unas de las campañas de posicionamiento de marca, anteriormente descritas, se realizó el día 14 de julio de 2015 una feria educativa en la empresa ATENTO TELESERVICIOS ESPAÑA, empresa que cuenta con Fincomercio como fondo de empleados y permitió hacer el lanzamiento, logrando captar la atención de los clientes potenciales.

FERIA EDUCATIVA ATENTO TELESERVICIOS ESPAÑA





8.6 RESULTADOS

Dentro de las universidades se puede evidenciar que los atributos del producto responden a las expectativas de los clientes potenciales, gracias a las estrategias anteriormente descritas donde se brinda excelente servicio al cliente con personal calificado y con pleno conocimiento del portafolio de servicios y beneficios.

Una forma de validar la implementación de todo el proceso de colocación de cartera de crédito deducativo se puede evidenciar con el siguiente crédito educativo realizado el día 18 de julio de 2015 en las instalaciones de la Universidad de Santander como se puede ver en la siguiente figura.

Figura 10. Liquidación de pago de Matricula

Bogotá D.C. 18 de Julio de 2015

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FINCOMERCIO LTDA.
SOLICITUD DE CRÉDITO FINCOEDUCAR

Señor(a)
SANCHEZ CONTRERAS NIL SON ESTEVAN
Bogotá D.C.

Apreciado(a) señor(a):
De acuerdo con su solicitud Fincomercio Ltda., ha aprobado su financiación de matrícula, en las siguientes condiciones:


Titular	SANCHEZ CONTRERAS NIL SON ESTEVAN	Código	15202108
Identificación	CC 1095833542	Recibo	1520205825
Universidad	UNIVERSIDAD DE SANTANDER	Semestre	2
Programa Académico	INGENIERIA CIVIL	Fch. Sol.	2015/07/21
Girador	CONTRERAS GUTIERREZ SANDRA RAQUEL	Fch. 1er. Pago	2015/09/05
Identificación	CC 37512527	Días Ajuste	14
Cuenta Corriente		Línea	FENALCO PAGARÉ
Número de Crédito	179418700	Autorizado por	MVPENALOZA-ALBROD
Titular del Crédito	Estudiante	No. Autorización	17598375


Monto Solicitado	\$4.401.340,00	Interés de Ajuste	\$28.558,00	Comisión Aval	\$216.158,00	Vinculación	\$
Valor Matrícula	\$ 4.112.000,00	Seguro de Ajuste	\$ 1.793,00	GMF Aval	\$865,00	Aporte	\$ 13.300,00
Plazo	5 Mes(es)	Gastos Admin.	\$22.000,00	Remesa	\$0,00	Domiciliación	\$0,00
Tasa Fija	18.02 % E.A.	Iva Gastos Admin.	\$ 3.520,00	IVA Remesa	\$	Tasa Seg. Vida	0.4889 % E.A.
	1.39 % E.M	Garantía	Pagaré	No. Estudiantes	1		
		Pagaré	0215113653488	4 X 1000 (GMF)	\$ 16.448,00		

(\$4.401.340,00) CUATRO MILLONES CUATROCIENTOS UN MIL TRESCIENTOS CUARENTA PESOS M/CTE.

Cuota	Número Crédito	Fecha Pago	Valor Cuota	Capital	Interés	Seguro	Aporte / Ahorro	Nuevo Saldo
1	1794187-00	2015/09/05	\$ 931.716,00	\$ 855.432,00	\$ 61.191,00	\$ 1.793,00	\$ 13.300,00	\$ 3.545.908,00
2	1794187-00	2015/10/05	\$ 931.716,00	\$ 867.873,00	\$ 49.298,00	\$ 1.445,00	\$ 13.300,00	\$ 2.676.236,00
3	1794187-00	2015/11/05	\$ 931.716,00	\$ 880.090,00	\$ 37.235,00	\$ 1.091,00	\$ 13.300,00	\$ 1.796.145,00
4	1794187-00	2015/12/05	\$ 931.716,00	\$ 892.684,00	\$ 24.999,00	\$ 733,00	\$ 13.300,00	\$ 905.461,00
5	1794187-00	2016/01/05	\$ 931.716,00	\$ 905.461,00	\$ 12.586,00	\$ 369,00	\$ 13.300,00	\$ 0,00

Condiciones
Declaro que conozco y acepto las condiciones del crédito y del reglamento del crédito Fincoeducar el cual me es entregado junto con la carta aprobación, que entre otros incluye las siguientes condiciones:

 En caso de mora, los gastos de cobranza extrajudicial que Fincomercio ó el cesionario ó endosatario del crédito tenga que realizar para estos fines que para el caso de DATASCORING, FENALCO o cualquier otra entidad Avalista podrá cobrar según sus políticas hasta por el 20% del valor adeudado, por gastos de cobranza y hasta por el 20% del valor adeudado, por honorarios.

 Igualmente los usuarios, al solicitar el préstamo, declarar que se obligan a efectuar los pagos a Fincomercio ó al cesionario ó endosatario del crédito, el capital del mismo y los intereses en el plazo y en la mora a la máxima tasa autorizada por la Ley.

