

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN PARA TRABAJO DE GRADO:

***“ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES Y PERSPECTIVAS DE LA
DEMANDA DEL SERVICIO DE CRÉDITO SOCIAL (LIBRANZA)
DE COMFENALCO - CARTAGENA Y ESTRATEGIAS DE
MEJORAMIENTO”***

**Presentado Por:
Julie Briceño Utria
Flor Rada Zabarain
Alina Tuberquia Martinez**

Octubre de 2010

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL TRABAJO.

Título del trabajo: ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES Y PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO DE CRÉDITO SOCIAL (LIBRANZA) DE COMFENALCO - CARTAGENA Y ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO.

Nombre del Autor(es):

JULIE BRICEÑO UTRIA
FLOR RADA ZABARAIN
ALINA TUBERQUIA MARTINEZ

Nombre del Asesor:

RAUL ACOSTA

Fecha de inicio:

26 DE JULIO DE 2010

Fecha de culminación:

22 DE OCTUBRE DE 2010

INTRODUCCION

En la evolución de la economía Colombiana, se han vivido periodos de crecimiento y recesión en los cuales las necesidades de las personas varían de acuerdo a la condición de la época, sin embargo las necesidades básicas se mantienen en el tiempo, identificándolas como “mejor calidad de vida”.

La necesidad de acceder a sistemas educativos, salud, diversión y vivienda, es un motivante para que la sociedad busque las formas de apalancarse y poder desarrollarse y buscar un crecimiento.

Teniendo en cuenta que la mayor proporción de la población Colombiana es de bajos recursos, se identifica un fenómeno que dificulta o limita el acceso a ciertos beneficios, principalmente al sistema financiero. Es por ello, que muchas entidades han brindado la posibilidad a estas personas de poder vincularse a través de una herramienta valiosa para su desarrollo: EL MICROCREDITO.

Así como algunas ONG, bancos, compañías de financiamiento comercial (CFC) y otras entidades, han desarrollado el servicio de microcréditos, las cajas de compensación se han vinculado a través de la prestación de servicios de créditos a su población afiliada, beneficiando así a trabajadores de menores ingresos y población vulnerable.

En el desarrollo de este trabajo, identificaremos aspectos específicos relacionados con el servicio de crédito ofrecido por la caja de compensación familiar de FENALCO – ANDI COMFENALCO CARTAGENA, y su evolución e importancia entre la población beneficiada.

1 DISEÑO DEL TRABAJO

1.2 Identificación del problema

La caja de compensación familiar de FENALCO – ANDI COMFENALCO CARTAGENA, es una corporación civil de carácter privado, sin ánimo de lucro, de duración indefinida que cumple funciones de seguridad social.

Pertenece al sistema del subsidio familiar, que hace parte del sistema de seguridad social de Colombia y es concebido por el estado como un mecanismo de redistribución de los ingresos en un país que exhibe grandes desigualdades desde el punto de vista socioeconómico.

La financiación de Comfenalco se hace con el aporte del 4% del valor de las nominas mensuales, que deben hacer los empleadores según los artículos 9 y 11 de la ley 21 de 1982.

Comfenalco Cartagena tiene ingresos menores por actividades educativas, recreación, deportes, crédito social.

COMFENALCO es una caja de compensación que rige a nivel departamental, cuyo funcionamiento está sujeto a la reglamentación impuesta por el gobierno para todas las cajas del país, sin embargo así como estas han ampliado la cobertura de sus servicios, COMFENALCO ha innovado en la región por el valor agregado en cada unidad de servicio especialmente en “Crédito Social”.

Crédito Social es un servicio que se encarga de otorgar préstamo en dinero, en el cual, una persona se compromete a devolver el monto solicitado en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo mas los intereses devengados, y seguros y costos asociados. Este servicio permite financiar compras de bienes y servicios para disfrutar en el momento y pagarlo en el transcurrir del tiempo. Este servicio tiene por objetivo, brindar a los afiliados, líneas de crédito para atender sus necesidades básicas y las de su familia, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de su población afiliada. A través de este fondo se ofrece créditos de fácil acceso en varias modalidades:

Adelanto de subsidio, créditos por libranza (libre inversión, educación, adquisición y mejoramiento de vivienda) y Cupocredito, con tasas de interés competitivas en el mercado, las cuales varían de acuerdo a la categoría de cada trabajador (esta se establece de acuerdo al salario y se contemplan tres: A, B y C, donde la primera corresponde los menores salarios y la última a los más altos.)

Crédito Social nace aproximadamente hace 6 años y surge de la posibilidad que tiene la caja de ofrecer este servicio y de la necesidad de todos los afiliados de obtener créditos con tasas de interés muy competitivas. En sus inicios este servicio que corresponde a un departamento en COMFENALCO comenzó con muy poco personal, poca publicidad y poca demanda. Con el proceso de gestión de calidad de la caja se inicio un fortalecimiento de este servicio, obteniendo así su certificación de calidad en ISO 9001:2008.

El servicio de Crédito social es direccionado por la unidad de crédito Social, que a su vez pertenece al departamento financiero y este está incluido dentro de la subdirección de gestión corporativa, cabe resaltar que la unidad de crédito social se apoya en el departamento de cartera corporativa para culminar satisfactoriamente el ciclo de crédito. En este departamento existe un coordinador y cuenta con un equipo de analistas que se encargan de todo el proceso que envuelve la evolución de un crédito, desde la recepción de la documentación hasta el desembolso.

En este estudio se hará énfasis y desarrollara el análisis de las líneas de libranzas correspondientes (libre inversión, educación y vivienda), las cuales tomaron fuerza a partir del año 2006.

A continuación se presenta tabla en la que se especifica el número de créditos aprobados, montos desembolsados y empresas en convenio por año, de las líneas mencionadas anteriormente desde el año 2006 hasta el 2009:

AÑO	CREDITOS OTORGADOS	MONTO DESEMBOLSADO	Nº DE EMPRESAS EN CONVENIO
2.005	0	\$ 0	17
2.006	476	\$ 994.299.396	198
2.007	1.276	\$ 3.122.321.986	386
2.008	1.537	\$ 4.385.269.912	518
2.009	2.024	\$ 8.096.601.190	683

Anualmente COMFENALCO realiza una encuesta de satisfacción de clientes para Crédito Social que se realiza a nivel empresarial y de trabajador, en la que se obtiene información que se utiliza para mejorar la prestación de este servicio. Se han realizado hasta este momento 3 encuestas que corresponden a los años 2006, 2007 y 2008.

A grandes rasgos, los resultados de la encuesta realizada en el primer año (2007) arrojan los siguientes resultados a partir de las inconformidades y satisfacción de los afiliados:

- Se debe mejorar y/o ampliar las redes de información para que los trabajadores puedan enterarse de los servicios de crédito social y se pueda aumentar la tasa de uso.
- Mayor divulgación de las tasa de interés y compararlas con las del sector para mostrar un mayor atractivo en el producto.
- Con base en los resultados de la encuesta realizada en el 2007 se modificaron algunos aspectos que se vieron reflejados en la encuesta del 2008: aumentó el nivel de satisfacción del usuario dado por el mayor flujo de información, a través de: página Web, ejecutivos de venta, cartelera informativas, correos electrónicos, entre otros.
- En el año 2008 se identificó la oportuna comunicación para suministrar información de asignación de créditos.
- A solicitud de los usuarios y de revisión interna, se eliminó el cobro del estudio de crédito.

En términos generales, el 98,3% de los afiliados encuestados recomendarían el servicio porque presta buenos servicios, por sus tasas de interés bajas y la facilidad de acceso.

En consideración de lo anterior se pretende realizar un análisis sistemático de las condiciones de la demanda a través del tiempo que lleva el producto y perspectivas del servicio de crédito social de Comfenalco, con el fin de diseñar y proponer estrategias de mejoramiento que permitan posicionamiento en todos los afiliados a la caja.

1.3 Objetivo

1.3.3 Objetivo General

Analizar y estudiar las condiciones y perspectivas de la demanda de la línea de libranza del servicio de crédito social de COMFENALCO - CARTAGENA, con el fin de establecer estrategias de mejoramiento y crecimiento para el mediano plazo.

1.3.4 Objetivos Específicos

1.3.4.1 Condiciones de cobertura

Caracterizar las condiciones de cobertura de la línea de libranza del servicio de crédito social, considerando categorías de afiliados, montos, destinos y evolución en el período de prestación de servicios.

1.3.4.2 Satisfacción de los usuarios

Establecer los aspectos relevantes, relacionados con la información y percepción de satisfacción de los usuarios del servicio.

1.3.4.3 Factores de la demanda

Determinar los factores que influyen en el crecimiento de la demanda y la prestación del servicio de crédito social para la línea de libranza, a mediano plazo.

1.3.4.4 Estrategias de crecimiento

Proponer estrategias de mejoramiento y crecimiento para la línea de libranza del servicio de crédito social con base en la proyección de la demanda.

1.4 Justificación

Las teorías y herramientas de análisis existentes sobre las formas de gestión de los servicios financieros y en particular las orientadas a establecer criterios sobre créditos a trabajadores de ingresos bajos o medios, le ofrecen importantes elementos de guía para estudiar e investigar las situaciones relacionadas con el problema de investigación y los objetivos planteados.

Además los desarrollos institucionales y de servicios presentados por la Cajas de Compensación Familiar en el país, así como los servicios llevados a cabo por Comfenalco, permiten disponer de información y situaciones para contrastar experiencias sobre la gestión adecuada de crédito social.

El departamento de crédito social de Comfenalco Cartagena crece en el día a día fortaleciéndose y robusteciéndose especialmente por la línea de libranza la cual esta orientada a los créditos de libre inversión, educación y vivienda.

Por eso es pertinente analizar y estudiar las estrategias que han permitido el desarrollo de este servicio y proyectar mejoras a futuro para el sostenimiento del mismo en el tiempo.

Para las cajas de compensación es importante desarrollar servicios autosostenibles que permitan su crecimiento como empresa. Comfenalco al identificar la necesidad latente de financiación de su población afiliada y con base en experiencias de otras cajas, desarrolló un servicio que fue tomando fuerza e hizo necesario la creación de un departamento para coordinar la prestación del servicio.

Por ello es oportuno, verificar y hacer las correcciones pertinentes a todo el proceso que envuelve el servicio de crédito en las líneas de libranzas, orientadas a las estrategias propuestas para el crecimiento del mismo a mediano plazo.

Con el desarrollo y resultados de este estudio se espera contribuir o servir de información para una adecuada proyección de la demanda y para la creación de futuras estrategias de crecimiento y sostenimiento del servicio en el mediano y largo plazo.

1.5 Antecedentes de la Investigación

A partir de los cambios propuestos en la ley 789 del 2002, diferentes cajas de compensación a nivel nacional líderes en sus regiones, comienzan a desarrollar el crédito como servicio dentro del portafolio que es ofrecido a toda la población afiliada.

Los estudios e investigaciones que se han realizado previamente para desarrollar el servicio de crédito en la caja de compensación, provienen en esencia de los estudios, puesta en marcha del proyecto y resultados obtenidos de una caja de compensación a nivel nacional, Colsubsidio – Bogotá, cuyo liderazgo y desarrollo, han sido la base para estructurar el departamento de crédito social en Cartagena. Colsubsidio es líder en el área de crédito a nivel nacional. Aunque su producto estrella no es la libranza, es reconocida como el servicio principal del portafolio de crédito al manejar bajas tasa de interés.

Como complemento, se realizaron encuestas a empresas afiliadas con el fin de determinar la demanda existentes para las diferentes modalidades de crédito, tasas, para así determinar los montos por líneas de crédito, las cuales serían supervisadas por los diferentes jefes de recursos humanos de las empresas afiliadas con el fin de garantizar una mayor respuesta y así identificar las necesidades de los trabajadores.

