

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
OFICINA DEL GRUPO FINANCIERO BANCO DE CREDITO
HELM FINANCIAL SERVICES AL SUR DE LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

LINA MARCELA OJEDA QUINTERO

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA
BUCARAMANGA
2008**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA
OFICINA DEL GRUPO FINANCIERO BANCO DE CREDITO
HELM FINANCIAL SERVICES AL SUR DE LA CIUDAD
DE BUCARAMANGA**

LINA MARCELA OJEDA QUINTERO

**Práctica empresarial y proyecto de grado
presentado como requisito para obtener
el título de Contador Público**

**Coordinadora y tutora:
SANDRA MILENA PEREZ ORTIZ
Contador Público**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA
BUCARAMANGA
2008**

AGRADECIMIENTOS

- A Dios por que es el dueño de mi vida y fue el que me permitió cumplir con este logro.
- A mis padres, Ana Mercedes Quintero de Ojeda y Rodolfo Ojeda Jaimes por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de la carrera.
- A mi esposo David Fonque González y mi hija Nathalia Fonque Ojeda quienes aceptaron sacrificar tanto tiempo que les pertenecía y que les fue sustraído por la absorbente tarea de preparación de este proyecto.
- Al Banco de Crédito por permitirme realizar mi proyecto con la Organización.
- Al Doctor Gerardo Díaz Nieto, por su apoyo y colaboración incondicional para la realización de este proyecto.
- A las Doctoras Martha Lucia Mora González y Maria Claudia Rojas, por su apoyo en muchos de los procesos que aquí tuvieron lugar.
- A Gonzalo Flechas, por su asesoria y colaboración.
- A la facultad de contaduría publica, por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo.
- A la Doctora Sandra Milena Ortiz por su asesoria y dirección en el trabajo de investigación.
- Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO	3
1.1 Presentación del proyecto	3
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Alcance del proyecto	5
1.4 Justificación	5
2. CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO	6
2.1 Antecedentes históricos de la banca	6
2.2. Historia del Banco de Crédito Helm Financial Services	7
2.3. Red de servicios	8
2.4 Que es el Banco De Crédito Helm Financial Services	10
2.5. Accionistas del Grupo Financiero	11
2.6. Porque Helm Financial Services	11
2.7. Principales Servicios	11
2.8. Misión	12
2.9 Visión	12
2.10 Valores	12
2.11. Calificaciones de Riesgo	13
2.12 Grupo financiero Helm Financial Services	15
3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ÁMBITO DE ESTUDIO	16
3.1 Municipio de Floridablanca	16
3.1.1 Aspectos generales	16
3.1.2 La vialidad	16
3.1.3. Población	17
3.1.4 Educación	17
3.1.5. Actividad económica	17
3.1.6 Sector de construcción	19
3.1.7 Sector Financiero	19

3.1.8 Comunas del Municipio	20
4. BASES TEÓRICAS	21
5. ESTUDIO DE MERCADOS	26
5.1 Definición del producto	26
5.2 Análisis de la oferta	31
5.3 Análisis de la demanda	34
5.4 Investigación de mercados	40
5.5. Encuesta	42
6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	55
6.1 aspectos generales para la apertura de una oficina Circular 031 de mayo de 2007 de la Superintendencia Financiera de Colombia	55
7. ESTUDIO TÉCNICO	57
7.1 Localización del proyecto	57
7.1.1 Aspectos de macro y micro localización	57
7.2. Adecuación del local	58
7.3 Productos y servicios a ofrecer	59
7.4 Personal requerido	61
8. ESTUDIO FINANCIERO	65
8.1 costos administrativos para el funcionamiento de la oficina	65
8.1 Carta anexa de la Gerencia de Oficina	
9. GLOSARIO DE TÉRMINOS	67
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	73

ANEXOS	74
Anexo formato de encuesta	75
Carta para solicitud información Foscál	76
Carta para solicitud información Alcaldía	77
Circular externa 031 de mayo de 2007 de la Superfinanciera	78

INTRODUCCIÓN

En los últimos años el sector financiero colombiano ha vivido una etapa de reacomodo en la cual se ha producido un importante ajuste en el número de establecimientos de crédito pasando de 88 entidades en el año 1990 a 44 en mayo de 2007.

En la actualidad el sistema financiero colombiano ha superado las secuelas de la crisis de fines de los noventa. En primer lugar después de la súbita caída, el nivel de profundización financiera (cartera/PIB) se ha recuperado llegando a 30.5%, manteniendo unos buenos niveles de calidad crediticia en línea con el promedio de la región. El nivel de la solvencia se encuentra en 13.6% mientras que el mínimo exigido por la regulación es del 9%.

El Grupo Financiero Banco de Crédito Helm Financial Services ha estado evaluando oportunidades de crecimiento a través de adquisiciones que considere beneficiosas como los son: ampliar la variedad de productos financieros, aumentar el mercado de todos sus servicios, mejorar los sistemas operativos, diversificar su cartera de negocios, continuar formando y manteniendo su equipo de profesionales y considera bastante importante la ampliación hacia el mercado interno ya que se considera como una de las mejores marcas del País.

En el Departamento de Santander la oficina con la que cuenta el Grupo Financiero se encuentra ubicada en la Ciudad de Bucaramanga, es menester realizar este estudio de factibilidad hacia otros municipios del Área Metropolitana donde existe gran potencial para la instalación de Entidades Bancarias de la calidad del Grupo Financiero como lo es en el Municipio de Floridablanca.

El Grupo Financiero enfocado hacia una mayor cobertura y previendo las necesidades crecientes de sus clientes, ha creado un plan de expansión de oficinas, centros de recaudos y Pabs bancarios en el ámbito nacional para los próximos años.

El presente trabajo se basó en una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, la cual consistió en presentar y analizar datos de tipo socioeconómico con el

propósito de generar un instrumento que sirva de base a los entes con capacidad de decisión para determinar la factibilidad de la apertura de una oficina bancaria en el Municipio de Floridablanca perteneciente al Área Metropolitana de Bucaramanga.

El contenido de este estudio puede resumirse de la siguiente manera: en el capítulo 1. se hace referencia a los aspectos generales del proyecto: al problema, objetivos, alcances y justificación del proyecto, seguidamente se encuentra el capítulo 2, que trata acerca del conocimiento del negocio, antecedentes históricos, que es el banco, accionistas, por que es Helm Financial Services, principales servicios y el enfoque estratégico; luego se encuentra el capítulo 3, Aspectos generales del municipio de Floridablanca; el capítulo 4 el marco teórico incluyen referencias teóricas conceptuales sobre un estudio de mercado; el capítulo 5 incluye el modelo metodológico, Estudio de Mercado, naturaleza de la investigación, población, procedimiento, instrumento y análisis de la información; en el capítulo 6 encontramos El Estudio Administrativo y Legal donde se encuentra los pasos que se deben tener en cuenta para la apertura de la oficina; el capítulo 7 encontramos EL Estudio Técnico, aspectos de macro y micro localización, adecuación del local, productos y servicios a ofrecer y personal requerido; el Capítulo 8 Estudio Financiero se muestra el gasto y el costo del estudio, las demás cifras son confidenciales y no fueron suministradas; finalmente se incluyo las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

1.1 PRESENTACION DEL PROYECTO

1.1.1 Titulo de la propuesta.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA OFICINA DEL GRUPO FINANCIERO BANCO DE CREDITO AL SUR DE NUESTRA CIUDAD DE BUCARAMANGA.

1.1.2. Descripción del problema.

El estudio de factibilidad para la apertura de la oficina del banco de crédito en el sur de la ciudad de Bucaramanga, es realizado por la necesidad de fidelizar a nuestros clientes, ofrecerles una mayor cobertura y a su vez crear oportunidades de alianzas estratégicas y vinculación de nuevos clientes.

Con esta investigación podemos llegar a satisfacer necesidades de nuestros clientes, del banco y de sus filiales, teniendo en cuenta que cada vez es mas notorio el impacto de las empresas hacia este punto estratégico de la ciudad, donde hacen presencia prestigiosas entidades educativas, clínicas privadas, estaciones de servicios, centros comerciales, empresas comerciales y un significativo numero de conjuntos residenciales de muy buen nivel, que cumplen con los perfiles establecidos por el banco para su vinculación.

En este sentido uno de los objetivos de este proyecto será el de desarrollar y consolidar estrategias del grupo realizando gestiones comerciales, impulsando el crecimiento sustantivo del banco y prestándole un buen servicio financiero al cliente que ya tenemos y a los potenciales clientes.

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

- Elaborar el estudio de factibilidad para la apertura de una oficina en el sur de la ciudad de Bucaramanga del Grupo Financiero Banco de Crédito Helm Financial Services, mediante una evaluación de los aspectos de mercado, técnico, legal, administrativo y financiero, que permitan determinar la viabilidad del proyecto para el primer semestre del año 2008.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Conocer el negocio identificando la necesidad que el banco y el cliente requieren.
- Realizar el respectivo estudio de mercadeo para obtener la viabilidad de la apertura de la oficina
- Analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de el estudio para determinar las ventajas competitivas que se pueden obtener con la apertura de la oficina
- Determinar si el nicho de la población cumple con las políticas de vinculación de nuevos clientes.
- Identificar los respectivos trámites legales y administrativos para la apertura de la oficina.
- Determinar en que lugar es viable la apertura de la oficina teniendo en cuenta la macro y micro localización.
- Analizar mediante las etapas del presente estudio cuantas personas se requieren para la nueva oficina.
- Verificar los portafolios que se ofrecerán en ese nicho de mercado.

- Realizar los respectivos flujos de caja proyectados a cinco años para la puesta en marcha del proyecto.
- Determinar el presupuesto a utilizarse para cumplir con las expectativas del negocio.
- Analizar el punto de equilibrio y los costos del producto.

1.3. Alcance del proyecto

El presente estudio inicia con el desarrollo de un plan de trabajo específico donde se detallan las actividades que se van a realizar, hasta lograr la factibilidad de la apertura de la oficina cumpliendo a la vez con los parámetros establecidos por el banco.

Las etapas que se cumplirán son las siguientes: Mercadeo, Legal-Administrativo, Técnica y Financiero.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es de gran importancia y basa su justificación en los retos que imponen las condiciones del mercado financiero, que obligan a enfocar e incentivar el crecimiento y desarrollo de las instituciones en el ámbito nacional y en especial en el municipio de Floridablanca, generando además empleos directos e indirectos; así mismo posee relevancia económica pues será provechoso para los inversionistas obtener un rendimiento financiero importante y para el mercado al satisfacer la demanda, por su actualidad y además permitirá al Grupo Financiero conocer el mercado regional y de igual manera afrontarlo.

Para el Grupo Financiero las oficinas son una de las principales razones de éxito de la institución, como lo indican varios estudios de mercado uno de los principales factores que determina la preferencia de los clientes por un banco es su cercanía a una sucursal o agencia del mismo.

2. CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO

2.1. Antecedentes Históricos de la banca

La historia de los bancos trasciende a la época de Babilonia, donde los templos eran utilizados como casas de cambio, recibiendo y prestando dinero al público, desde ese momento los orfebres – banqueros observaron que el negocio era muy bueno y empezaron a surgir nuevos competidores, entre ellos, el banco de Inglaterra fundado hace más o menos 300 años siendo uno de los primeros.

Hasta 1869 no había un solo banco en Colombia. Hasta esa época la Iglesia y los principales comerciantes dominaron el limitado mercado crediticio existente. Además, no circulaban billetes de ningún tipo. El circulante estaba compuesto por monedas de oro, plata, níquel y cobre. El país tenía, pues, un sistema monetario y crediticio muy poco desarrollado.

Todo ello empezó a cambiar en 1870 con la fundación del primer banco privado exitoso: el Banco de Bogotá. Las condiciones para el surgimiento de la banca colombiana se gestaron en la década de 1860 con la desamortización de los bienes de manos muertas, es decir, la puesta en el mercado de aquellas propiedades eclesiásticas que hasta ese momento eran inajenables y de los bienes raíces privados que por estar hipotecados a entidades religiosas no podían ser comprados ni vendidos. Ello permitió el desmonte del sistema de crédito hipotecario que controlaba la Iglesia desde la colonia, los llamados censos.

También tuvo relevancia la promulgación en 1863 de la Constitución de Rionegro, la cual defendió los principios de la libertad para la iniciativa económica privada.

Por último, se dio el auge de las exportaciones que se inició a mediados del siglo y que permitió una recuperación y ampliación de la economía nacional.

El Banco de Bogotá fue promovido por un amplio grupo de empresarios y hacendados bogotanos. Antes de 1870 se habían creado unos pocos bancos,

pero todos tuvieron una vida efímera y su influencia sobre la vida económica nacional fue casi nula, Parece que el primero de todos fue el Banco Colonial Británico, fundado en Cartagena en 1839 y sobre cuya existencia fugaz no se conoce casi nada.