Bienvenidos a FINCOMERCIO, esperamos prestarle siempre un servicio excelente.

Firma _____

Nombre _____

Identificación _____

Funcionario ALBERT LEANDRO RODRIGUEZ HUERTAS

Fuente: Fincomercio Ltda.

Figura 11. Liquidación de pago de Matricula

Bogotá D.C. 18 de Julio de 2015

Señores
UNIVERSIDAD DE SANTANDER
Bogotá D.C.

Referencia: 48.0 Aprobación crédito línea Fincoeducar

Respetados señores:

Les informamos que Fincomercio aprobó la financiación de la matricula del estudiante relacionado a continuación:

Estudiante	SANCHEZ CONTRERAS NILSON ESTEVAN
Identificación	CC 1095833542
Programa académico	INGENIERIA CIVIL
Código	15202108
Semestre	2
Recibo	1520205825

Monto aprobado:

(\$ 4.112.000,00) CUATRO MILLONES CIENTO DOCE MIL PESOS

Dicho valor será trasladado a la universidad de acuerdo a la fecha establecida en el convenio.

Firma y sello Fincomercio Ltda.
ALBROD

Apreciado(a) estudiante:

FAVOR PRESENTARSE A LA UNIVERSIDAD O CENTRO EDUCATIVO PARA CONTINUAR CON SU PROCESO DE MATRICULA DENTRO DE LAS FECHAS ESTABLECIDAS POR LA INSTITUCIÓN

Bienvenido a FINCOMERCIO, esperamos prestarle siempre un servicio excelente

ORIGINAL – UNIVERSIDAD

Acuse de recibo Fincomercio

BIBLIOGRAFIA

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA, [en línea]. Disponible en Internet consulta <http://www.bucaramanga.gov.co/>, indicadores de la ciudad

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, [en línea]. Disponible en Internet consulta <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO FINCOMERCIO LTDA, [en línea]. Disponible en Internet consulta www.fincomercio.com

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DNP, Disponible en Internet consulta < www.dnp.gov.co >

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, Disponible en Internet consulta < <http://www.mineduccion.gov.co/> síntesis estadística de Santander

OSTERWALDER. A, PIGNEUR V. Generación de modelos de negocio. Factor diferenciador.

RINCONDELVAGO Seminario de finanzas públicas, la financiación de la educación Colombia con recursos del situado fiscal. [en línea]. Disponible en Internet consulta <http://html.rincondelvago.com/financiacion-de-la-educacion-publica-en-colombia.html>>

MINEDUCACION Sistema nacional de información de la educación superior SNIES. , Disponible en Internet consulta <<http://www..gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-propertyname-2672.html>>

UNIVERSIDAD EAFIT, Artículo publicado, Financiamiento y demanda de educación superior en Colombia (1990-2005), , Disponible en Internet consulta<
http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad-eafit/investigacion/Paginas/estudios-educacion-superior.aspx#.U446W_I5Mpq>

VARELA V .Rodrigo, Innovación empresarial –. Bogotá Dc Tercera edición 2001.
Segunda edición

VÁSQUEZ RODRIGUEZ Luis. Técnicas de mando y dirección de equipos, conceptos básicos y aplicaciones. Ideas propias- 2006, Primera edición consulta página 63-64 Disponible en Internet consulta<
www.exa.unicen.edu.ar/catedras/ingrequi/.../2007_martes_Modelado.ppt>

ANEXOS

Anexo A. Consentimiento informado

Bucaramanga, 18 Junio de 2015.

Señores:

COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA - CEINCI
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER


Respetados miembros del Comité De Ética En Investigación Científica:

Yo **YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA**, estudiante de la Maestría en Gerencia de negocios, por medio de la presente solicito su aval para realizar una investigación a través de un cuestionario, el cual es denominado sin Riesgo, según lo indica el artículo 11 de resolución 008430 de 1993 y además me acojo a la Ley estatutaria 1581 de 2012 y la Resolución de rectoría UIS 1227 de agosto 22 de 2013 que tratan sobre el manejo de los datos personales de los participantes en cuestionarios.

La metodología para obtener información es a través de un cuestionario dirigido a los estudiantes universitarios de la ciudad de Bucaramanga. El cuestionario pretende aplicar unas preguntas, con el fin de realizar un estudio sobre las características de la demanda y oferta de crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga, además busca identificar nuevos servicios e información útil para tener en cuenta en la elaboración del plan de marketing, la conformación técnica, operativa, administrativa, financiera y estratégica del Proyecto.

Yo **NESTOR RAUL ORTIZ PIMIENTO** por medio de la presente doy mi autorización y aprobación a la estudiante YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA, para que realice investigación para su trabajo de aplicación denominado: Formulación e implementación del modelo de negocio FINCOEDUCAR en la ciudad de Bucaramanga, el cual ya cuenta con la aprobación por parte de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales para su elaboración.