Los estudios realizados arrojaron datos muy importantes que se tendrían en cuenta al momento de iniciar el proyecto como, el pago puntual de los aportes por parte de las empresas afiliadas, solo se otorgan créditos a afiliados a la caja, verificación de centrales de riesgo (Datacredito), las tasas de interés causadas están por debajo de las del mercado. Toda esta información fue clave para la estructura del servicio de libranza en Comfenalco – Cartagena.

Cabe resaltar, que a nivel general no se registran estudios previos relacionados con el tema de desarrollo del servicio de crédito social por cajas de compensación en Colombia.

1.6 Marco Teórico

Las microfinanzas se pueden definir también como “microcréditos, que consisten en la provisión de una variedad de servicios financieros tales como: depósitos, préstamos y seguros a familias pobres que no tienen accesos a los recursos de las instituciones financieras formales. Los préstamos son utilizados para invertir en microempresas, así como para invertir en salud y educación, mejorar la vivienda o hacer frente a emergencias familiares”¹

La necesidad del microcrédito en el mundo y en Colombia, está dada por el difícil acceso que tienen las personas en niveles económicos muy bajos, a un “crédito normal de un banco porque no tienen garantía, estas personas o microempresas acuden a otras soluciones; la más común lo que se denominan *loan shark* (*tiburones de préstamos, prestamistas oportunistas*). Esto quiere decir que acuden a prestamistas que les pueden cobrar intereses considerados *usura* por las leyes de comercio internacional (de 5% a la semana a 30% al mes). Las tasas de interés anuales a las que presta estas microempresas o personas de bajos recursos económicos son de rangos del 1.100% al 2.200%. Esto funciona porque son préstamos a muy corto plazo (comúnmente días). Adicionalmente muchas veces es el único recurso de financiamiento que se

¹ Tomado de www.eumed.net/tesis/amc/14.htm Tesis doctorales.

cuenta. Entonces el proceso productivo en el que se involucra estas personas o microempresas necesita ser altamente rentables para poder subsistir. Esta rentabilidad se va en gran parte al prestamista o la persona que ofrece el recurso de financiamiento.”²

Las microfinanzas suelen considerarse en el mundo económico como un poderoso medio en la lucha contra la pobreza y algunos gobiernos las han utilizado como una estrategia exitosa en la superación de las necesidades más sentidas de la persona y comunidades menos favorecidas.

En Colombia las microfinanzas han tenido un crecimiento estable durante los últimos 15 años, sobre todo en lo que respecta a actividades de microcrédito. Sin embargo desde finales del año 2009 hasta marzo del 2010 se muestra una desaceleración en la cartera ya que esta es la más baja en todo estos años. El comportamiento de la cartera de microcrédito no es generalizado para todos los tipos de entidades y existen marcados contrastes entre los distintos operadores del mercado de microcrédito nacional.

Las cajas de compensación familiar, como operador social, a través de diferentes líneas de crédito, han logrado brindar a sus afiliados una oportunidad no solo para apalancar su consumo principal o sus proyectos, sino también construir un historial financiero, porque también han utilizado el servicio de crédito como estrategia para la bancarización de la población vulnerable.

Según datos registrados por la revista MAS VIDA (de la Asociación Nacional de Cajas, ASOCAJAS) en su novena edición de julio de 2010, todo este conjunto de estrategias de crédito le ha permitido al sistema de subsidio familiar entregar créditos por más de 4.3 billones de pesos en los últimos 8 años, principalmente focalizados entre la población más pobre.

² Tomado de WIKIPEDIA.

“Al cierre del 2009, las cajas entregaron 2.034 créditos para el fomento de empresas familiares por valor de 4.868 millones de pesos, que fueron orientados principalmente hacia la población de menores ingresos: el 77% del total de los recursos prestados se otorgaron a trabajadores con ingresos hasta de 2 SMLV”³

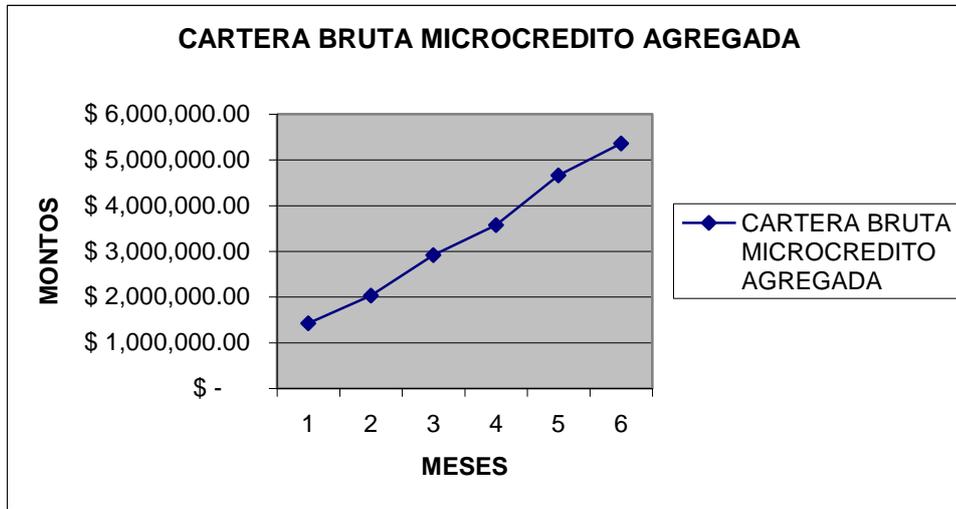
También en el 2009, se adjudicaron 498.685 en servicios sociales por valor de 594,576 millones de pesos, de los cuales el 47% se destino a trabajadores con ingresos hasta 2 SMLV y el 22% se asigno a las PYME.

CARTERA BRUTA DE MICROCRÉDITO EN COLOMBIA

Al finalizar el primer trimestre del año 2010, la cartera del microcrédito agregada (Bancos, Compañías de financiamiento comercial (CFC), cooperativas y ONG) ascendió a 5, 36 billones de pesos, 699 mil millones más que en marzo de 2009, y aunque este aumento nominal es 36% menos que el billón de pesos logrado en el mismo periodo del año anterior (marzo 07 a marzo 08), mantiene al microcrédito como la modalidad que, en términos porcentuales, mas crece entre los distintos tipos de crédito. En el gráfico 1, se observa que la cartera de microcrédito casi se a cuadruplicado en tan solo 5 años y además mantiene la tendencia de crecimiento.

³ Tomado de la revista MAS VIDA, edición 9 de julio de 2010, revista de Asociación Nacional de Cajas – ASOCAJAS, como dato suministrado por la superintendencia del subsidio familiar - SUPERFAMILIAR.

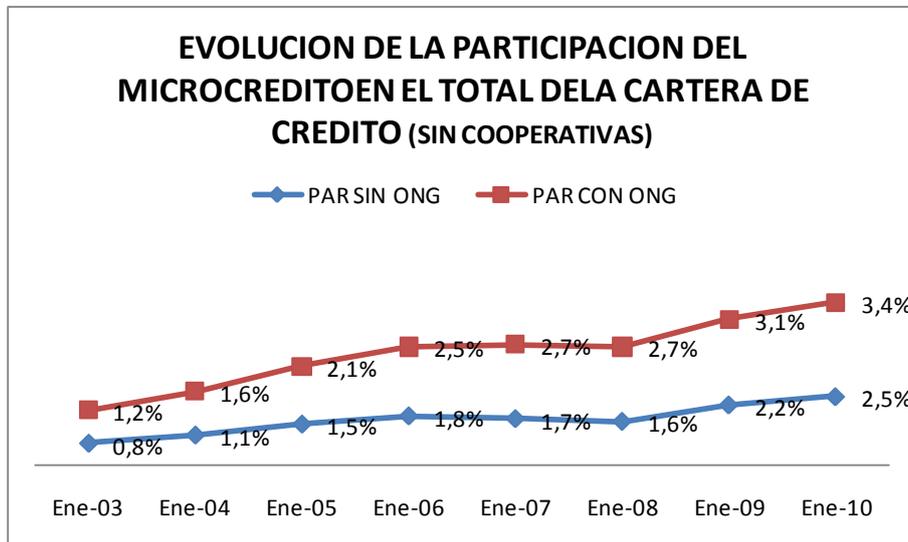
GRAFICO 1.



Fuente: Súperfinanciera, Emprender

EVOLUCION DE LA PARTICIPACION DEL MICROCREDITO EN EL TOTAL DE LA CARTERA DE CREDITO (SIN COOPERATIVAS)

GRAFICO 2.



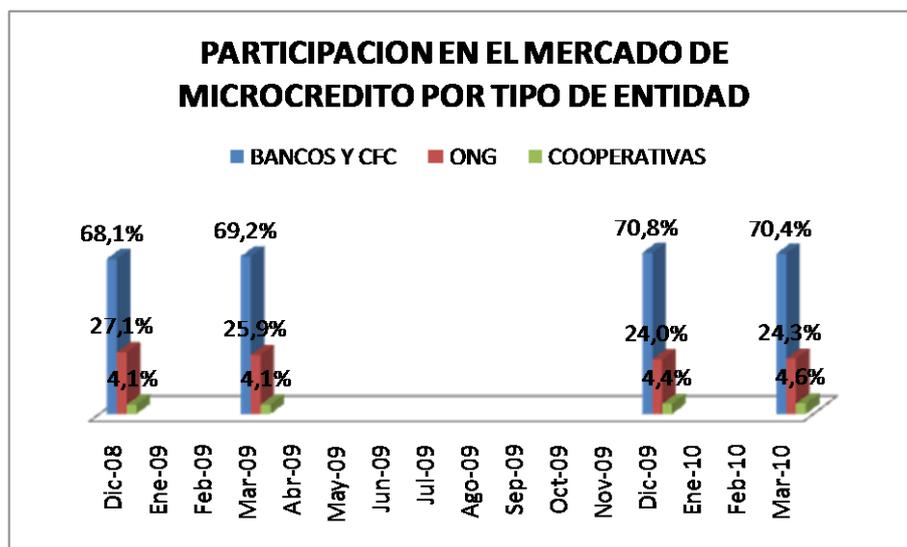
Fuente: Súperfinanciera, Emprender

En el gráfico 2, se muestra la participación del microcrédito dentro del total de la cartera del sistema financiero (sin cooperativas), se observa la evolución mostrada por el microcrédito durante el último año, esta cartera casi triplico su participación en el total de la cartera entre marzo-03 y marzo-10, generándose una tendencia que se ha acentuado en los últimos años.

Muy diferente fue el comportamiento de la cartera del microcrédito que estuvo determinada por la recuperación de las ONG las cuales crecieron, en términos del tamaño de su cartera, a una tasa superior registrada por los bancos y las CFC, según lo manifestado por la superintendencia de subsidio familiar – SUPERFAMILIAR- en la revista MAS VIDA edición 9 de julio de 2010.

PARTICIPACION EN EL MERCADO DE MICROREDITO POR TIPO DE ENTIDAD

GRAFICO 3.



Fuente: Superfinanciera, Supersolidaria, Emprender

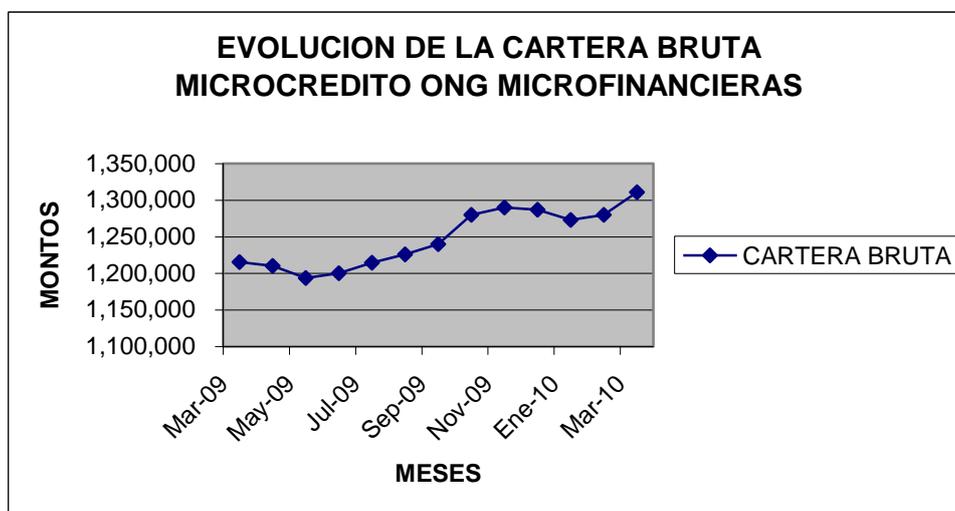
De acuerdo a lo reflejado en el gráfico 3, se observa que durante el primer trimestre del 2010, las ONG microfinancieras y las cooperativas de ahorro y

crédito ganaron participación en el mercado, reduciendo así la proporción correspondiente a los bancos y a las Compañías de Financiamiento Comercial (CFC).