En su primera etapa, y mientras rigió la Constitución de 1863, el negocio bancario estuvo muy poco regulado y controlado por el gobierno. Además, los bancos emitían sus propios billetes: lo que se conoce en la literatura como la banca libre.

Entre 1870 y 1886, Colombia vivió una era de banca libre muy exitosa: se crearon un total de 34 bancos privados, más que en cualquier otro subperíodo de la etapa inicial de la banca en Colombia y probablemente más que en cualquier otro período de nuestra historia económica.

De 1886 a 1923, se vive un periodo marcado por inestabilidad política, luchas internas y poco crecimiento en líneas generales. Sin embargo, es en este lapso que se crea el Banco Central (1923), siguiendo las recomendaciones de la Misión Kemmerer. El gobierno trae éste comité de expertos debido al fracaso con el Banco Nacional (1894) como emisor central, así como a la necesidad creada por el ingreso de dinero (25 millones de dólares) debido a la indemnización por Panamá.

De 1923 a 1945 se crean algunos bancos, y en general se asientan las políticas de control monetario del gobierno.

Entre 1945 y los 70's, el país experimenta un crecimiento acelerado, lo que con lleva a la creación de nuevos bancos y el fortalecimiento de los existentes, ya que prácticamente eran los únicos establecimientos financieros existentes.

En la historia reciente de los años 90's, se da un boom financiero sin precedentes, naciendo infinidad de nuevas entidades de todo tipo. El nacimiento de todas estas figuras crea la especialización financiera, llegando a su fin la era de monopolio bancario.¹

2.2 Historia del Banco de Crédito Helm Financial Services

¹ Meisel, Gustavo Adolfo. Orígenes de la banca comercial en Colombia. Revista Credencial Historia, N.135, marzo 2001

“La historia del banco de crédito ha cambiado mucho desde su fundación, como lo exige un Banco joven y dinámico que progresa día a día. La breve reseña histórica que se presenta a continuación le permitirá conocer a nivel general el Banco desde sus primeros años hasta la fecha.

- El 15 de Octubre de 1962 se firma el Acta de fundación del Banco y es aprobada por la Superintendencia Bancaria el 12 de Diciembre de 1962.
- Su funcionamiento fue autorizado por la Superintendencia Bancaria el 26 de Julio de 1963 con el nombre del BANCO DE CONSTRUCCION Y DESARROLLO y el 1o. de Agosto abre sus puertas al público.
- EL 1o. de Enero de 1976, previamente autorizado por la Superintendencia Bancaria el Banco cambia de razón social por la de “BANCO DE CREDITO Y DESARROLLO”. Y en 1978, el 1o. de junio, es autorizado nuevamente el cambio de razón social por la de “BANCO DE CREDITO”.
- En el 2002 debidamente autorizado por Superintendencia Bancaria el Banco cambia de razón social al "BANCO DE CREDITO HELM FINANCIAL SERVICES".

2.3 Red de servicios

En la actualidad el Banco y sus Filiales cuentan con una red de 68 Centros de Servicio entre Oficinas, Agencias, Pabs, Centros de Recaudo y Pagos localizadas en las principales ciudades del país, desde las cuales ofrece con agilidad y eficiencia todos los servicios propios del sistema bancario para efectuar transacciones tanto a nivel Nacional e Internacional.

A su vez ha desarrollado mecanismos para acercarse de forma mas efectiva a sus clientes, tales como la reorganización de su red de sucursales, la apertura de oficinas adicionales y la creación de nuevas formas de proporcionar servicios financieros a los clientes, tales como centros de recaudo, banca telefónica y pab bancarios ubicados en las instalaciones de ciertos clientes potenciales del banco.

<i>Ciudad</i>	<i>Oficinas y Agencias</i>	<i>Pabs</i>	<i>Centros de Recaudos y pagos</i>	<i>TOTAL</i>
Bogota	<u>13</u>	<u>22</u>	<u>9</u>	44
Medellin	<u>2</u>	<u>1</u>	0	3
Barranquil	<u>1</u>	<u>3</u>	0	4
Cali	<u>3</u>	<u>5</u>	<u>1</u>	9
Buenavent	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	1
Bucarama	<u>1</u>	0	0	1
Pereira	<u>1</u>	0	0	1
Cartagena	<u>2</u>	<u>2</u>	0	4
Manizales	<u>1</u>	<u>0</u>	0	1
TOTALES	25	33	10	68

Fuente: pagina de intranet del GFBC

OFICINAS, CENTRO DE SERVICIOS Y PABS EN BOGOTA

OFICINAS	PABS	CENTROS DE RECAUDO
Zona Industrial	El Nogal / El Bosque / Alpina Sopo	Carrera décima
Puente Aranda	DHL zona Franca /	Granjas
Ofic. Principal	Santafe / Colmotores / Cardioinfantil	Covinoc
Paloquemao	Alpina Zona Industrial/ Danzas S.A	Rapicade Restrepo
Av. Chile	Univ. Javeriana / 3M de Colombia	Serlefin
Chico	E.T.B banca personal / P.B.A Clínica San Rafael	Unicentro
Pepe Sierra	Agencia Banca Privada /	E.T.B calle 20
Of. Las Granjas	Shering Plough / Cemex Colombia S.A	Chapinero
Ofic. El Dorado	Univ. Piloto / Telecom	Ciprés plaza
Ofic. W.T.C	Clínica Univ. Teletom	
Centro Andino	Univ. Militar Nueva Granada	
Of. Santa Bárbara	Embajada de los E.E.U.U	
Calle 116	Fondo Nacional del Ahorro	

OFICINAS, CENTRO DE SERVICIOS Y PABS OTRAS CIUDADES

OFICINAS	PABS	CENTROS DE RECAUDO
Sucursal Medellín	Universidad Pontificia Bolivariana	Empresa Municipales de Cali
Oficina el Poblado	Clínica de la Asunción Barranquilla	
Suc. Barranquilla	Soc portuaria de Barranquilla	
Suc. Cali	Gecolsa	
Cali Cra. Primera	CIAT de Cali	
Cali -Santa Mónica	Agencia Pfizer Cali	
Buenaventura	Agencia Propal Cali	
Suc. Bucaramanga	Agencia Propal Caloto Cali	
Suc. Cartagena	Pab Carvajal Cali	
Suc. Manga – Cartagena	Comfenalco Cartagena	
Sucursal Pereira	Universidad Tecnológica Bolivariana	
Suc Manizales		

Fuente: pagina de intranet del GFBC

2.4 Que es el banco de Crédito?

“ El Banco de Crédito Helm Financial Services es una entidad financiera de carácter privado, fundada en Bogotá en el año 1963, reconocida en el mercado Colombiano e Internacional por ofrecer Soluciones Financieras Integrales de óptima calidad, a clientes seleccionados, a través de su grupo de empresas afiliadas y relacionadas.

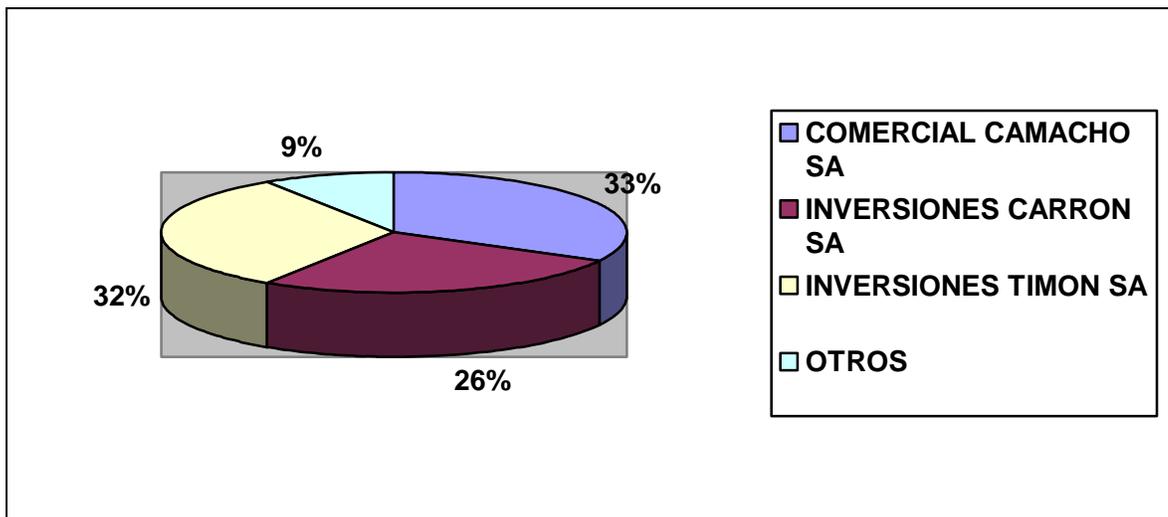
Cuando se dice que de Soluciones Financieras Integrales se refiere a que el Grupo Financiero atiende al sector real de la economía a través de un amplio Portafolio de Productos y Servicios que le permite diseñar, a la medida de cada cliente, Soluciones en:

- Inversión
- Financiación
- Negocios Internacionales
- Gestión Financiera²

² Pagina intranet grupo financiero banco de crédito/ gestión humana

2.5 Accionistas del Grupo Financiero

Un grupo de inversionistas extranjeros, siendo hoy capital 100% nacional y cuya composición accionaría se modificó en diciembre de 2007 con el ingreso de 4.000 nuevos accionistas.”



Fuente: pagina de intranet del GFBC

2.6 Porqué Helm Financial Services?

Dada la ubicación de la organización a través de Filiales, Sucursales o Empresas Asociadas en países como Venezuela, Panamá, Estados Unidos e Islas Cayman y con el fin de unificar la imagen y dar a conocer la presencia internacional, estratégicamente desde hace algunos años las Compañías del Grupo Financiero cambiaron su nombre o acompañaron el mismo con el de Helm Financial Services, denominación que era común o parte de la misma para algunas de las empresas que hoy componen el Grupo Financiero en el país y en el exterior.

2.7 Principales Servicios

La globalización de los mercados financieros, nuevos competidores, el rápido desarrollo de nuevas tecnologías, y el incremento de la importancia del negocio son factores que están cambiando el punto de vista del sector de servicios financieros.³

³ Pagina intranet grupo financiero banco de crédito

Sólo una organización con la estrategia correcta y eficiente, el poder de las soluciones de información y de comunicaciones, puede sobrevivir y crecer en este escenario tan altamente competitivo.

Su banca esta dividida en dos:

- **Banca Empresarial:** Presta sus servicios financieros a empresas ya sean corporativas, empresarial o Pymes, proporcionando soluciones de inversión, de financiación, banca de seguros, programa de incentivos y tarjetas de crédito.
- **Banca Personal:** el crecimiento del banco a dado pauta para que este sector sea uno de los mas importantes ofreciendo a los clientes soluciones de inversión, de financiación, de recaudos, de banca de inversión, de pagos como de comercio exterior.

2.8. Misión

Proveer soluciones financieras integrales a clientes seleccionados, con nuestro capital humano, recursos y cultura de servicio enfocados al éxito de clientes, funcionarios y accionistas.

2.9. Visión

Ser un grupo financiero regional líder en calidad de servicio, posicionado como la mejor alternativa para sus clientes objetivo, con crecimiento estable, seguro y altos índices de rentabilidad. Esta visión se fundamenta en las cualidades de nuestro capital humano y su orientación al logro.

2.10 Valores

Transparencia

En el Grupo HFS establecemos vínculos sobre fundamentos de claridad y consistencia.⁴

⁴ Pagina intranet grupo financiero banco de crédito

Integridad

En el Grupo HFS construimos y proyectamos diariamente nuestra conducta organizacional e individual con base en principios morales y éticos.

Confianza

En el Grupo HFS con nuestras prácticas generamos credibilidad, fieles a los compromisos y responsabilidades que hemos asumido.

Respeto

En el Grupo HFS valoramos la diversidad de criterios y promovemos el trato digno

Excelencia en el servicio

En el Grupo HFS trabajamos de manera permanente para superar las expectativas de nuestros clientes.

Atención personalizada

En el Grupo HFS valoramos la cercanía y damos prelación al contacto personal en el desarrollo de relaciones comerciales de largo plazo.

Trabajo en equipo

En el Grupo HFS trabajamos en unidad para el logro de un propósito compartido: el éxito de la organización y de nuestros clientes.

Orientación al logro

En el Grupo HFS desarrollamos una cultura de medición y seguimiento para el logro de metas claras y exigentes.

Innovación

En el Grupo HFS promovemos la generación de ideas que conduzcan a la proyección exitosa de la organización.⁵

2.11 Calificación de Riesgo

A continuación mostramos las calificaciones de riesgo que fue realizada por las siguientes sociedades calificadoras de riesgo:

⁵ Pagina intranet grupo financiero banco de crédito/ gestión humana

- **BRC Investors Services** : Corto Plazo: BRC1+ Largo Plazo: AA+

BRC Investor Services S.A. –Sociedad Calificadora de Valores – asignó la calificación **AA+ (más) Perspectiva Positiva** para las obligaciones a largo plazo de BANCO DE CRÉDITO S.A. HELM FINANCIAL SERVICES y mantuvo la calificación **BRC 1+ (más)** para las obligaciones a corto plazo. Una perspectiva positiva se asigna a una calificación cuando se espera la consolidación de una tendencia de uno a dos años que puede afectar la calificación haciendo que se mantenga o suba.

