



**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA RECOLECCION DE DOCUMENTOS EN
EL AREA COMERCIAL DE LA HIPOTECARIA COMPAÑÍA DE
FINANCIAMIENTO S.A**

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

VANESSA MORENO OCAMPO

PRACTICAS PROFESIONALES

PLAN DE MEJORA

BOGOTA

2020

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA RECOLECCION DE DOCUMENTOS EN
EL AREA COMERCIAL DE LA HIPOTECARIA COMPAÑÍA DE
FINANCIAMIENTO S.A**

VANESSA MORENO OCAMPO

PRACTICAS PROFESIONALES

BOGOTA

2020

Resumen

El presente proyecto refleja las necesidades y las debilidades, así como el estudio de la organización y posibles puntos de mejora de la Hipotecaria Compañía de Financiamiento en el área comercial, la cual es la encargada de mantener el funcionamiento total de la entidad por ende es importante reconocer, estudiar y satisfacer las necesidades del cliente de una manera rápida, fácil y sencilla como lo indica la misión de la compañía. Se llevará a cabo un análisis completo del rendimiento en cuanto a la documentación requerida para el inicio de estudio de crédito Hipotecario, con el fin de optimizar los tiempos de respuesta y la calidad de estructuración y radicación de los créditos, por ende, se plantea la implementación de plataformas que permitan a nuestros clientes cargar todos sus documentos de una manera eficaz, mejorando así la calidad de los procesos y la demora por falta de documentos. Aplicando este proceso ayudamos no solo al área comercial; el área de crédito tendrá un impacto mayor puesto que son los encargados de validar y verificar los documentos para así dar una respuesta de crédito a nuestros clientes de esta manera garantizaremos un mejor servicio de calidad en la Hipotecaria Compañía de Financiamiento S.A.

Adicional a lo anterior, se proyecta la implementación de avances tecnológicos, para facilitar los procesos y que los clientes se sientan más cómodos y confiables para realizar el proceso de créditos hipotecarios con nuestra entidad y a su vez mejorar la captación de clientes, ya que la meta de la compañía es tener una radicación de documentos rápido y limpia, evitando atrasos y mejorando los tiempos de respuesta.

Agradecimiento

A lo largo de este camino el cual me ha enseñado a seguir luchando por mis sueños, esforzándome para conseguir mis metas planeadas tiempo atrás, el cual, una de ella siempre ha sido ser profesional, por ende, agradezco primeramente a Dios el cual me ha regalado la vida y me ha dado oportunidades para seguir progresando, de igual manera a mis padres los cuales han sido un gran apoyo en este recorrido. Mi madre quien siempre se ha esforzado en darme todo el apoyo moral que he necesitado; Mi padre que siempre ha estado apoyándome, guiándome, a pesar de la distancia.

También quiero agradecer a Mi abuelita, quien fue el pilar en mi vida y quien siempre me impulso en seguir adelante, aunque Dios decidió llevarla a descansar sé que está orgullosa de este gran paso. Adicionalmente agradezco a mi Tío German y mi Tía Marina quienes siempre tuvieron disposición para ayudarme en lo que fuera necesario.

Y por último agradezco a la Universidad Santo Tomas, profesores y colegas quienes compartieron todo su conocimiento y herramientas para ayudarme a crecer tanto personal como profesional.

Introducción

Este proyecto tiene como enfoque la implementación de las herramientas digitales creando una plataforma la cual permita a los usuarios de la Hipotecaria Compañía de Financiamiento realizar su solicitud de una manera mucho más rápida y confiable. Desarrollando una plataforma la cual permita a nuestros clientes suministrar los documentos solicitados por la entidad para su respectivo análisis, es importante resaltar los tiempos de respuesta , los cuales son de tres a cinco días hábiles, pero en algunos casos se alteran por las demoras por parte de nuestros clientes en suministrar todos los documentos y que a su vez estén legibles; esto muchas veces puede tardar más de una semana o en casos extremos más de quince días , generando demoras en el área de comercial y en el área de crédito.

Adicional a lo anterior, se busca la manera de implementar opciones para reducir estas demoras que genera una mala imagen para la compañía y su vez pérdidas financieras, el objetivo principal es fortalecer los procesos en estas dos áreas con ayuda de este sistema, y de así cumplir con los tiempos establecidos en los indicadores de análisis y brindando comodidad y rapidez en nuestros procesos internos.