Entre diciembre de 2009 y marzo de 2010 la cartera bruta de microcrédito del conjunto de las entidades que fueron analizadas, aumentó en 48 mil millones de pesos, de los cuales el 50% corresponde a las ONG microfinancieras y el 24,7% a los bancos y CFC y el 25,2% a las cooperativas de ahorro y crédito, presentado las cooperativas mayor participación que los bancos y las CFC.

EVOLUCION CARTERA BRUTA MICROREDITO ONG MICROFINANCIERAS EN COLOMBIA

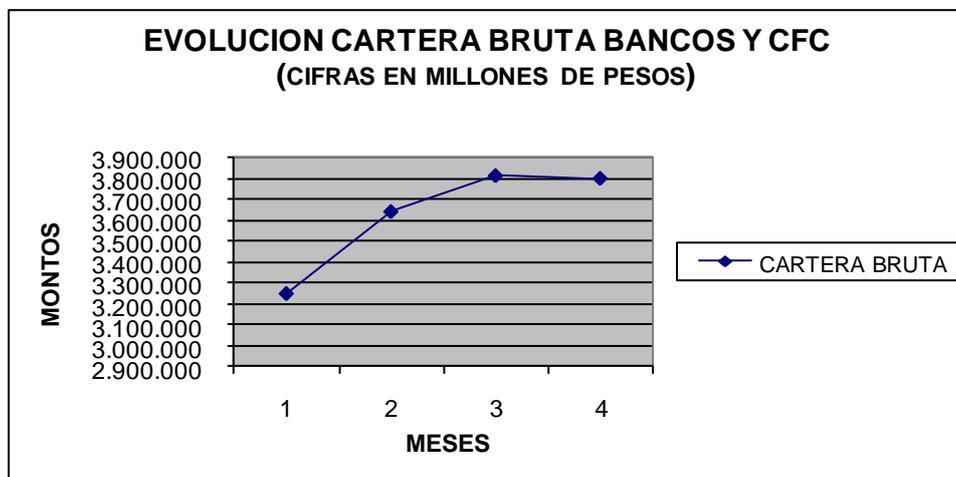
GRAFICO 4.



Fuente: *Emprender*

Al finalizar el tercer mes del 2010, la cartera de microcrédito de las ONG microfinancieras cerró en 1,3 billones de pesos con una variación anual del 7,9%, mostrando una recuperación respecto a la contracción del 14% registrada el año anterior.

**EVOLUCION CARTERA BRUTA DE MICROREDITO BANCOS Y CFC EN
COLOMBIA
GRAFICO 5.**



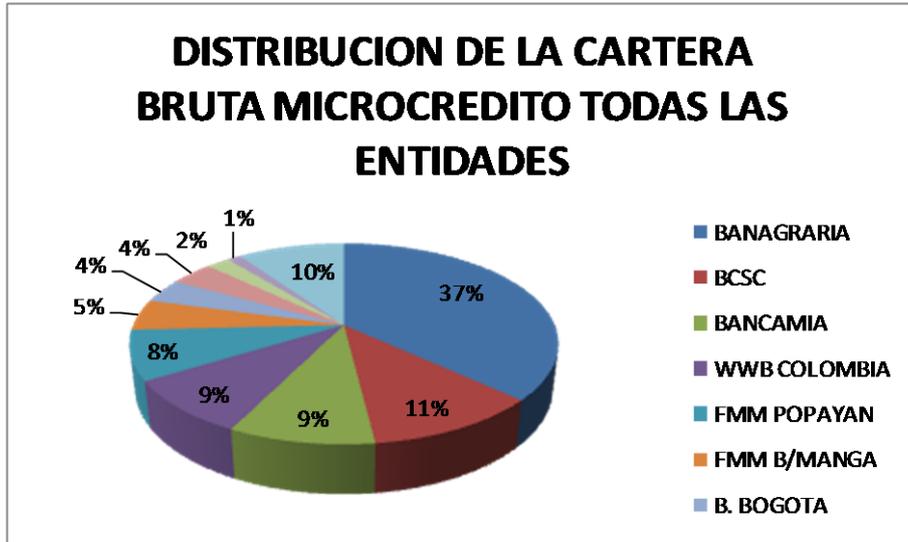
Fuente: superintendencia financiera

La cartera de microcrédito para bancos y Compañías de Financiamiento Comercial (CFC) tuvo una variación del 0,3% para el primer trimestre del año. Esta variación que se presenta es la mas baja de los últimos años, resulta ser 20 veces inferior al 6,5% presentado en el mismo periodo del año anterior, como se muestra en el gráfico 5.

**DISTRIBUCION DE LA CARTERA BRUTA MICROREDITO EN COLOMBIA
- TODAS LAS ENTIDADES -(CIFRAS A MARZO 2010)**

En el gráfico 6, se encuentra los 10 principales operadores de microcrédito en Colombia concentran en conjunto mas del 90% de la cartera; aquí encontramos 5 bancos con el 65,1% de la cartera total, 3 ONG microfinancieras con el 21,9% de la cartera total, 1 CFC con el 2,1% y una cooperativa con el 1,2% de la cartera total.

GRAFICO 6.



Fuente: Superfinanciera, Supersolidaria, Emprender

1.7 Metodología del Trabajo

La investigación es de carácter descriptiva y analítica.

Las fuentes de investigación que se emplean en este estudio son secundarias en su totalidad, para efectos de análisis se tomarán estudios realizados previamente por la compañía, los cuales servirán de apoyo para la descripción y proyección de la demanda acompañados de la evolución del servicio de crédito social. En este caso los estudios que aplican son: Encuesta NSU (Nivel de Satisfacción del Usuario), la cual se realiza de forma anual a una muestra determinada de la población afiliada con la finalidad de identificar los aspectos a mejorar, cambiar y/o reforzar.

Las variables que se tendrá en cuenta para el desarrollo del trabajo, se encuentran operacionalizadas en la tabla 1, la cuál apoyará al logro de los objetivos planteados para el avance de la propuesta.

TABLA 1.

VARIABLE	DEFINICION	INDICADOR	FUENTE
COBERTURA DEL SERVICIO	Proporción de clientes atendidos en relación con los servicios demandados en una región	NOMBRE: numero de clientes potenciales ATRIBUTO: 50, 100,150, 200...n. UNIDAD DE MEDIDA: Personas	Informes estadísticos del servicio de crédito social
COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS	El comportamiento del consumidor es aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades.	NOMBRE: Líneas de crédito demandadas. ATRIBUTO: 50, 100,150, 200...n. UNIDAD DE MEDIDA: Personas	Encuestas NSU (Nivel de Satisfacción del Usuario)
INDICADORES FINANCIEROS	Son relaciones entre magnitudes que forman parte de los estados financieros a fin de determinar la situación financiera de la empresa, como la calidad de las partidas que lo interrelacionan	NOMBRE: Remanentes/Déficit ATRIBUTO: \$50, \$100,\$150,\$ 200...n. UNIDAD DE MEDIDA: pesos	Informes estadísticos del servicio de crédito social
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	Es la cantidad y calidad de servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un cliente	NOMBRE: numero de Créditos colocados ATRIBUTO: 50, 100,150, 200...n. UNIDAD DE MEDIDA: créditos	Informes estadísticos del servicio de crédito social

1.8 Logros Esperados

Con este estudio se espera arrojar información relevante para la toma de decisiones y formulación de estrategias que permitan el crecimiento a mediano plazo de la línea de libranza del servicio de crédito social.

De igual forma se espera consolidar toda la información direccionada en acciones de mejora y recomendaciones suministradas por los autores para el mejoramiento del servicio actual y al futuro.

2 PRESENTACION DE RESULTADOS

2.1 Caracterización de las condiciones de cobertura de la línea de libranza del servicio de crédito social de Comfenalco.

El servicio de crédito social surge de la necesidad de diseñar un servicio que permitiera renovar el interés de los afiliados en la Caja y al mismo tiempo marcar una diferencia con la competencia. Es así, como Comfenalco, identifica en crédito social una oportunidad para crecer en beneficios para su población objeto, generando bienestar y al mismo tiempo remanentes en la operación.

En septiembre de 2003, se lanza este servicio con un fondo de \$ 500.000.000, que ofrecería créditos a la población afiliada a la Caja de Compensación de FENALCO ANDI Comfenalco Cartagena en las modalidades de educación vivienda y mercadeo (libre inversión).

El objetivo, es contribuir a aliviar la carga económica del trabajador afiliado concediendo créditos a bajas tasas de interés y cómodas cuotas mensuales a corto y mediano plazo en diferentes líneas.

Con la creación de un fondo de crédito social se ofrece a todos los afiliados, diferentes líneas de crédito para atender sus necesidades básicas y las de su familia.

El valor total de la inversión es de \$500.000.000, discriminados así:

Educación:	\$100.000.000
Vivienda:	\$100.000.000
Mercadeo (Libre Inversión):	\$300.000.000

El proyecto inicia con las siguientes políticas:

- El solicitante debe laborar en una empresa que se encuentre al día con el pago de los aportes.
- El trabajador solicitante debe tener como mínimo un año de vinculación a la empresa con contrato a término indefinido.
- No estar reportado en las centrales de crédito (Datacrédito) para las líneas diferentes a la de Libre Inversión.
- El solicitante, debe cancelar a la Caja de Compensación Familiar de FENALCO ANDI - Comfenalco Cartagena - el valor del formulario de solicitud de crédito.
- Presentar al área de Créditos Sociales la solicitud completamente diligenciada con los documentos anexos.
- Las empresas donde labora el trabajador debe tener mínimo 6 meses de antigüedad de estar afiliada a la Caja y su comportamiento de pago de aportes sea excelente.
- Para los créditos de la línea de Educación superior estos deben ser de establecimientos y programas debidamente aprobados por el Ministerio de Educación o el ICFES.
- Para créditos por libranza se conviene directamente con el trabajador de acuerdo con capacidad de pago, sin comprometer más del 30% de sus ingresos.
- El tiempo de estudio y respuesta de la solicitud de crédito no debe ser mayor a 30 días calendario, para informar al usuario del servicio.

- Los trabajadores que soliciten préstamos diferentes a Libre Inversión y al momento de la solicitud tengan en cesantías el monto del crédito solicitado, tendrán mayor puntaje en el momento de hacer el estudio de crédito.
- Trabajadores que soliciten crédito para Equipos de Informática y hayan tenido que recurrir a las cesantías para cubrir pago de vivienda o que tengan sus cesantías pignoradas a la empresa. Estos eventos deben ser certificados por la empresa, especificando el tiempo de servicio.
- El crédito solicitado para Libre Inversión, debe estar respaldado por pagaré y carta de compromiso
- No se otorgaran créditos a trabajadores beneficiarios que hayan incurrido en morosidad en créditos anteriores.
- En los casos en que los cónyuges trabajen para empresas afiliadas a la Caja de Compensación Familiar de FENALCO ANDI Comfenalco Cartagena y ambos requieran de crédito, no podrán firmar como codeudores mutuamente.
- No podrán ser sujetos de crédito los trabajadores que hagan parte del Consejo Directivo de la Caja de Compensación Familiar de FENALCO ANDI Comfenalco Cartagena.
- El sistema de pago de los créditos de la Caja de Compensación Familiar de FENALCO ANDI Comfenalco Cartagena para beneficiarios y afiliados, se hará mediante descuentos por nómina.
- Los créditos de Educación Superior y Equipos de Informática se desembolsarán a nombre de la institución prestadora del servicio, exceptuando los créditos de libre inversión.

