



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



Organización certificada bajo: iso 9001 de 2008



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

MODELO DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA QUE PRESTE ASESORIAS AL CLIENTE BANCARIO CON EL OBJETO DE SUPERAR PROBLEMAS FINANCIEROS.

Presentado por
Paola Andrea Hernández León
Álvaro Mauricio Rodríguez Gómez



Planteamiento del problema

SÍNTOMAS

Sobreendeudamiento de entidades gubernamentales y población general, con mayor afectación en su economía.

CAUSAS

Las contingencias financieras generan reacciones de diferentes órganos, que pueden generar medidas con múltiples afectaciones, incluyendo directamente a los ciudadanos.



PRONÓSTICO

La crisis financiera generó mecanismos económicos que llevaron a los ciudadanos a tener una cultura irresponsable de adquirir obligaciones y con ello poner en riesgo su patrimonio.

CONTROL AL PRONÓSTICO

Capacitar de manera adecuada a los consumidores de productos financieros, y de esta manera garantizar su adecuado consumo, con respecto a unas necesidades reales de uso.



Pregunta de Investigación

¿Frente a las condiciones económicas actuales, es necesario y viable considerar un modelo de negocio para el acompañamiento de los deudores financieros, que les permita conocer, prevenir y saldar sus obligaciones ante este tipo de entidades?





Objetivo General y Específicos.

Crear un modelo de negocio en asesorías y soluciones financieras a personas naturales que les permitan tener las herramientas para conocer y resolver sus obligaciones con el sector financiero.



Identificar el mercado objetivo y estrategia comercial a través de la clasificación del cliente, precio, promoción, plaza y producto.



Estructurar Negocio en asesorías y soluciones financieras a partir del modelo Canvas.



Definir el portafolio de servicios para el cliente financiero.



CAPITULO I APROXIMACIÓN AL TEMA DE INVESTIGACIÓN

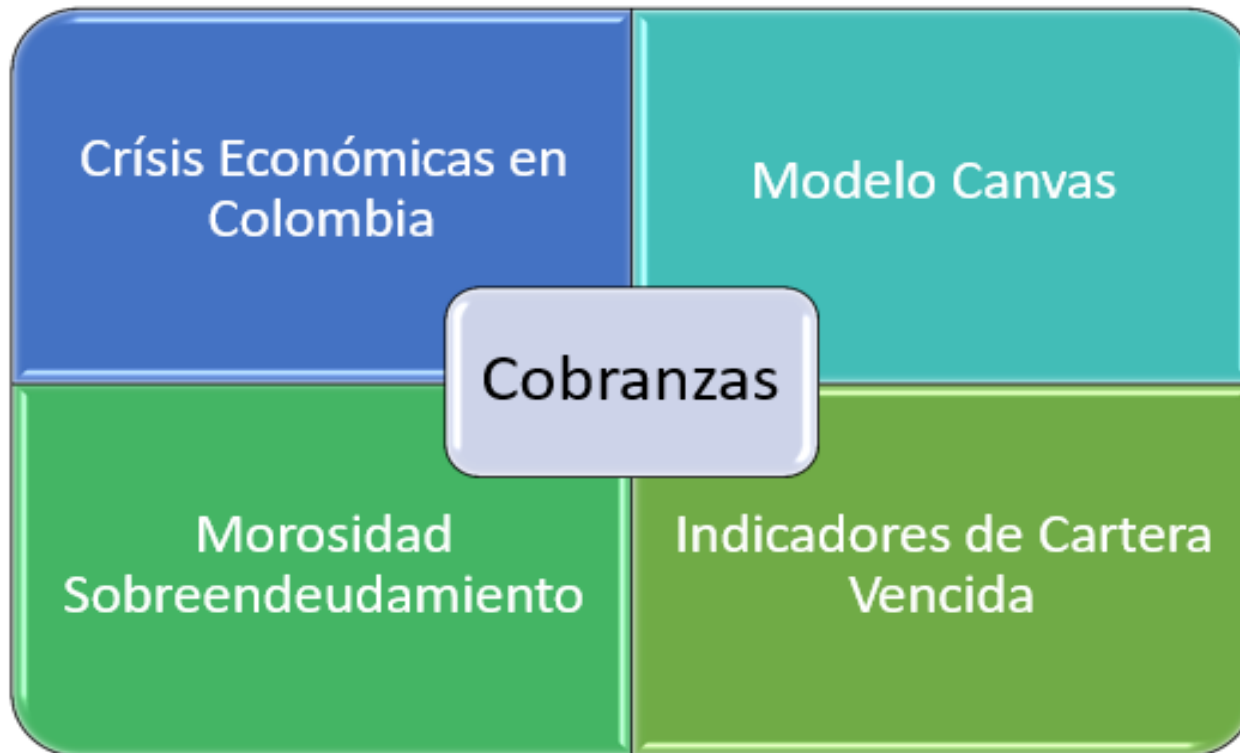
Temas:

- ✓ Marcos de Referencia.
- ✓ Metodología de la investigación.
- ✓ Procesamiento de la información.





