

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Informe Final de Práctica Fundación Para Todos

María Camila Díaz García

**Informe de Práctica Empresarial para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales**

Director de práctica:

Henry Moran

Coordinador Práctica Empresarial

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2017

Dedicatoria

A mi madre por levantarme todos los días, aunque me faltaran fuerzas para hacerlo, a mi padre por apoyarme en cada paso que doy. Este logro es para ustedes, su esfuerzo hoy se ve recompensado, gracias por hacer de mí la persona que soy hoy.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a mis padres por alentarme cada día y apoyarme en todo el proceso, a mi hermana por darme la fuerza y ser mi compañera de batalla y a la Universidad Santo Tomás por guiarme e instruirme durante estos seis años tanto en mi crecimiento profesional como personal. Por último y como fase final de mi proceso de aprendizaje como estudiante de pregrado, a la Fundación para todos, por brindarme la oportunidad de poner en prácticas todos mis conocimientos adquiridos durante mi academia y de forma especial a mi jefe y mentor de Christian Arenas, sin su guía y compromiso no hubiera sido todo esto posible.

Glosario

- **Análisis técnico:** análisis de datos de precios y volúmenes para determinar tendencias históricas que se espera se extiendan al futuro.
- **Banco Mundial:** institución internacional establecida para promover el desarrollo económico general en las naciones más pobres del mundo.
- **Barreras de entrada:** factores que dificultan o encarecen la entrada en un mercado o sector económico.
- **Caja de conversión:** medio de controlar el tipo de cambio de la moneda de un país.
- **Conversión de divisas:** conversión de los estados financieros de las filiales foráneas en la moneda del país.
- **Exposición a la conversión de divisas:** grado al que las fluctuaciones del tipo de cambio repercuten en los resultados consolidados y el balance general de una corporación.
- **Exposición cambiaria:** riesgo de que las fluctuaciones futuras en el tipo de cambio de un país afecten a una empresa.
- **ISO 9000:** proceso de certificación que pide que se satisfagan ciertos criterios de calidad.
- **Paraíso fiscal:** país que cobra impuestos sobre la renta excepcionalmente bajos o no los cobra.
- **Riesgo económico:** probabilidad de que acontecimientos diversos, como errores de administración económica, produzcan cambios drásticos en el entorno de negocios de un país que perjudiquen las utilidades y otras metas de una empresa comercial.
- **Segmentación del mercado:** detección de grupos de consumidores con hábitos de compra que tienen diferencias importantes con otros grupos.

(Portal web Encolombia, economía, internacional).

Tabla de contenido

Introducción	9
1 Informe Final de Práctica Fundación Para Todos	10
1.1 Justificación.....	10
1.2 Objetivos.....	10
1.2.1 Objetivo General.....	10
1.2.2 Objetivos Específicos.....	10
2 Perfil de la empresa, Fundación Para Todos	11
2.1 Misión de la empresa.....	11
2.2 Visión Institucional	11
2.3 Objetivo social de la empresa.....	12
2.4 Organigrama.....	12
2.5 Portafolio de productos y servicios de la empresa	13
2.6 Jefe Inmediato	13
3 Cargo	14
4 Funciones	14
4.1 Organización de logística en eventos y de actividades programadas por la empresa	14
4.2 Publicitar los servicios de fundación para todos a través de los diversos medios de comunicación y redes sociales	19
4.3 Identificar oportunidades de convenios y alianzas estratégicas	20
4.4 Estudio de mercado	21
4.5 Priorización de mercados en Suramérica.	26
5 Conclusiones	28
Referencias Bibliográficas	29

Lista de Figuras

Figura 1. Esquema organizacional por cargos Fundación para todos, elaborado por: departamento de publicidad.	12
Figura 2. Agenda a realizar para evento del día del pensionado. Elaboración propia.	15
Figura 3. Collage de fotos evento día del pensionado. Elaboración propia.	15
Figura 4. Diseño programa para convención FPT 2016. Elaboración propia.	16
Figura 5. Diseño de: manilla, portada de agenda, botón metálico, souvenir frasco, banderines actividad y Golden ticket para convención 2016 FPT. Elaboración propia.	17
Figura 6. Cotización para vuelos a convención Avianca, Lam y Easy-fly. Base de datos con itinerario ida y vuelta. Elaboración propia.	17
Figura 7. Cotización bar-ténder y show-man para cierre de evento convención 2016. Elaboración: Sergio Santander.	18
Figura 8. Collage fotografías del evento convención 2016. Elaboración propia.	18
Figura 9. Pantallazo portal inicio del fanpage Fundación para todos. 624 miembros. Elaboración propia.	19
Figura 10. Soporte patrocinio ¼ maratón ponle tenis a tu corazón categoría recreativa. Elaboración propia.	20
Figura 11. Soporte convenio con tucompra. Elaboración Gerencia.	21
Figura 12. Matriz DOFA. Elaboración propia.	25
Figura 13. Matriz priorización de mercados en Suramérica. Elaboración propia.	26

Lista de Tablas

Tabla 1. Resultados de investigación de mercados FPT. Elaboración propia.	21
Tabla 2. Análisis de competencia para crédito personal entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT. Elaboración propia.	23
Tabla 3. Análisis de competencia para crédito corporativo entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT. Elaboración propia	24

Introducción

Este trabajo establece un informe detallado de las funciones entregadas y las actividades realizadas durante mi práctica empresarial, realizada en la entidad financiera Fundación para todos, ubicada en el centro de Bucaramanga, en un lapso de tiempo de seis meses, comprendidos desde el 28 de agosto del 2016 al 28 de febrero del 2017, como modalidad de grado escogida. En este se encontrará una descripción con las generalidades de la compañía, el trabajo elaborado y los proyectos manejados desde el cargo de auxiliar de mercadeo, además de los anexos que contendrán pruebas de los resultados obtenidos en este proceso.