La calificación **AA+ (más)** es la segunda mejor calificación en grados de inversión. Indica una buena capacidad de repagar oportunamente capital e intereses, con un riesgo incremental limitado en comparación con las emisiones calificadas con la categoría más alta.

La calificación **BRC 1+ (más)** es la categoría más alta entre los grados de inversión. Indica que la probabilidad de pago oportuno, tanto del capital como de los intereses es sumamente alta.

- **Duff & Phelps**: Corto Plazo: DP1+ Largo Plazo: AA+

La calificación “**AA+**” (Doble A más) significa obligaciones con muy alta calidad crediticia, los factores de protección son muy fuertes. El riesgo es modesto, pero puede variar ligeramente en forma ocasional por las condiciones económicas.

La calificación “**DP 1+**” significa obligaciones con la más alta certeza de pago oportuno. La liquidez a corto plazo, factores de protección y acceso a fuentes alternas de recursos son excelentes.⁶

⁶ Pagina de Internet [www.google.com/informe sociedad calificadora de valores](http://www.google.com/informe_sociedad_calificadora_de_valores)

2.12 GRUPO FINANCIERO BANCO DE CREDITO
HELM FINANCIAL
SERVICES



Fuente: pagina de intranet del GFBC

3. DESCRIPCION GENERAL DEL AMBITO DE ESTUDIO

3.1 MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA

3.1.1 Aspectos Generales

El municipio de Floridablanca está localizado en el departamento de Santander, a ocho kilómetros al sur de Bucaramanga, capital de Santander. Al norte limita con los municipios de Bucaramanga y Tona, al oriente con Tona y Piedecuesta, al sur con Piedecuesta y al occidente con Girón y Bucaramanga; tiene una extensión de 100,35 Km. y posee terrenos en las tres zonas geomorfológicas: El macizo de Santander, la zona de mesa (Ruitoque) y el valle intermontaño; en esta última se localizan los cascos urbanos de los municipios del Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB), Su posición fisiográfica y su topografía quebrada contribuyen a la formación de diferentes pisos térmicos que permiten la variedad de climas: cálido un 28% del territorio, con una temperatura promedio 23 grados centígrados; templado el 49%, con una temperatura promedio 17,5 grados, y frío el 23% con temperatura promedio 12 grados.

3.1.2 La vialidad

El municipio cuenta con diversas vías de acceso y de comunicación con el área metropolitana de Bucaramanga, existen Centros comerciales, Supermercados de Cadena, Establecimientos de comercio, Centros Educativos reconocidos, Clínicas Privadas, cuenta con Hospital propio y Clínica para los estratos más bajos del municipio, Empresas Comerciales e Industriales podemos localizar entre otras.

En lo referente a la vialidad en el municipio de Floridablanca, sus vías son de fácil acceso a los municipios vecinos logrando un rápido desplazamiento por el área metropolitana, coinciden 4 vías de acceso como lo son Carretera antigua entre Bucaramanga y floridablanca, Puente de Aranzoque vía a piedecuesta, la calle 2 del municipio que quizás es la principal, y la transversal oriental.⁷

⁷ WWW.ALCALDIADEFLORIDABLANCA.COM.CO

Otros aspectos generales del municipio en cuanto al área urbana, la cobertura de servicios públicos básicos supera el 90%, mientras que el sector rural sólo cuenta con el 25% en acueducto y el 75% en energía eléctrica

3.1.3. Población

Según el censo del año 2005 su índice poblacional presentaba un mayor porcentaje de mujeres que de hombres, se habla de un porcentaje de 53.20% para mujeres equivalentes a 134.427 y un 46.80% equivalente a 118.256 para un total de 252.683 habitantes, la proyección a hoy es de 258.882 y un 122.198 son hombres y 136.684 de sus habitantes son mujeres.

El 1% del total de la población corresponde a discapacitados y ancianos, un 49% de la población está en capacidad de trabajar, que equivale a unas 117.000 personas aproximadamente; mientras que un 50% son jóvenes y niños en edad de estudiar

3.1.4. Educación

De acuerdo al total de población en edad escolar, la cobertura educativa en el municipio asciende al 61%, es decir, el 39% restante debe recurrir a Instituciones educativas de otros municipios o quedarse por fuera del sistema educativo.

En preescolar la cobertura asciende al 34%, en básica primaria al 76%, en básica Secundaria al 66% y en educación media al 49% (más del 50% de la población en edad para recibir estudios de preescolar y de educación media quedan excluidas del servicio educativo de el municipio).

Es importante destacar que el municipio cuenta con 2 Campus de Universidades Privadas: La Universidad Santo Tomas y la Universidad Autónoma de Bucaramanga y numerosos establecimientos educativos tanto Públicos como privados, que podrían ser potenciales para el mercado que el banco esta ofreciendo.

3.1.5 Actividad Económica

El sector más importante de la economía del municipio de Floridablanca es el sector terciario, especialmente la actividad comercial. En el sector industrial el 50% de las empresas se dedica a la producción de alimentos, el 14.3% a la fabricación de prendas de vestir y el mismo guarismo a la fabricación de minerales no metálicos, lo que significa que estos tres rubros agrupan cerca del 80% del total de establecimientos industriales localizados en el municipio.

En el sector comercio aparecen 3642 establecimientos registrados, del sector industria registra 1496, el sector servicios 2037 y otras actividades comerciales 353 para un total de 7528 unidades registradas en el año 2005.

1. En el sector comercio podemos determinar que la principal actividad es:

- Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores se registran 3.332 casos equivalente al 91.54%

2. En el sector industrial las actividades mas destacadas son:

- Elaboración de productos alimenticios y bebidas se registraron 382 casos equivalente al 25.5%.
- Elaboración de prendas de vestir 387 casos equivalentes a 25.87% y
- Fabrica y elaboración de artículos de cuero se registran 301 casos equivalentes a 20.12%.

3. En el sector Servicios las actividades mas destacadas son:

- Hoteles y restaurantes 629 casos para un equivalente de 30.88%
- Servicios sociales y de salud 277 casos equivalentes a 13.60%
- Enseñanza 154 casos equivalentes a 7.56%

- Correo y telecomunicaciones 185 casos equivalentes a 9.08%
- Otras actividades de servicios 337 casos equivalentes a 16.54%⁸

3.1.6 Sector de la Construcción

Este sector es importante por su relevancia en la generación de fuentes de empleo y su eslabonamiento con otros sectores de la economía. En Floridablanca, aunque se vislumbró para 1998 una leve recuperación del área construida, no hay señales de la reactivación de este sector, por lo cual, dada su doble función en la economía, es de vital importancia su recuperación.⁹

3.1.7. Sector Financiero

En el municipio de Floridablanca se encuentran ubicadas en el sector de cañaveral 9 oficinas bancarias: Banco Davivienda, Banco de Bogota, Banco de Occidente, Banco BBVA, Colmena, Banco Popular, Bancolombia, HSBC , Banco Colpatria; y una cooperativa Coopcentral.

Pudiéndose observar una alta concentración de sucursales bancarias en esta zona del municipio, y ala vez resaltamos que hay un 90% de sucursales bancarias ubicadas en este Municipio.

Por otra parte los productos de captación en el municipio de Floridablanca suman los 41.370 millones, caracterizándose que por cada peso captado, 25 centavos están en cuentas corriente, 16 centavos en CDTs, 58 centavos en depósitos de ahorros y el 1% en cuenta de ahorro especial. Las entidades líderes son Bancolombia (36%), el banco agrario un 17%, banco occidente con un (22%).

Los productos de colocación suman los 51.282 millones, caracterizándose que por cada peso colocado, 20 centavos corresponde a créditos de consumo, 63 centavos a comerciales, 14 centavos a vivienda y 3 centavos a micro créditos. Las

⁸ WWW.DANE.GOV.CO/CENSO 2005

⁹ Plan de ordenamiento territorial 2000 – 2009 municipio de floridablanca

entidades líderes son Bancolombia (26%), Occidente (56%) y el Banco de Agrario (19%).¹⁰

3.1.8 Comunas del Municipio

El plan de Ordenamiento territorial para el año 2000 al municipio de Floridablanca lo dividió por comunas a continuación se identifican las comunas y los barrios que pertenecen a cada una.

COMUNAS	BARRIOS Y/O URBANIZACIONES
1. ALTAMIRA Y CASCO ANTIGUO	Nogales de Florida, Jardín de Limoncito, Limoncito, Altamira, Bosques de la Florida, Pirineos, Andes, Cracovia, Favuis, Casco Antiguo y Florida Real, Villas de San Francisco, Piragüitas, Villa Jardín, Santa Coloma, Villa Piedra del Sol, Estancia Campestre, El Manantial, Portal de Castilla, Quintas de la Florida, Acacias, El Verde, Sena, Colegio Agustiniano, Universidad Santo Tomás, El Recreo, La Paz, Ciudadela Los Príncipes, Portal del Siglo XXI, Ministerio de Obras INVIAS, Buenos Aires, Costado sur de la calle 200, Seminario, Turena.
2. CAÑAVERAL	La Pera, Club House, Álamos Parque, Hoyo en Uno, Montellano Campestre, La Lomita, Cañaveral(casas), Cañaveral Campestre, La Calleja, Camino Real, Quintas del Campestre, Medina del Campo, Cerros de Cañaveral, Buganvilia, Belhorizonte, Torres de Cañaveral, Altos de Cañaveral 1al 6, Villa Cañaveral, Santa María de Cañaveral, Alameda Cañaveral, Torres de Aragón, Plazuela Cañaveral, Pinar de Versalles, Club Campestre, Cañaveral Oriental, Santa Maria del Lago, Panamericano, C.C. Cañaveral.
3. BUCARICA	Villa Corán, Caracoli, Simón Bolívar, Bucarica.
4. CALDAS – REPOSO	Caldas, El Dorado, Aranjuez, Bellavista Casas, Altoviento I y II, Fátima, Miradores de Fátima, Prados de Fátima, Zapamanga I al VII, Tenza, Castellana, Hacienda San Juan, San Bernardo, Trinidad, Arrayanes, Alares, Santa Helena I y II, Balcon de Alares, Santa Inés, Miradores del Reposo, Laureles, Palmeras, José A. Morales, Esmeralda, Ciudad Jardín, Villas, Villaluz.
5. BOSQUE – MOLINOS	Santa Catalina, Niza, Bosques del Payador, Payador Real, Jardines de Niza, Torres de San Felipe, Kalandaima, Trinitarios, Plaza Marsella, Arcos del Campestre, Torres de Madeira, Portales del Campestre, Parque Campestre, Carabelas, Condado Campestre, Villa Firenze, Molinos Altos y Bajos, Andalucía, Cerros del Campestre, Quintas del Palmar, Altos del Campestre, Mirador del Campestre, Palmas del Campo, Villa Campestre, Villa Mallorca, Tarragona, Villa España, El Progreso, Palomitas, Parque San Agustín, Villas de Mediterráneo, Bosque, UNAB, Centro Medico Ardila Lulle.
6. LAGOS – BELLAVISTA.	Panorama, Torres de Bellavista, Altos de Bellavista, Lagos I, II y III, IV, V, VI.
7. CIUDAD VALENCIA – SANTA ANA	Villabel, Nuevo Villabel, Ciudad Valencia, Guanatá, Rosales, Altos de Villabel, Villa Helena del Sur, Santa Ana, Prados del Sur, Altos de FloridaEscoflor, Villa Real del Sur, Los Alpes, Adeviposan.
8. CUMBRE - EL CARMEN	El Carmen I, II, III, IV, Villa Alcázar, Sector Florida Campestre, La Cumbre, García Echeverry, Villa Cumbre, Suratoque, Panorama de la Cumbre.

Fuente: POT Floridablanca, 2000/2009

¹⁰ WWW.SUPERFINANCIERA.GOV.CO/CIFRAS A DICIEMBRE DE 2007

4. BASES TEORICAS

A continuación se expondrá desde el punto de vista conceptual lo relativo al tema de estudio de factibilidad. Para tal fin se utilizara una serie de postulados elaborados por distintos autores e investigadores que en los últimos años se han venido ocupando del mismo. La literatura sobre este tema abunda en ejemplos que se refieren al contexto internacional, por nuestra parte se le dará una interpretación general del tema ya que esta información permite un acercamiento al aspecto de estudio.

Realizada esta acotación podrá señalarse que en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodología con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver necesidades.