MARCO TEÓRICO





MARCO CONCEPTUAL





MARCO LEGAL

Constitución Política de
Colombia

Código Civil
Código del Comercio

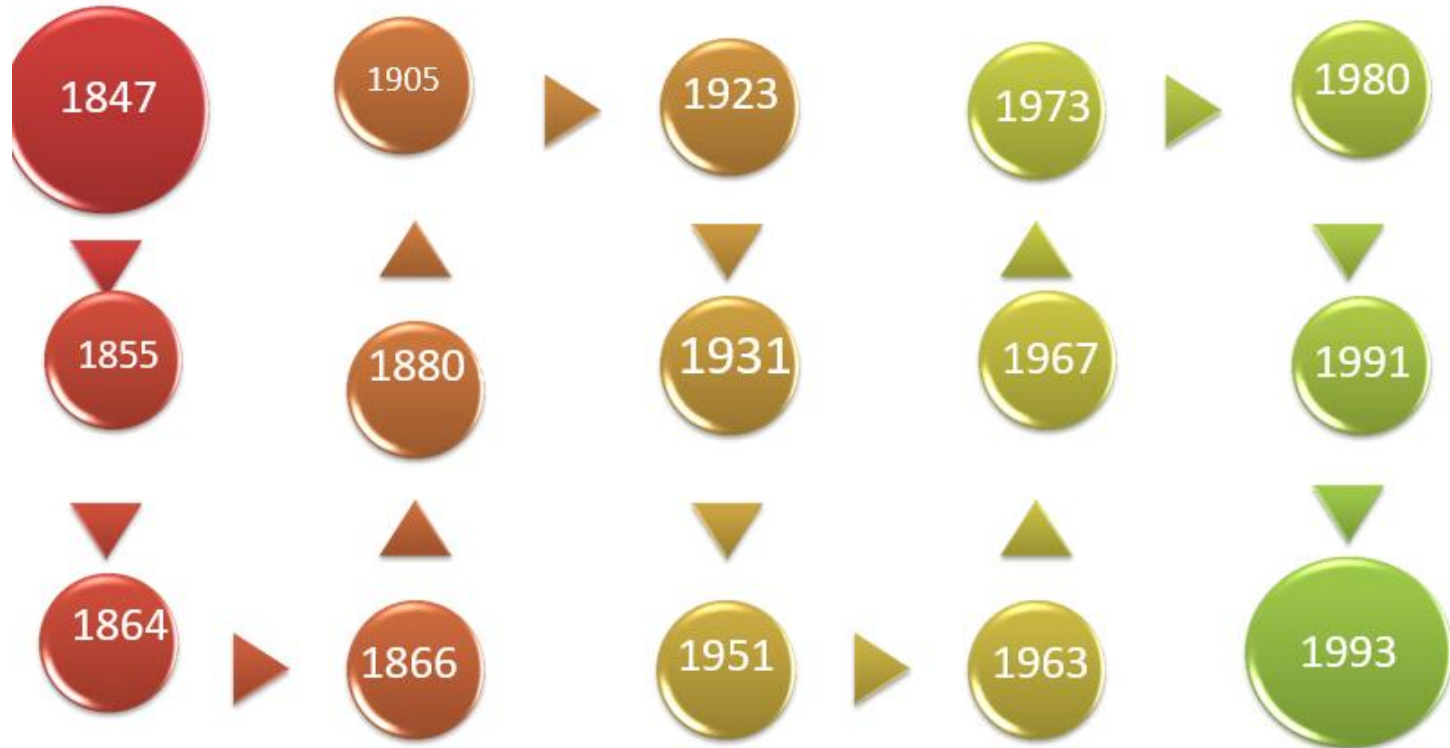
Leyes 590 del 2000, 1380
del 2010 y 146 de 2011.

Circular 042 del 2008





MARCO HISTÓRICO



METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Hipótesis de la investigación

Diseño de la investigación

Tipo de estudio

El tipo de investigación que se utilizará es descriptiva

Los usuarios bancarios no están lo suficientemente informados para determinar si poseen la capacidad para adquirir una obligación financiera.

Actualmente los clientes de productos financieros no cuentan con herramientas apropiadas, para resolver inquietudes y obtener alternativas para afrontar procesos coactivos por morosidad.

Plan sistemático con una serie de instrucciones para que la información que se suministra sea precisa, suficiente, disponible, actual, relevante y así poder generar mayor seguridad en lo que se va a hacer

Diseño Metodológico

Para el caso de esta investigación el diseño es no experimental debido a que es una investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Población y muestra

ICV último trimestre del 2016

Entidad	Octubre	Noviembre	Diciembre
Falabella	6,42%	6,97%	7,24%
BCS	6,82%	6,96%	7,04%
Bancoomeva	6,45%	7,47%	6,75%
Colpatria	5,95%	6,28%	6,52%
Davivienda	5,77%	5,92%	6,19%
Banco Agrario	5,29%	5,67%	5,99%
Banco Finandina	5,74%	5,86%	5,89%
Bancolombia	5,18%	5,17%	5,14%
Citibank	4,80%	4,91%	5,12%
Pichincha	5,12%	5,01%	5,06%
Occidente	4,94%	5,15%	5,04%
Bogotá	4,91%	4,85%	4,85%
BBVA	4,03%	4,38%	4,63%
AV Villas	4,12%	4,29%	4,49%

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2 \cdot 2(p \cdot q)}{e^2 + (z^2 \cdot 2(p \cdot q)) / N}$$

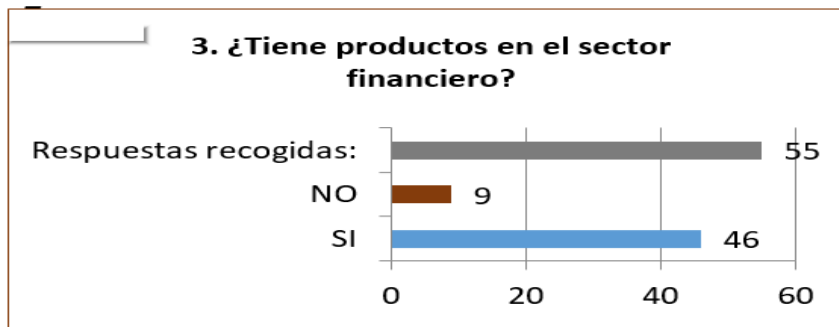
- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza deseado
- p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
- q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e= Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la población

El resultado que arrojó la ecuación de acuerdo con margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90% y una población de 351 la muestra es de 55 personas que serán consultadas a partir de las siguientes preguntas:

- i. ¿Usted tiene productos de consumo con el sector financiero?
- ii. ¿Ha incurrido alguna vez en mora?
- iii. ¿Se ha sentido vulnerable frente a una gestión de cobro?
- iiii. ¿Ha realizado alguna vez una planeación financiera?
- v. ¿Alguna vez se ha sobreendeudado?
- vi. ¿Ha tenido reportes negativos en centrales de riesgo?
- vii. ¿Le gustaría que una entidad le asesorara para a resolver sus deudas?
- viii. ¿Usted invertiría en una asesoría y acompañamiento para resolver sus deudas?