La experiencia vivida en esta etapa de 6 meses de práctica permitió ampliar los conocimientos teóricos y la imagen que se tiene de los negocios desde la parte conceptual a la fase experimental en el sector empresarial.

Gracias a todas las funciones cumplidas y a las diversas actividades ejecutadas con todo el equipo de FTP Bucaramanga, se logró fortalecer el aprendizaje a través de: “Asesorías e investigación”, así que además de obtener crecimiento a nivel profesional, obtuve una experiencia enriquecedora en todos los ámbitos.

El hecho de que las entidades de educación superior, brinden como opción de grado la realización de prácticas, debería ser un factor de obligación para todos, dado que es un proceso de aprendizaje doble, la oportunidad de tener un brochure de la realidad laboral.

1 Informe Final de Práctica Fundación Para Todos

1.1 Justificación

Haber realizado la práctica en Fundación para todos permitió obtener un acercamiento al sector empresarial con el apoyo de todos los directivos y compañeros de trabajo quienes con su experiencia aportaron conocimientos fundamentales para mi vida laboral.

Esta entidad, a través de sus labores como cooperativa y de su política de soporte facilitó la aplicabilidad de conceptos en el área de finanzas, mercadeo y administración. Su trayectoria y representación en diversos puntos de la ciudad, del país e incluso fuera de este, fomentaron las habilidades en comunicación y negociación internacional, convirtiéndole en un punto estratégico para cualquier estudiante de mi área.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General. Apoyar el desarrollo de actividades incluidas en la parte comercial, de mercadeo y de servicios al cliente, de Fundación Para Todos, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación como profesional en negocios internacionales.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Consolidar bases de datos de clientes por tipo de crédito.

- Realizar un estudio de mercado a nivel nacional identificando las fortalezas y debilidades de la compañía.
- Trabajar en el desarrollo de una investigación de mercados internacionales en el ámbito financiero, al cual fundación para todos podría establecer una sucursal.
- Apoyar la organización y desarrollo de eventos de tipo empresarial que organice la compañía.
- Apoyar la gestión en servicio al cliente y la parte comercial de FPT.

2 Perfil de la empresa, Fundación Para Todos

2.1 Misión de la empresa

Brindar soluciones de crédito oportunas, orientadas a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, impulsando el progreso económico y social de la comunidad, con funcionarios motivados, competentes y eficientes, comprometidos con el servicio (Portal web Fundación para todos, acerca de nosotros).

2.2 Visión Institucional

En 2020, Fundación para todos espera consolidarse como una empresa líder en soluciones de crédito a nivel nacional e internacional, con sucursales en por lo menos dos países de Suramérica, siendo reconocidos por la agilidad y practicidad de sus productos y el buen servicio al cliente, manteniendo la responsabilidad social y ambiental (Portal web Fundación para todos, acerca de nosotros).

2.3 Objetivo social de la empresa

- Prestar un servicio oportuno manteniendo la satisfacción de nuestros clientes.
- Mejorar continuamente el Sistema Integrado de Gestión de la organización.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales que en materia de seguridad y salud en el trabajo apliquen a la organización.
- Prevenir lesiones y enfermedades laborales ocasionadas por los riesgos de las actividades propias del trabajo.

(Portal web Fundación para todos, acerca de nosotros)

2.4 Organigrama

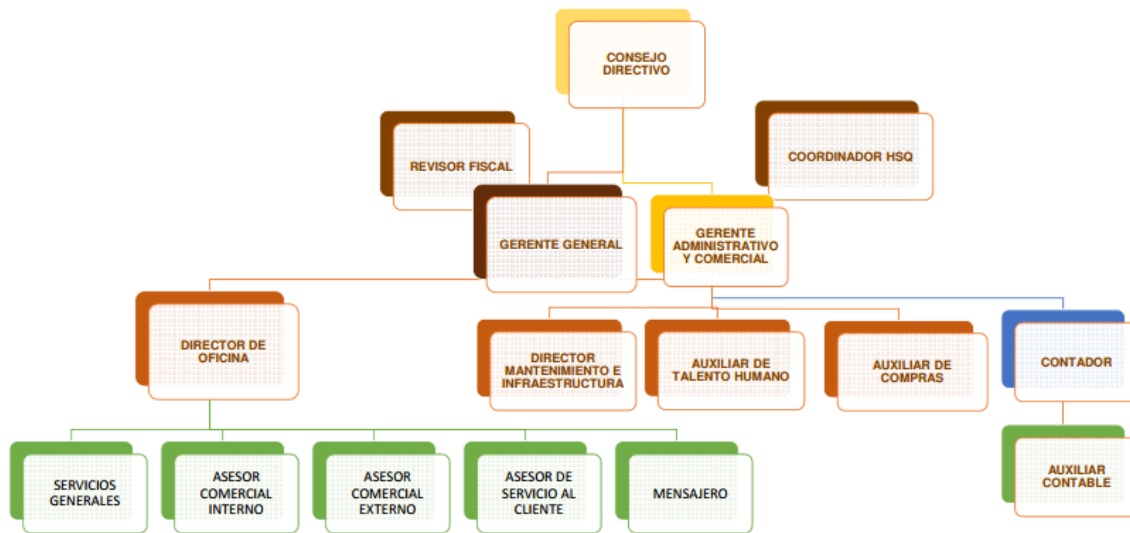


Figura 1. Esquema organizacional por cargos Fundación para todos, elaborado por: departamento de publicidad .