- Las tasas de interés aplicadas por Créditos Sociales de Comfenalco Cartagena, serán revisadas, teniendo en cuenta las tasas del mercado, actualmente el 1.5% mensual.
- La tasa de interés moratoria aplicada por Crédito Sociales de Comfenalco Cartagena será la establecida por la Superintendencia Bancaria.
- Las tasas de interés serán evaluadas periódicamente con el Director Administrativo.
- Se establece los montos de educación superior hasta \$1.200.000, que serán cancelados a un plazo máximo de 6 meses; y para equipos de informática hasta \$2.200.000, a un plazo máximo de 24 meses.
- Las líneas de crédito, las cuantías y los plazos máximos de amortización de los créditos, deben ser aprobadas por el Consejo Directivo y la Superintendencia del Subsidio Familiar.

En la actualidad se mantienen las políticas, presentando variaciones en cuanto a los plazos, montos y tasas de interés, las cuales han variado por las exigencias del mercado y evolución del servicio de crédito social a través del tiempo desde sus inicios.

Se ofertan tres líneas de crédito por libranza que son:

- Línea de libre inversión: el plazo que se ofrece es hasta de 60 meses, con una tasa que va desde el 1,2%.
- Línea de educación: los plazos que ofrece esta línea va sujeto al grado de estudio, si es pregrado hasta 12 meses, si es postgrado (diplomados, especializaciones) hasta 36 meses y maestrías y doctorados hasta 48 meses.

- Línea de vivienda: el plazo es hasta 60 meses y puede ser para compra de vivienda nueva o usada y mejoramiento.

Los montos a desembolsar van sujetos a la capacidad de pago y el nivel de endeudamiento de cada afiliado.

Las cajas de compensación familiar manejan categorías para sus afiliados que van determinada de acuerdo al rango de ingreso en SMLV:

Categoría A: 1 a 2 SMLV

Categoría B: 2 a 4 SMLV

Categoría C: más de 4 SMLV

Es importante identificar las categorías de los afiliados, ya que de acuerdo a estas, se define la tasa de interés que aplica para cada trabajador en las diferentes líneas de crédito, como lo muestra la tabla 2.

2. 1. 1 LINEAS Y TASAS

TABLA 2.

LINEAS DE CREDITO	CATEGORIAS		
	A	B	C
LIBRE INVERSION	1,20%	1,22%	1,25%
EDUCACION	0,90%	0,95%	1,00%
VIVIENDA	1,10%	1,15%	1,20%

A corte de septiembre 2010, la caja ha realizado 780 convenios de libranzas con empresa afiliadas.

El convenio consiste en un compromiso por parte de la empresa a autorizar el crédito y posterior descuento por nómina, para esto la empresa firma un convenio (ver anexo 1) y un registro de clientes donde el representante legal

autoriza quien o cual será la firma que debe autorizar estos créditos (ver anexo 2), a estos documentos se le anexan los siguientes documentos:

- Carta de Solicitud de la Empresa, firmada por el Representante Legal o Gerente Financiero solicitando el convenio.
- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal actualizado, o equivalente de acuerdo al tipo de persona jurídica (con fecha de expedición no mayor a 30 días.
- Declaración de Renta del año inmediatamente anterior de la empresa.
- Fotocopia del RUT.
- Fotocopia de cédula del Representante Legal.
- Estados financieros firmados por el Representante Legal y/o Revisor Fiscal del año inmediatamente anterior y corte del trimestre más reciente.

El tiempo de respuesta una vez ingresada esta documentación a Comfenalco es de 5 días hábiles, tiempo en el que se le informa a la empresa telefónicamente o por correo electrónico si fue aceptado o rechazado el convenio.

Aprobado el convenio con la empresa los trabajadores pueden realizar créditos en cualquier de las tres líneas. Para esto debe realizar el siguiente proceso:

1. Infraestructura: el afiliado se acerca a un punto de atención o directamente con un asesor. Comfenalco posee dos centros de atención al cliente CIS ubicados en el centro comercial LOS EJECUTIVOS y centro comercial LA CASCADA en la Matuna (centro), en estos puntos se atiende cualquier servicio de la caja. Para mejorar esta atención desde abril del 2010 se agregó a estos CIS, puntos de atención de crédito ubicados en SAO Plazuela, Olímpica Buenos Aires y SAO San Felipe, en cada punto de atención hay una asesora que le entrega

información del crédito y el diligenciamiento de este. Y hay 4 asesoras que visitan las empresas para el trámite de estas líneas de crédito.

2. Solicitud de información: se puede consultar en la pagina Web www.comfenalco.com, en los CIS, puntos de atención de crédito, asesoras de crédito, ejecutivos de ventas corporativas y en el call center.
3. Formulario de solicitud de crédito: lo pueden solicitar en los CIS, puntos de atención de crédito, asesoras de crédito o por la página Web.
4. Radicación de documentos: se realizan en los CIS, puntos de atención de crédito o con las asesoras de crédito.
5. Asignación de crédito y entrega de pagaré: después de radicados los documentos, los analistas deben verificar la información, entregar una evaluación de afiliado solicitante y entregarlos a la coordinadora que en un comité debaten si es aprobado o no el crédito. Este comité se realiza el segundo día hábil de la semana. Después de la aprobación en el comité se entrega el pagare o garantías que debe ser firmado por el afiliado solicitante y la persona encargada de autorizar los créditos en la empresa.
6. Legalización: consiste en devolver a Comfenalco el pagaré o garantía firmada por el afiliado solicitante y el representante de la empresa.
7. Desembolso: una vez legalizado el crédito, el afiliado deberá esperar 3 días hábiles para el desembolso de este. El desembolso se realiza de la siguiente manera:
 - a. Libre inversión, se consigna en la cuenta del solicitante.
 - b. Educación: se realiza un giro electrónico a la entidad educativa donde el afiliado realizará los estudios.
 - c. Vivienda: si es compra de vivienda se realiza un giro a la entidad o la persona que realiza la venta, y si es mejoramiento de vivienda se le entrega una orden de compra para retiro de los materiales en cualquiera de los establecimientos en convenio con la caja.

Los afiliados solicitantes de crédito deben diligenciar un formulario (ver anexo 3) y adicionar los siguientes documentos:

- Certificación laboral, con vigencia no superior a 30 días, donde se indique salario, tipo de contrato y antigüedad.
- Volantes de pago de los 2 últimos meses.
- Copia de cedula ampliada al 150%
- Volante de pago de matricula de la institución educativa (solo para créditos educativos)
- Certificado de compra y venta del inmueble (solo para créditos de compra de vivienda)
- Cotización de materiales de construcción (para créditos de mejoramiento de vivienda).
- Certificación de cuenta donde se consignara el crédito.

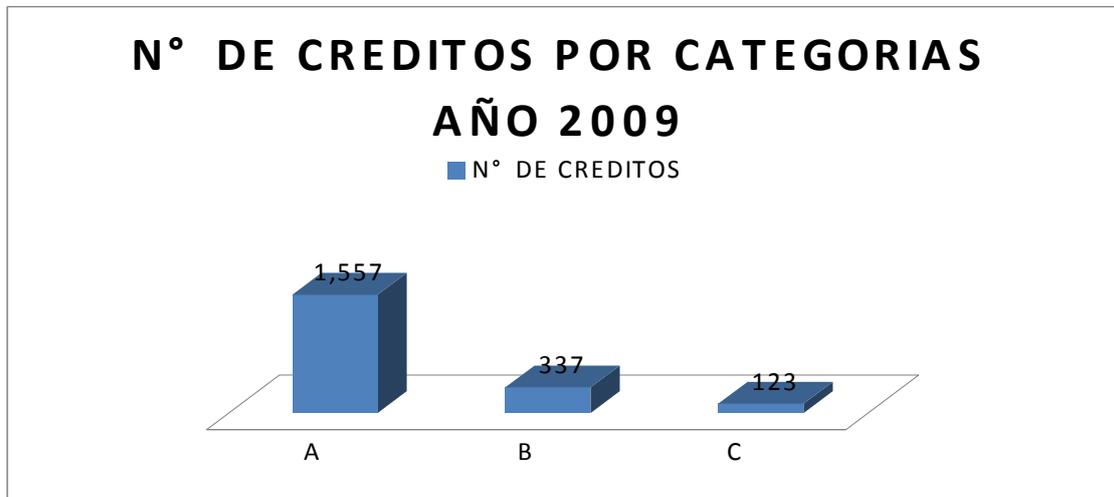
2.1. 2 Datos estadísticos crédito social

NUMERO DE CREDITOS Y MONTOS POR CATEGORIA AÑO 2009

TABLA 3.

CATEGORIAS	N° DE CREDITOS	MONTOS
A	1.557	6.125.335.105
B	337	1.325.040.106
C	123	483.996.686

GRAFICO 7.

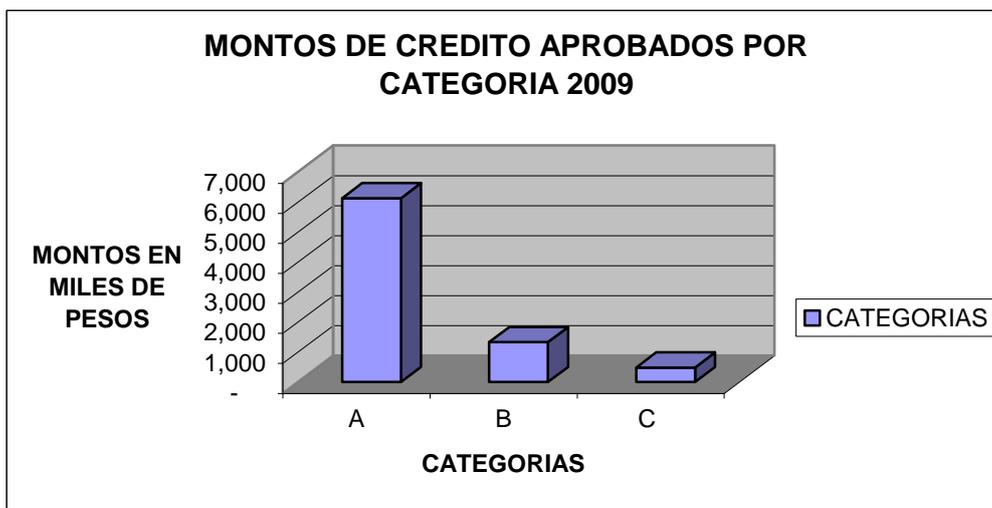


Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Se puede observar en el gráfico 7, que los afiliados a Comfenalco que más demandan el servicio de crédito social son los trabajadores en categoría A (1 a 2 SMLV), teniendo una participación del 77,2% en el total de créditos asignados para el 2009.

Este fenómeno se presenta, por la posibilidad que ofrece la caja de compensación a trabajadores que no tienen vida crediticia y/o mayores ingresos (considerados inferior a dos SMLV), de acceder al sistema financiero para suplir sus necesidades, en el cual a un trabajador que devenga 1 o 2 SMLV le representa una limitación la condición salarial, para obtener la aprobación de una solicitud de crédito en algunas entidades financieras.

GRAFICO 8.



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Sujeto al numero de créditos aprobados por categorías se relacionan los montos y la categoría que mas dinero se desembolso para el 2009 es la categoría A, como se refleja en el gráfico 8.