El proyecto de inversión se describe como un plan que, si se asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que este sea sometido a al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Aunque no se pueda hablar de una metodología rígida que guíe la toma de decisiones, sobre un proyecto, fundamentalmente debido a la gran diversidad de proyectos y sus diversas aplicaciones, si es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar basada en el análisis de un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarquen las consideraciones de todos los factores que participan y afectan el proyecto. A toda actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se le llama Evaluación de Proyecto.

Realizar un estudio de factibilidad para la instalación de cualquier organización requiere de un estudio de mercado, de un estudio técnico, legal, administrativo y financiero.²²

La investigación de mercados informa a la Dirección de una empresa acerca del lugar donde debe instalar su oficina; es un instrumento esencial para evaluar y

²² BACCA URBINA, GABRIEL. Evaluación de proyectos 2001

mejorar la eficacia de la Dirección de Ventas y ayuda a la Dirección a producir e introducir productos nuevos. No solo puede ayudar a aumentar la venta o sus ingresos, sino también a reducir los gastos de comercialización y fomentar un espíritu progresivo dentro de la Dirección que habrá de difundirse por toda la empresa.

Teniendo en cuenta los datos de la investigación, los productos serán adecuados a las exigencias de los consumidores, los precios irán de acuerdo con la demanda y serán ofrecidos a los mercados que concretamente dispongan de mayor potencial de ventas.

4.1 Estudio de Mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la demanda y la oferta pueda obtenerse de fácilmente de fuentes de información secundaria en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho mas confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. Por otro lado el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y conocer si existe un mercado viable para el servicio que se pretende ofrecer, si es positivo el estudio continúa.

De acuerdo a lo planteado por GABRIEL BOCCA URBINA (2001) en su obra Evaluación de Proyectos, se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados, en el caso específico de este estudio entenderemos como mercado las personas y empresas situadas en el Municipio de Floridablanca y su área de influencia.

Tomando como base teórica lo expuesto por el autor anteriormente señalado, para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la estructura mostrada a continuación: (3)

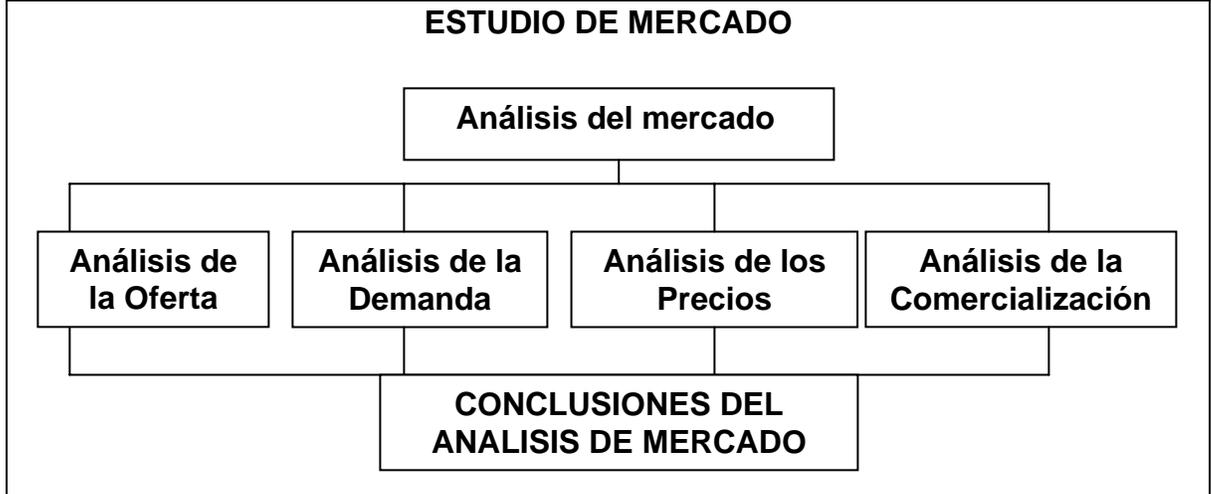


Figura 1. Estructura de análisis del mercado (3)

4.2 Definición del producto

Se debe realizar una descripción exacta del producto o servicio que se pretende elaborar u ofrecer.

En el caso de este estudio se ofrecen los servicios financieros que están constituidos por instrumentos de captación (cuentas corriente, de renta, Cdts, dats, cuentas Helm AFC, Helm deposito y Ahorro Programado) y colocaciones (créditos a corto y mediano plazo).

4.3 Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercados, básicamente investigación estadística e investigación de campo. En este caso se realizara investigación de campo a través del instrumento así como la recopilación de información de fuentes secundarias, que son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema ya sean estadísticos por parte del gobierno, libros, Internet, etc.

Las fuentes primarias e información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información es necesario entrar en contacto directo a través de una entrevista u encuesta.

4.4. Análisis de la Oferta

Oferta la podemos definir como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales en la producción, ect. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.

Para analizar la oferta es necesario conocer los factores cuantitativos que influyen en esta, por ello hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias.

Determinación de la demanda potencial insatisfecha: se le llama así a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

4.5. Análisis de los Precios

Es la cantidad monetaria a que los productos están disponibles a vender y los consumidores a comprar, un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

4.6. Comercialización del producto

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

4.7 Conclusiones del Estudio de Mercado

Ya que se han desarrollado todas las bases y partes que comprenden un estudio de mercado, debe emitirse una conclusión. Esta debe referirse a los aspectos positivos y negativos encontrados a lo largo de la investigación.

Riesgos que se encontraron, condiciones favorables y toda información que se considere importante debe aparecer suministrada aquí. La conclusión debe referirse así se recomienda continuar con el estudio o si la recomendación es detenerse por falta de mercado o por cualquier otra causa.

5. ESTUDIO DE MERCADOS

El Banco de Crédito Helm Financial Services, como Casa Matriz del Grupo Financiero, ha logrado un alto posicionamiento como una entidad bancaria líder en:

- Atención personalizada por profesionales de alta experiencia en los mercados Corporativos, Multinacionales, Empresariales, Oficiales, Pymes y Personales.
- Servicio y asesoría especializada a través de sus Mesas de Dinero.
- Apoyo e información actualizada en operaciones de Comercio Exterior.
- Portafolio de Productos y Servicios ajustados a las necesidades particulares de los clientes, para brindarles las mejores alternativas en el manejo de su Tesorería, en términos de:
 - ✓ Recaudos
 - ✓ Pagos
 - ✓ Inversiones
 - ✓ Financiación
 - ✓ Información oportuna y de fácil acceso

5.1 Definición del producto

El banco ofrece los servicios financieros que están constituidos por instrumentos de captación (cuentas corriente, de renta, Cdts, dats, cuentas Helm AFC, Helm deposito y Ahorro Programado), colocaciones (créditos a corto y mediano plazo) dirigido a personas Naturales y Jurídicas, medios de pago (tarjetas crédito) y transacciones (consignaciones y retiros).

A. Productos de Captación:

- **Cuenta Corriente:** Es un sistema de captación mediante el cual una persona natural, empresa o negocio, adquiere la facultad de consignar sumas de dinero en el Banco y de disponer de su saldo total o parcialmente, por medio de giro de cheques, transferencias u otras formas de pago convenidas previamente entre las partes.
- **Cuenta Renta:** Inversión a la vista para personas naturales o jurídicas, que permite disponer de los recursos en cualquier momento, mientras obtienen una rentabilidad definida.
- **Cuenta de Ahorro Programado:** Es una cuenta de Ahorro cuyos fondos no se encontraran disponibles para el cliente, hasta cumplir con el periodo y monto previamente acordado dentro de un contrato firmado en el momento de la apertura de la cuenta. En este contrato se establece un compromiso de ahorro mensual mínimo.
- **Cdts:** El Certificado de Depósito a Término es un título valor nominativo por medio del cual el Banco recibe un capital acordando ciertas características referentes a la tasa de interés, el plazo, la frecuencia y la forma de pago de los rendimientos que el Banco reconoce sobre el depósito efectuado por el cliente.
- **Dats:** Es una alternativa de inversión a término segura y rentable para el manejo de excedentes transitorios de liquidez definido para personas naturales o jurídicas, por medio del cual el BC recibe un capital a una tasa de interés fija y a un plazo acordado.
- **Helm Deposit:** Modalidad de inversión que resulta de la integración de dos productos del banco, el Depósito a Término y el FX FORWARD bajo la modalidad non-delivery. Por esta razón se obtiene el reconocimiento fijo de interés sobre un capital pactado inicialmente y un rendimiento en pesos al fijar su capital en dólares al cual es positivo en caso de devaluación y negativo en caso de reevaluación.
- **Helm AFC:** Es una Cuenta de Ahorros dirigida únicamente para nuestros clientes Persona Natural, en la que los depósitos realizados otorgan beneficios

tributarios a sus titulares, siempre y cuando se destinen para la adquisición de vivienda establecidos por la ley o no sean retirados antes de cumplir cinco (5) años contados a partir de su consignación.

B. Productos de Colocación:

1. Para personas Naturales

- **Préstamo Ordinario:** Es una línea de crédito, que provee al cliente de fondos para satisfacer sus necesidades de liquidez durante el plazo y un interés pactado.
- **Credicash:** Es una línea de crédito rotativo de libre inversión que financia automáticamente a 60 meses las utilidades realizadas por el cliente.
- **Anticipo de Prima:** Es una línea de crédito que ofrece el Banco a los empleados de las empresas que estén vinculadas al Banco de Crédito y que ofrezcan tranquilidad desde el punto de vista crediticio.
- **Sobregiro:** Crédito otorgado sobre una cuenta corriente cuyo saldo no es suficiente para cubrir los retiros que se realicen a través del giro de cheque o cualquier otra forma pactada con el banco.
- **Cupo de Crédito 7-0:** Cupo de crédito que sirve para girar cheques sin contar con los fondos suficientes sin costo alguno por utilización durante 7 días continuos o discontinuos al mes para personas naturales.
- **Crédito Universitario:** Con el fin de profundizar la relación comercial entre el Banco de Crédito y las universidades, se hace necesario ofrecer una línea de crédito a sus estudiantes para así facilitar el acceso a la educación superior a aquellos que requieren una línea específica de financiación.
- **Helm Libranzas:** Es una línea de crédito de libre inversión, dirigida a personas naturales vinculadas laboralmente, con contrato a término fijo o

indefinido, que buscan satisfacer sus necesidades de crédito, a través de un plan de pagos de cuotas fijas y cancelación a través de descuento de nómina.

2. Para Personas Jurídicas

- **Préstamo Ordinario:** Es una línea de crédito, que provee al cliente de fondos para satisfacer sus necesidades de liquidez durante el plazo y un interés pactado.
- **Credicash Pymes:** Es una línea de crédito rotativo de libre inversión, dirigido a Clientes del segmento Pymes, que financia las utilidades automáticamente a 6 o 12 meses, las cuales pueden ser realizadas mediante transferencias o pagos a través de canales electrónicos con destino a otras cuentas del mismo titular o convenios en el mismo Banco y mediante el giro de cheques pagaderos a nivel nacional.
- **Crédito Rotativo Empresarial:** El producto Crédito Rotativo Empresarial está orientado a personas jurídicas que buscan atender necesidades de liquidez en el corto plazo. Al cliente se le aprueba la modalidad de crédito rotativo dentro de su cupo de crédito, sobre el cual puede realizar utilidades, cuando lo considere necesario los cuales serán diferidos a 3 meses. En la medida que efectúe pagos al crédito, se libera cupo para nuevas utilidades.
- **Créditos de Tesorería:** Línea de crédito para Personas Jurídicas (Grandes) que suple las necesidades inmediatas de crédito.
- **Créditos de Tesorería Especial:** Es una modalidad de crédito mediante el cual el banco provee parcialmente de fondos a los clientes Personas Jurídicas que desean cancelar los impuestos nacionales de renta, IVA, retención en la fuente y aduana en el Banco de Crédito.
- **Capital de Trabajo:** Es una línea de crédito que provee al cliente de fondos para capital de trabajo, a un interés pactado y con una opción de sanción por pre-pago
- **Helm Factura:** Es una nueva modalidad de crédito que le permite a nuestros clientes personas jurídicas de los segmentos Pyme, Empresarial o Corporativo,

obtienen liquidez, recibiendo sus ventas de contado o volviendo líquida su cartera a través de financiación contra facturas, lo que les permite una mayor capacidad de negociación con clientes y proveedores.

- **Sobregiro:** Crédito otorgado sobre una cuenta corriente cuyo saldo no es suficiente para cubrir los retiros que se realicen a través del giro de cheque o cualquier otra forma pactada con el banco.

C. Medios de Pago:



- **Tarjetas de Crédito Personales:** Tarjeta afiliada al sistema Visa o MasterCard, mediante la cual el cliente tiene acceso a un cupo rotativo previamente aprobado por el Banco de Crédito que se puede diferir hasta 36 meses. Puede realizar compras y retiros de efectivo a nivel nacional e internacional en establecimientos y cajeros automáticos.
- **Tarjetas de Crédito Corporativas:** Tarjeta afiliada al sistema Visa o MasterCard, dirigida a Grandes Empresas y Multinacionales para Gastos de Viaje y Representación a Ejecutivos de Alto Nivel.