2.5 Portafolio de productos y servicios de la empresa

Fundación para todos, es una entidad creada para ofrecer a las personas soluciones de crédito, fomentando el desarrollo económico y productivo de la región, mediante la oferta de servicios crediticios dirigidos a empleados y pensionados. El siguiente es su portafolio ofertado:

- **Presteza:** soluciones de crédito de rápido desembolso dirigidas a empleados o propietarios de pequeños negocios, quienes realizan su pago directamente en nuestras las oficinas de fundación. Estas soluciones de crédito son aprobadas y desembolsadas en 24 horas y no descuentan cuotas, comisiones o valores adicionales.

- **Prestanz:** solución de crédito dirigida a pensionados o empleados activos de pagadurías nacionales y regionales con las cuales FPT tiene convenio. Los pagos de este producto serán descontados mensualmente de la pensión o pago de cada entidad. Algunas de las pagadurías nacionales son: Capecrom, Casur, Fopep, Mapfre (pensionados), Protección, Colpensiones (seguro social) (pensionados y jubilados).

- **Prestagro:** soluciones de crédito de rápido desembolso dirigidas a agricultores, empleados del agro, empresas mineras o propietarios de minifundios, quienes realizan su pago directamente en nuestras oficinas. Esta solución de crédito es aprobada y desembolsada en un máximo de 5 días; no se descuentan cuotas, comisiones o valores adicionales.

2.6 Jefe Inmediato

- Nombre: Christian Arenas.
- Cargo: Gerente de Fundación para todos.
- Dirección: Calle 35 no 18-65.
- Sucursal: El Rosedal.

- Teléfono: 3183507673.
- E-mail: christianarenas@ahoracontactcenter.com

3 Cargo

- Cargo: Auxiliar comercial y de mercadeo.
- Jefe Inmediato: Christian Arenas.
- Horario: lunes a viernes 07:30am – 06:00pm.
- Periodo de práctica: desde agosto del 2016 a febrero del 2017

4 Funciones

4.1 Organización de logística en eventos y de actividades programadas por la empresa

Como auxiliar comercial y de mercadeo esta era una función de vital importancia, se debían realizar gestiones tales como: la planificación del evento, cotizaciones de las localidades donde se realizarían los eventos, cotización de víveres, de tickets, de medios de transporte, de reserva en hoteles, de comidas etc. Paso seguido se detallaba el presupuesto y en base al mismo se facturaba lo requerido, creación de invitaciones, emisión de las mismas y confirmación de asistencia. Confirmar que para la fecha y la hora se encuentren todos los recursos tanto técnicos como humanos necesarios y prevenir de cualquier manera todos los imprevistos que puedan

afectar la realización del mismo. Culinado los eventosse efectúa una evaluación con los resultados esperados y los resultados obtenidos, entregándose un informe final a Gerencia.

Algunos de los eventos organizados en el periodo de práctica asistido fueron:

- Día del pensionado

Día del pensionado				
Acción	Co.1	Co.2	Co.3	Check
Cotización stand	70.000 (1 día completo, Color blanco) 3146879083	80.000 (1 día, lo entregan en punto, color negro) 3165357154	78.000 (1 día, Color negro, blanco) 6798043	x
Cotización camisas	15.000 (con estampado 10% dcto al x mayor) 6543378	13.000 (según estampado sube el valor, 12.000 al por mayor) 6789045	18.00 (95% algodón, con estampado que quiera, dcto según cantidad) 6455355	x
Cotización gorras	6.000 (con estampado + 1500 bordado) 3187075918	12.000 (con estampado o bordado según diseño) 6308076	4.500 (si estampado ni bordado) 6520908	x
Acción	Paso 1.	Paso 2.	Paso 3.	Check
Actualización base de datos	Llamar a los integrantes en base de datos para invitarles al evento y confirmar dirección para envío de invitación física.	Diseño de invitación, envío a imprenta, gestión con mensajería para entrega.	Llamar para corroborar recibido del mismo y confirmación de asistencia.	x
Acción	Paso 1.	Paso 2.	Paso 3.	Check
Pautas en emisora y periódico	Cotización en los medios, emisoras y en vanguardia liberal.	Solicitud de aprobación de presupuesto para la difusión en Gerencia.	Guión para grabación de emitido radial.	x

Figura 2. Agenda a realizar para evento del día del pensionado. Elaboración propia.



Figura 3. Collage de fotos evento día del pensionado. Elaboración propia.

El evento se realizó en la sede de Girón y se tuvo presencia de más de 450 personas jubiladas, las rifas y concursos realizados llevaron a la entrega de más de 65 detalles. La actividad fue aprovechada para impacto publicitario y para difundir los servicios de la entidad con los mismos asistentes.