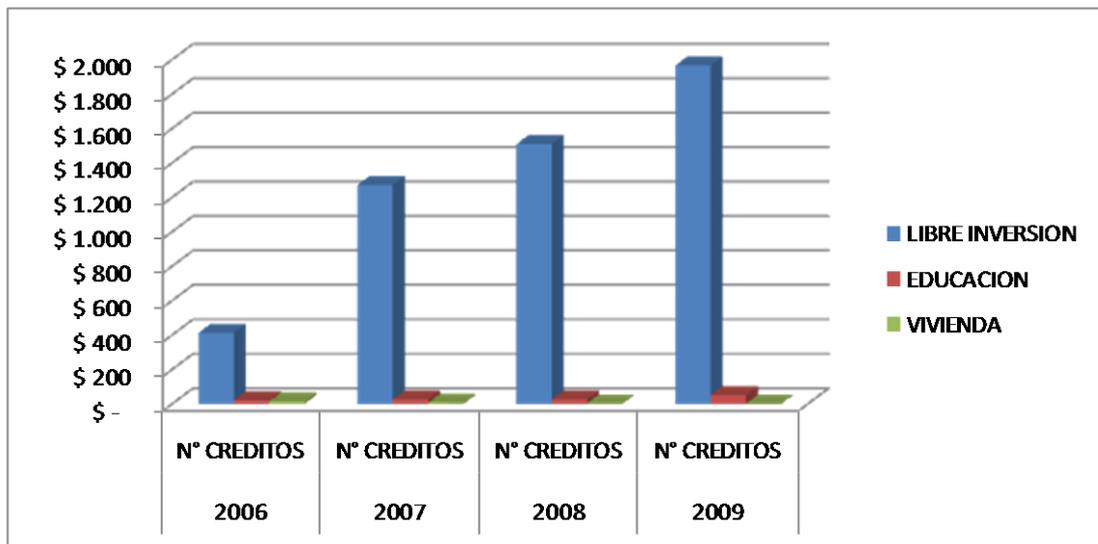
EVOLUCION DEL CREDITO EN LINEAS DESDE EL 2006 POR NÚMERO DE CREDITOS

TABLA 4.

LINEAS DE CREDITO	2006	2007	2008	2009
	N° CREDITOS	N° CREDITOS	N° CREDITOS	N° CREDITOS
LIBRE INVERSION	413	1.272	1.509	1.966
EDUCACION	21	26	26	50
VIVIENDA	14	6	2	-
TOTAL	448	1.304	1.537	2.016

EVOLUCION DEL CREDITO EN LINEAS DESDE EL 2006 POR MONTOS

GRAFICO 9.



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Con esta información estadística se puede analizar la evolución del servicio de crédito social.

La línea que mas acogida tiene entre los afiliados es la línea de libre inversión, la cual ha tenido un crecimiento considerable y es la línea que más porcentaje de participación tiene con respecto al número total de créditos asignados para el 2009 con un 97,5%.

La línea de educación ha crecido durante los años, en el último año esta cifra casi fue duplicada, pero sigue teniendo una participación muy baja con respecto al total de créditos asignados para el 2009 con un 2,5%.

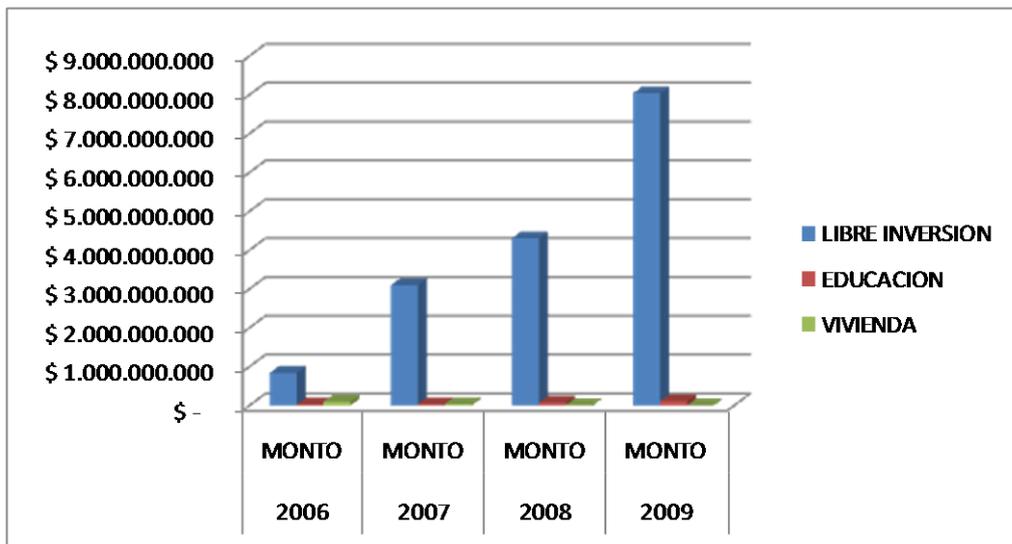
La línea de vivienda no ha tenido una buena evolución, se puede observar que a través de los años ha decrecido y que durante el 2009 no se realizó un solo desembolso a esta línea, a pesar que durante el 2009 se plantearon nuevas políticas a esta línea, como, levantar la restricción a trabajadores con mas de 4 SMLV y extender los créditos para compra de vivienda nueva o usada.

MONTOS POR LINEAS

TABLA 5.

	2006	2007	2008	2009
	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO
LIBRE INVERSION	\$ 838.477.056	\$ 3.096.230.430	\$ 4.303.821.277	\$ 8.038.963.068
EDUCACION	\$ 24.273.060	\$ 30.903.835	\$ 71.648.635	\$ 108.988.393
VIVIENDA	\$ 97.065.445	\$ 33.251.059	\$ 9.800.000	\$ -
TOTAL	\$ 959.815.561	\$ 3.160.385.324	\$ 4.385.269.912	\$ 8.147.951.461

GRAFICO 10.



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

En el gráfico 10., se observa como del 2008 al 2009 aumentó el monto desembolsado en un 46%, lo cual representa para crédito social un aumento en su cartera.

La línea de libre inversión es la que mayor monto desembolsado presenta con un porcentaje de participación del 98,7% en el total de crédito desembolsado.

1.2 COMPORTAMIENTO DE BENEFICIARIOS

Comfenalco tiene afiliada a 7806 empresas en el departamento de Bolívar y 117.623 trabajadores distribuidos de la siguiente manera:

- Categoría A: 89.636 trabajadores que equivale al 76,2% del total de trabajadores afiliados.
- Categoría B: 18.556 trabajadores que equivale al 15,8% del total de trabajadores afiliados.
- Categoría C: 9.431 trabajadores que equivale al 8,0% del total de trabajadores afiliados.

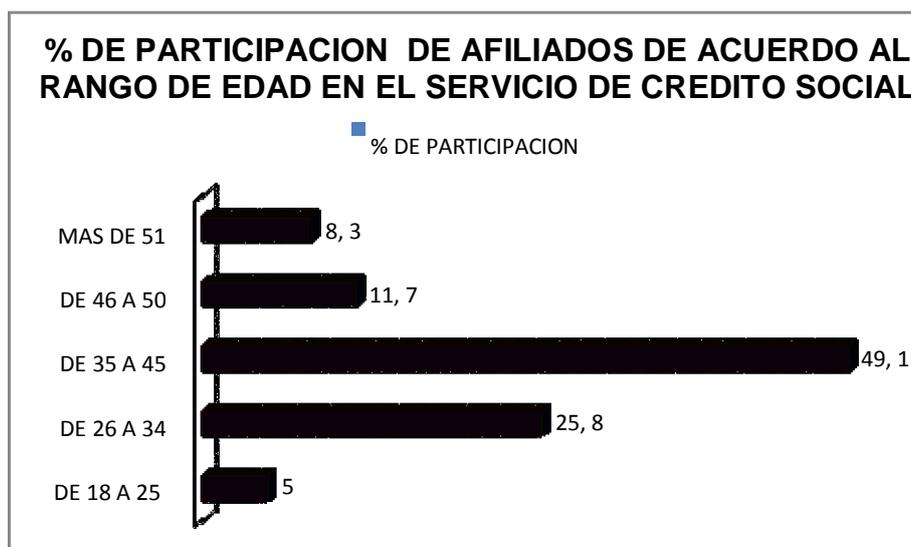
Los beneficiarios de crédito social que más utilizan el servicio es la categoría A, los cuales manejan un porcentaje de participación del 77,2% en el total de créditos asignados y la línea más usada es la libre inversión con un porcentaje de participación del 97,5% con respecto a las otras líneas existentes.

En el perfil demográfico de los afiliados se puede identificar datos que son importantes para el diseño de las estrategias:

EDAD

El segmento de edad donde se generan más créditos colocados es el de 35 a 45 años con un 49,1% y el de menor segmento es de 18 a 25 años con un 5% de participación, como lo muestra el gráfico 11.

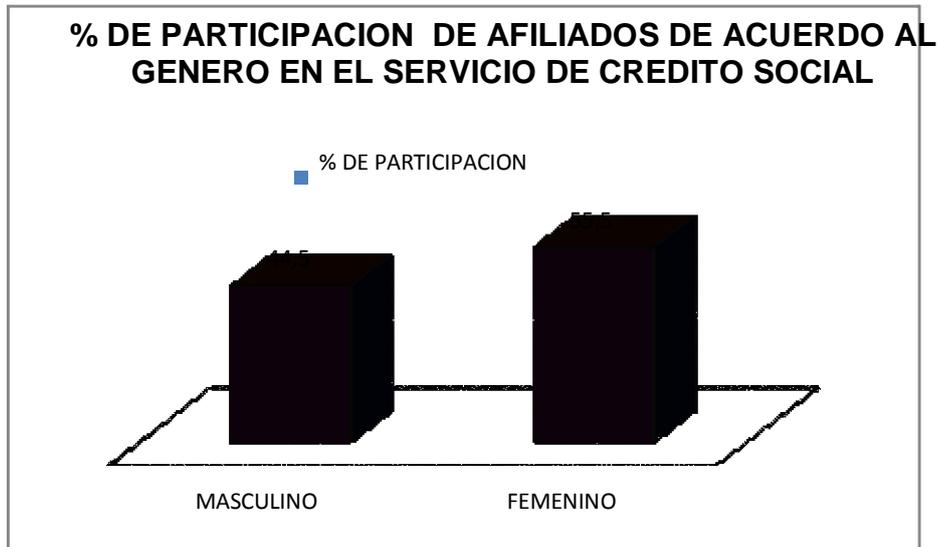
GRAFICO 11.



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

GENERO

GRAFICO 12.

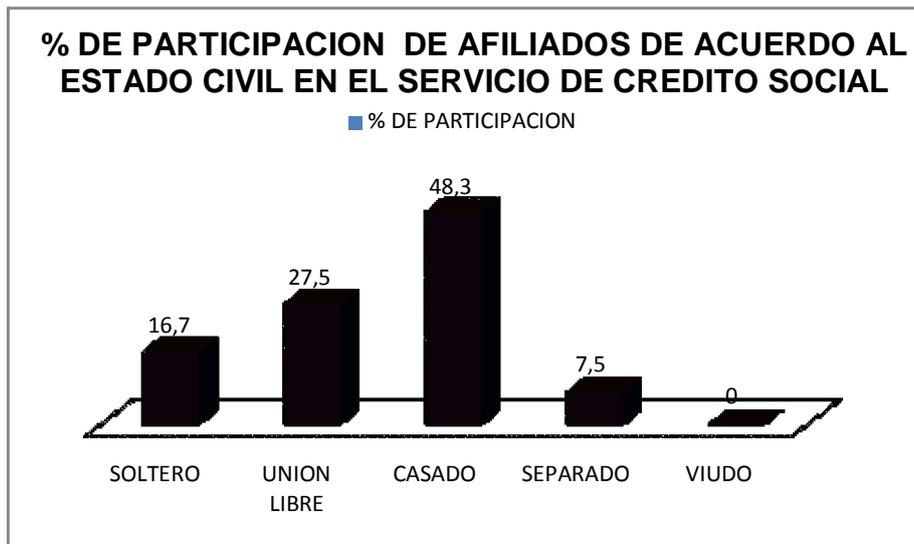


Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

El género femenino tiene una mayor participación con un 55,5%, superando al género masculino en un 11%.