D. Transacciones:

- **Consignaciones:** Se podrán realizar abonos a estas cuentas mediante:
 - ✓ Consignaciones de Nomina.
 - ✓ Las empresas podrán debitar por nomina la cuota que el empleado desee ahorrar en la CAP.
 - ✓ Consignaciones a través de ACH.
 - ✓ Directamente por el Cliente o por cuenta de un tercero.
 - ✓ Programación de Débitos Automáticos de cuentas del Banco de Crédito.
 - ✓ Mediante autorización escrita (formato AH-284).
 - ✓ Consignaciones directas en caja en efectivo o cheque.
- **Retiros:** Se podrán realizar retiros únicamente en la oficina mediante:

- ✓ Retiros Parciales.
- ✓ Solo se podrá realizar un retiro al mes en efectivo o cheque de gerencia conservando el saldo mínimo.
- ✓ Cancelación total de la cuenta.

5.2 Análisis de la Oferta

El Banco de Crédito es un banco fuerte comparado con los demás bancos medianos del País, la venta del 15% de las acciones en diciembre del año 2007 fue todo un éxito y dio crecimiento de capital mediante recursos frescos.

Las estrategias del banco son sólidas y alcanzables. Tres pilares conforman la estrategia: penetración, profundización y fidelización, dirigidos a incrementar de manera sostenida el margen financiero, con base en la diversificación de las fuentes de ingresos y del riesgo. La banca personal, por ejemplo, no se concentra en consumo sino en segmentar nichos de mercado.

Ventajas

- Productos diseñados para las necesidades de los clientes, como **Helm Mujer** con ofertas de valor agregado para las mujeres; **Helm Special** para los profesionales de la salud y **Helm Extremo** para segmentos de educación, entre otros. Al nicho de educación, otra de sus fortalezas, llegaron el último semestre 75.000 estudiantes, por los portafolios especializados.
- En Banca Corporativa, El Crédito no le apostó como la competencia a las Pymes. Se especializó en el fortalecimiento de las relaciones con países de algunas regiones del mundo, como el Oriente, y tiene la mayor participación en empresas y negocios de estos países en Colombia. Para ello ha desarrollado productos como el **cash management**, que administra el flujo de caja de las empresas, con un manejo consolidado. Así crea afinidad con los clientes, conoce sus negocios, puede adaptar productos a las necesidades y tener una rápida capacidad de respuesta.
- Las estrategias del Banco de Crédito conducen a obtener mayor participación en el mercado, a un aumento en la intermediación y transaccionalidad, mayores indicadores de venta cruzada y a la creación de relaciones de largo

plazo con los clientes basadas en la generación de valor a través de productos y servicios competitivos.

- La ubicación al sur de Bucaramanga de la nueva sucursal es estratégica ya que existe un nicho de mercado potencial para el banco.

Fortalezas

- Amplio portafolio de productos y servicios, que generan valor agregado
- Multibanca: servicios bancarios, leasing, banca de inversión, comisionista de bolsa, fiduciaria y comercio internacional.
- Opción atractiva para ingresar o aumentar la participación en el mercado local
- Banco con un crecimiento de cartera superior al sistema y con un índice de eficiencia inferior al total de bancos
- Posibilidad de expansión geográfica.
- Oferta atractiva: rentabilidad del dividendo asegurada de 2% semestral; descuento de 5% sobre el precio base.

Debilidades

- Capacidad patrimonial, restringe el otorgamiento de créditos de alta cuantía (> \$40,000 millones)
- Red pequeña de sucursales y de cajeros automáticos en Colombia

Oportunidades

- Aprovechamiento de las sinergias comerciales y operativas con el Grupo Helm Financial Services para aumentar su participación dentro del mercado, crecer en negocios regionales y promover la venta cruzada de sus productos.
- A través de la utilización de herramientas tecnológicas más modernas y alianzas estratégicas locales y regionales, el Banco podrá ofrecer nuevos productos y servicios.
- El reconocido posicionamiento en el segmento corporativo local, con la oportunidad de afianzar su posición mediante la profundización de las relaciones con sus clientes.
- Punto de ubicación atractivo y de alto desarrollo empresarial con la construcción de un hipermercado en la zona.

Amenazas

- Mayor riesgo de crédito asumido por la incursión en segmentos de mercado diferentes a los que usualmente ha atendido.
- La mayor competencia de los bancos en productos y servicios para los nichos de mercado de consumo.
- Consolidación de algunos bancos en entidades financieras con mayor respaldo patrimonial.
- La presencia de competidores como Davivienda, Banco de Bogotá, BBVA, Colmena, Banco de Occidente, Banco Popular, Bancolombia, Colpatria y Hsbc en el sector.

5.3 Análisis de Demanda

- a. **Georeferenciación:** La Ubicación geográfica de la sucursal es en el bosque al sur de Bucaramanga es decir en su área Metropolitana; El mercado potencial se refiere a las empresas, corporaciones, pymes, universidades, colegios privados, hospitales privados y públicos que se encuentran en la zona.



Fuente: www.google.com.co/mapamunicipiofloridablanca

- b. **Mercado Potencial:**

Banca Personal

Nicho Helm Special:

Empleados Foscals: La Foscals cuenta con aproximadamente 613 empleados profesionales entre los cuales encontramos secretarías, auxiliares de enfermería, enfermeros, auditores, médicos especialistas y generales, cirujanos, técnicos en sistemas, asesores en servicio al cliente, contadores, Oftalmólogos, especialistas en finanzas, instrumentadores, relacionistas públicos, regentes de farmacia, anesthesiólogos, psicólogos, vigilantes, fisioterapeutas, radioterapeutas, nutricionistas, digitadores, radiólogos, trabajadores sociales, biomédicos, odontólogos, entre otros; sus ingresos por salarios son: el 30% de los empleados ganan \$800.000.00, el 36% con ingresos menores o iguales a \$2.000.000.00 y el 34% con ingresos menores o iguales a \$8.000.000.00.

Hospital Floridablanca: Se estima que el hospital cuenta con aproximadamente 80 empleados de planta y por cooperativa 200; de los cuales un 10% de planta son médicos y el resto personal administrativo, de la cooperativa 5% son médicos especialistas y el 15% médico general promedio de sueldos superiores \$2.200.000.

Centro Medico Carlos Ardila Lulle: Se observa un número significativo de médicos especialistas que trabajan de manera independiente con la clínica, sus promedios de ingresos pueden estar por encima de los \$5.000.000; Centro Urológico, instituto del corazón, radiólogos especializados, centro de cáncer, consultorio Virgilio Galvis. Como observamos podemos encontrar numerosos especialistas que sus ingresos superen los \$6.000.000 pues son especialistas como tal; al igual existe una unión temporal UT Avanzar Medico fundada por cuatro socios: Foscil, Santa Ana de Cúcuta, Clínica de Valledupar cuenta mas o menos con 68 empleados de los cuales 50% son médicos generales y especialistas, paramédicos (fisioterapeutas, fonoaudiólogos, nutricionistas y psicólogos), sus ingresos están por encima de los \$2.500.000

Nicho Helm Xtremo:

El municipio cuenta con un sinnúmero de establecimientos educativos tanto públicos como privados pero de manera observatorio y con datos investigados en la secretaria de educación de Floridablanca se pudo detectar cuales serian potenciales para el Banco y se señalaron los siguientes:

- **COLEGIO FUNDACION UIS**

Rectora: DORIS MARIA SARMIENTO DE GAMBOA

Dirección: vereda ruitoque bajo 27 240 tel: 6799035

Email: info@fcuis.edu.co

Genero: Mixto

Cantidad de alumnos:	preescolar	72 hombres	36 mujeres
	Primaria	238 hombres	177 mujeres
	Secundaria	206 hombres	145 mujeres
	Media	68 hombres	62 mujeres
	Total alumnos 1004		

Grado	Vr anualizado	Vr matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$3.850.000	\$350.000	\$350.000
Jardín	\$3.498.000	\$318.000	\$318.000
Transición	\$3.075.325	\$279.575	\$279.575
Primaria	\$2.707.000	\$246.000	\$246.100
Secundaria	\$2.876.940	\$261.540	\$261.540

• **COLEGIO AGUSTINIANO**

Rector: WILLIAM DARIO HICAPIE VELASQUEZ

Dirección: autopista a Florida Km. 6 tel: 6386250

Email: secretaria@agustiniano.net.co

Genero: Mixto

Cantidad de alumnos: jornada de la mañana
 Pre-escolar 39 Primaria 307
 Secundaria 575
 Total alumnos 921

Grado	Vr. anualizado	Vr. matricula	Vr. Pensión
Jardín	\$7.500.000	\$750.000	\$675.000
Transición	\$7.412.960	\$741.296	\$667.166
Primaria			
Primero	\$4.289.630	\$428.963	\$386.067
Segundo	\$2.911.818	\$291.181	\$262.063
Tercero a quinto	\$2.363.138	\$236.313	\$212.682
Secundaria			
Sexto a séptimo	\$2.363.138	\$236.313	\$212.682
Octavo a undécimo	\$2.567.943	\$256.794	\$231.117

• **COLEGIO SAN PATRICIO**

Rectora: YACQUELINE MARIN INFANTE

Dirección: Kr. 13 200 370 vereda río frío tel: 6382214 - 6391515

E-mail: info@colegiosanpatricio.edu.co

Genero: Mixto

Cantidad de estudiantes: preescolar: 7
 Primaria: 18
 Bachillerato:136
 Total de alumnos: 161

Grado	Vr. anualizado	Vr. Matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$4.334.468	\$433.447	\$390.102
Jardín	\$4.176.850	\$417.685	\$375.917
Transición	\$4.176.850	\$417.685	\$375.917
Primaria			
Primero	\$3.736.882	\$373.688	\$336.319
Segundo a quinto	\$3.959.581	\$395.958	\$356.362
Secundaria	\$4.248.845	\$424.884	\$382.396
Media	\$4.355.539	\$435.553	\$391.999

• **COLEGIO CAMPESTRE GOYAVIER**

Rector: MAURICIO OVIEDO VARON

Dirección: Transv. 25 1 93 ruitoque bajo tel: 6389116 - 6393535

E-mail: colegiogoyavier@hotmail.com

Genero: Mixto

Cantidad de estudiantes: preescolar: 22

Primaria: 69

Bachillerato: 66

Media: 30

Total de alumnos: 187

Grado	Vr. anualizado	Vr. Matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$3.800.000	\$380.000	\$342.000
Jardín	\$3.646.400	\$364.640	\$328.176
Transición	\$3.498.000	\$349.800	\$314.820
Primaria			
Primero a segundo	\$3.498.000	\$349.800	\$314.820
Tercero a quinto	\$3.434.400	\$343.440	\$309.096
Secundaria	\$3.434.400	\$343.440	\$309.096
Media	\$3.551.000	\$355.100	\$319.590

• **COLEGIO SEMINIARIO CONCILIAR SAN PIO X**

Rector: Pbro. NELSON ENRIQUE GOMEZ HERNANDEZ

Dirección: Cl. 11 8 308 tel: 6482604

E-mail: g_nelson_enrique@hotmail.com

Genero: Masculino

Cantidad de estudiantes: Quinto Primaria: 8

Bachillerato: 107

Media: 46

Total de alumnos: 161

Grado	Vr. anualizado	Vr. Matricula	Vr. Pensión
Primaria			
Quinto	\$2.300.000	\$230.000	\$207.000
Secundaria			
Sexto	\$2.143.708	\$214.000	\$193.000
Séptimo	\$2.031.951	\$203.000	\$183.000
Octavo	\$1.758.537	\$176.000	\$158.300
Noveno	\$1.657.405	\$166.000	\$150.000
Media	\$1.812.190	\$181.000	\$163.200

• **COLEGIO REINA DE LA PAZ**

Rectora: Hermana TERESA RAMIREZ GELVEZ

Dirección: Cl 200 20 39 tel: 6399365

Email: colreina@hotmail.com

Genero: Mixto

Cantidad de alumnos: Pre-escolar 54
 Primaria 174
 Secundaria 159
 Media 60
 Total alumnos 447

Grado	Vr. anualizado	Vr. matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$2.600.000	\$260.000	\$234.000
Jardín	\$2.544.000	\$254.000	\$229.000
Transición	\$2.461.320	\$246.000	\$221.532
Primaria			
Primero a segundo	\$2.450.720	\$245.000	\$220.572
Tercero a quinto	\$2.385.000	\$238.000	\$214.700
Secundaria	\$2.491.000	\$249.000	\$224.200
Media	\$3.111.100	\$311.000	\$280.000

• **COLEGIO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO**

Rectora: Sor NOHORA YOLANDA RODRIGUEZ GOMEZ

Dirección: Kr 7 4 44 tel: 6750609

Genero: Mixto

Cantidad de alumnos: Pre-escolar 112
 Primaria 331
 Secundaria 283
 Media 93
 Total alumnos 819

Grado	Vr. anualizado	Vr. Matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$2.118.000	\$211.800	\$190.620
Jardín - Transición	\$1.862.600	\$186.260	\$167.634
Primaria	\$1.955.500	\$195.550	\$175.995
Secundaria	\$2.132.900	\$213.290	\$191.961
Media	\$2.132.900	\$213.290	\$191.961

• **COLEGIO PANAMERICANO**

Rector: JEFREY MICHAEL JURKOVAC

Dirección: Cl 34 8 73 cañaveral alto tel: 6386213

Genero: Mixto

E-mail: panamericano@panamericano.edu.co

Cantidad de alumnos: Pre-escolar 138
Primaria 170
Secundaria 288
Total alumnos 596

Grado	Vr. anualizado	Vr. matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$9.385.000	\$938.500	\$844.650
Jardín	\$8.529.975	\$859.298	\$773.368
Transición	\$8.450.550	\$845.055	\$760.550
Primaria	\$5.437.003	\$543.700	\$489.330
Secundaria	\$5.975.013	\$597.031	\$537.571
Media	\$5.975.013	\$597.031	\$537.571

• **COLEGIO LA QUINTA DEL PUENTE**

Rectora: MATILDE GONZALEZ DE SALAZAR

Dirección: kr 10 9 86 tel: 6481844

Genero : Mixto

Cantidad de alumnos: Se estima un aproximado de 700 estudiantes.