Convención 2016 Fundación para todos: fue un evento que se realizó por la conmemoración de los 5 años de la empresa y se hizo, además, con el fin de integrar a los miembros de la organización de todas las sedes del país y fuera de este. Siendo en total el evento, un encuentro de 140 personas, que venían a la ciudad de Bucaramanga desde: Cúcuta, Ibagué, Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena, Pereira, Medellín, Montería, Valledupar, Santa Marta, Neiva y Panamá.

Para la organización del mismo, se planearon las diferentes actividades a desarrollar y con tres meses de anticipación se empezaron a desarrollar las diversas cotizaciones y compras concernientes, en las funciones a corresponder estuvieron labores como las de: diseño del programa, diseño de tiquete para frasco de souvenir, diseño de banderines para actividades y dinámicas, diseño de botón metálico conmemoración de los 5 años, diseño de manilla recuerdo de los 5 años y de cartón de base de la misma y diseño de Golden Ticket. Cotización de tiquetes y envío de los mismos vía correo electrónico a cada uno de ellos.



Figura 4. Diseño programa para convención FPT 2016. Elaboración propia.



Figura 5. Diseño de: manilla, portada de agenda, botón metálico, suvenir frasco, banderines actividad y Golden ticket para convención 2016 FPT. Elaboración propia.

Agencia	Nombre	Cédula	Cargo	Costo	Costo
Barranquilla	Julierys Paola Miranda Fernández	55313586	Abogado	545.894	644.264
Barranquilla	Sixta Garcia	1045683848	Director de Oficina	545.894	644.264
Barranquilla	Jorge Antonio Martínez Bolaños	1045715036	Dependiente Judicial	545.894	644.264
Barranquilla	Blanca Cecilia Llerena Saldaña	1140823199	Asesor Servicio al Cliente	545.894	644.264
Barranquilla	Alberto Aranzalez Manotas	1045720904	Asesor Servicio al Cliente	545.894	644.264
Bogotá	Jahel Adriana Motta Perez	37752278	Director de Oficina	292.944	255.064
Bogotá	John Alexander Cortes Acosta	80059410	Auxiliar Administrativo	292.944	255.064
Bogotá	Carolina Jaramillo		Directora Oficina	292.944	255.064
Bogotá	Juan Carlos Ramirez Gandur	79154406	Director de Oficina	292.944	255.064
Bogotá	Maria Isabel Pinilla Martinez	51690862	Secretaria	292.944	255.064
Bogotá	Carlos Lopez	1032447471	Abogado	292.944	255.064

Agencia	Nombre	Ida		Vuelta		
		Ruta	Salida	Ruta	Llegada	
Cúcuta	Angie Paola Vega Bravo	Cúcuta - Bucaramanga	22/11/2016 6:50 AM	22/11/2016 7:35 AM	Bucaramanga - Cúcuta	24/11/2016 6:45 PM
	Xiomara Peñaloza					
	Darling Dayanna Pineda Arias					
	Johanna Eloisa Garcia Arias					
	Maruzzella Posse Rodriguez					
	Patricia Parada Peñaranda					
Panamá	Sandra Milena Duque Ardina	Panamá - Bogotá	22/11/2016 5:10 AM	22/11/2016 6:40 AM	Bucaramanga - Bogotá	24/11/2016 4:45 PM
	Angel David Puga Perez					
	Claudia Samaniego					
	Jhon Jairo Riaño Calderón					
	Angel David Puga Perez					
	Claudia Samaniego					
Ibagué	Jhon Jairo Riaño Calderón	Bogotá - Bucaramanga	22/11/2016 9:45 AM	22/11/2016 10:51 AM	Bogotá - Panamá	24/11/2016 10:35 PM
	Angie Lorena Galeano Sánchez					
	Maria Cristina Ramirez Camacho					
	Angie Lorena Galeano Sánchez					
Ibagué	Angie Lorena Galeano Sánchez	Ibagué - Bogotá	22/11/2016 7:18 AM	22/11/2016 8:04 AM	Bucaramanga - Bogotá	24/11/2016 2:55 PM
	Angie Lorena Galeano Sánchez					
Ibagué	Angie Lorena Galeano Sánchez	Bogotá - Bucaramanga	22/11/2016 9:45 AM	22/11/2016 10:51 AM	Bogotá - Ibagué	24/11/2016 6:04 PM
	Angie Lorena Galeano Sánchez					

Figura 6. Cotización para vuelos a convención Avianca, Lam y Easy-fly. Base de datos con itinerario ida y vuelta. Elaboración propia.

Se organizó la base de datos de los miembros de Fundación para todos, se actualizó la misma vía telefónica y según sus localizaciones se cotizaron los tiquetes con Avianca, Lam y Easyfly, seleccionadas las opciones más viables por economía, se realizaron las compras y se ordenó una

agenda ida vuelta, con horarios y fechas tanto de salida como llegada. Así mismo se realizaron reservas en dos de los hoteles con los cuales la fundación tiene convenio adscrito.