Cordialmente,



NESTOR RAUL ORTIZ PIMIENTO
Director del Proyecto



YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA
Estudiante



CONSENTIMIENTO INFORMADO VERBAL

FORMULACION E IMPLEMENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO FINCOEDUCAR EN BUCARAMANGA

Descripción:

Usted está invitado para que sea parte de la investigación FORMULACION E IMPLEMENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO EN BUCARAMANGA, a través de un cuestionario realizado por la estudiante de la Universidad Industrial de Santander inscrita en el programa maestría en Gerencia de Negocios YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA, el propósito de esta investigación si usted decide aceptar, es realizar un estudio sobre las característica de la oferta y demanda de crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga.

Dicha participación a través de la encuesta es denominado sin riesgo, según lo indica el artículo 11 de resolución 008430 de 1993 acogiéndose a la Ley estatutaria 1581 de 2012 y la Resolución de rectoría UIS 1227 de agosto 22 de 2013 que tratan sobre el manejo de los datos personales de los participantes en cuestionarios.

El tiempo que se tomara para la participación no será superior a cinco (5) minutos, esta investigación es de tipo documental que no va a intervenir al individuo, no va a recibir ninguna compensación económica y se garantizara el respeto y la dignidad de la encuesta.

Confidencialidad

La protección de identidad que se frece al participante es de total respeto entre el Tutor de la investigación: NESTOR RAUL ORTIZ PIMIENTO y la estudiante YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA

Derechos

La persona es libre de participar en la investigación de lo contrario puede abstenerse y si es de su voluntad puede obtener copia de la información suministrada por el mismo.

Versión Julio 7 2015





Información de contacto

Si tiene alguna pregunta acerca de este proyecto, usted puede comunicarse con YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA investigadora y estudiante de Maestría en Gerencia de Negocios, al teléfono 311 459 85 88 o con el tutor profesor NESTOR RAUL ORTIZ PIMIENTO, al teléfono 634 4000 extensión 1055, Universidad Industrial de Santander.

Contacto Comité de Ética: Para preguntas, aclaraciones o inquietudes acerca de los aspectos éticos de esta investigación puede comunicarse con el Comité de Ética para la Investigación Científica de la UIS, en horas hábiles al teléfono: 6344000 ext. 3208- 2644, o enviar correo electrónico a: comitedetica@uis.edu.co

He recibido toda la información y estoy de acuerdo de los derechos y riesgo de la participación en la investigación, por lo anterior,

Acepto

No Acepto

YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA
Investigador



4110

Bucaramanga,

Estudiante

YUDY MAVEL GONZALEZ ALDANA

Maestría en Gerencia de Negocios

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Facultad de Ingenierías Fisicomecánica

Universidad Industrial de Santander

Asunto: Aval Comité de Ética proyecto, "Formulación e implementación del modelo de negocio fincoeducar en Bucaramanga".

Cordial Saludo. El Comité de Ética en Investigación Científica de la Universidad Industrial de Santander (CEINCI-UIS) en reunión realizada el 3 de julio de 2015, según consta en el acta 15, evaluó el proyecto del asunto, y al respecto se resuelve.

En consideración a que el proyecto cumple con todos los requerimientos del CEINCI-UIS, el Comité acuerda por consenso **AVALAR** el documento en versión digital y **APROBAR** el consentimiento informado última versión.

Se recomienda aplicar según corresponda a la investigación, la normatividad del Sistema de Gestión Integral de la Universidad, que está disponible en el enlace: <https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/calidad.htm>, especialmente lo relacionado con el Manual de Gestión Integrado.

De igual manera emplear las estrategias que considere necesarias para verificar que el consentimiento informado ha sido comprendido por los participantes. De otra parte, adoptar los mecanismos necesarios para garantizar la confidencialidad de la información recabada. Todo ello amparado en lo reglamentado en la Ley Estatutaria 1581 de 2012 del Congreso de la República de Colombia, por la cual se dictan disposiciones para la protección de datos personales y en la Resolución de Rectoría 1227 del 22 de agosto de 2013, sobre el tratamiento de datos personales.

De otra parte, socializar los resultados generados en este proyecto en la unidad académica.

Se solicita que se remita al correo del Comité, información de las siguientes circunstancias, cuando lleguen a ocurrir:

- Reporte de mala práctica científica por parte de cualquier miembro del equipo investigador.
- Notificación previa de las modificaciones realizadas al protocolo.
- Reporte de cualquier eventualidad que usted considera deba conocer el CEINCI-UIS.

4110

- Informe de avance sobre los aspectos éticos según guía e instructivo anexo. Este informe debe enviarse a la mitad del desarrollo de la investigación y al finalizar la misma según el cronograma establecido.

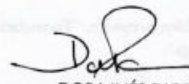
En el momento del seguimiento se verificará el cumplimiento de las consideraciones éticas.

En nombre del CEINCI-UIS le ofrecemos el apoyo que usted considere necesario, para la aplicación y salvaguarda de los asuntos éticos durante la investigación.