Índice

PARTE II

1.1 Empresa

1.1.1 Misión

1.1.2 Visión

1.1.3 Valores

1.1.3.1 Mejoramiento Continuo

1.1.3.2 Sentido de Urgencia

1.1.3.3 Positivismos y Perseverancia

1.1.3.4 Honestidad y Transparencia

1.1.2 Ubicación Geográfica

Panamá

Salvador

Colombia

1.1.3 Estructura Organizativa

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

1.1.4.1 Análisis DOFA

1.1.4.1 Fortalezas

1.1.4.2 Oportunidades

1.1.4.3 Debilidades

1.1.4.4 Amenazas

PARTE III

2.1 Planteamiento Plan de mejora para las prácticas profesionales

2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances

2.3 Objetivo General

2.3.1 Objetivos Específicos

PARTE IV

3.1 Propuesta plan de mejora

3.2 Conclusiones

3.3 Bibliografía

3.4 Anexos

PARTE V

4.1 Seguimiento prácticas profesionales

4.1.1 Cumplimiento de objetivos

4.1.1.1 Ciclo 1

4.1.1.2 Ciclo 2

4.1.1.3 Ciclo 3

4.1.1.4 Ciclo 4

EMPRESA

La Hipotecaria Compañía de Financiamiento

Quiénes somos

La Hipotecaria es la única institución en Latinoamérica que se especializa exclusivamente en la administración de préstamos hipotecarios con una comprobada capacidad de titularizar sus créditos hipotecarios, La compañía ha establecido su reputación como líder en el mercado de hipotecas por sus competitivos programas de préstamos hipotecarios y una inigualable habilidad de atender a sus clientes en una forma rápida, sencilla y confiable que no se encuentra en otras instituciones, privadas ni estatales. (La Hipotecaria, s.f.)

En Colombia, donde la actividad financiera de hipotecas está limitada en la ciudad de Bogotá, La Hipotecaria apenas se encuentra expandiendo sus operaciones, pero tiene la meta de convertirse en un jugador importante en el mismo nicho como operan en Panamá y El Salvador. Hoy en día, la organización activa en Colombia genera aproximadamente entre 7 y 8 mil millones de Pesos CO en préstamos hipotecarios por mes. Adicionalmente, La Hipotecaria ofrece préstamos personales, pero exclusivamente a sus clientes hipotecarios.

Misión

La Hipotecaria existe para brindar préstamos hipotecarios y otros productos financieros relacionados con hipotecas, en una forma rápida, sencilla y confiable, mejorando vidas y fortaleciendo hogares.

Visión

Ser una institución multinacional, especialista en la administración y titularización de créditos hipotecarios con una calificación grado de inversión a escala internacional antes de cerrar el año 2020.

Valores

- **Mejoramiento Continuo:** Damos pasos diariamente para ser mejores
- **Sentido de urgencia:** Ejecutamos con velocidad y precisión nuestras responsabilidades.
- **Positivismo y Perseverancia:** Mantenemos siempre una actitud positiva sin rendirnos ante los retos
- **Honestidad y Transparencia:** Nos comportamos siempre de forma íntegra.

Ubicación Geográfica

La Hipotecaria, en cuanto a su ubicación geográfica, se divide en 3 países,

Panamá: (Casa Matriz) en esta ciudad se cuenta con presencia en todas las ciudades como uno de los principales Entidades Financieras del País.

Salvador: Se encuentran en la ciudad de San Salvador como Subsidiaria de Financiamiento y ofreciendo el soporte de Atención al Cliente y Cobros para los 3 países.

Colombia: En Bogotá su sede Principal se encuentra ubicada en la Carrera 13 # 93-40 Oficina 210 Edificio Embajada Países Bajos y con presencia en las principales salas de ventas de vivienda de la ciudad y municipios aledaños.