SERVICIOS	Cantidad	No. Días
BARRA MOVIL CON ESTANTERIA (con luz led)	1	1
SERVICIO DE BARTENDER: SHOW (FLYE, SHOW CON FUEGO) PREPARACION DE COCTELES Y BEBIDAS, ANIMACION HORA LOCA (PULPO, JERINGAS, PISTOLAS, RULETA)	1	1
AYUDANTE DE BAR: PREPARACION DE COCTELES Y BEBIDAS	4	1
COCTELES Y BEBIDAS	Cantidad	No. Días
MOJITO		1
COSMOPOLITAN		1
MARGARITA		1
INGREDIENTES	Cantidad	No. Días
LICORES: cocteles sin licor		1
SABORISANTES-COLORANTES: Maracuyá, Mojito, Margarita, Curasao azul, Granadina, Triple sec.		1
MEZCLADORES: Gaseosa Ginger, seven up, Soda, Zumo de limón, Cereza roja, Limón Taiti, Hierbabuena, Azúcar y Sal.		1
UTENCILIOS		
CRISTALERÍA: Vaso liso , Copa aguardentera, Copa margarita o Martini		1
VALOR TOTAL		\$ 2'400.000

Figura7. Cotización bar-ténder y show-man para cierre de evento convención 2016. Elaboración: Sergio Santander.

De igual manera se cotizaron los servicios de bartender y showman para fiesta de noche de cierre de gala.



Figura 8. Collage fotografías del evento convención 2016. Elaboración propia.

4.2 Publicitar los servicios de fundación para todos a través de los diversos medios de comunicación y redes sociales

Parte de la gestión comercial a realizar eran las funciones concernientes a community manager; se crearon las cuentas de Facebook, Twitter y Instagram se interconectaron entre estas, de tal manera que desde una publicación se redirigiera a todas las redes. Se publicaban estados de forma diaria, se enviaban solicitudes a los nuevos clientes, se creaban mensajes y tarjetas alusivas en fechas especiales como: amor y amistad, día de la madre o día de la madre. Dado que la mayoría de los miembros de la fundación son parte de una población distante de la tecnología incluso, se emitían los mismos mensajes y tarjetas vía correo electrónico.

Para la creación de las cuentas se insertó de foto de perfil el logo de la fundación y de portada se elaboró un diseño propio. Se retroalimentaba con fotografías de los diversos eventos, encuentros, capacitaciones y charlas realizadas, se usaba como medio de publicidad, se ofertaba por los mismos los nuevos planes de crédito ofrecidos, generando la misma un alcance a la actualidad de 624 seguidores.



Figura 9. Pantallazo portal inicio del fanpage Fundación para todos. 624 miembros. Elaboración propia.

Para situaciones en las que se requería la publicidad tuviese un impacto más alto a una mayor población se usaron pautas radiales con caracol radio, para lo cual se elaboraban los guiones según el objetivo que deseara alcanzar gerencia. También se buscaban oportunidades participativas en eventos de grandes masas, para realizar publicidad incluyente y promover las funciones de compromiso corporativo con el deporte; como lo fue la ¼ de maratón organizada por la Fundación Cardiovascular en Bucaramanga el 23 de octubre, donde a los miembros de la compañía que asistiesen se les dotaba de una gorra y de la hidratación durante el mismo. Para lo que se contaron las personas inscritas, se compraron las gorras estampadas con el logo y de igual manera con las botellas de agua.

Christian Arenas Díaz

2016-10-13 14:32 GMT-05:00 Christian Arenas <christianarenas@ahoracontactcenter.com>:

Buenas tardes para tod@s, les gusta correr?

fundación para todos patrocinará a quienes junto con sus familiares quieran participar en el **1/4 de maratón ponle tenis a tu corazón** en la categoría recreativa el domingo 23 de octubre.

Para inscribirse por favor acercarse al puesto de Camila Díaz o contactarla a la extensión 6033 a más tardar este viernes 14 de octubre.



Figura 10. Soporte patrocinio ¼ maratón ponle tenis a tu corazón categoría recreativa. Elaboración propia.

4.3 Identificar oportunidades de convenios y alianzas estratégicas

El convenio que se logró gestionar desde el periodo de prácticas, fue una terminal creada con Éxito DEMO, la cual se realizó para gestionar una plataforma virtual para pagos online, esta tendrá: un set de pruebas de integración, set de pruebas de facturación, set de pruebas webservices de consulta, set de pruebas móvil, un manual de ayuda.



Figura 11. Soporte convenio con tucompra. Elaboración Gerencia.

4.4 Estudio de mercado

Tabla 1.

Resultados de investigación de mercados FPT. Elaboración propia.

Resultados de la investigación de Mercados Realizada				
Objetivo de investigación	Analizar la competencia directa en servicios financieros, tanto en Colombia como en Panamá, de Fundación para Todos.			
Análisis matriz DOFA	Fortalezas: solidez de cartera, capacitación constante del personal, respuesta rápida a los créditos.	Debilidades: no ha estrategias sólidas para la captación de clientes, alta competencia, no hay factor diferenciador, políticas financieras.	Oportunidades: créditos online, diversos puntos de pago, ampliar presencia internacional, estudios de comportamiento del cliente.	Amenazas: Alta fluctuación del peso Colombiano, devaluación por periodo constante frente al tipo de cambio USD, competencia con menores tasas.
Fuentes de información	Fuentes de informaciones externas a la empresa, fuentes secundarias.	Principalmente fueron utilizadas bases de datos públicas y privadas a las cuales tiene acceso la biblioteca de la universidad: Legiscomex, Trademap, sciencedirect, scopus, euromonitor, dane.gov, spensiones, ieni, coltefinanciera, banrep, superfinanciera, entre otros.		
Público Objetivo	Personas que cubran o estén cerca a la edad de pensión, para el caso de Colombia mujeres a los 57 años y Hombres a sus 62 años.			
Recolección de datos	El 7.17% de la población nacional colombiana pertenece al nicho de mercado.	El sistema financiero en Colombia está estructurado por: establecimientos de crédito, sociedades de servicios financieros,	La competencia de presencia directa en Colombia son CSC y Financiera comultrasan, frente a las cuales la mayor ventaja es: el tiempo de desembolso, y desventaja: en montos altos y plazos de tiempo.	