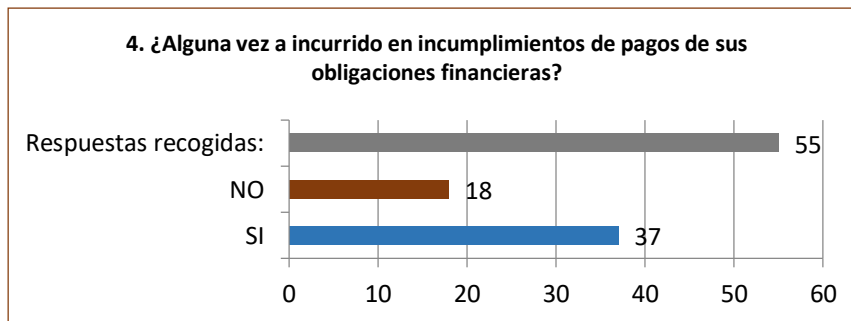
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- ¿ Tiene productos en el sector financiero?



El 86,3% de los encuestados indicó tener productos en el sector financiero, el 9% no. Total participantes 55.

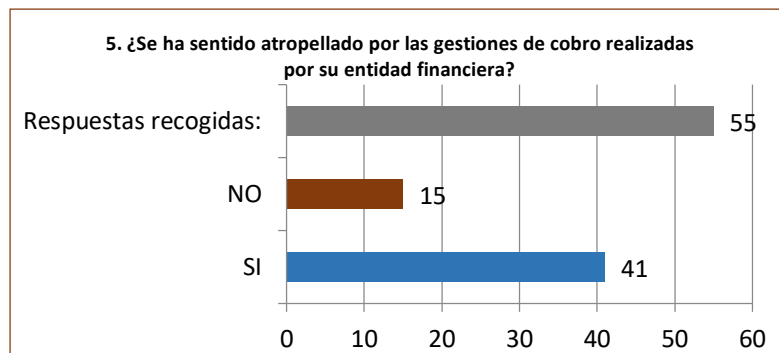
- ¿ Alguna vez a incurrido en incumplimientos de pagos de sus obligaciones financieras?



El 67,2% de los encuestados indicó haber incumplido alguna vez el pago de una obligación financiera

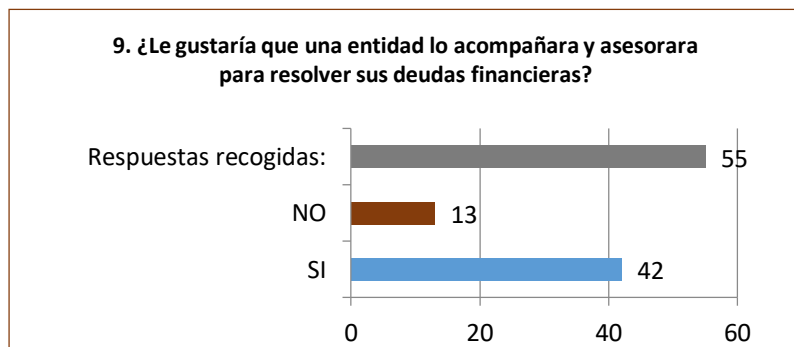
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- ¿ Se ha sentido atropellado por las gestiones de cobro realizadas por su entidad financiera?



El 74,5% de los encuestados manifestó haberse sentido maltratado por gestiones de cobro por parte de alguna entidad financiera.

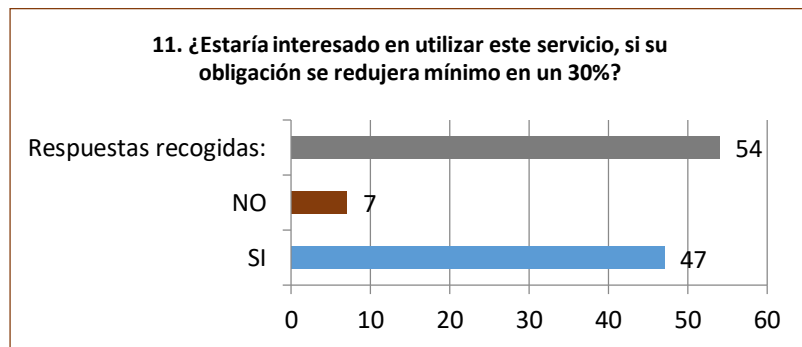
- ¿Le gustaría que una entidad lo acompañara u asesorara para resolver sus deudas financieras?



El 76,3 % manifestó interés en tener una entidad que asesore y resuelva sus obligaciones

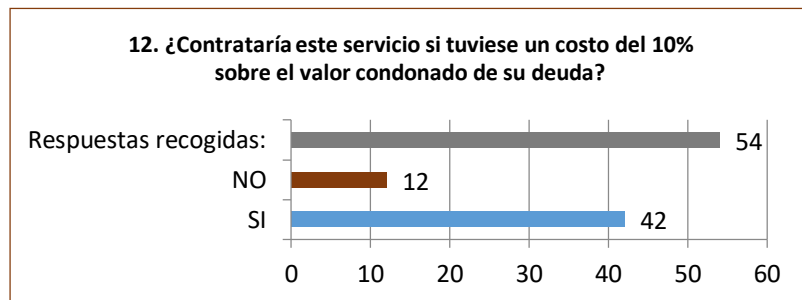
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- ¿ Estaría interesado en utilizar este servicio, si su obligación se redujera mínimo en un 30%.