Atentamente,



JAVIER ALEJANDRO ACEVEDO
Presidente (e)
CEINCI-UIS



DORA INÉS PARRA
Secretaria Técnico Científica
CEINCI-UIS

Copia: profesor Néstor Raúl Ortiz Pimiento, Escuela de Estudios y Industriales y Empresariales
Doctor Rodolfo Villamizar Mejía director de la Facultad de Ingenierías Fisicomecánica
Archivo Comité de Ética – CEINCI-UIS

Anexo B. Encuesta



DAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
MAESTRIA EN GERENCIA DE NEGOCIOS – MBA



Bucaramanga ____ de ____ de ____

Cordial saludo, mi nombre es **Mabel Gonzalez Aldana**, soy estudiante de la Universidad Industrial de Santander en el programa de Maestría en Gerencia de Negocios, en esta oportunidad me encuentro realizando un estudio sobre las características de la demanda y oferta de crédito educativo en la ciudad de Bucaramanga para el proyecto de grado: FORMULACIÓN E IMPLEMENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO FINCOEDUCAR EN BUCARAMANGA, y me gustaría saber su opinión como estudiante universitario. Agradezco la mayor sinceridad en sus respuestas. Gracias

GENERAL

1. Su sexo (marque con X): Femenino _____ Masculino _____
2. Estado civil (marque con X): a. Soltero (a) ____ b. Casado (a) ____ c. Divorciado (a) ____
d. Viuda (o) ____ e. Otro ____ ¿Cuál? _____
3. De acuerdo al esquema de estratificación de la ciudad, en qué estrato reside actualmente (marque con X): 1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____ otro ____ ¿Cuál? _____
4. ¿Tiene usted hijos (as)? (marque con X): Si _____ No _____ ¿Cuántos? _____
5. ¿se encuentra actualmente estudiando alguno de los siguientes niveles? (señale con una X): Universitaria ____ Técnica ____ Postgrado ____
6. ¿En qué jornada se encuentra estudiando?: virtual diurna ____ Nocturna
7. Su actual ocupación es (por favor señale con una X): Estudiante ____ Empleado ____
Independiente ____ Otro ____ ¿cuál? _____
8. En que rango de edad está usted (marque con X): 18 ---28 ____ 29---38 ____ 39---48 ____

Si usted no está estudiando actualmente, no continúe respondiendo la encuesta

SERVICIOS FINANCIEROS

9. ¿De dónde provienen los recursos para el financiamiento de su matrícula en la universidad?
- De sus padres u otra ayuda familiar _____
- Del trabajo _____
- Beca _____
- Préstamo _____
- Otras fuentes de financiamiento _____ ¿cuál fuente? _____
10. ¿Es usted cliente de crédito educativo de alguna entidad financiera? Sí _____ No _____
- Si la respuesta es afirmativa indique la entidad que le ha otorgado dicho crédito (marque con X) (En caso de no, continuar a la pregunta 12)
- a. Coopfuturo _____
- b. Comultrasan _____
- c. Pichincha _____
- d. Helm Bank _____
- e. Sufí Bancolombia _____
- f. Cooperativa de la universidad _____
- g. Otro _____ ¿Cuál? _____
11. Cuánto tiempo se demoraron en darle respuesta a su crédito educativo?
- a. Entre 1-10 minutos _____
- b. Entre 1-20 minutos _____
- c. Más de media hora _____
- d. Un día _____
- e. Más de un día _____ Cuántos? _____
12. ¿Cómo califica el servicio que le brinda el servicio financiero?
- a. Bueno _____ b. malo _____ c. Regular _____ d. Pésimo _____
13. ¿Podría decirme ¿Cuáles de las siguientes características son importantes para usted al adquirir un **crédito** educativo?

Respuesta rápida	
Tramites Fáciles	
Plazos Largos	
Bajos intereses	
Pocos Requisitos	
Flexibilidad en garantías	

Varias sucursales de la entidad	
Buen servicio al cliente	
Atención personalizada	
Adapta los créditos a mis necesidades	
Brinda a través del crédito otros beneficios	
Facilidad de Pago	

14. Al escoger una **entidad** financiera lo primero que tengo en cuenta es (señale X no más de una posibilidad)

- La facilidad de llegar al punto de atención _____
- El tipo de servicio que ofrece en general _____
- La recomendación de otras personas _____
- Una baja tasa de interés _____
- Antigüedad de la entidad que presta el servicio financiero _____
- Por el flujo de personas que visita la entidad _____

14. Si usted no tiene crédito educativo señale la razón

- No lo necesito _____
- Por no endeudarse _____
- Las entidades exigen muchos requisitos _____
- Desconoce las entidades que prestan servicio de crédito educativo _____
- Los intereses son muy altos _____
- Se encuentra reportado ante centrales de riesgo _____

15. ¿Qué tendría que ofrecerle una entidad financiera en un crédito educativo para que usted acepte adquirirlo?

- La tasa más baja _____
- El mejor servicio _____
- Beneficios _____
- Una ambiente físico agradable _____
- Personal amable y dispuesto a ayudarlo _____
- Una respuesta rápida _____
- Facilidad para realizar los pagos _____
- Plazos largos _____

16. ¿Conoce usted a FINCOMERCIO LTDA?

- SI _____ NO _____



17. Si FINCOMERCIO le ofreciera un servicio ajustado a sus necesidades, tramitaría con ella?
SI _____ NO _____

Pregunta opcional

18. Si usted tuviera la oportunidad de recomendarle algo a las directivas de Fincomercio Ltda., cooperativa ahorro y crédito, que le recomendaría para lograr la escogencia de entidad para realizar su crédito educativo.