		entidades aseguradoras, intermediarios de seguros y reaseguros		
	En Panamá la población del nicho de mercado representan el 8.16%.	El número de pensionados en Panamá con respecto a su población es relativamente alto, dados los múltiples tipos de pensiones existentes que cubren diversos casos.	La competencia directa en Panamá es: Financiera Panamá, Financiera Familiar S.A., Financiera Finangente; ninguna de estas se enfoca en préstamos para pensionados.	
Conclusiones	Existe una amplia oportunidad de crecimiento de mercado en Panamá, dado que es una economía más estable, menos fluctuante y con pensionados con mayores movimientos financieros.	Aunque la competencia directa de FPT en ambos países tengo mayor capacidad adquisitiva, esta no es razón para no abarcar más clientes, se deben fortalecer las estrategias de captación de clientes, según la cultura de cada región, para lo cual sería óptimo un estudio de comportamiento del consumidor.	Dado que no existe la posibilidad de jugar macroeconómicamente con la especulación de mercados de ambos países, se deben crear estrategias que prevengan casos extremos para la población niche.	Otra estrategia comercial que podría ser usada, es capacitar a los pensionados, para motivarlos a realizar diversas inversiones, como crear su propio negocio. O realizarles charlas en las que se les pueda inducir a tomar decisiones aplazadas como cruceros, safaris, etc.

El estudio de mercado realizado, buscaba analizar la competencia directa en Colombia y Panamá, encontrar sus fortalezas y debilidades, para a través del Benchmarking, generar nuevas estrategias que encaminen en aprovechar las características que le resaltan. Por extensión de documento solamente se anexarán algunos de los resultados de mayor relevancia.

Análisis de competencia para crédito personal entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT.

Con base al anterior paralelo realizado, se puede observar que tanto en CSC como en Financiera Comultrasan la cuota por millón es más baja, sin embargo, se cobra la gestión y no entregan el dinero completo a la hora del desembolso, en especial si este monto es alto.

Analizado el caso de la Financiera Comultrasan, que es una entidad con mucho tiempo en el mercado financiero, comparativamente con FPT, que tenemos solamente 5 años, hay una desventaja notoria, dado que en especial las personas mayores confían en las compañías de mayor trascendencia; sin embargo, a pesar de tener mayor presencia a nivel nacional con 51 oficinas en el país, descuenta valores como papelería, consultas en centrales de información y no entregan la totalidad del monto solicitado. Al igual sucede con CSC, manejan una tasa más baja que el común, a pesar de ello hace descuentos del monto a entregar.

Tabla 2.

Análisis de competencia para crédito personal entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT.

Elaboración propia.

Crédito personal	CSC	Financiera Comultrasan	FPT
Edad	18 A 90	18 a 70	18 a 97
Plazos	12 a 60 meses	12 a 60 meses	6 a 24 meses
Cuota por millón	103.000	93.662	120.532
Tiempo desembolso	8 días	3 días	24 horas
Presencia redes	NO	SI	SI
Canales de atención	NO	SI	SI
Monto máximo	15'400.000	80'000.000	5'000.000

Análisis de competencia para crédito corporativo entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT.

Al igual que en el crédito personal, en los créditos corporativos o empresariales, también hay diferencias notorias; Credivalores cobra 10000cop por liquidación del pago total, 12000cop por la generación del estado de cuenta y 5000cop por la entrega de paz y salvos, manejando además una tasa de interés desde 1,80 hasta 2,17% MV. En cuanto a Bayport no entrega el desembolso completo. Fundación para todos lleva solamente 5 años en el mercado, sin embargo la acogida y el alto crecimiento (más de 28 oficinas en el país) debido a su servicio y su rapidez, han sido su

factor estrella de caracterización, a pesar de que no presta grandes cantidades de dinero, sus trámites se demoran entre 24 horas y 3 días como máximo y desembolsan el dinero de forma inmediata sin descuento alguno.

Tabla 3.

Análisis de competencia para crédito corporativo entre CSC, Financiera Comultrasan y FPT.

Elaboración propia

Crédito corporativo	Activos y finanzas	Bayport	CSC	Credivalores	FPT
Edad			18 A 90		18 a 97
Plazos	12 a 60 meses	6 a 96 meses	12 a 84 meses	Hasta 84 meses	3 a 36 meses
Cuota por millón	97.000	98.000		92.826	120.532
Tiempo desembolso	48 horas	48horas	24H	48 horas	24h
Presencia en redes	SI	NO	NO	SI	SI
Canales de servicio	SI	SI	SI	SI	SI
Monto máximo		desde 2M	81800000	100 millones	5000000