Estructura Organizativa

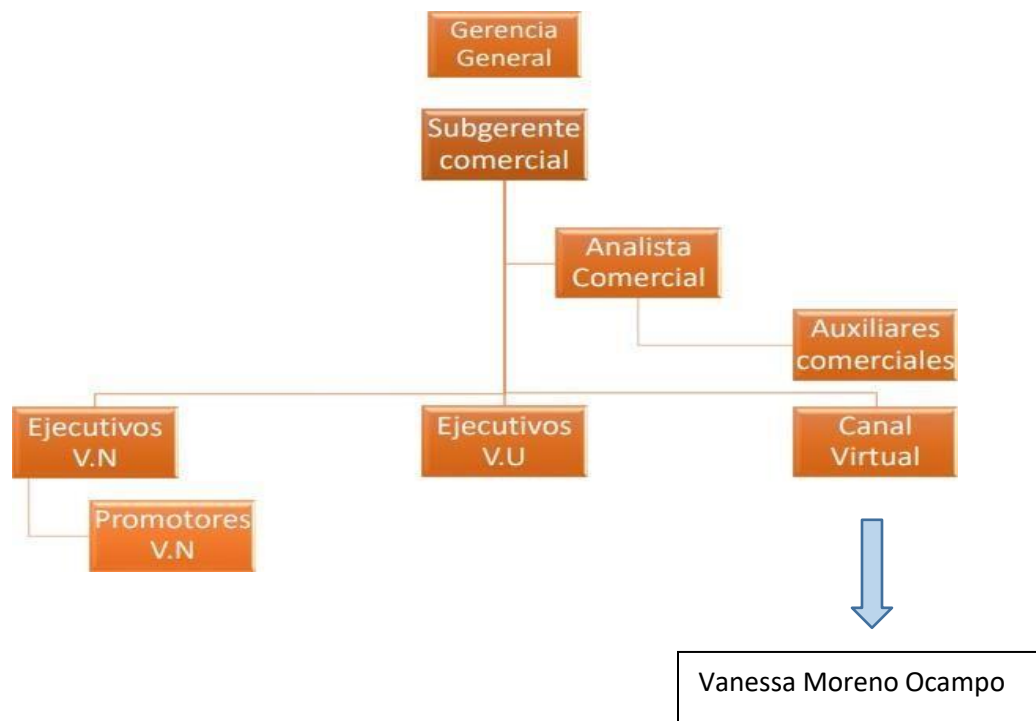
En la Hipotecaria Compañía de Financiamiento, el apoyo se empieza realizando llamadas telefónicas, brindando información sobre nuestros productos , esto se realiza en el área comercial de la compañía , de igual manera apoyando a los ejecutivos del área en la radicación de documentos de los créditos para luego enviarlos al área de análisis, y actualmente me encuentro apoyando como promotora de canal virtual atendiendo todas las solicitudes de créditos que los clientes se encuentren solicitando de esta manera cumpliendo una meta establecida por el área comercial.



Fuente: La Hipotecaria. (s.f).EstructuraOrganizativa. [Mapa]Recuperado de http://10.10.19.32:81/politicas/gestion_humana.php?page=2&rpp=10&so=Alphabetical

Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Las prácticas fueron desarrolladas en dos cargos similares, en la misma área comercial; auxiliar comercial y promotor de canal virtual poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en la formación académica, con el fin de apoyar y mejorar el área en el cual me encuentro laborando y de esta manera crecer tanto profesionalmente como personal



Fuente: La Hipotecaria. (s.f).Estructura Organizativa. [Mapa]Recuperado de http://10.10.19.32:81/politicas/gestion_humana.php?page=2&rpp=10&so=Alphabetical

Análisis DOFA del área Comercial

Se analizará el DOFA del área comercial de la Hipotecaria Compañía de Financiamiento S.A de acuerdo a las labores realizadas diariamente en función de los parámetros establecidos por parte de la institución.

FORTALEZAS • Tiene tasas de interés muy competitivas en el mercado • Entidad especializada únicamente en créditos hipotecarios. • Habilidades en atención al cliente de una manera rápida y sencilla. • Excelente captación de clientes lo cual permite que la empresa tenga una cartera sana. • Compra de cartera con beneficio Tasa Frech	OPORTUNIDADES • Crecimiento de la marca en nuevas ciudades de Colombia • Como único producto, permite estar como único líder en el mercado Colombia. • Captación de nuevos clientes. • Optimizar las acciones propias de la compañía de forma digital. • Contratación de nuevo personal que actualmente se genera más competitivo.
DEBILIDADES • Poco reconocimiento de marca. • Poca cobertura Nacional. • Programas de radicación un poco complejas para el uso de los empleados. • El proceso de la documentación requerida es un proceso largo y demorado tanto para los empleados como para los clientes • El tiempo de respuesta de los créditos Hipotecarios no se cumple en varias ocasiones • Clientes desisten de hacer la solicitud ya que al enviar los documentos deben ser legibles y deben enviarlos nuevamente	AMENAZAS • Entidades financieras que otorgan préstamos Hipotecarios. • Compra de cartera por parte de otras entidades con una tasa de interés más baja. • Desconfianza en los clientes, ya que la marca no es muy reconocida. • Menor trámites en otras compañías.