ESTADO CIVIL

GRAFICO 13.



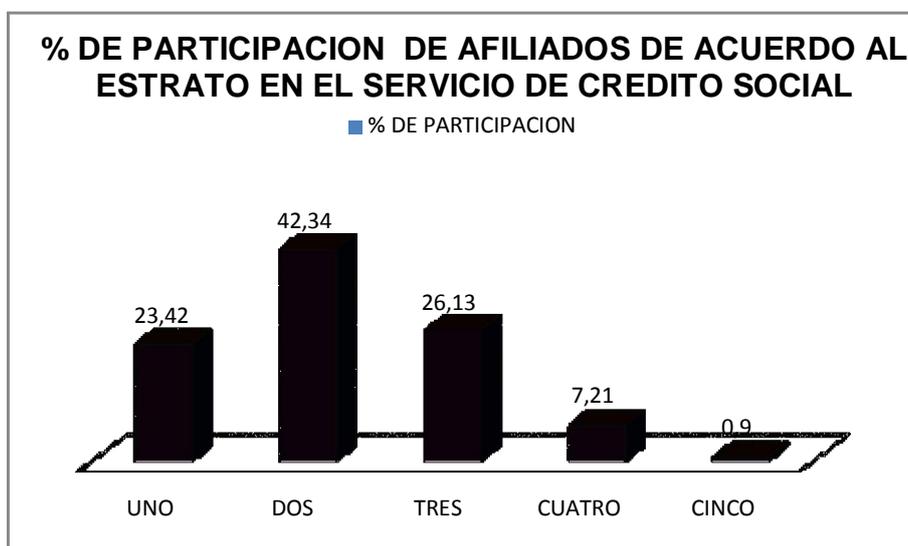
Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Las personas casadas, tiene una mayor participación con un 48,3% seguido de los unión libre con un 27,5%, lo que se puede llegar a concluir que los trabajadores comprometidos tienen la mayor demanda de créditos con un 75,8%.

ESTRATO

El servicio de crédito tiene una gran acogida en los estratos 1, 2 y 3, ya que es en estos estratos donde se concentra la mayor demanda de créditos.

GRAFICO 14.



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

2.2 ASPECTOS RELEVANTES IDENTIFICADOS EN EL NIVEL SATISFACCION DE LOS USUARIO DEL SERVICIO DE CREDITO

La satisfacción es un requisito indispensable para posicionarse en la mente de los afiliados y de esta manera posicionarse en un mercado meta. Concientes de esta necesidad y de la razón de ser de la caja, es indispensable saber o monitorear qué tan satisfechos se encuentran los afiliados que utilizan los

servicios. Es por esto, que anualmente Comfenalco realiza una encuesta que mide el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios. En esta se puede analizar las fortalezas y debilidades de los servicios.

El NSU (Nivel de Satisfacción al usuario), es una encuesta que realiza Comfenalco anualmente y para aplicarla contrata a una firma (OPINIONMETER) para encuestar y analizar la satisfacción que los afiliados que utilizan los servicios de la caja tienen de estos.

De acuerdo a la ficha técnica utilizada para la encuesta NSU, se identifica un universo de 1130 afiliados con crédito para el año 2009, para lo cual se tomo una muestra aleatoria simple de 120 personas usuarias del servicio de crédito(a la fecha registraban libranza), utilizando una metodología de entrevista personal y telefónica, arrojando un margen de error del 8,46% y un nivel de confianza del 95%.

Para hallar un resultado significativo para el servicio de crédito social se aplicaron las siguientes preguntas:

- ¿Qué tan satisfecho se encuentra del servicio de libranza de Comfenalco?
- ¿A través de que medios se entero del servicio de crédito social Comfenalco?
- ¿Por qué se encuentra regularmente satisfecho o insatisfecho con el formulario de crédito social?
- ¿Cómo obtuvo conocimiento de la aprobación de su crédito?
- ¿Recibe actualmente extractos de su empresa que informa el estado de su crédito?
- ¿Recomendaría el servicio de crédito social de Comfenalco?
- ¿Por qué recomendaría el servicio de crédito social de Comfenalco a otras familias?

- ¿Cuáles considera son las principales fortalezas del servicio de crédito de Comfenalco?
- ¿Cuáles considera son las principales debilidades del servicio de crédito de Comfenalco?

El nivel de satisfacción del usuario de crédito social para libranzas ha mantenido una tendencia ubicándose en el año 2009 en 89,5% de satisfacción. Lo que significa que se encuentran medianamente satisfechos o conformes.

Entre las principales fortalezas que manifiestan los afiliados por el servicio de crédito encontramos:

- Facilidad de acceso al crédito.
- Las tasas de interés son bajas.
- Procesos ágiles.
- Presta un buen servicio.
- Líneas de crédito variadas.
- Entidad confiable.

Comfenalco es una caja reconocida a nivel regional, financieramente estable y que invierte en la gente, en la mejora de su calidad de vida. Es por esto, que los afiliados ven a Comfenalco como una entidad comprometida que gestiona servicios sociales. Esta es una fortaleza muy importante por esto, el servicio de crédito social tiene mucha aceptación entre el mercado meta, acompañado de las tasas interés bajas y facilidad de acceso al crédito lo convierten en un servicio competitivo en el mercado del microcrédito.

Un 98,3% de los encuestados que son trabajadores afiliados a Comfenalco que realizaron crédito con el servicio de Crédito Social, recomendaría el servicio porque tiene tasas de interés muy bajas y por su facilidad de acceso.

Sin embargo, se encontraron unas debilidades, que si bien han mejorado del 2006 al 2009 todavía se presentan en el grupo de debilidades del servicio. Dentro este grupo de debilidades se resaltaran tres ya que son las que presentan el porcentaje más alto entre este grupo:

- Demora en la aprobación del crédito
- Aumentar el valor del crédito
- Demora en el desembolso

Otro dato muy importante que cabe resaltar que no se encuentra en el NSU, pero para el desarrollo de este trabajo es clave, es el número de llamadas que recibe el call center por motivo de consulta de estado de los créditos. Del total de los créditos que recepciona Comfenalco un 39,5% son negados o aplazados ya sea por inconsistencia o falta de documentos. Estos no son informados a los afiliados a tiempo. Solo cuando realizan una llamada a consultar el estado del crédito verifican la negación de este o el aplazamiento. Es así como un 58,8% de las llamadas recepcionadas por este motivo manifiestan inconformidad por no haber informado a tiempo.

2.3 FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA Y LA PRESTACION DEL SERVICIO DE CREDITO SOCIAL PARA LA LINEA DE LIBRANZA, A MEDIANO PLAZO.

En el desarrollo y evolución del servicio de crédito social, se ha identificado variables que son determinantes en el crecimiento de la demanda del mismo, esto implica cambios y puesta en marcha de estrategias para poder cubrirla y mejorar en la prestación del servicio.

Dentro de los factores que inciden en el crecimiento de la demanda y la prestación del servicio de crédito social para la línea de libranza a mediano plazo se identifican los siguientes:

- Tasas de interés bajas

Este factor se ha convertido en el mayor atractivo para un afiliado a la hora de determinar la procedencia de su crédito.

La caja al manejar tasas bajas y competitivas con del sector financiero ha incentivado a un alto porcentaje de afiliados a tomar la decisión de realizar créditos con COMFENALCO obteniendo tasas blandas y buenos plazos, facilitando así la solución a su necesidad.

Otro beneficio o atractivo es que estas tasas que están muchas mas bajas que las del mercado a su vez esta clasificadas por categoría. El afiliado que tenga ingresos menores en SMLV tendrá una tasa más baja que los afiliados que tengan mayores ingresos en SMLV.

- Facilidad de acceso a créditos

La facilidad de acceso a créditos para afiliados de categoría A, es una variable que incide en el crecimiento de la demanda, al brindar la posibilidad de ingresar al sistema financiero a trabajadores cuyo salario no supera 1 S.M.L.V., lo que en algunas entidades financieras les representa una limitación para la obtención de créditos.

También es importante resaltar la no necesidad de presentar codeudor, esto es una fortaleza

- Aumento de establecimientos en convenio

Al incrementar el número de establecimientos en convenio para hacer efectivas determinadas líneas de crédito, aumenta el nivel de usuarios del servicio de

libranza de crédito social en la línea de mejoramiento de vivienda al tener mayores opciones para acceder en diferentes establecimientos.

- Aumento de la cobertura del servicio

Al incrementar el número de empresas en convenio, se aumentan el mercado ya que hay más trabajadores afiliados que pueden acceder a estas líneas. El aumento de cobertura también va dirigido a esos trabajadores afiliados que se encuentran en empresas que ya tiene convenio pero que no han utilizado el servicio.

De esta manera se aumenta el número de créditos desembolsados, trayendo como consecuencia el aumento en los ingresos del servicio, el aumento en la participación de los ingresos de la Caja, aumento en los excedentes del servicio y una alta rentabilidad.

2.4 Planteamiento de Estrategias

Después de analizar las condiciones de la demanda del servicio de libranza de crédito social se plantean las siguientes estrategias encaminadas con los lineamientos de la misión y visión de la Caja.

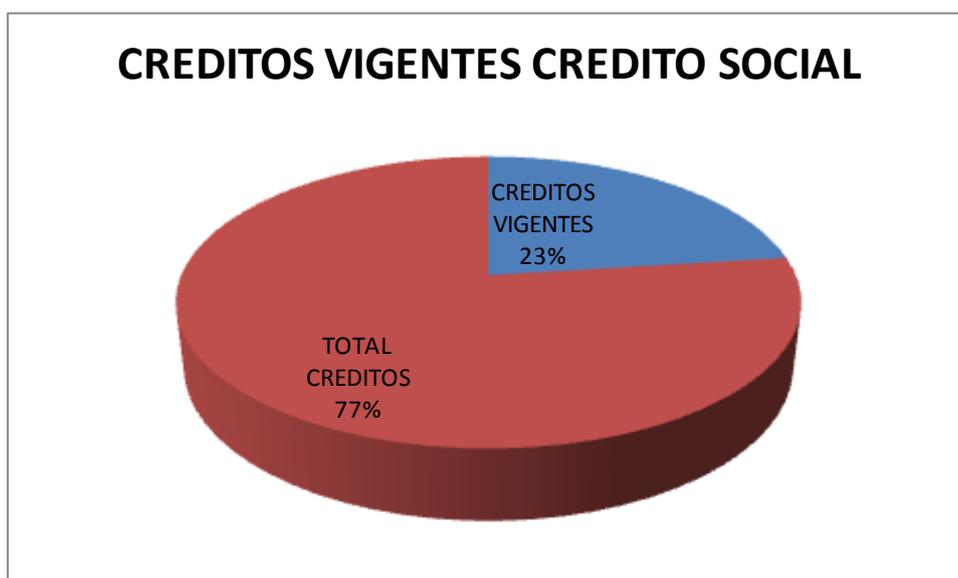
Se propone implementar estrategias de crecimiento de mercado, donde se “cultive” de manera intensiva los mercados actuales de la Caja. Existe una oportunidad de mercado que no ha sido explotada aun por el servicio de crédito social y es por medio de estas estrategias que se busca llegar hasta ello.

La estrategia de crecimiento que se proponen es la siguiente:

- Estrategia de penetración: se enfoca en el mercadeo más agresivo con las líneas ya existentes al mercado actual que aun no se ha explorado.