El 87 % manifestó estar dispuesto a pagar el servicio si la obligación se redujera en un 30%

- ¿ Contrataría este servicio si tuviese un costo del 10% sobre el valor condonado de deuda?



El 77,7 % manifestó estar dispuesto a pagar el 10% del valor condonado



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

CAPITULO II

IDENTIFICAR EL MERCADO OBJETIVO Y ESTRATEGIA COMERCIAL
A TRAVÉS DE LA CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE, PRECIO,
PROMOCIÓN, PLAZA Y PRODUCTO.

|





Temas:

- ✓ Elementos de la planeación estratégica.
- ✓ Análisis Matriz DOFA.
- ✓ Análisis de competitividad.
- ✓ Cadena de Valor.
- ✓ Diamante Porter.
- ✓ Análisis Geográfico.
- ✓ Análisis Legal.
- ✓ Responsabilidad Social Empresarial.
- ✓ Identificación corporativa.





VISIÓN DE SIN DEUDAS S.A.S.

“En el 2025 ser reconocida como la empresa Colombiana líder en el sector, ofreciendo a nuestros clientes calidad en el servicios, confiabilidad e innovación, generando un valor económico y social sostenible, con un equipo de colaboradores comprometidos y responsables”.

Sin Deudas

S.A.S.



ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

MISIÓN	OBJETIVOS GENERALES O ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Dar a nuestros clientes asesoría, acompañamiento y seguimiento en el proceso de saldar sus obligaciones con el sector financiero a través de lazos de confianza, seguridad y credibilidad con colaboradores idóneos y comprometidos con la sociedad	Desarrollar el mercado de las soluciones jurídicas, enfocado a la recuperación de la situación crediticia de los clientes-deudores	Intensificar la presencia comercial
		Constituir alianzas con entidades financieras para capturar clientes
	Desarrollar herramientas tecnológicas que hagan simple y eficiente el proceso	Identificar el benchmark del mercado
		Consolidar un equipo de trabajo en TI, como área clave
	Proteger y salvaguardar la información de clientes y proveedores	Obtener la certificación ISO 27001
		Desarrollar procesos internos que garanticen la protección de datos



VALORES CORPORATIVOS

- ✓ **Confianza:** Ofrecer seguridad a nuestros clientes que todos los procesos e información esta brindada por la honestidad y el conocimiento.
- ✓ **Respeto:** Ser receptivos con sus emociones, entender su situación y lograr establecer lazos de honestidad y apoyo con nuestros clientes.
- ✓ **Credibilidad:** Demostrar con hechos y datos que tenemos el conocimiento, la experticia, la seguridad y en la experiencia para poder satisfacer las necesidades de nuestros.
- ✓ **Inclusión:** Por una Colombia justa y equitativa.
- ✓ **Compromiso con el desarrollo humano:** Nuestro principal activo son las personas.
- ✓ **Innovación:** Compromiso de estar actualizándonos y capacitándonos en nuevos procesos tecnológicos, jurídicos y operativos para hacer más fáciles y eficientes nuestros procesos.



MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA			
ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Conocimiento Operativo	Bajo reconocimiento en el mercado	Desarrollo de un mercado novedoso en Colombia	Sustracción de información de clientes y proveedores
Conocimiento Jurídico	Niveles de Confianza de los deudores	Alianzas con instituciones financieras	Los altos niveles de desempleo existentes en Colombia
Capacidad Cubrimiento del territorio Nacional a Bajo costo	Bajo Nivel de seguridad de la Información	Fortalecimiento de una cultura de planeación financiera	Entrada de nuevos competidores
Tele trabajo como practica de operación a bajo Costo	Costo de Intermediación	Tecnología disponible	Incumplimientos de los acuerdos establecidos con los clientes

Las estrategias de que se establecieron fueron las siguientes:

- i. Estrategia FO: Establecer alianzas con entidades financieras.
- ii. Estrategia FA: Desarrollo de una campaña Nacional que permita la penetración del mercado Nacional de Forma Simple, novedosa y efectiva.
- iii. Estrategia DO: Diseñar políticas de seguridad de la información que permitan el uso de las tecnologías disponibles.
- iv. Estrategia DA: Diseñar procesos de recuperación efectivos.