Fuente: Elaboración propia

Planteamiento Plan de mejora para las prácticas profesionales

Según el análisis establecido en el cuadro DOFA, podemos determinar que uno de los mayores inconvenientes que se presentan en la organización, desde el área comercial y de crédito, es la recepción de documentos, claros y legibles, dado que, la consecución de documentos puede tomar un tiempo estimado de 3 a 15 días, tomando en cuenta el tiempo de los clientes, la documentación extensa, la legibilidad y aprobación de los documentos, la recepción y análisis de documentos es fundamental para el estudio y aprobación. La no obtención total de los documentos, la incompreensión de los textos o de los créditos a otorgar, dificultan el trámite de los clientes, la obtención de créditos, los tiempos de respuesta, la atención al cliente, la eficacia de la empresa y a su vez los indicadores de productividad evaluados. Minimizar los procesos presenciales, brindando oportunidades y avances digitales a los clientes, a su vez, mejorando los tiempos de respuesta y atención, generaran un efecto positivo de pre venta, atención y post venta.

Hoy en día el marketing digital ha logrado unir mucho más a las empresas con sus clientes, dándoles conocer factores esenciales que permiten creación de estrategias, la comunicación personalizada, conocer las necesidades de sus clientes y a su vez darles solución a estos problemas con gran efectividad. Gracias a estas herramientas las empresas han logrado crecer y abarcar grandes mercados internacionales mejorando sus procesos internos para así llegar a cumplir sus metas, las herramientas digitales se han convertido en un gran apoyo y una gran oportunidad para las empresas puesto que se ha hecho más fácil el uso de la información.

Existen varias teorías del marketing digital que nos ayuda a tener una mejor capacidad de análisis e interpretación de los problemas que enfrenta todos los días las empresas. Una de ellas es La Teoría de Restricciones o teoría de las limitaciones¹ el cual está formado por elementos que tienen una dependencia reciproca, es decir, se asemeja a una cadena de suministros donde su eslabón más débil es el cuello de

¹ Teoría de las restricciones 2012-2020

botella que impide que el sistema avance y logre sus metas a corto, mediano y largo plazo.

Para una empresa financiera es clave cumplir con las metas propuestas por la alta gerencia, y para cumplir con este propósito toda la empresa debe realizar un trabajo en conjunto por este motivo las empresas trabajan para emplear recursos que optimicen los procesos más débiles y hacer que estos generen una mejor respuesta.

Para la Hipotecaria Compañía de Financiamiento el cuello de botella se ve reflejado en los tiempos de retraso que existen frente a la recolección de documentos por tal motivo se hace necesario mejorar este eslabón débil para que así todo el proceso sea más rápido y así cumplir el objetivo principal que son las metas financieras.

Importancia

Mejorar los tiempos dedicados por cada una de las personas las cuales cumplen estas funciones en el área comercial, para así, brindar un optimizar los tiempos de respuesta a nuestros clientes en cuando a su solicitud.

Limitaciones

Una de las limitaciones principales de este proyecto es la aprobación de la coordinación del área teniendo en cuenta los costos que se tendrán para la elaboración de esta nueva plataforma, es importante tener en cuenta la aprobación por parte de la gerencia y áreas implicadas en el proceso que son; comercial, soporte ventas y análisis crédito. El plan de mejora debe crear herramientas que permita traer beneficios a cada una de estas áreas, y por

último una gran limitante es el no ejecutar la puesta en marcha de la propuesta por parte del área de tecnología.

Alcances

Esta plataforma se empleará principalmente como plan piloto en la ciudad de Bogotá, y de acuerdo a su funcionamiento y desempeño, se analizará la posibilidad de implementarla en las ciudades de Panamá y el Salvador. Lo principal es optimizar el proceso de recolección de los documentos para el estudio de créditos hipotecarios en cada ciudad, permitiendo mejorar la calidad en el servicio.