Nombre del entrevistado _____

Dirección _____ Celular _____

Encuestador _____

|

Anexo C. Proceso productivo

- Para iniciar se debe realizar la conexión VPN como administrador.
- Posteriormente ir al logo que aparece en la parte inferior derecha, se da click derecho y picar en CONECTAR.
- Ingresar el usuario y contraseña asignado para cada equipo y picar en OK
- En la parte inferior derecha el logo de VPN va a tener color verde y aparecerá el aviso de conexión realizada.
- Teniendo establecida la conexión VPN ir al navegador de internet e ingresar a la intranet de FINCOMERCIO.
- Luego picar en la parte inferior izquierda donde se aprecia una imagen donde dice FINCOMERCIO.
- Ahora se procede a ingresar el usuario y contraseña asignada a cada asesor para poder ingresar al aplicativo y picar en el chulo. Nota: Cuando ingresan por primera vez el aplicativo les va a pedir que cambien la contraseña
- Posteriormente el asesor debe registrar en la universidad a la que fue asignados, para buscar la universidad o punto de atención picar donde se vea el signo de interrogación.
- Va a aparecer el listado con los diferentes puntos de atención, se puede filtrar por el código de agencia o por nombre de agencia, luego seleccionar y picar en seleccionar.
- Ahora aparece el código de agencia ó punto de atención y se va a dar doble enter.
- Verificar que el nombre de usuario y punto de atención sea correctos antes de cargar cualquier crédito, se puede verificar en la información que muestra el aplicativo.

- Para iniciar a cargar el crédito se realiza un filtro por ROL y se selecciona F-Inicio Proceso de Préstamo y se le da ENTER.
- Picar donde dice Inicio Proceso de Préstamo y posteriormente picar donde dice seleccionar.
- Ahora seleccionar donde dice FINCOEDUCAR y posteriormente picar donde dice EJECUTAR.
- Ahora ir a PRODUCTO y seleccionar FINCOEDUCAR
- Ahora elegir el destino económico, luego picar en el signo de interrogación.
- Picar en DATASCORING PAGARE y luego picar en seleccionar.
- NOTA: Inicialmente siempre se va a seleccionar DATASCORING PAGARE pero más adelante se debe tener en cuenta si el sistema lo aprueba bajo esas condiciones o el asociado aplica para otras variables como: Asociado marcado como VIP²⁹, Si el aval lo da FENALCO, Si es AVAL UNIVERSIDAD. Este proceso de cambio se explicara más adelante.
- Ahora se debe ingresar el número de documento del estudiante y el codeudor si aplica, después de ingresar el número de documento dar ENTER.
- En este paso se debe tener mucho cuidado, si el estudiante es menor de edad en la casilla opcional se va a poner el número de documento del codeudor ya que cuando el estudiante es menor de edad la persona que va a ser el titular del crédito y queda afiliada a FINCOMERCIO es el CODEUDOR Ó DEUDOR SOLIDARIO
- El asociado no está grabado en el sistema y se procederá a grabar los datos del formulario, se da otro ENTER.
- Ahora verificar cuál es el número de documento estar grabando y seleccionar el tipo de asociado según corresponda.
- Seleccionar tipo de documento según corresponda y dar ENTER.
- Continuamos llenando los datos que el sistema solicita y le damos ENTER.

²⁹ Asociados que han renovado crédito por más de una vez y los pagos de las cuotas han sido oportunos.

- Ahora se puede ver que el número de documento y el nombre se han grabado y luego dar otro ENTER.
- Continuar diligenciando los datos pendientes en el sistema y dar otro ENTER.
- Al terminar de diligenciar los datos dar ENTER y va a salir un cuadro de dialogo en el cual se debe confirmar la grabación.
- Después de confirmar la grabación de los datos va a aparecer el siguiente pantallazo
- Ahora se debe crear al estudiante a lo cual hay que seleccionar la casilla que dice ESTUDIANTE.
- Ahora picar en la casilla que dice CREAR
- Seleccionar la universidad y picar en el signo de interrogación.
- Filtrar la búsqueda escribiendo parte del nombre de la universidad y dar ENTER, luego seleccionar el resultado del filtro y picamos en la casilla SELECCIONAR.
- Sale otro pantallazo confirmando universidad a lo cual se debe seleccionar de nuevo y picar en la casilla SELECCIONAR
- Seleccionar la sede y ciudad de la universidad, para el destino de desembolso y estar atento antes de seleccionar, en este caso es sede Bucaramanga y picamos en SELECCIONAR
- Ahora se puede apreciar que los datos de la universidad ya han sido cargados y proceder a completar la información del estudiante. NOTA: Ingresar el número de documento en la casilla correspondiente, le damos ENTER y realizamos el mismo proceso que se hizo para grabar al codeudor.
- Ya se han diligenciado los datos del estudiante y vamos a seleccionar la carrera que va estudiar al lo cual en la casilla de CARRERA vamos a seleccionar el signo de interrogación.
- En la casilla de descripción vamos a realizar un filtro para buscar más rápido la carrera, picar en la carrera y dar SELECCIONAR
- Ya al tener todos los datos completos dar doble ENTER.