Crédito social para la línea de libranza tiene vigente a corte de septiembre de 2010, 780 convenios con empresa afiliadas a la Caja. Realizando un promedio de trabajadores por empresa aproximadamente cada empresa tendría 22 trabajadores (promedio obtenido del total empresas con convenio y total trabajadores en esas empresas) lo que resulta un total aproximado de 16.860 trabajadores. Actualmente crédito social tiene colocado en libranza 3.955 créditos vigentes que en términos porcentuales sería un 23% del mercado que tiene disponible actualmente.

GRAFICO 16



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Para la puesta en marcha de esta estrategia es necesaria una serie de actividades de publicidad, venta personal y promoción de ventas bastante agresiva.

Las actividades de publicidad se utilizarán los medios que tiene la Caja para comunicarse con sus afiliados, Comfemes (afiche publicitario que llega a las empresas todos los meses), página Web, Comfemail (correo electrónico que llega a los afiliados), CIS, puntos de atención de crédito, prensa, radio y charlas en las empresas ofrecidas por los ejecutivos o asesores.

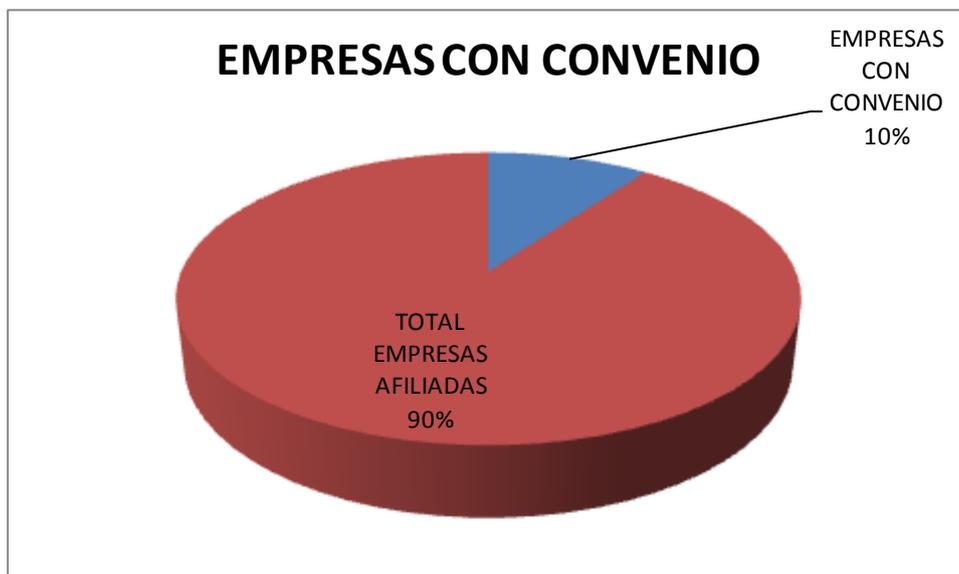
La venta personalizada debe ser más agresiva con visitas a las empresas en convenio donde persuadan a los afiliados y realicen los créditos. Entregándoles toda la información y asesoría en la escogencia de líneas y montos adecuados a cada trabajador.

Por ser un servicio que su principal fortaleza es la baja tasa de interés, se realizara la promoción en ventas con un concurso, método o motivación del referido o recomendado. Este fusionaría de la siguiente forma:

- ✓ Trabajador con crédito vigente con crédito social, que recomiende a nuevos trabajadores que nunca hayan utilizado el servicio a que realicen créditos con la unidad y estos sean aprobados y desembolsados ganan puntos que al final de un periodo establecido sean premiados.

Por otro lado, Comfenalco tiene 7806 empresas afiliadas de las cuales 780 tienen convenio que resulta ser el 10%.

GRAFICO 18



Fuente: Estadísticas unidad de crédito social COMFENALCO

Con esta estrategia se busca atraer nuevos clientes en este caso nuevas empresas que realicen convenios de libranza con la Caja, de esta manera son mayor los afiliados que pueden disfrutar de las líneas de créditos con tasas atractivas.

Esta estrategia se liderara desde la coordinación comercial de crédito. Se realizaran actividades de publicidad y visitas personalizadas a los gerentes y jefes de recursos humanos con el fin de dar conocer el servicio de crédito social las ventajas y responsabilidades de cada ente.

La publicidad se utilizara los medios de comunicación, Comfemes, Comfeexpress, radio, prensa, página web, ejecutivos de ventas, CIS, puntos de atención de crédito y asesoras de crédito.

Las visitas se realizaran directa (coordinadora comercial de crédito y asesoras de crédito) o con el apoyo de los ejecutivos de ventas, ya que son ellos los que tienen a cargo el mantenimiento del pareto, que son las primeras 2000 empresas con mayor numero de aportes del 4% y en las cuales esta concentrado el 80% de los aportes que recibe la Caja por parafiscales.

RECOMENDACIONES

- Se debe implementar sistemas predicativos, que señale pautas de selección al momento de adjudicar los créditos, esto con el fin de seleccionar de la mejor manera y con estándares establecidos la adjudicación de un crédito con su respectivo monto. Las Cajas de compensación manejan mucha información de los trabajadores que muchas entidades financieras no lo pueden hacer, como, estado civil, numero de hijos, cargo que desempeña, salario, tipo de estudios, tiempo de ingreso a la empresa etc. Con toda esta información es fácil la creación de parámetros que permitan la mejor evaluación de cada trabajador. De esta manera Comfenalco crea una cultura del crédito como fin social y mantiene una cartera sana.
- Mejoramiento de los proceso del servicio de crédito social libranza. Se recomienda reducir el tiempo desde que el afiliado radica la documentación hasta el momento del desembolso. Se debe eliminar el comité semanal. Con el diseño de la matriz no será necesario este comité, solo en casos muy especiales que necesiten una aprobación posterior. De esta manera el tiempo de solicitud y posterior aprobación o negación no debe ser superior a 3 días y ha 5 días con el desembolso del crédito o la autorización del uso de este según la línea solicitada.
- Capacitación constante y compromisos por parte del personal de crédito. Cada funcionario de esta área debe estar capacitado para la función que se le sea asignada. Estos deben conocer a cabalidad la importancia de su función en el proceso y debe quedar establecidos los tiempo por la realización de cada función. De esta manera se evita la demora de cada función que repercute en el tiempo del solicitante.

- El diseño de una plataforma que tenga acceso por la pagina web de la Caja que permita al afiliado solicitante ver el estado de su solicitud y el tiempo de espera para su respuesta, sujeto a los tiempos establecidos en la recomendación del ítem anterior. También que esta plataforma permita al afiliado una vez desembolsado el crédito saber el estado de su crédito vigente con la Caja, como el numero de cuotas canceladas, valor cancelado, valor que adeuda, etc.
- Un excelente manejo de comunicación. Todos los funcionarios de la Caja deben conocer el servicio de crédito social sus líneas, tasas, proceso para su obtención. Cualquier cambio en lo establecido un cambio de tasa, una nueva línea, etc., deber ser conocido por todo el personal de Comfenalco para que puedan entregar una buena información. La información debe salir de casa. Si los cambios se realizan en procesos, el personal directamente relacionado con el tema debe poseer la capacitación y el conocimiento antes de que sea lanzado a los afiliados.
- Por ultimo se recomienda trabajar más a la comunicación directamente con el afiliado. El correo electrónico es un buen medio. La actualización de los correos personales y el envío de mensajes e información a estos es muy eficaz y mantiene una relación estrecha con cada afiliado.

BIBLIOGRAFÍA

- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar; Metodología de la Investigación, Tercera Edición, Mc Graw Hill, México 2003.
- HIRSHLEIFER Jack, GLAZER Amihai, Microeconomía, Teoría y Aplicaciones, Quinta Edición, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., México 1994.
- GUILTINAN P. Joseph, PAUL W. Gordon, MADDEN J. Thomas, Gerencia de Marketing Estrategia y Programas, Sexta Edición, Mc Graw Hill, Bogotá 1998
- Datos estadísticos de comportamiento de la línea de libranza de COMFENALCO – CARTAGENA de 2006 a 2009.
- www.eumed.net/tesis/amc/14.htm Tesis doctorales.
- WIKIPEDIA - INTERNET

ANEXO 1.

CONVENIO CREDITOS CON LIBRANZA

Entre los suscritos a saber **JAIME TRUCCO DEL CASTILLO**, identificado con cédula de ciudadanía número 73.153.528, obrando de conformidad a poder conferido por el doctor **RICARDO SEGOVIA BRID**, identificado con cédula de ciudadanía número 19.077.648 en su calidad de Representante Legal de la Caja de Compensación Familiar de FENALCO ANDI Comfenalco-Cartagena, y el cual hace parte integral de éste contrato, de una parte y de la otra _____, identificado con la C.C. _____ obrando en su calidad de Representante Legal de. _____, Sociedad constituida mediante escritura publica No. _____ del _____ de _____ de _____, notaria _____ de (_____), todo lo cual consta en el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio, el cual se adjunta y hace parte integral del presente documento y quien en adelante sé denominará LA EMPRESA se ha celebrado el presente convenio regido por las siguientes cláusulas.

Primera: Objeto: El presente Convenio tiene por objeto el recaudo por nómina y/o compensación de las cuotas correspondientes a los créditos otorgados por parte de COMFENALCO a los empleados y/o asociados de LA EMPRESA.

Segunda: Fechas de Novedades: COMFENALCO enviará mensualmente a la EMPRESA la facturación registrando la siguiente información: documento de identidad de cada empleado, nombre, número del crédito, saldo total, valor de la cuota a pagar, fecha límite de pago, altura de cuota y plazo restante, para proceder al descuento respectivo. Esta facturación registrará un valor total por concepto de crédito a través de libranza el cual será cancelada por la EMPRESA, en la cuenta del Banco indicada en el extracto.

Parágrafo 1: Los descuentos de las cuotas que haga LA EMPRESA a sus empleados y/o asociados será el día establecido por LA EMPRESA.

Parágrafo 2: Los créditos que se otorguen a los empleados y/o asociados de la EMPRESA, tendrán fecha de vencimiento los 30 de cada mes, para pago hasta los días 5 del mes siguiente.

Tercera: Pago de las cuotas: El total de las cuotas descontadas, cada mes a los empleados y/o asociados de la EMPRESA, será cancelado a COMFENALCO, mediante factura generada mensualmente, a nombre de la EMPRESA, y discriminada para ser presentada en la cuenta recaudadora del Banco asignado para éste concepto.

Parágrafo 1: COMFENALCO una vez identifique el pago de la EMPRESA, en la fecha definida en el Parágrafo 2 de la cláusula Segunda, procederá a aplicar los pagos a los créditos de los empleados y/o asociados.

Cuarta: Retiro de los empleados y/o asociados: En caso de que por cualquier motivo el empleado y/o asociado renuncie o sea desvinculado, la EMPRESA se obliga a informar a COMFENALCO y solicitar el saldo insoluto de la deuda que tenga en ese momento, con el fin de obtener con el producto de sus salarios, aportes voluntarios, cesantías, prestaciones legales y extralegales, bonificaciones, indemnizaciones y en general cualquier valor a su favor hasta el porcentaje permitido por la ley, el pago o en

su defecto el abono a la obligación a cargo del empleado y/o asociado retirado o desvinculado.

Quinta: Vacaciones o descanso de los Empleados y/o asociados: Cuando a los empleados y/o asociados de la EMPRESA se les liquide los períodos de vacaciones o descanso a que tienen derecho, LA EMPRESA debe descontar de dicha liquidación el número de cuotas necesarias correspondientes a los meses en que el empleado y/o asociado se encontrará de vacaciones o descanso y cancelar a COMFENALCO las cuotas descontadas en los meses que corresponda

Sexta: Libranza: Para todos los créditos, se solicitará libranza firmada por el solicitante, por los codeudores si es del caso y por la firma autorizada y registrada por parte de LA EMPRESA en señal de asentimiento en el sentido de acatar la voluntad del empleado sobre los descuentos solicitados para cubrir su obligación.