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Cartera sólida para solucionar los problemas de crédito de nuestros clientes a corto y largo plazo.	Alto índice de competitividad con entidades que presentan los mismos servicios que FPT, en cuanto al interés que manejan, el monto que prestan y el valor de la gestión.
Contamos con una cobertura en el mercado nacional que abarca oficinas en más de 14 departamentos, labor de tan solo 5 años.	Estandarizar las políticas financieras y requisitos que se exigen a la hora de solicitar un crédito de acuerdo a lo estipulado por la junta directiva teniendo en cuenta los requisitos que exige ISSO 9001, ya que cada agencia a nivel nacional usa sus propios requisitos y tiene sus propias políticas.
Talento humano especializado en soluciones de crédito y servicio al cliente, brindando toda la información requerida de manera oportuna y capacitándose día a día para ofrecer productos innovadores y de calidad.	Fuerza comercial débil, no se cuenta con estrategias comerciales para la captación de nuevos clientes, no hay un sistema de turnos para llevar el orden de clientes que necesiten algún tipo de asesoría.
Rapidez en el servicio ya que mientras nuestra competencia demora hasta 8 días en el desembolso, FPT lo estudia en 24 horas y en un plazo máximo de 3 días entrega del dinero.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Oportunidad de ofrecer nuevos productos financieros como lo son CREDITOAHORÁ que es un tipo de crédito otorgado sin papeleo y todo el procedimiento es online y pueden acceder desde cualquier ciudad del país.	Fluctuación irregular en el mercado, el peso colombiano se ha devaluado frente al tipo de cambio principal el <u>usd</u> , dadas las inversiones realizadas en Panamá, ello representa una reducción en la adquisición de capital.
Posibilidad de optimizar nuestro servicio ofreciendo a nuestros clientes la facilidad de pagar sus cuotas a través de los puntos baloto de la ciudad	Alta oferta de productos financieros, que compiten por adquirir mercado con tasas inferiores a las de la media.
Crecimiento en el mercado financiero de forma exponencial teniendo en cuenta la agilidad y facilidad a la hora de gestionar un crédito con la compañía.	
Presencia internacional en otros dos países de Suramérica lo que aumentaría ingresos y el reconocimiento de nuestra compañía, no solo en Colombia si no en el extranjero	
Lograr la captación de nuevos clientes en Colombia y panamá estudiando previamente sus necesidades para así ofrecerles lo que quieren y buscan a la hora de solicitar un crédito, a través de un estudio de comportamiento del consumidor.	

Figura 12. Matriz DOFA. Elaboración propia.

4.5 Priorización de mercados en Suramérica.







																				
CONDICIONES	POND	ECUADOR			CHILE			ARGENTINA			URUGUAY			PERÚ			BOLIVIA			
		CIFRA	CALIFIC	RESULT	CIFRA	CALIFIC	RESULT	CIFRA	CALIFIC	RESULT	CIFRA	CALIFIC	RESULT	CIFRA	CALIFIC	RESULT	CIFRA	CALIFIC	RESULTADO	
CONDICIONES ECONÓMICAS	26%																			
Inflación (%)	2%	2.4%	3	0,06	4.1%	2	0,04	42.8%	1	0,02	9.9%	2	0,04	3.6%	3	0,06	4.0%	2	0,04	
Tasa de desempleo(%)	7%	6.1%	3	0,21	7.00%	2	0,14	8.0%	1	0,07	7.1%	2	0,14	6.0%	2	0,14	4.1%	2	0,14	
Tasa preferencial de los bancos c	4%	9.0%	2	0,08	6.1%	2	0,08	32.3%	1	0,04	15.5%	2	0,08	16.1%	2	0,08	7.6%	3	0,12	
Crecimiento económico (%)	3%	-2.3%	1	0,03	1.7%	2	0,06	-1.80%	1	0,03	0.7%	1	0,03	0.6%	2	0,06	4.3%	3	0,09	
CONDICIONES DE DEMANDA	32%																			
Población de 25 a 54 años	8%	2989546	1	0,075	7620151	2	0,15	17221346	2	0,15	1314645	1	0,08	12289541	2	0,15	4067929	1	0,08	
Población de 55 años a64	8%	1183031	2	0,15	19670863	3	0,225	4012642	1	0,08	348855	1	0,08	2341517	2	0,15	639591	1	0,08	
población de 64 años en adelam	8%	1165251	3	0,225	1854433	3	0,225	503088	1	0,075	473576	1	0,075	2217463	2	0,15	568084	1	0,075	
Ingreso Per cápita usd	9%	5969	2	0,18	13792	3	0,27	12449	3	0,27	15220	3	0,27	6045	2	0,18	3105	2	0,18	
CONDICIONES COMERCIALES	43%																			
Instituciones financieras nacion	8%	23	1	0,08	15	3	0,24	50	1	0,08	15	3	0,24	12	3	0,24	23	2	0,16	
Instituciones financieras extran	10%	1	2	0,2	5	2	0,2	14	2	0,2	5	2	0,2	4	3	0,3	3	2	0,2	
Cultura económica	20%	Fácil acceso a créditos a personas que financieramente no pueden demostrar capacidad adquisitiva, pero si solvencia económica, aunque a nivel empresarial es más fácil obtenerlos si pertenece al sector productivo de	3	0,6	Es la cuarta economía de América Latina. Los chilenos prefieren ahorrar que gastar. Sin embargo el crédito más usado, es el de consumo, que son de bajos montos y de fácil aprobación.	3	0,6	En Argentina se usa mucho el crédito hipotecario y debido a cambios en políticas económicas los bancos e entidades financieras alargan los plazos y ofrecen tasas más atractivas a los clientes. El público no es muy afín de tomar este tipo de	2	0,4	La oferta tiene ciertas restricciones por el cuidado de las empresas del sector ante un incremento de la morosidad, mientras que la demanda no empuja el mercado al alza, ya que las personas expresan	1	0,2	En Perú se usan mucho los Créditos, para las personas es valioso cuidar su vida crediticia, la modalidad más usada son los microcréditos para pequeñas y medianas empresas. Ya que apoyan a los emprendedores.	3	0,6	Una gran parte de la población Boliviana vive en el área Rural, así que la generación de préstamos es mínima. El estado ha estado invitando en la fomentación de una cultura de ahorro, fomentando la creación de entidades	2	0,4	
AFINIDAD POLÍTICA-COMERCIAL	31%																			
Impuesto a entidades financiera	15%	25%	3	0,45	15% + 4% interes a bancos extranjeros	2	0,3	35% + 0.6% en débito o crédito	1	0,15	Entre 3% a 12%	3	0,45	28%	1	0,15	25%	2	0,3	
Acuerdos comerciales	16%	si	3	0,48	si	3	0,48	si	2	0,32	no	1	0,16	si	3	0,48	si	3	0,48	
	100%	TOTAL PONDERACIÓN	3,02	TOTAL PONDERACIÓN	3,31	TOTAL PONDERACIÓN	2,18	TOTAL PONDERACIÓN	2,235	TOTAL PONDERACIÓN	2,89	TOTAL PONDERACIÓN	2,485							