- Verificar la información que aparece y si es correcta picar en la casilla atrás marcada en ROJO.
- Ahora completar los datos pendientes para calcular el valor de cuota

Se deben completar los datos completos para verificar lo siguiente:

- Patrimonio: El asociado reporte o no patrimonio en el formulario siempre debe tener algún valor, si no reporta se pondrá el valor 1
- Valor a desembolsar: Es el valor que el asociado este solicitando sea parcial o el total de la orden de matrícula.
- Meses Vigencia: El número de meses que se le brinda al asociado según corresponda (pregrado y posgrado)
- Fecha primer pago: Importante la fecha del primer pago que no sea menos de 30 días o superior a 60 días.
- Con los datos anteriormente diligenciados el sistema nos va a mostrar el valor de cada cuota.
- Una vez lo anterior hacer el PRESCORING para saber si se tiene aval automático, pasa a Analista FINCOMERCIO ó el crédito pasa a FENALCO según puntaje, para hacerlo picamos en la casilla PRESCORING.
- Picamos en CONSULTA DATASCORING y esperamos resultado del sistema y le damos ENTER.NOTA: En este caso donde el sistema no diga que se debe dictar el crédito a FENALCO
- Ahora como el crédito paso a FENALCO se debe cambiar el destino económico, seleccionamos la casilla CAMBIAR
- Se habilita la casilla de destino económico de nuevo y picamos de nuevo en el signo de interrogación
- Ahora seleccionar FENALCO PAGARE y picar en SELECCIONAR y después ENTER.
- Verificar que el destino económico sea correcto por el cambio que se realizó

- Ahora radicar el crédito a lo cual se va a dar ENTER y aparecerá el siguiente pantallazo, lo verificamos y le damos de nuevo ENTER
- Sale en cuadro de dialogo preguntándonos si vamos a radicar el crédito a lo cual picar en aceptar
- Ahora dar ENTER y ATRÁS, seleccionar SEGUIMIENTO PROCESO DEL CREDITO y picar en SELECCIONAR
- Ingresar el número de documento del asociado y le damos doble ENTER
- Ahora aparece la solicitud de crédito que se radicó, picar sobre la solicitud de crédito y luego picar en la casilla MAPA.

1 Proceso para negación de crédito

- Seleccionar negar crédito y picar en la casilla EJECUTAR
- Aparece el siguiente pantallazo y lo que tenemos que hacer es dar doble ENTER
- Verificar que el crédito este negado ya que los procesos completos el sistema los marca con color AZUL
- Ahora finalizar el proceso seleccionando FINALIZAR CREDITO y picar en EJECUTAR

2 Proceso para aprobar el crédito

- Seleccionar Seguimiento Proceso Del Crédito y posteriormente SELECCIONAR
- Ahora ingresar el número de documento de titular del crédito (ASOCIADO) y dar doble ENTER
- Sale el siguiente un pantallazo en el cual se debe tener en cuenta *la fecha, destino económico y el monto del préstamo* de la solicitud de crédito ya que el ASOCIADO puede tener otro tipo de solicitud vigente con otra línea de crédito y seleccionamos MAPA

- Seleccionar ZONA VERDE y picar en EJECUTAR
- Ahora escribir en observaciones que tipo de aval es como por ejemplo: AVAL DATA, AVAL FENALCO, AVAL ANALISTA, AVAL UNIVERSIDAD según corresponda y posteriormente dar DOBLE ENTER
- Para saber que el proceso se ejecutó correctamente el aplicativo marca las letras de color azul y de color gris los procesos que están pendientes.
- Ahora picar en APOBAR CREDITO y posteriormente en la casilla EJECUTAR
- Ahora colocamos la observación con el destino económico y dar DOBLE ENTER
- Ahora seguir con el siguiente proceso que es CONSTITUIR GARANTIAS y picar en EJECUTAR
- Completar los dos sub-procesos que pide el aplicativo, picar en PAGARE y posteriormente en TRAMITAR, ingresar el número del pagare y picamos donde dice confirmar.
- Seleccionar AVAL FENALCO y picar en TRAMITAR
- Seleccionar DATOS DE APROBACION FENALCO y picar en EJECUTAR
- Ahora seleccionar el signo de interrogación para definir el TIPO DE TITULO
- Seleccionar FENALCO y picar en la casilla SELECCIONAR
- Después ingresar el número de aprobación y por último la persona que aprobó el crédito y le damos DOBLE ENTER
- Ahora picar donde dice CONFIRMAR
- Verificar que los procesos estén ejecutados completamente se puede saber cuándo en la casilla de ESTADO este con el numero 1 frente a cada proceso y posteriormente picar en CONFIRMAR
- Seleccionar VISTO BUENO CREDITO PERFECTO y picar en la casilla EJECUTAR
- En este paso simplemente picar en CONFIRMACION
- Seleccionar GENERAR ACTA DE COMITÉ AUTOMATICA y picamos en EJECUTAR

- En este paso solamente dar DOBLE ENTER
- Seleccionamos LIQUIDACION AUTOMATICA y picar en EJECUTAR
- este paso solamente dar DOBLE ENTER
- Seleccionar IMPRESIÓN DE DCUMENTOS Y EJECUTAR
- Picar en imprimir.