Grado	Vr. anualizado	Vr. matricula	Vr. Pensión
Pre escolar	\$5.007.654	\$500.754	\$450.690
Primaria			
Primero a cuarto	\$5.007.654	\$500.754	\$450.690
Quinto	\$4.893.577	\$489.077	\$440.450
Secundaria	\$4.970.413	\$496.913	\$447.350
Media	\$5.579.718	\$557.718	\$502.200

• **COLEGIO NUEVO CAMBRIDGE**

Rector: MAURICIO ALBERTO CABRERA SAAVEDRA

Dirección: Cl 32 22 140 tel: 6386152

Genero : Mixto

E – mail : info@cambridge.edu.co

Cantidad de alumnos: Pre-escolar 184
Primaria 363
Secundaria 246
Media 109
Total alumnos 902

Grado	Vr. anualizado	Vr. matricula	Vr. Pensión
Pre jardín	\$5.470.322	\$547.032	\$492.329
Jardín	\$5.028.834	\$502.883	\$452.595
Transición	\$4.353.067	\$435.307	\$391.776
Primaria	\$4.353.067	\$435.307	\$391.776
Secundaria	\$4.353.067	\$435.307	\$391.776
Media	\$4.353.067	\$435.307	\$391.776

5.4 Investigación de mercados

La investigación llevada a cabo en este estudio es de tipo exploratorio y descriptivo.

Es de carácter exploratorio porque su objetivo es examinar un problema poco estudiado y este nos sirve para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información que nos permita identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades y sugerir afirmaciones verificables.

Es descriptiva por cuanto se describen y evalúan las diferentes variables, pretende a su vez precisar la naturaleza de una situación tal como existe en el momento del estudio; analizar información de la empresa y de las localidades donde se va a realizar el estudio de factibilidad en el Municipio de Floridablanca, dando un panorama lo mas preciso posible sobre este particular.

Dada la circunstancia de no disponer de suficiente información sobre el tópico o investigación en el municipio, y por la escasa documentación existente sobre el particular, se llego a la conclusión que la forma mas idónea de aproximación al tema era la de orientar la búsqueda desde la perpepectiva de un estudio de caso.

Este tipo de opción metodológica permite un conocimiento preciso de ciertas características a un costo relativamente bajo y en tiempo de corta duración. Este trabajo puede servir como base para la realización de nuevas investigaciones en esta área bancaria.

El proceso de investigación tendrá dos fases:

- **Fase Exploratoria:** Esta etapa servirá para hacer un acercamiento preliminar al problema de investigación.

Para el análisis del contexto ambiental del municipio de Floridablanca se diseñara una investigación de datos secundarios.

- **Fase Concluyente Descriptiva** con un diseño de muestra representativa a nivel transversal.

Método de recolección de datos: Encuesta

Medio de recolección: Entrevista personal.

Instrumento de recolección de datos: Cuestionario.

Diseño Muestral

- **Población de estudio:** Servicio Bancario: clientes y usuarios del GFBC.
- **Elemento:** Titulares, autorizados y usuarios de la oficina
- **Alcance:** El municipio de Floridablanca
- **Marco Muestral:** Personas que visitaron el banco durante dos semanas midiendo el mismo tiempo en la mañana y en la tarde.
- **Método de selección de la muestra:** Método probabilística estratificado
- **Tamaño de la muestra:** 217 personas
 - Nivel de error: 5%

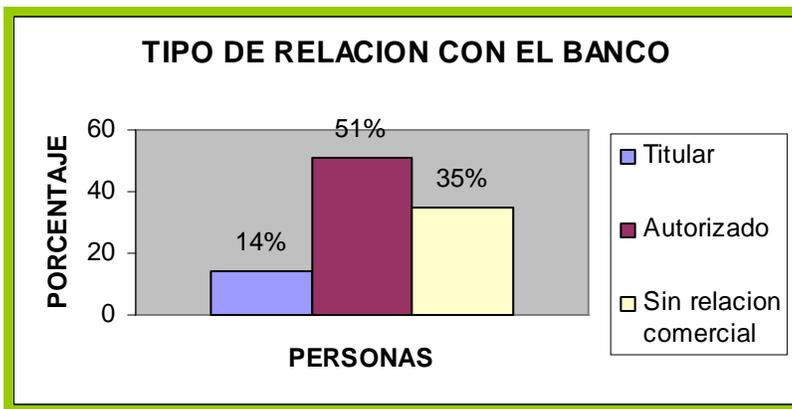
- Nivel de significancia: 95%
- Varianza máxima para una distribución de proporciones.

Muestra: 217 personas
 Margen de error: 0,5
 Instrumento: Encuestas

5.5 ENCUESTA

1. PERSONAS QUE VISITAN LA OFICINA

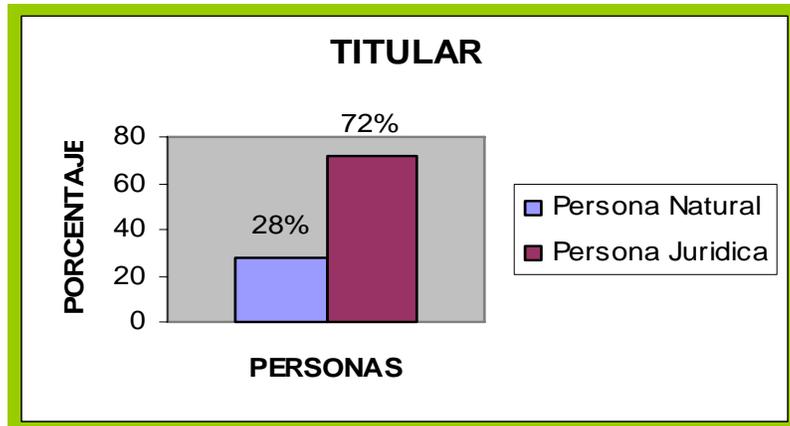
Relación con el Banco	Personas	%
Titular	31	14
visita esta oficina por solicitud de un titular	111	51
sin relación comercial	75	35
Total	217	100



De las personas encuestadas en las oficinas del Grupo Financiero Banco de Crédito se observa que la mayoría de las personas que visitan el banco son Autorizados de cuentas, en segundo lugar están las personas que no tienen ningún vinculo comercial y por ultimo los titulares de las cuentas.

2. TIPO DE TITULAR

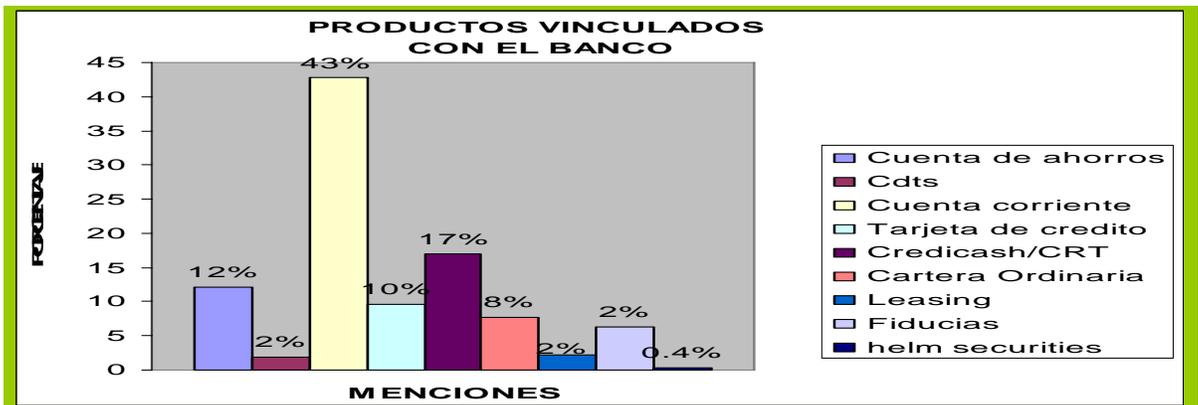
Titular	Personas	%
Persona Natural	40	28
Persona Jurídica	102	72
Total	142	100



El 72% de las personas que visitan el banco son autorizados de Personas Jurídicas, el 28% restante son personas naturales; se observa el gran número de autorizados que visitan la oficina.

3. PRODUCTOS VINCULADOS

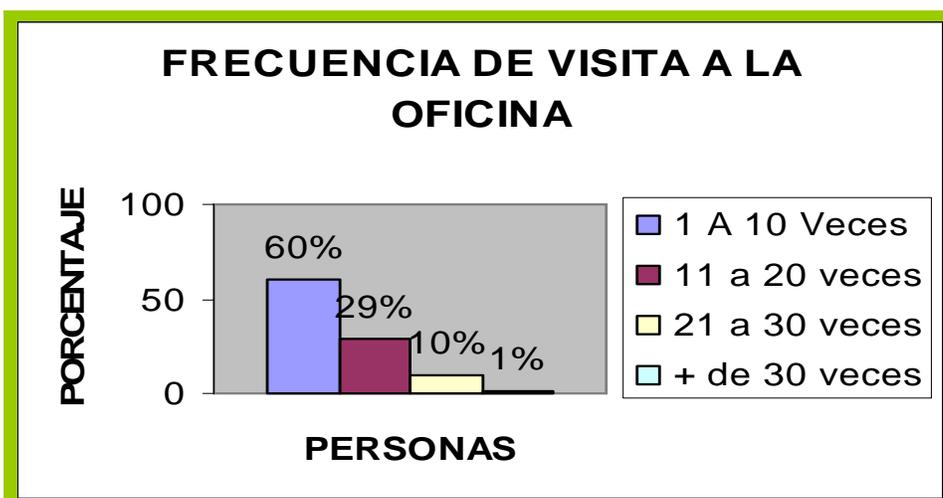
Productos	Menciones	%
Cuenta de ahorros	33	12
Cdts	5	2
Cuenta corriente	116	43
Tarjeta de crédito	26	10
Credicash/CRT	46	17
Cartera Ordinaria	21	8
Otros productos		
Leasing	6	2
Fiducias	17	6
Helm securities	1	0,4
Total	271	100



Según el resultado obtenido la mayoría es decir el 43% de menciones estuvieron con cuenta corriente, siguiendo los Créditos Rotativos Empresariales / Personales con un 17%, cuenta ahorros con un 12%, tarjetas de crédito con 10%, el 8% lo tuvo la cartera ordinaria, el 2% leasing, fiducias, cdts y el 0.4% Helm Securities