Figura 13. Matriz priorización de mercados en Suramérica. Elaboración propia.

Uno de los compromisos realizados con la empresa, era entregar una priorización de mercados con los 6 países objetivos que tiene FPT en Suramérica: Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay, Bolivia. El fin del estudio buscaba analizar cuál de estos países es la mejor opción para abrir una sucursal, paso seguido a que la empresa seleccione el país, debe realizar un acercamiento sobre el mismo, para determinar la ciudad, la región, la zona, la cultura económica y financiera de este.

Se analizaron variables macroeconómicas como el PIB, el PIB per cápita, la inflación, la tasa de desempleo, la tasa preferencial de los bancos comerciales y el crecimiento económico, datos a 2016, estas variables permitieron tener una perspectiva general de la estabilidad del país. Otra variable se enfocó en el target de mercado de FPT, las personas pensionadas o en edad próxima a pensión, población general, población entre 55 a 64 años y población mayor a 64 años, se tomó esta margen de edades, dado que la edad de pensión es prácticamente la misma en los países estudiados e ingreso per cápita, así mismo se buscaron condiciones financieras como el número

de instituciones financieras locales y extranjeras, con tales variables se puede tantear la demanda de cada país y que tanta oferta prestamista hay para satisfacerle.

La única variable cualitativa establecida en la matriz, ha sido una sobre la cultura económica, para su desarrollo se requirió de literatura expresa en noticias e informes de cada país, factores como la estabilidad política, como la tendencia de ahorro, la perspectiva frente al crédito, o la tendencia de créditos que se realizan son prioritarios para esta selección y finalmente por facilidades legislativas se observó si este país destino del servicio tiene tratados comerciales con Colombia.

Valoradas las variables de 1 a 10 y seleccionada a cada una ponderación, según relevancia para FPT, se calificó, obteniendo Chile la mayor puntuación, un 3,31%, seguida de Ecuador con 3,02%. Los factores que generaron esta calificación, fueron la fuerza económica del mismo, tienen un PIB per cápita de 24.000 USD, una población que supera los 19 millones que está entre 55 a 64 años y una de 2 millones superior a los 64 años. Solamente tienen 15 instituciones financieras locales con servicios similares a los de FPT y 5 extranjeras, con un target tan amplio, ello implica potencial de trabajo. Es la cuarta economía de América Latina y aunque los chilenos prefieren ahorrar que gastar, el crédito más usado, es el de consumo, que son de bajos montos y de fácil aprobación; tal cual los servicios que ofrece FPT. El impuesto a entidades financieras es del 15% + 4% interés a bancos extranjeros, sin embargo no es alto teniendo en cuenta los otros países Suramericanos y sí hay TLC con Colombia, lo que concluye en una oportunidad de mercado para FPT.

5 Conclusiones

- Fundación para todos es una compañía con un auge de crecimiento exponencial, en tan solo cinco años, han logrado tener presencia dentro de Colombia con sucursales en más de 14 departamentos y fuera en Panamá. Esta interconexión internacional, hace que las labores de un negociador sean productivas.
- Aunque el puesto sobre el cual se laboró fue comercial, se realizaron labores de publicidad, de mercadeo, de relaciones públicas y de incluso finanzas. Una oportunidad de aprendizaje interdisciplinario.
- Aprender a lidiar con el estrés y la presión de algunos momentos, como la organización de eventos, charlas, conferencias, es una cualidad que enseña a mantener la paciencia, el liderazgo y usar lenguaje asertivo.
- Se usaron múltiples bases de datos como Legiscomex, Trademap y Euromonitor, permitiendo la aplicabilidad de los recursos bibliográficos que ofrece la universidad.

Referencias Bibliográficas

Enciclopedia Colombia, economía, internacional, glosario de negocios internacionales.

Consultado el día 29 de Agosto de 2017 de la World Wide Web:

<https://encolombia.com/economia/internacional/glosariodenegociosinternacionales>

Fundación para todos, compañía. Consultado el día 30 de Agosto de 2017 de la World Wide

Web: <https://www.fundacionparatodos.com/compania.html>

Súper Bancos, servicios financieros. Consultado el día 25 de Mayo de 2016 de la World Wide

Web: http://www.superbancos.gob/servicios_financieros