Anexos 1

VANESSA MORENO			
PROCESO DE RECOLECCION DE DOCUMENTOS Y RADICACION			
FUNCION	CANTIDAD PROMEDIO DIARIA	TIEMPO X CLIENTE (MIN)	TOTAL TIEMPO DIARIO (MIN)
Gestión de prospectos (llamadas)	20	15	35
Evaluar las necesidades del cliente y brindar Cotización	20	10	30
Compilación de los Documentos	3	Tiempo estimado por el cliente	
Estructurar los documentos enviados	2	120	240
Llevar el control de los ICD			
Actualizaciones en temas de mercadeo, tasas y competencia			
Participar en las reuniones de trabajo del área Comercial			
Brindar apoyo en cualquier función que sea requerida por la organización			

Objetivo General

Optimizar el proceso de entrega de documentos por parte de los clientes mediante la creación de una plataforma digital proporcionada por la Hipotecaria, para así generar mayor seguridad en cuanto a los documentos recibidos y agilizar el proceso de radicación y respuesta por parte de la entidad a nuestros clientes.

Objetivos Específicos

- Crear una nueva plataforma digital por medio del área de tecnología, para el cargue de documentos requeridos para la aprobación del crédito
- Desarrollar el sistema de manera didáctica, sencilla y comprensiva, en el cual el cliente cuente con su propio usuario y contraseña además de orientar el desarrollo de la aplicación para optimizar el envío de los archivos y a su vez tener conocimiento de cómo va su solicitud.
- Determinar la importancia del logro del reconocimiento de marca mediante la colocación de créditos hipotecarios en el mercado financiero, a partir del ajuste del portafolio de servicios como medida de acuerdo a las necesidades.

El plan de mejora amparado bajo este proyecto, está enfocado en la realización de una aplicación web descargable y exequible para todos los sistemas operativos, que permita, a las personas interesadas realizar el registro, la solicitud y el cargue de documentos en formato JPG y PDF, así como el seguimiento de su solicitud y la atención personalizada 24 horas diarias, este desarrollo ayudaría a La Hipotecaria Compañía de Financiamiento S.A, puesto que brinda información oportuna para todas las partes involucradas en el proceso, en cuanto a la

recolección de documentos además de optimizar tiempos en cuanto a la estructuración y radicación de los créditos, acelerando los tiempos de respuesta por parte del área de análisis al obtener los documentos claros y legibles, los cuales serán cargados a la plataforma directamente por parte de los solicitantes.

Esto se realiza con el fin de mejorar y acelerar los procesos , durante la radicación un promotor puede gastar en promedio de 1 a 2 horas (en un crédito), organizando y verificando que los documentos se encuentre legibles y que se adapten a lo establecido en políticas de la empresa, a su vez verificando centrales de riesgo para verificar que nuestros clientes se encuentren en buenas condiciones financieras, logrando así estructurar máximo dos créditos en el día, lo cual hace que no se cumpla la meta diaria de radicación (pasar los créditos al área de análisis) , esto demuestra las falencias que se encuentran en el área comercial y que por ende afecta a las demás áreas.

La propuesta tendrá origen de verificación en Colombia, con el que se llevará primeramente un plan piloto, y de esta manera se extenderá al Salvador y Panamá. Esto se hace con el fin de que todos los países se encuentren alineados en los procesos para que de esta manera se sigan creando mejoras internas en la compañía y seguir creciendo y abarcando nuevos mercados internacionales. La internacionalización de una marca o producto crea grandes oportunidades de mejora como por ejemplo aumenta el potencial de competencia de la compañía, no existe dependencia de un solo mercado, análisis de mejora para el mercado interno, reconocimiento de marca, conocimiento de los eslabones débiles a mejorar.

Como Funciona

1. Se puede acceder mediante la plataforma web o móvil, ingresando de manera directa mediante la página web <https://www.lahipotecaria.com/colombia/> o descargando la aplicación a desarrollar HIPOTECARIA DE COLOMBIA APP, la cual estará disponible para descargar en todas las aplicaciones digitales.

SISTEMA OPERATIVO



APLICACIÓN



2. Debe acceder mediante la creación de usuario y contraseña.

Mail

Contraseña

¿Olvidaste tu contraseña?

Ingresar

¿No tienes cuenta?