4. FRECUENCIA DE VISITA A LA OFICINA AL MES

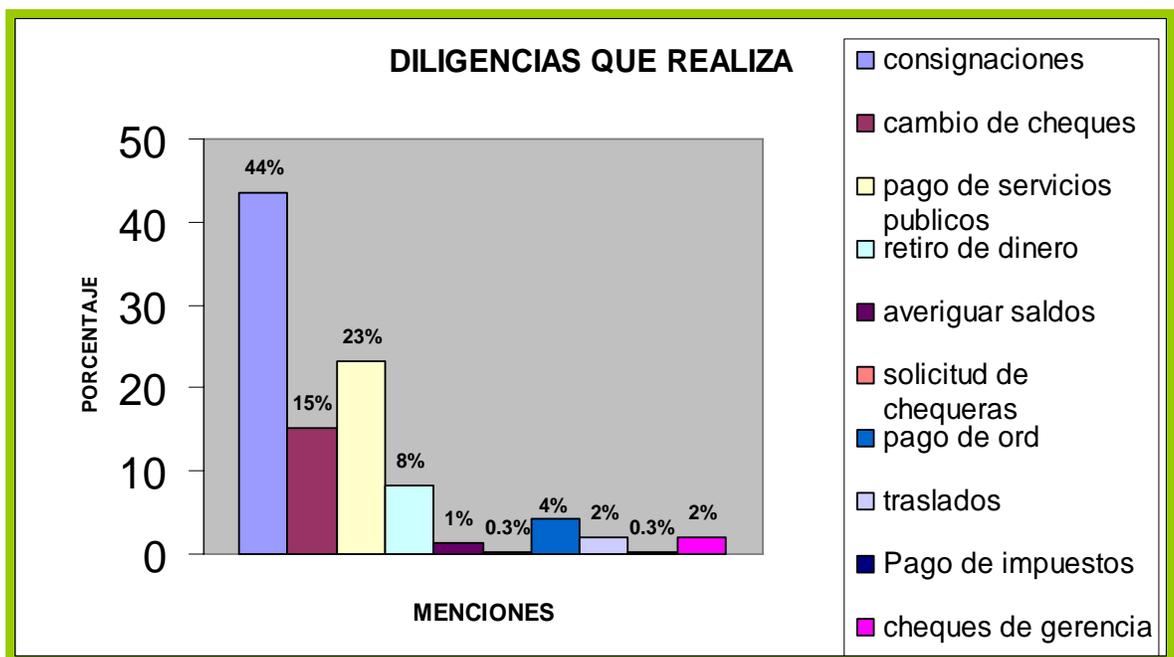
N. de Veces al mes	Personas	%
1 a 10	130	60
11 a 20	64	29
21 a 30	21	10
> 30	2	1
Total	217	100



El 60% de las personas encuestadas vienen en un parámetro de 1 a 10 veces al mes a la oficina, le sigue el 29% con un parámetro de hasta 11 a 20 veces, el 10% indica que de 21 a 30 veces y el restante mas de 30 veces al mes.

5. QUE DILIGENCIAS REALIZA

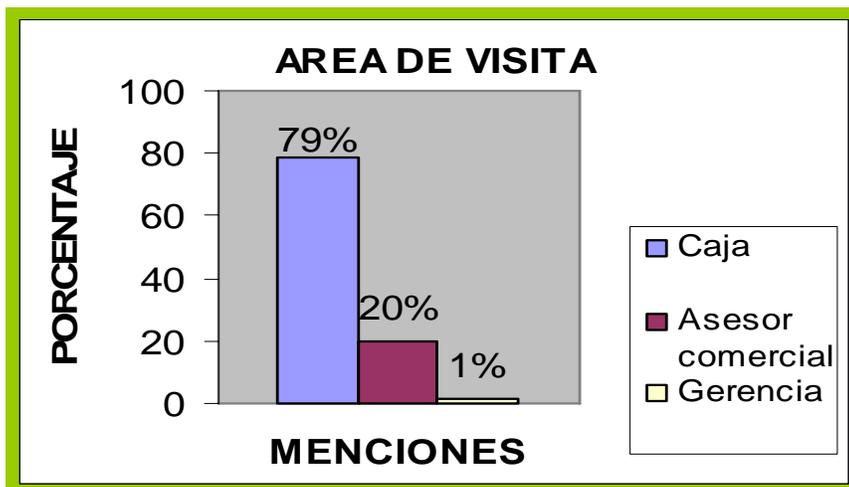
Operaciones	Numero de menciones	%
Consignaciones	158	44
cambio de cheque	55	15
pago de servicios públicos	84	23
Retiro de dinero	30	8
averiguar saldos	5	1
Otros		
Solicitud de chequeras	1	0,3
Pago de Ord.	15	4
Traslados	7	2
Pago de impuestos	1	0,3
cheques de gerencia	7	2
Total	363	100



El 44% de las menciones dicen que vienen al banco a realizar consignaciones, el 23% cancela servicios públicos, el 15% a cambiar cheques y el 8% a retirar dinero se menciona lo más destacado.

6. AREA DE VISITA

Área	Menciones	%
Caja	217	79
Asesor comercial	54	20
Gerencia	4	1
Total	275	100



El 79% de las menciones relacionan a caja, el 20 % visitan asesores y el restante gerencia.

7. CON QUIEN SE ACERCA A LA OFICINA

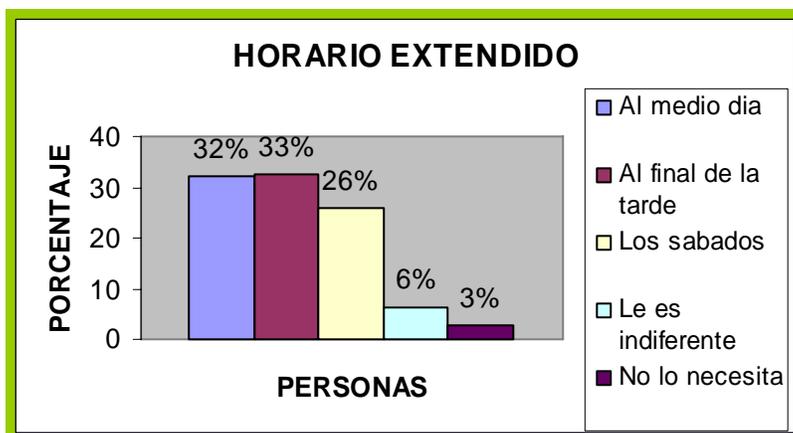
	Personas	%
Solo	211	97
Acompañado	6	3
Total	217	100



Esta respuesta esta muy relacionada con la primera pregunta pues la mayoría de personas que visitan al banco son autorizados de cuenta y por consiguiente el 97% de respuestas coincidieron con que vienen solos al banco.

9. HORARIO QUE LE GUSTARIA QUE EL BANCO INCREMENTARA

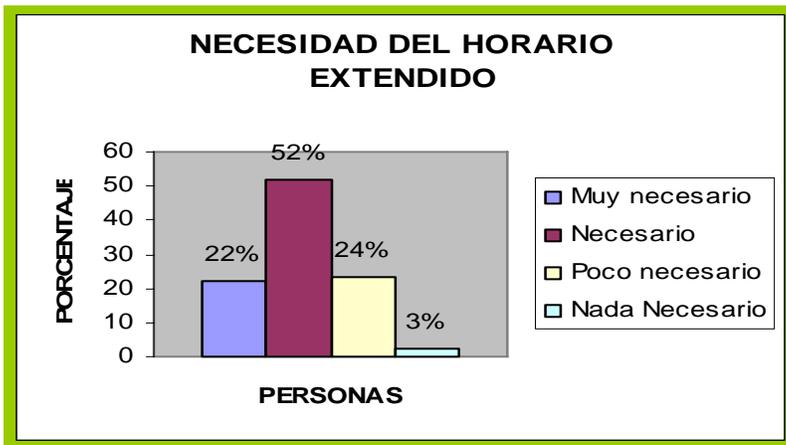
Opciones	Personas	%
Al medio día	70	32
Al final de la tarde	71	33
Los sábados	56	26
Le es indiferente	14	6
No lo necesita	6	3
Total	217	100



Esta respuesta arrojo 2 resultados similares que indican que el 33% de las personas les gustaría que su jornada estuviera con horario adicional al final de la tarde, el 32% al medio día, el 26% prefiere los sábados y el restante o le es indiferente o no lo necesita.

10. NECESIDAD DEL HORARIO ADICIONAL

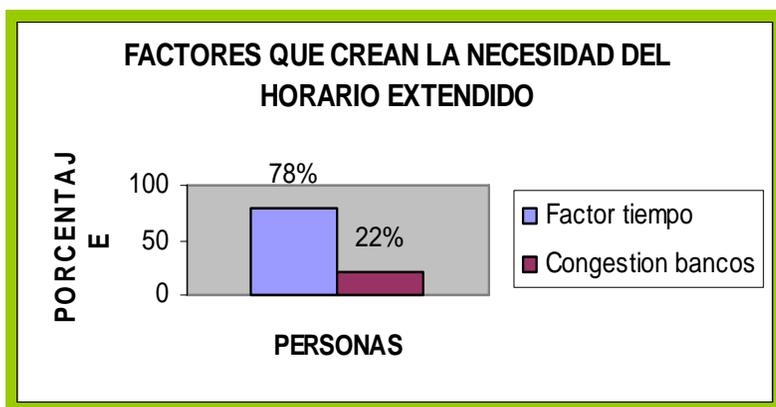
Opciones	Personas	%
Muy necesario	48	22
Necesario	113	52
Poco necesario	51	24
Nada Necesario	5	2
Total	217	100



La necesidad del horario extendido para las personas esta en un 52%, continúa un 24% con poco necesario, el 22% dice que es muy necesario y solo 3% afirma que no es nada necesario.

- **SI ES NECESARIO O MUY NECESARIO INDIQUE PORQUE?**

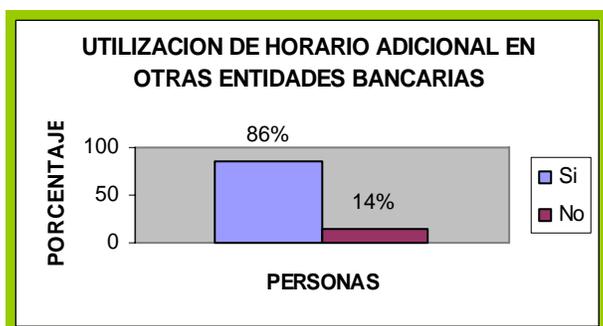
Necesidades	Personas	%
Factor tiempo	126	78
Congestión bancos	35	22
Total	161	100



Los factores que determinaron la necesidad del horario adicional es que el 78% no alcanza a realizar las vueltas en el horario normal y el 22% manifiesta que existe congestión en los bancos.

11. ESTA ENTERADO DEL HORARIO ADICIONAL DE OTRAS ENTIDADES

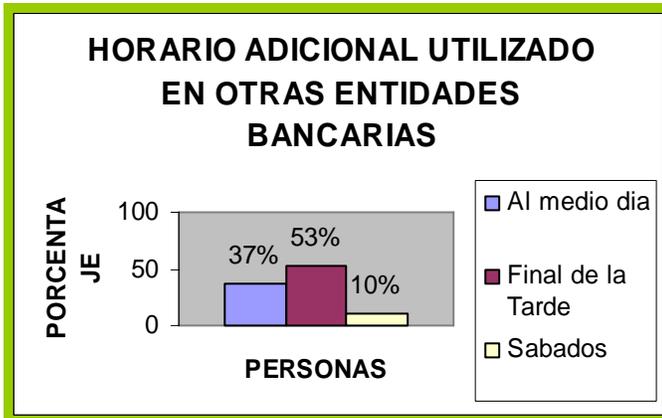
Respuestas	Personas	%
Si	187	86
No	30	14
Total	217	100



El 86% ha utilizado el horario adicional en otras oficinas bancarias acompañada de un 14% de personas que respondieron que no.

12. HORARIO ADICIONAL QUE UTILIZA

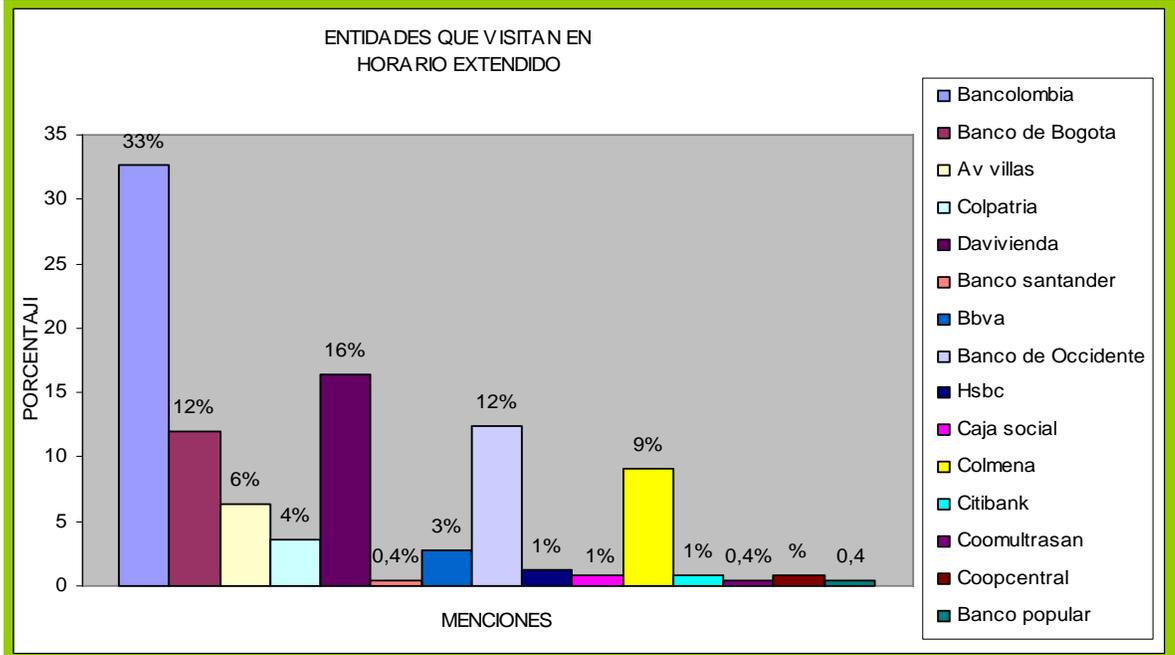
Horario	Personas	%
Al medio día	69	37
Final de la Tarde	99	53
Sábados	19	10
Total	187	100



La respuesta de las personas que en la respuesta anterior dijeron que si: indican que 53% visitan los bancos en horario del medio día, un 37% al final de la tarde y el restante los sábados.