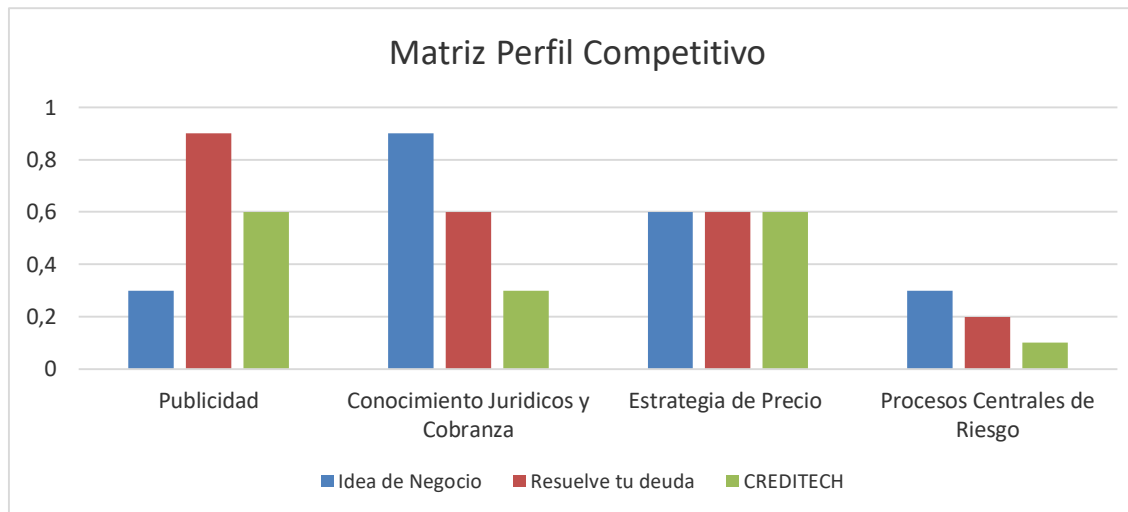
CADENA DE VALOR



DIAMANTE DE PORTER

PERFIL COMPETITIVO	Hostil	Nada	Poco	Medio	Alto	Muy Alto	Favorable
Rivalidad empresas del sector							
- Crecimiento	Lento				x		Rápido
- Naturaleza de los competidores	Muchos				X		Pocos
- Exceso de capacidad productiva	Si			X			No
- Rentabilidad media del sector	Baja			x			Alta
- Diferenciación del producto	Escasa					x	Elevada
- Barreras de salida	Bajas		x				Altas
Barreras de Entrada							
- Economías de escala	No		x				Si
- Necesidad de capital	Bajas		x				Altas
- Acceso a la tecnología	Fácil	x					Difícil
- Reglamentos o leyes limitativos	No					x	Si
- Trámites burocráticos	No			x			Si
- Reacción esperada actuales competidores	Escasa		x				Enérgica
Poder de los Clientes							
- Número de clientes	Pocos			x			Muchos
- Posibilidad de integración ascendente	Pequeña		x				Grande
- Rentabilidad de los clientes	Baja			X			Alta
- Coste de cambio de proveedor para cliente	Bajo		x				Alto
Productos sustitutos							
- Disponibilidad de Productos Sustitutos	Grande			x			Pequeña
CONCLUSIÓN	> La situación actual del mercado es favorable a la empresa.						Total 46

ANÁLISIS COMPETITIVO



Factores de Éxito	Valor (Peso)	Idea de Negocio		Resuelve tu deuda		CREDITECH	
		Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
Publicidad	0,3	1	0,3	3	0,9	2	0,6
Conocimiento Jurídicos y Cobranza	0,3	3	0,9	2	0,6	1	0,3
Estrategia de Precio	0,3	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Procesos Centrales de Riesgo	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1



ANÁLISIS GEOGRÁFICO

La ubicación seleccionada para establecer las oficinas de la compañía *sin deudas S.A.S.* es el edificio de la bolsa de valores, ubicado en el barrio Granahorrar.

Ese sector cuenta con una amplia concurrencia financiera y empresarial, es de fácil acceso para personas de distintos sectores de la capital, con varias vías y rutas, buscando de esta manera ser más accesibles para personas de todos los estratos de la ciudad.



ANÁLISIS LEGAL

Teniendo en cuenta las diferentes opciones para constituir la compañía se seleccionó la modalidad de Sociedad Anónima Simplificada, para describir algunas ventajas al respecto:

Las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S. son un modelo legal para la constitución de personas jurídicas, que tuvo su origen en la Ley 1258 del 05 de diciembre de 2008; ésta Ley opera de forma independiente, puesto que no introdujo ninguna modificación en el Código de Comercio.





RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- ✓ Será ofrecerse trimestralmente la vinculación de un cliente que será atendido con las mismas condiciones que los demás, solo que el servicio se prestará de forma gratuita.
- ✓ Una segunda actividad, será destinar el 5% de la caja generada anualmente para ser donada y destinada a proyectos con el cuidado animal.
- ✓ Una tercer actividad será la implementación de políticas de reciclaje y cuidado del medio ambiente.
- ✓ La construcción de procedimientos alrededor de prácticas anticorrupción (selección idónea de abogados, un canal de ética e implementación de políticas que permitan cumplir este fin).





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

CAPITULO III

ESTRUCTURAR MODELO DE NEGOCIO EN ASESORÍAS Y SOLUCIONES FINANCIERAS A PARTIR DEL MODELO CANVAS

|





Temas:

- ✓ Segmentación de Clientes.
- ✓ Propuesta de Valor.
- ✓ Canales
- ✓ Relación con los clientes.
- ✓ Recursos Claves.
- ✓ Actividades Claves.
- ✓ Socios Claves.
- ✓ Fuentes de Ingresos.
- ✓ Estructura de Costos.
- ✓ Punto de Equilibrio





SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

El mercado objetivo de sin deudas S.A.S va enfocado a los clientes del sector financiero que se encuentren en mora y tengan ánimo y condición de solventar sus obligaciones.

Rangos De Obligaciones:

RANGOS DE OBLIGACIÓN
ENTRE 1 MM-5MM
ENTRE 5 MM-10 MM
ENTRE 10MM -50MM
MAYORES 50 MM

Edades de Moras

EDADES DE MORA
ENTRE 31-60 DIAS
ENTRE 61-90 DIAS
ENTRE 91-180 DIAS
CASTIGOS

Condición Judicial

Judicializado
No judicializado

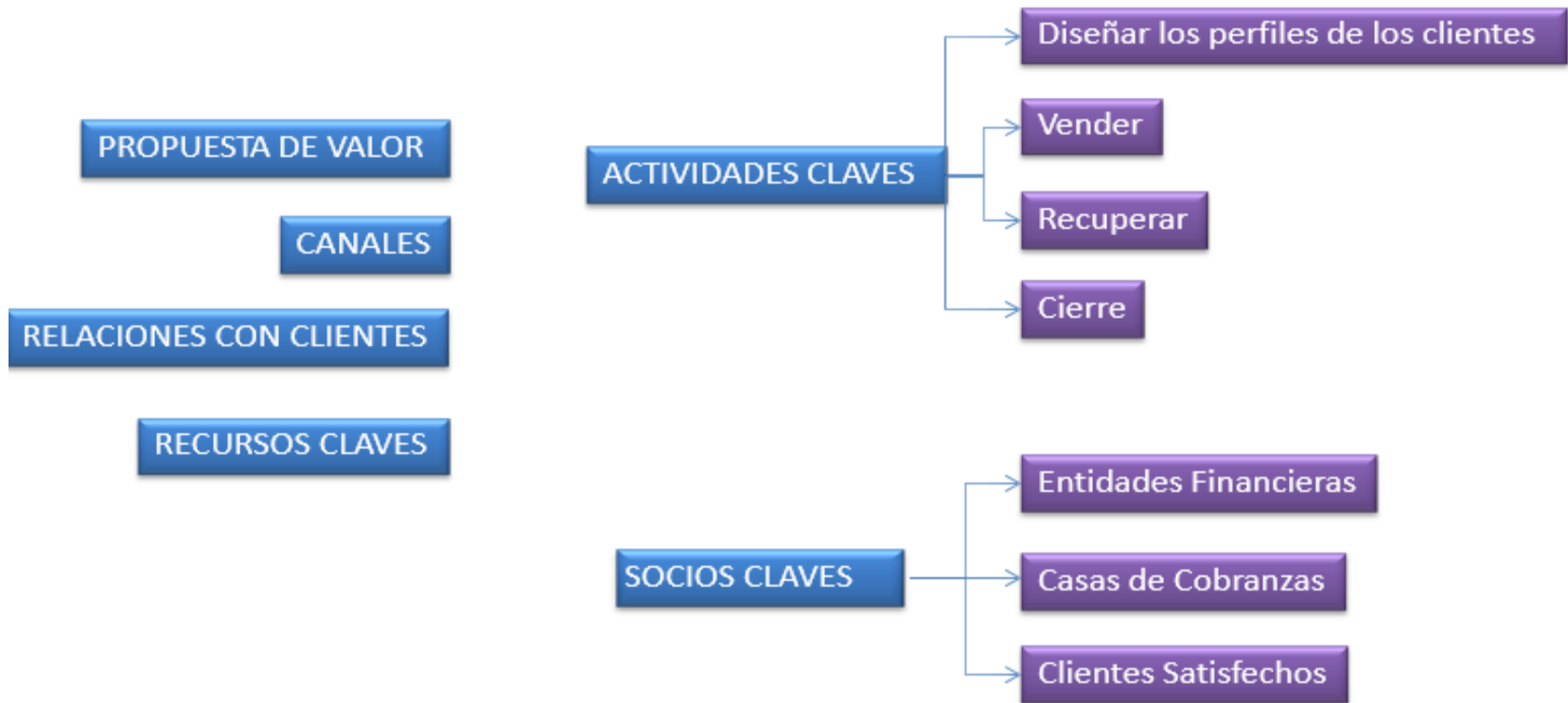
Plazo

De contado
Cuotas





SEGMENTACIÓN





FUENTES DE INGRESOS

Perfilación de Clientes

Distribución de Clientes (%)			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rangos de mora	Judicialización	Modalidad Pago	100%	100%	100%	100%	100%
31-60	No	De contado	0%	0%	0%	0%	0%
		A cuotas	2%	1%	1%	2%	1%
61-90	No	De contado	1%	1%	2%	2%	1%
		A cuotas	5%	10%	3%	5%	3%
91-180	Si	De contado	15%	16%	20%	12%	15%
		A cuotas	2%	1%	1%	2%	2%
	No	De contado	11%	13%	11%	10%	10%
		A cuotas	5%	6%	3%	8%	5%
> 180	Si	De contado	29%	30%	30%	25%	30%
		A cuotas	3%	2%	5%	5%	5%
	No	De contado	22%	16%	15%	24%	22%
		A cuotas	5%	4%	9%	5%	6%



FUENTES DE INGRESOS

Tarifa Promedio

Capital Involucrado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rango de la obligación promedio (COP)	3.825.000	4.775.000	6.228.125	7.062.500	8.368.750
31-60	625.000	625.000	625.000	625.000	625.000
61-90	625.000	625.000	937.500	1.250.000	1.562.500
91-180	2.500.000	3.750.000	5.000.000	5.625.000	6.250.000
> 180	5.000.000	6.250.000	7.500.000	8.750.000	10.000.000

Tarifa (% del Capital)			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tarifa promedio			570.625	678.906	880.672	1.051.438	1.249.156
31-60	No	De contado	\$ -				
		A cuotas	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500
61-90	No	De contado	\$ 46.875	\$ 46.875	\$ 70.313	\$ 93.750	\$ 117.188
		A cuotas	\$ 53.125	\$ 53.125	\$ 79.688	\$ 106.250	\$ 132.813
91-180	Si	De contado	\$ 400.000	\$ 600.000	\$ 800.000	\$ 900.000	\$ 1.000.000
		A cuotas	\$ 500.000	\$ 750.000	\$ 1.000.000	\$ 1.125.000	\$ 1.250.000
	No	De contado	\$ 225.000	\$ 337.500	\$ 450.000	\$ 506.250	\$ 562.500
		A cuotas	\$ 275.000	\$ 412.500	\$ 550.000	\$ 618.750	\$ 687.500
> 180	Si	De contado	\$ 1.000.000	\$ 1.250.000	\$ 1.500.000	\$ 1.750.000	\$ 2.000.000
		A cuotas	\$ 1.100.000	\$ 1.375.000	\$ 1.650.000	\$ 1.925.000	\$ 2.200.000
	No	De contado	\$ 600.000	\$ 750.000	\$ 900.000	\$ 1.050.000	\$ 1.200.000
		A cuotas	\$ 700.000	\$ 875.000	\$ 1.050.000	\$ 1.225.000	\$ 1.400.000