Anexo D. Propuesta

Bogotá, D.C, Junio de 2015

Señores

UDI UNIVERSITARIA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

ATN. ALVARO GIOVANNY VEGA ARCINIEGAS

Bogotá

Apreciados señores:

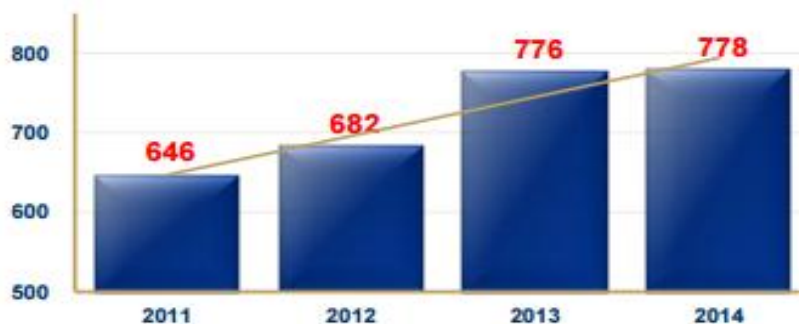
Reciban un cordial saludo. Presentamos a ustedes, nuestro Portafolio de Servicios de Fincomercio crédito educativo, orientado a garantizar el inicio y la continuidad de los jóvenes en sus estudios universitarios.

FINCOMERCIO

Fundada en 1957, desarrollando actividad financiera, los primeros 35 años como Fondo de empleados del Banco del Comercio y desde 1992 como Cooperativa de ahorro y crédito, prestando sus servicios en más de 800 empresas en el país

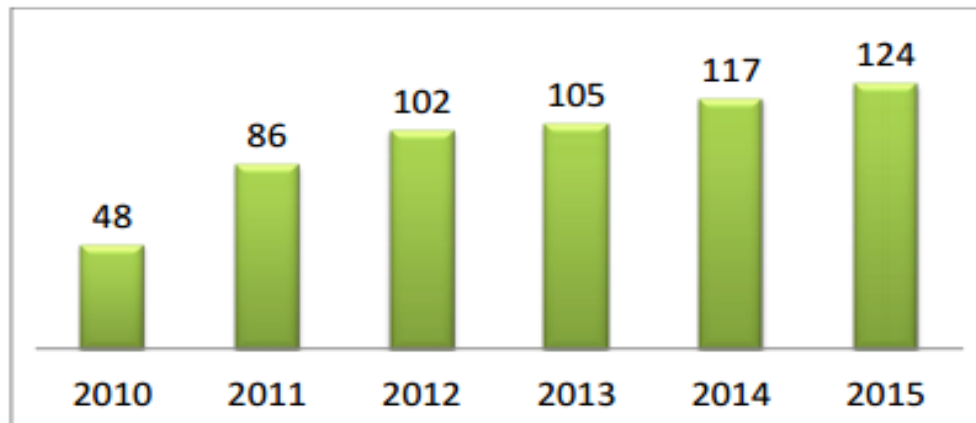
SEGMENTO EMPRESAS

El segmento de empresas abarca más de 750 empresas en todo el país con las cuales no sólo manejamos su fondo de empleados, sino que también hemos establecido convenios para que sus productos y servicios lleguen a todos los asociados de la cooperativa, ayudando de esta forma al crecimiento de éstas.



SEGMENTO UNIVERSITARIO FINCOEDUCAR

La línea de crédito Fincoeducar nació en el año 2002 con la finalidad de financiar el valor de matrículas de pregrado y posgrado a universitarios, actualmente contamos con más de ciento diez (120) Instituciones de Educación Superior en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Boyacá, entre las cuales podemos citar algunas como:





Nuestra línea Crédito es:

LÍNEA DE CRÉDITO DE CORTO PLAZO

- ✓ Cheques Posfechados
- ✓ Pagarés

Condiciones De Cheques Posfechados

- ✓ Plazo : Hasta 6 Cheques – Semestralizado.
Hasta 12 Cheques - Anualizado
- ✓ Contamos con una entidad avaladora
- ✓ Plazo máx. 1er CHQ: Hasta 59 días
- ✓ Plazo mín. 1er CHQ: 30 días hábiles
- ✓ Plazo entre CHQ 30 días
- ✓ Tasa: 1.39% M.V.

Condiciones del Pagaré

- ✓ Plazo: Hasta 6 Cuotas – Semestralizado.
Hasta 12 Cuotas – Anualizado
- ✓ Entidad Avaladora
- ✓ Plazo máx. 1er: Hasta 59 días
- ✓ Plazo mín. 1er: 30 días hábiles
- ✓ Fecha a pactar: 5, 10, 15, 20 de cada mes

- ✓ Plazo entre Cuotas: 30 días
- ✓ Tasa: 1.39% M.V.