3. Puede ingresar su solicitud de crédito diligenciando los datos y formularios requeridos por la entidad



4. Cargar documentos mediante formato JPG o PDF



5. Seguimiento de solicitudes

Mediante la aplicación, podrán validar el status de sus solicitudes, en las cuales, de acuerdo a la revisión que se haya realizado y el cumplimiento de la documentación e interconexión de las áreas podrá saber si la documentación se encuentra completa



6. Finalización del estudio

Una vez finalizado el estudio, la aplicación reflejará el resultado del crédito en Aprobado o Rechazado, posterior a eso, desplegará las opciones y pasos a seguir en cada una de las opciones.



Factores Externos

Se logra evidenciar tanto la problemática que se origina en cuanto a la recolección de documentos para la solicitud del crédito ya que el inconveniente radica principalmente en el tiempo que los clientes tardan en enviar los documentos completos, así mismo se observa la demora la cual genera un retraso tanto del área comercial como el área de análisis, la demora de las empresas para suministrar estos documentos a sus trabajadores, esto demora los procesos de estructuración y radicación del crédito y por ende los tiempos de respuesta estipulados por parte de la entidad.

Factores Internos

De acuerdo a las labores y responsabilidades se logra evidenciar además de los problemas referentes a la documentación, problemas en cuanto al sistema operativo , el cual se usa para ingresar la información del cliente ,se hace necesario el apoyo por parte del área de tecnología quien brinde su acompañamiento y experticia en temas tecnológicos , donde podrán validar si son fallas de software , equipos de cómputo o fallas del internet ; esto con el fin de obtener más agilidad en el trabajo sobre todo en cierres de mes donde se presenta saturación de usuarios y el programa se torna lento afectando la operación.

Otro factor es la alta rotación de personal lo cual incide directamente en el comportamiento del mercado, esto debido a que no se genera confianza por parte de nuestros clientes potenciales (constructoras) siendo estos nuestro nicho de mercado, las cuales se abstienen de suministrar sus bases de datos debido a la alta rotación de personal

Conclusión

De acuerdo a lo planteado en este documento, podemos concluir que, la creación, desarrollo y puesta en práctica de una aplicación móvil propia de la organización, facilitaría el desarrollo de los procesos, cabe resaltar que la inversión económica que la organización debe emplear es fundamental para que la aplicación cumpla con las expectativas y mejore la experiencia del cliente. Adicionalmente, se busca generar un instructivo el cual permita a nuestros clientes conocer los pasos para diligenciar su solicitud de crédito y posteriormente cargar los documentos requeridos.

El reconocer los puntos de mejora y establecer alternativas para la organización, involucran aumentar la productividad de la compañía, mejorar el desarrollo profesional de los colaboradores y ofrecer un mejor servicio de pre y post venta a los clientes, realizando seguimientos continuos, encuestas de satisfacción y resolución de dudas o inconvenientes en cualquier momento.

Adicional a lo anterior, el lanzamiento del plan piloto, implementación y análisis de la aplicación, permitirá que este sistema se replique en las demás sucursales de la organización, lo cual nos permite crecer en los tres países en los cuales se cuenta con presencia de la Hipotecaria. Esto se realiza en base a los conocimientos obtenidos durante el transcurso de la carrera profesional.

Dentro del rol de estudiante en Negocios Internacionales es importante resaltar los aportes que se pueden realizar en los procesos de la entidad, de acuerdo a los conocimientos adquiridos en el periodo de formación y prácticas profesionales, aportando ideas que permitan la internacionalización de la empresa y la colocación de marca; analizando aspectos como el nicho de mercado, posición geográfica del país al cual se quiera entrar, competencia, estos aspectos deben estar alineados a la importancia de la misión y la visión de la empresa,

ya está busca seguir con su expansión internacional, pero mejorando sus procesos con alta calidad, por ende, se hace de vital importancia la participación de un profesional en negocios internacionales quien aplique todos sus conocimientos para llevar a cabo este cumplimiento.

En cuanto a las dificultades es importante tomarlas como oportunidades de mejora y retos que nos permiten seguir creciendo profesionalmente ya que debemos estar en sintonía con el trabajo que realizamos manteniéndonos actualizados y enfocados en nuestras labores; esto nos ayuda a crear estrategias que permitan a la compañía brindar un mejor servicio el cual nos diferencia de la competencia por la agilidad en los procesos , mejorando los tiempos de respuesta en cuanto a la solicitud de crédito hipotecario.