Séptima: Incumplimiento en el Pago: En caso que LA EMPRESA, incumpla el pago de cualquiera de las obligaciones, COMFENALCO, procederá a suspender el servicio, hasta tanto normalice el estado de la obligación.

Octava: Obligaciones de COMFENALCO: COMFENALCO se compromete a:

1. Entregar a los solicitantes la papelería requerida para el trámite de las solicitudes de crédito, de acuerdo con los requisitos que tiene establecido COMFENALCO para tal efecto.
2. Estudiar las solicitudes de crédito que presenten la documentación exigida por COMFENALCO y que se encuentren debidamente diligenciadas. El hecho de la recepción de la documentación por parte de COMFENALCO no obliga a su aprobación la cual estará condicionada al análisis que sobre las mismas realice COMFENALCO de acuerdo con sus políticas, reglamentaciones y disponibilidad de recursos.
3. Realizar los desembolsos de los créditos aprobados a la cuenta de ahorros del empleado, previo el cumplimiento de los requisitos exigidos y la constitución de garantía si a ello hubiere lugar.
4. Enviar mensualmente a LA EMPRESA a través de correspondencia certificada, extractos detallados de los pagos que correspondan a las cuotas de amortización de los créditos aprobados de cada uno de sus empleados, en las fechas acordadas.
5. Aplicar mensualmente los pagos recibidos de las empresas en las fechas acordadas.
6. Mantener a la empresa actualizada en lo que a condiciones, beneficios, variaciones de tasas se presenten mensualmente.

Novena: Obligaciones de LA EMPRESA: LA EMPRESA se compromete a:

1. Presentar las solicitudes de crédito de sus empleados y/o asociados, con las condiciones requeridas y que cumplan en principio con los requisitos exigidos para el estudio del crédito.

2. Exigir a la Caja la libranza debidamente firmada para descontar por nómina y/o compensación, el valor de las cuotas del crédito y la autorización para que de la liquidación que le corresponda de salarios, aportes voluntarios, cesantías, prestaciones legales y extralegales, bonificaciones, indemnizaciones y en general cualquier valor a su favor se descuenten los saldos a favor de COMFENALCO.
3. Indicar mensualmente ante COMFENALCO y de acuerdo a la información suministrada por éste, los descuentos por nomina y/o compensación de cada uno de los empleados y/o asociados a quienes COMFENALCO les haya aprobado el crédito y así mismo en caso de retiro del empleado y/o asociado efectuar los trámites necesarios para que de la liquidación final se descuenten los saldos a favor de COMFENALCO.
4. Firmar y sellar la libranza por parte del Jefe de Recursos Humanos o en su defecto por la persona autorizada y con firma registrada en el registro de clientes.
5. Cancelar a COMFENALCO el valor de las cuotas de los créditos otorgados a sus empleados y/o asociados dentro de los términos definidos previamente, en caso contrario se causaran los intereses de mora a que haya lugar a cada uno de los créditos de los empleados..
6. Velar por la autenticidad e idoneidad de las firmas correspondientes a las personas que aparecen en el registro de clientes, asegurándose de informarle a COMFENALCO, los cambios en los funcionarios responsables de autorizar la libranza.
7. Cancelar en el Banco que destine COMFENALCO y en la fecha acordada, el saldo insoluto de la obligación adquirida por aquellos funcionarios que se retiran de LA EMPRESA, según la información enviada por COMFENALCO informando los saldos. Si el monto de la liquidación no alcanza a cubrir el saldo de la obligación, de todos modos LA EMPRESA consignará el valor resultante de la liquidación laboral como abono a la obligación, quedando exonerada LA EMPRESA de responsabilidad por la cancelación del saldo.

El presente convenio se suscribe por un término de un (1) año contado a partir de su firma y se renovará automáticamente por periodos iguales a no ser que cualquiera de las partes manifiesten su decisión de no renovarlo con Treinta días (30) de antelación a su vencimiento.

El presente convenio se suscribe a los _____ días del mes de _____ del año 2006

COMFENALCO

LA EMPRESA

Jaime Trucco Del Castillo
73.153.528

Firma Representante Legal
Nombre
Cédula

ANEXO 2

Caja de Compensación Familiar
de Fenalco Andi



FORMULARIO DE REGISTRO DE CLIENTES

Fecha	Día		Mes		Año	
-------	-----	--	-----	--	-----	--

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre o razón social		
NIT	CC	DE
Representante legal		
Ciudad	Departamento	Teléfono
Dirección		
Fax	E-mail	
Persona contacto	Teléfono	

INFORMACIÓN TRIBUTARIA

<u>CLASIFICACIÓN DIAN</u>	<u>RESOLUCIÓN N°</u>	<u>RÉGIMEN IVA</u>
Gran contribuyente <input type="radio"/>		Común <input type="radio"/>
Jurídico <input type="radio"/>		Simplificado <input type="radio"/>
Natural <input type="radio"/>		
<u>CLASIFICACIÓN DIAN</u>	<u>RESOLUCIÓN N°</u>	
Si <input type="radio"/> No <input type="radio"/>		

REFERENCIAS COMERCIALES

Nombre	Teléfono	Ciudad
Nombre	Teléfono	Ciudad

REFERENCIAS FINANCIERAS

Entidad - Oficina	Producto	N°
Entidad - Oficina	Producto	N°

SERVICIOS UTILIZADOS DE COMFENALCO

IPS COMFENALCO RECREACIÓN DEPORTES CENTRO DE EDUCACIÓN LABORAL
CRÉDITO SOCIAL

PERSONAL AUTORIZADO PARA FIRMAR SERVICIOS DE CRÉDITOS

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FIRMAS Y SELLOS
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

El diligenciamiento y la veracidad de la información que aquí se suministra es de absoluta responsabilidad del cliente y los cambios que en ella se haga, debe ser informado por escrito.

AUTORIZACIÓN PARA CONSULTA Y REPORTE A CENTRALES DE INFORMACIÓN

Para efectos de consolidar una política de conocimiento y velar por el efectivo cumplimiento de las garantías constitucionales establecidas, por la presente autorizamos de manera permanente e irrevocable, para que con fines estadísticos, de control, análisis de riesgo, supervisión y de información comercial a otras entidades, COMFENALCO CARTAGENA, a quien él delegue, o a quien en el futuro se hayan cedido sus derechos y ostente la misma posición contractual, reporte a la Central de Información y/o a cualquier otra entidad que maneje bases de datos con los mismos fines, el nacimiento, modificación, extinción de obligaciones contraídas o que llegue(mos) a contraer, fruto de contratos con COMFENALCO o sus subordinados, o cualquier otro dato personal o económico que estime pertinente, y en especial, el manejo de los Contratos por concepto de los servicios de Salud Recreación Educación Deportes Crédito Social, existencias de deudas vencidas sin cancelar o cualquier otra información que se obtenga en virtud de la relación comercial establecida con CCMFENALCO CARTAGENA. La presente autorización faculta además a COMFENALCO CARTAGENA para que pueda solicitar información sobre mis (nuestras) relaciones comerciales de cualquiera de las mencionadas entidades. Lo anterior implica que el cumplimiento o incumplimiento de mis (nuestras) obligaciones reflejará en las mencionadas bases de datos, en las cuales se consignaran de manera completa todos los datos referentes a mi (nuestro) actual y pasado comportamiento frente al sector comercial.

REPRESENTANTE LEGAL

Para poder prestar un mejor servicio, la agradecemos diligenciar este formulario.
Favor hacer llegar este formulario ya diligenciado anexando los siguientes documentos:

- Certificado de Cámara de Comercio en original no mayor de 60 días.
- Fotocopia del RUT
- Fotocopia de la cédula del Representante Legal.
- Estados financieros firmados por el revisor fiscal y/o representante legal del año inmediatamente anterior y corte reciente
- Declaración de renta del año anterior.

Dirección: Centro Integral de Servicios. C.C. Los Ejecutivos. Local 26. PBX: 6514917-6513603.
E-mail: credito@comfenalco.com



ANEXO 3

 Comfenalco <small>COMERCIO</small>	Solicitud de Crédito Social		
	Fecha de solicitud	Nombre del funcionario que atiende	Nº del crédito
D D M M A A A A A			
Valor solicitado: \$	Plazo	Deudor	Codeudor
LÍNEAS			
Anticipo de Subsidio <input type="checkbox"/>	Libre Inversión <input type="checkbox"/> <small>(Para compras de vehículos, seguros de caídas, viviendas, compras de cacería, salud, etc)</small>	Vivienda <input type="checkbox"/> <small>Requisito especificar el tipo de crédito para vivienda</small>	Adquisición de Vivienda <input type="checkbox"/>
Educación Formal y Superior <input type="checkbox"/>			Mejora de Vivienda <input type="checkbox"/>
DATOS PERSONALES DEL TRABAJADOR AFILIADO			
1er. Apellido	2do. Apellido	1er. Nombre	2do. Nombre
Tipo de identificación <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I.	Número de identificación	Lugar de Expedición	Fecha de Expedición D D M M A A A A A
Fecha de Nacimiento D D M M A A A A A	Ciudad de Nacimiento	País de Nacimiento	País de Residencia
Género <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M Estado Civil <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> U. Libre <input type="checkbox"/> Separado o divorciado			
Nivel de Estudio <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Bachillerato <input type="checkbox"/> Tecnológico <input type="checkbox"/> Universitaria <input type="checkbox"/> Especialización			Título profesional
Dirección de Residencia		Bloque	Apto / Casa.
Urbanización/Edificio	Barrio	Ciudad/Municipio	Departamento
Vivienda <input type="checkbox"/> Propia <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Arrendada		Tiempo en la residencia Años	Meses
Correo electrónico		Teléfono de Residencia	Celular
Ocupación <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Empleado <input type="checkbox"/> Empleado-socio <input type="checkbox"/> Socio		Es funcionario público <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	Administra recursos públicos <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
SI LA VIVIENDA ES ARRENDADA DILIGENCIA			
Nombre del Arrendador		Ciudad	Departamento
			Teléfono
INFORMACIÓN LABORAL DEL AFILIADO			
Término del Contrato <input type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Fijo	Empresa donde Trabaja	NIT	Cargo Actual
Fecha Vinculación D D M M A A A A A	Dirección Empresa	Bloque/Torre	Local/Oficina
		Edificio	
Barrio	Ciudad/Municipio	Departamento	País
		Teléfono	Ext. Fax
INFORMACIÓN DEL CÓNYUGE			
1er. Apellido	2do. Apellido	1er. Nombre	2do. Nombre
Tipo de identificación <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I.	Número de identificación	Ciudad de expedición	Fecha de nacimiento D D M M A A A A A
Empresa donde trabaja	Salario	Ocupación o cargo actual	Teléfono
BIENES RAÍCES			
<input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Finca <input type="checkbox"/> Apartamento	Dirección	Ciudad/Municipio	Barrio
Nº Escritura y Fecha	Notaría	Nº de Matrículas	Hipoteca a favor de
			Valor Hipoteca
Vehículo	Marca	Modelo	Placa
			Valor Comercial
DATOS DEL BENEFICIARIO DEL CRÉDITO (Solo para créditos diferente a libre inversión)			
1er. Apellido	2do. Apellido	1er. Nombre	2do. Nombre
Tipo de identificación <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I.	Número de identificación	Ciudad de expedición	Parentesco con el trabajador
Establecimiento donde estudia	Ciudad	Programa	Semestre
INFORMACIÓN FINANCIERA			
INGRESOS	VALOR	EGRESOS	VALOR
Salario fijo	S	Gastos Familiares	S
Salario Variable	S	Arrendamiento	S
Arrendamientos	S	Cuota de Crédito Hipotecario	S
Rendimiento Financiero	S	Otros Créditos	S
Comisiones y Honorarios	S	Otros Egresos	S
Otros Ingresos	S	¿Cuáles?	
¿Cuáles?			
TOTAL INGRESOS	S	TOTAL EGRESOS	S