Documentos

- ✓ Formulario diligenciado y firmado por el Estudiante y Girador (Cheques y Pagaré).
- ✓ Fotocopia cédula de ciudadanía estudiante y girador (Cheques y Pagaré)
- ✓ Fotocopia Orden de Matricula (Cheques y Pagaré)
- ✓
- ✓ Costo Afiliación para estudiantes **Universidad No convenio**: \$ 36.000

BENEFICIOS PARA LA UNIVERSIDAD

- Garantizar el recaudo oportuno de los dineros provenientes de las matrículas y disminución de procesos operativos
- Ofrecer a los estudiantes opciones de financiación a costos razonables.
- Garantizar la permanencia de los estudiantes en la universidad, mediante el crédito rotativo.
- Acceso al fondo de empleados, con la posibilidad de gozar de los beneficios de la Cooperativa.
- Acceso al Portafolio de Inversión de Renta Fija, por medio de CDAT de excelente rentabilidad y solidez
- Posibilidad de apoyo a eventos realizados por la Universidad

BENEFICIOS PARA EL ESTUDIANTE

- Subsidios educativos hasta 2 SMLV para beneficio de nuestros asociados en carreras técnicas, tecnológicas y profesionales, hasta el año 2013 se han otorgado 4.601 subsidios por un valor de de \$4.087 millones.

- Acceso al Portafolio de Productos, Servicios y Convenios.
- Respuesta Inmediata.
- Especial para pregrados, posgrados, maestrías, cursos y estudios en el exterior.
- Tasa preferencial para asociados con renovación y buen comportamiento de pago.

PROPUESTA POSGRADOS

Fincomercio cuenta con una línea especial para posgrados, en la que el estudiante, cuenta con la posibilidad de poner a mayor plazo sus cuotas, así como recoger cartera para financiar el siguiente módulo de su especialización.

LÍNEA POSGRADOS A CORTO PLAZO

Condiciones

- ✓ **Plazo:** Financiación de **3 a 18** meses.
- ✓ **Tasa:** 1.39% m.v con cobro aval.
- ✓ Plazo máx. 1er: Hasta 60 días
- ✓ Plazo mín. 1er: 30 días
- ✓ Fecha a pactar: 5, 10, 15, 20 de cada mes
- ✓ Plazo entre Cuotas: 30 días
- ✓ **Tiempo de respuesta:** Aprobación inmediata (10 min).

Documentos: Fotocopia de cédula ampliada al 150% estudiante y codeudor (si aplica), orden de matrícula y solicitud de crédito.

- ✓ Personas en un rango de edad entre en 21 y 74 años. Continuidad laboral de mínimo 6 meses.
- ✓ No estar reportado en las centrales de riesgo. El codeudor puede ser familiar o no.
- ✓ Tener capacidad de endeudamiento.

LÍNEA POSGRADOS MEDIANO PLAZO

Condiciones del Pagaré

Plazo: Hasta 24 meses (Empezando a 12 meses y aumentando con cada renovación)

- ✓ Entidad Avaladora: Fincomercio
- ✓ Plazo máx. 1er: Hasta 60 días
- ✓ Plazo mín. 1er: 30 días
- ✓ Fecha a pactar: 5, 10, 15, 20 de cada mes
- ✓ Plazo entre Cuotas: 30 días
- ✓ Tasa: 1.49% M.V.

Documentos

- ✓ Formulario diligenciado y firmado por el Estudiante y Girador (Cheques y Pagaré).
- ✓ Fotocopia cédula de ciudadanía estudiante y girador (Cheques y Pagaré)
- ✓ Fotocopia Orden de Matrícula (Cheques y Pagaré)
- ✓ Soportes de los ingresos del estudiante y girador (Desprendibles de nómina, certificación laboral, certificación de contador (Independientes) y/o extractos bancarios).

Los tiempos de respuesta de la línea de Posgrados están entre 3 y 4 días hábiles.

FACTOR A TENER EN CUENTA EN PAGARE

Se debe bajar los recibos de pagos por la página Web www.fincomercio.com

CONDICIONES PARA EL CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD

Para la firma del Convenio con la Universidad y como parte de nuestro sistema de gestión de Calidad se requiere la presentación de los siguientes documentos:

- ✓ Certificado de existencia legal expedida por el Ministerio de Educación con vigencia no mayor a 30 días.
- ✓ Certificado de la Cámara de Comercio - vigencia no mayor a 90 días.
- ✓ Acuerdo de Servicios (expedido por Fincomercio)
- ✓ Fotocopia del Nit.
- ✓ Estados Financieros actualizados
- ✓ Fotocopia de la cédula del Representante Legal
- ✓ Certificación bancaria – Vigencia no mayor a 30 días

Esperamos que esta información sea de utilidad para ustedes, y que juntos encontremos alternativas para que los estudiantes de la universidad puedan continuar con sus estudios

CONTACTOS COMERCIALES

ERIKA XIMENA ACOSTA
Subgerente Comercial
eriac@fincomercio.com

JAVIER FRANCISCO VILLAMIL
Jefe Gestión Comercial
javvil@fincomercio.com

GREYSY R. NASAYO GUTIERREZ
Ejecutiva de Cuenta
Celular: 3143753780
PBX.3811820 ext. 3250
grenas@fincomercio.com

¡Queremos que su Institución haga parte de nosotros!