Seguimiento Prácticas Profesionales

Las prácticas se realizan en el área comercial cumpliendo una serie de funciones como gestionar bases de datos las cuales son proporcionadas por el área, estas bases tienen como objetivo conseguir clientes que estén interesados en obtener vivienda propia, y se deben gestionar mediante llamadas telefónicas, mensajes de voz y de texto o por correo electrónico. El cliente que se encuentre interesado se le brinda toda la información acerca de la Hipotecaria y los productos que se ofrecen y de esta manera se cierra el negocio enviando un correo con todos los documentos necesarios para el proceso de solicitud de crédito Hipotecario.

Otra función importante es la estructuración y radicación de los créditos, esto se realiza cuando el solicitante envía todos los documentos, procedemos a la organización y presentación de la vida crediticia de nuestro cliente mediante las plataformas de data crédito y Adress (nos permite validar si el usuario es cotizante de salud) , para luego pasar al proceso de radicación, esto se realiza mediante capetas compartidas las cuales los empleados de la Hipotecaria tienen acceso; ya teniendo la capeta del cliente se envía a la capeta compartida del área de análisis de crédito, son los encargados en aprobar o negar le crédito.

Ciclos	Actividades Realizadas	Logros	Dificultades
Octubre- Noviembre	➤ Gestionar bases de posibles clientes mediante, llamadas, mensajes etc. ➤ Captación de nuevos clientes.	1000 llamadas mensuales. 250 llamadas semanales. Posibles clientes 50 Clientes en proceso 15	Clientes que no responden y las llamadas y no se logran contactar por ningún otro medio Personas que no conocen de la entidad Personas que ya tiene crédito con otra entidad
Noviembre- Diciembre	➤ Gestionar bases de posibles clientes mediante, llamadas, mensajes etc. ➤ Captación de nuevos clientes. ➤ Apoyar a los ejecutivos comerciales en cuando a la estructuración y radicación de los créditos	1000 llamadas mensuales. 250 llamadas semanales. Posibles clientes 35 Clientes en proceso 10 2-3 créditos por día	Clientes que no responden y las llamadas y no se logran contactar por ningún otro medio Personas que no conocen de la entidad Personas que ya tiene crédito con otra entidad Documentos incompletos o no legibles, clientes que no cumplen con el perfil del cliente de la Hipotecaria.
Diciembre-Enero	➤ Gestionar bases de posibles clientes mediante, llamadas, mensajes etc. ➤ Captación de nuevos clientes.	1000 llamadas mensuales. Gestión total de la base 200 llamadas Prospectos viables 8	Clientes que no responden las llamadas y que no es posible contactarlos por ningún medio. Personas que nos conocen la entidad y por ende desconfían

	➤ Apoyar a los ejecutivos comerciales en cuando a la estructuración y radicación de los créditos	3-4 créditos por día	Documentos incompletos.
Enero-Febrero	➤ Gestionar bases de posibles clientes mediante, llamadas, mensajes etc. ➤ Captación de nuevos clientes. ➤ Solicitar documentos para la estructuración y radicación de mis propios créditos.	20 llamadas por días. 3 prospectos diarios 2 radicaciones por día. Lograr la meta mensual lo cual son 700 millones en créditos hipotecarios aprobados	Bases de datos muy antiguas por lo que son clientes que ya tienen créditos o no están interesados. Clientes que no responden las llamadas y que no es posible contactarlos por ningún medio. Clientes que ya fueron atendidos por otro asesor o ya tienen créditos con la hipotecaria. Demoras en la radicación del crédito por falta de documentos completos o legibles. Cumplimiento de la meta.

Webgrafía

- <http://www.atoxgrupo.com/website/noticias/teoria-de-las-restricciones>
- http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232000000400004
- <https://www.iebschool.com/blog/teoria-restricciones-negocios-internacionales/>
- <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4807/BarreroMunoz-Diana-2013.pdf;jsessionid=7C80B82EE91D391CBCBE1830DC406386?sequence=1>
- <https://www.ealde.es/motivos-internacionalizacion-empresa/#:~:text=Las%20empresas%20deben%20realizar%20un,costumbres%20al%20salir%20al%20exterior.>