ESTRUCTURA DE COSTOS

Gastos (COP)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor de crecimiento		7%	8%	11%	11%
Tipo de Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina	90.000.000	99.000.000	109.890.000	121.977.900	142.714.143
Salario - mes	2.500.000	2.200.000	2.442.000	2.710.620	3.171.425
Factor prestacional - mes	1.250.000	1.100.000	1.221.000	1.355.310	1.585.713
Cantidad de abogados	2	3	3	3	3
Comunicaciones	2.520.000	2.696.400	2.993.004	3.322.234	3.887.014
Telefonía Fija - mes	50.000	53.500	59.385	65.917	77.123
Celular - mes	100.000	107.000	118.770	131.835	154.247
Internet - mes	60.000	64.200	71.262	79.101	92.548
Honorarios (Serv Prof)	6.750.000	7.425.000	8.241.750	9.148.343	10.703.561
Jurídicos anual	4.500.000	4.950.000	5.494.500	6.098.895	7.135.707
Sistemas anual	2.250.000	2.475.000	2.747.250	3.049.448	3.567.854
Servicios	9.300.000	9.951.000	11.045.610	12.260.627	14.344.934
Administrativos - anual	1.500.000	1.605.000	1.781.550	1.977.521	2.313.699
Viajes - anual	3.000.000	3.210.000	3.563.100	3.955.041	4.627.398
Servicios - anual	1.800.000	1.926.000	2.137.860	2.373.025	2.776.439
Repres / Rod - anual	3.000.000	3.210.000	3.563.100	3.955.041	4.627.398
Oficinas	2.200.000	2.354.000	2.612.940	2.900.363	3.393.425
Arriendo	1.800.000	1.926.000	2.137.860	2.373.025	2.776.439
Administración oficina	200.000	214.000	237.540	263.669	308.493
Otros gastos	200.000	214.000	237.540	263.669	308.493



ESTADO DE RESULTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	MM COP	117.468.688	138.116.873	165.269.275	180.426.963	224.970.529
			17,58%	19,66%	9,17%	24,69%
No clientes	No.	155	175	190	205	220
			12,90%	8,57%	7,89%	7,32%
Clientes/Abg/mes	No.	7	6	7	7	8
			-14,29%	16,67%	0,00%	14,29%
Tarifa promedio	MM COP	797.750	839.616	955.866	967.178	1.148.981
			5,25%	13,85%	1,18%	18,80%
% de no pagos	%	5%	6%	9%	9%	11%
COSTO DE VENTAS	MM cop	115.459.081	133.109.731	156.123.483	171.181.714	209.992.293
			15,29%	17,29%	9,65%	22,67%
Nomina	MM COP	90.000.000	99.000.000	109.890.000	121.977.900	142.714.143
	%	77%	71,68%	66,49%	67,61%	63,44%
Comunicaciones	MM COP	2.520.000	2.696.400	2.993.004	3.322.234	3.887.014
	%	2%	1,95%	1,81%	1,84%	1,73%
Honorarios	MM COP	6.750.000	7.425.000	8.241.750	9.148.343	10.703.561
	%	6%	5,38%	4,99%	5,07%	4,76%
Servicios	MM COP	9.300.000	9.951.000	11.045.610	12.260.627	14.344.934
	%	8%	7,20%	6,68%	6,80%	6,38%
Oficinas	MM COP	2.200.000	2.354.000	2.612.940	2.900.363	3.393.425
		2%	1,70%	1,58%	1,61%	1,51%
Impuestos	MM COP	4.689.081	11.683.331	21.340.179	21.572.247	34.949.216
		30%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%
UTILIDAD BRUTA	MM cop	2.009.606	5.007.142	9.145.791	9.245.249	14.978.236





PUNTO DE EQUILIBRIO

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	MM COP	110.770.000	121.426.400	134.783.304	149.609.467	175.043.077
			9,62%	11,00%	11,00%	17,00%
No clientes	No.	146	154	155	170	171
			5,26%	0,71%	9,70%	0,70%
Clientes/Abg/mes	No.	7	6	6	6	6
			-14,29%	0,00%	0,00%	0,00%
Tarifa promedio	MM COP	797.750	839.616	955.866	967.178	1.148.981
			5,25%	13,85%	1,18%	18,80%
% de no pagos	%	5%	6%	9%	9%	11%
COSTO DE VENTAS	MM cop	110.770.000	121.426.400	134.783.304	149.609.467	175.043.077
			9,62%	11,00%	11,00%	17,00%
Nomina	MM COP	90.000.000	99.000.000	109.890.000	121.977.900	142.714.143
	%	81%	81,53%	81,53%	81,53%	81,53%
Comunicaciones	MM COP	2.520.000	2.696.400	2.993.004	3.322.234	3.887.014
	%	2%	2,22%	2,22%	2,22%	2,22%
Honorarios	MM COP	6.750.000	7.425.000	8.241.750	9.148.343	10.703.561
	%	6%	6,11%	6,11%	6,11%	6,11%
Servicios	MM COP	9.300.000	9.951.000	11.045.610	12.260.627	14.344.934
	%	8%	8,20%	8,20%	8,20%	8,20%
Oficinas	MM COP	2.200.000	2.354.000	2.612.940	2.900.363	3.393.425
		2%	1,94%	1,94%	1,94%	1,94%
Impuestos	MM COP	- 0	- 0	- 0	- 0	- 0
		30%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%
UTILIDAD BRUTA	MM cop	-	-	-	-	-





CONCLUSIONES

Como resultado de las encuestas realizadas, se observó que el 67% de las personas encuestadas han incurrido en mora y que el 85% estarían dispuestos a pagar un servicio de asesorías y acompañamiento financiero, si con ello obtienen algún beneficio en el momento de conciliar con las entidades bancarias.

Se identificó que la estructuración de Sin deudas S.A.S a través del modelo Canvas fue la forma adecuada para analizar la viabilidad del negocio, ya que a través de los 9 módulos se pudo concluir cuáles son los factores internos y externos que influyen en el modelo.

Con respecto a la matriz de perfil competitivo, se pudo determinar que frente a las otras dos reparadoras de crédito identificadas en Colombia, Sin deudas S.A.S, es altamente competitiva en conocimientos jurídicos y en cobranzas, debiendo mejorar en procesos de publicidad, por tal motivo ya se creó una página web y adicional en el presupuesto se incluyó un ítem de gastos para el manejo de redes sociales y todo lo relacionado con publicidad.





CONCLUSIONES

Se observó en toda la investigación que para generar una mayor aceptación y credibilidad en el consumidor, es necesario la implementación de una planta física, por tal motivo se escogió como domicilio principal el edificio de la bolsa de valores, ya que su ubicación es estratégica, es de fácil acceso y es punto central de Bogotá.

En referencia, a la responsabilidad social empresarial se adoptaran los 4 principios del pacto global y ya fueron determinadas las primeras actividades para cumplir con este fin.

En el modelo económico y financiero de Sin deudas S.A.S se determinó que la fuente de ingresos se realizará a través de una perfilación de clientes de acuerdo con las edades de moras, los rango de obligación y si se encuentra judicializado o no y de acuerdo con estos parámetros, se determinará la tarifa de honorarios. Los clientes que su rango de mora sea menor a \$1.000.000 no aplicaran.



CONCLUSIONES

Se determinó que el punto de equilibrio con dos abogados de planta para el primer año será de 146 clientes con una tarifa promedio de \$797.750, así mismo se estableció que la tasa de crecimiento para los primeros 5 años, será de un 10% aproximadamente por año.

La representación de cada cliente ante las entidades financieras se realizará a través de un contrato de mandato, que incluirá la negociación de las deudas, representación en procesos jurídicos si fuese necesario, la intermediación de la gestión de cobro y proceso de cambio de novedades ante las centrales de riesgo.

Aportes o recomendaciones

Tener muy presentes los objetivos, la misión y visión de la compañía, la base del éxito financiero se basa en el cumplimiento de la propuesta de valor para los clientes.

La atención integral será revisada y evaluada en cada proceso realizado.

Cada caso deberá ser documentado y registrado para compartir con los futuros clientes transparentemente los éxitos logrados.



BIBLIOGRAFÍA

<http://www.derecho.com/c/Acreedor>, n.d.

<http://www.economiasimple.net/glosario/deudor>, n.d.

http://www.edufinet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1727&Itemid=178, n.d.

<http://www.eumed.net/ce/2009b/jcgp3.htm>, n.d.

<http://www.expansion.com/diccionario-economico/solvencia.html>, n.d.

<http://www.finanzaspersonales.com.co/credito/articulo/que-centrales-riesgo-para-que-sirven/51380>, n.d.

http://www.observatorioabaco.es/post_observatorio/tasa-de-morosidad-2, n.d.

Isolve, M., 2002. Historia de la ciencia y la tecnología/ History of Science and Technology. Editorial Limusa S.A. De C.V.

Kelsen, H., 1973. Teoría pura del derecho: introducción a la ciencia del derecho, Temas (Editorial Universitaria de Buenos Aires): Derecho. EUDEBA.

Lockhart, J., Schwartz, S.B., 1992. América Latina en la Edad Moderna, Akal Universitaria. Ediciones Akal.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Cao, L.V., 2013a. Generación de modelos de negocio, Sin colección. Grupo Planeta.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Clark, T., Cao, L.V., 2013b. Tu modelo de negocio, Sin colección. Grupo Planeta.

Torres, J.O., 1978. Constitución política de Colombia, Códigos de bolsillo Temis. Ed. Temis. Superintendencia Financiera de Colombia.,2016. Actualidad del sistema financiero en Colombia.

Castro, M., 2013. Fundamentos de Derecho De Los Negocios Para No Abogados. Universidad de los Andes.

1991, C.C.P., n.d. Nueva Constitución Política de Colombia.

Arjona, C.L.L., 2009. Marketing Y Gestión de la Calidad Turística. Liber Factory.

Aznar, V.E.M., 2005. Estrategias de Cobranza en Época de Crisis, Colección PYMES. Ediciones Fiscales ISEF.

Colombia. Leyes, etc, Decretos, 1988. Código Civil Colombiano: con jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia y Legislación Complementaria. Printer Colombiana.

Colombia, Ramírez, J.L., 1982. Código de comercio. Librería Jurídicas Wilches.

de Olive, P.M., Pelegrin, S.L., 1843. Diccionario de sinónimos de la lengua castellana. Imp. de I. Boix.

Herrero, J.P., 2007. El sistema jurídico ático clásico, Monografías de derecho romano. Dykinson.

<http://carteravencida.com.mx/>, n.d.

<http://creditoscobranzasdinero.blogspot.com.co/2010/01/cobranzayprincipiosgenerales.html>, n.d.

<http://cristiancamilobarreto.blogspot.com.co/2010/06/indicadores-de-endeudamiento.html>, n.d.

<http://definicion.de/modelo-de-negocio/>, n.d.

<https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name...ce048...>, n.d.

<http://www.abanfin.com/?tit=segmentacion-de-mercados-financieros&name=Glosario&op=content&tid=547>, n.d.





UNIVERSIDAD La Gran Colombia

Fundada en 1951



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification

NºCO 23957