• ENTIDAD QUE VISITA EN HORARIO EXTENDIDO

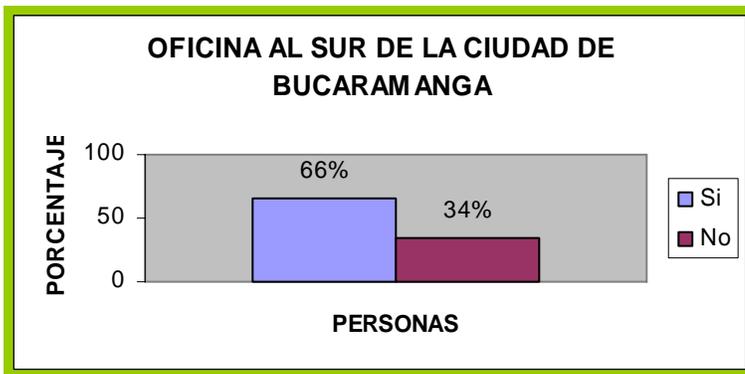
Entidad	Menciones	%
Bancolombia	82	33
Banco de Bogota	30	12
Av villas	16	6
Colpatría	9	4
Davivienda	41	16
Banco santander	1	0,4
Bbva	7	3
Banco de Occidente	31	12
Hsbc	3	1
Caja social	2	1
Colmena	23	9
Citibank	2	1
Coomultirasán	1	0,4
Coopcentral	2	1
Banco popular	1	0,4
Total	251	100



Observamos que la Entidad que mas visitan en horario extendido es Bancolombia con un 33%, continua Davivienda ahora su union con Bancafe en un 16%, el 12% banco de occidente y banco Bogota, el 9% colmena, el 6% av villas destacando los porcentajes mas altos.

13. NECESIDAD DE UNA OFICINA AL SUR DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

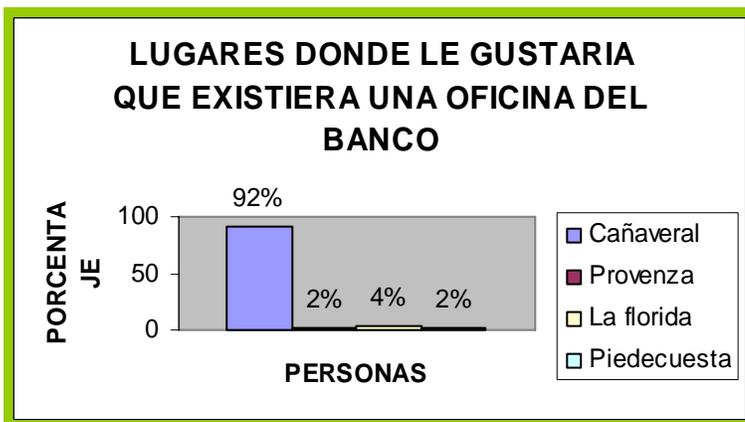
Respuesta	Personas	%
Si	143	66
No	74	34
Total	217	100



Las personas manifiestan en su mayoría 66% que si, efectivamente es necesaria otra oficina del banco al sur de nuestra ciudad.

14. SECTOR

Lugar	Personas	%
Cañaveral	131	92
Provenza	3	2
La florida	6	4
Piedecuesta	3	2
Total	143	100



El 92% de los encuestados manifestó que cañaveral seria la mejor ubicación para una nueva oficina, lo cual nos lleva a la factibilidad de la sucursal en este lugar de Cañaveral.

15. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA OFICINA

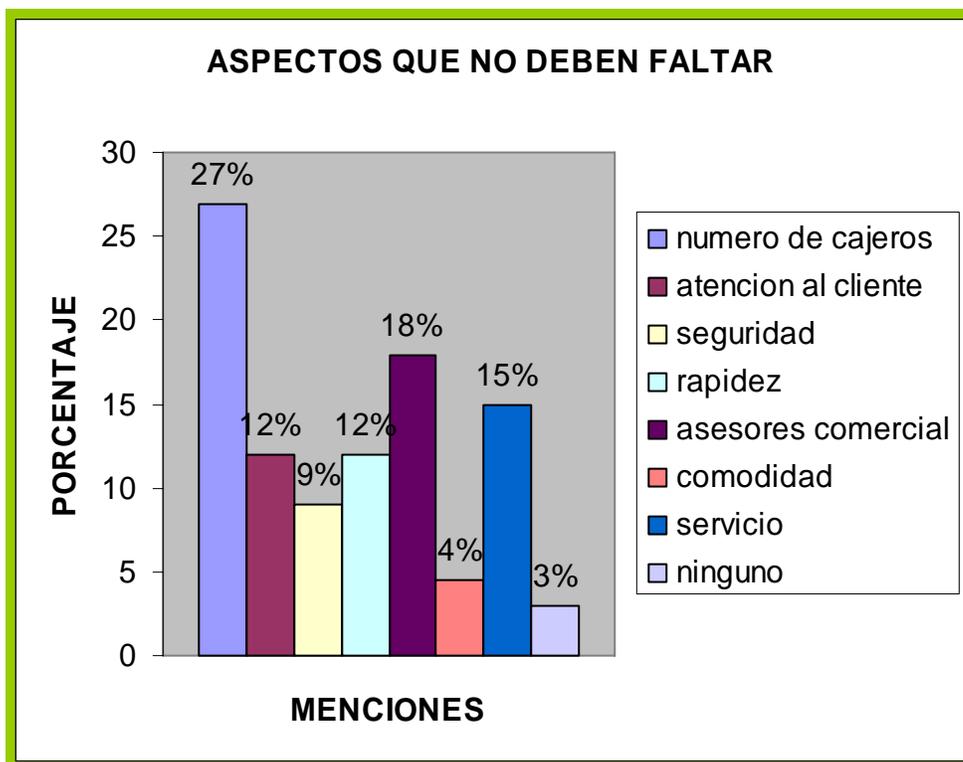
Características Físicas	Personas	%
igual que la oficina principal	170	78
planta física adecuada	37	17
ninguno	10	5
Total	217	100



El 78% de los encuestados indicó que la oficina debería ser igual que la principal, 17% una planta física adecuada y el 5% respondió que ninguna.

16. ASPECTO QUE NO PUEDE FALTAR

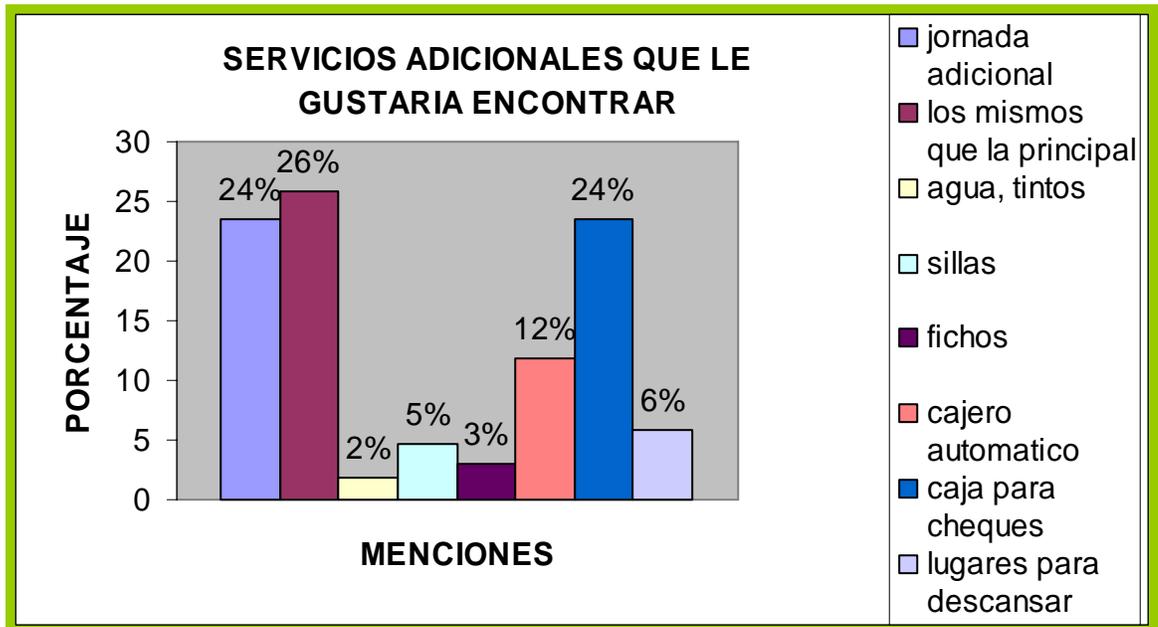
Aspecto	Numero de Menciones	%
numero de cajeros	90	27
atención al cliente	40	12
seguridad	30	9
rapidez	40	12
asesores comercial	60	18
comodidad	15	4
servicio	50	15
ninguno	10	3
Total	335	100



El 27% indica que los números de cajeros son importantes, continúan los asesores comerciales, el servicio, la atención al cliente y la rapidez son otros factores importantes que la gente prefiere.

17. SERVICIO ADICIONAL

Servicio	números de menciones	%
jornada adicional	40	24
los mismos que la principal	44	26
agua, tintos	3	2
Sillas	8	5
Fichos	5	3
cajero automático	20	12
caja para cheques	40	24
lugares para descansar	10	6
Total	170	100



El 26% indica que los mismos que la oficina principal haciendo referencia a numero de cajeros, asesores, espacio de atención al público, cajero automático; como adicional señalan que sillas con fichos, y caja para cheques.

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Como Entidad Financiera vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, la sustentación legal que se revisó en el presente proyecto esta representada en los siguientes aspectos:

A. Primero revisamos las instrucciones de la Superfinanciera;

Circular externa 031 de mayo de 2007 de la Superintendencia Financiera en su capitulo cuarto dice lo siguiente:

1. APERTURA, TRASLADO, CIERRE Y CONVERSION DE OFICINAS

La apertura, traslado, cierre y conversión de oficinas de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, deberá sujetarse a las siguientes directrices:

1.1 Políticas y criterios para la apertura, traslado, cierre y conversión de oficinas

Para efectos de lo dispuesto en el artículo 92 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, la apertura, traslado, cierre y conversión de oficinas de las entidades sometidas a la vigilancia de la Superintendencia Financiera deberá necesariamente obedecer al conocimiento integral que los directores y administradores tengan acerca de los mercados potenciales, de la situación de competencia en las zonas correspondientes, de la capacidad operativa de la respectiva institución y de la incidencia que tales decisiones tienen sobre su estructura económica y financiera, conocimiento éste que deberá fundamentarse en estudios técnicos de factibilidad.

Las determinaciones se adoptarán bajo la responsabilidad de los administradores de las entidades en desarrollo de las políticas que sobre la materia establezca cada una de ellas y deberán consultar el interés de la comunidad.

- B. En segundo lugar debe existir un Acta aprobada por la junta directiva del banco donde se apruebe la apertura de la nueva oficina.
- C. Luego se procede la Inscripción cámara de comercio de Bucaramanga
- D. Inscripción Superintendencia Financiera ubicada en la ciudad de Bogota
- E. Licencia de Funcionamiento

7. ESTUDIO TECNICOS

7.1 Localización del proyecto

7.1.1 Aspectos de macro y microlocalizacion

Con relación a la ubicación de la nueva oficina es importante tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Las principales Entidades Financieras en Floridablanca están localizadas en 2 sitios, uno que es en el centro comercial cañaveral zona en donde se concentra tradicionalmente todo el comercio, caracterizada por su infraestructura y en la que se localiza un centro empresarial y un número significativo de locales comerciales; otro sobre cañaveral oriental que esta a los alrededores del centro comercial, este barrio se caracteriza porque tiene vía con una infraestructura arquitectónica moderna, además de ser una de las vías arterias de la ciudad y muy cercana a la zona tradicional de comercio de Floridablanca, al igual a su alrededor esta el centro comercial la Florida un centro comercial moderno que le ofrece a los habitantes un sin numero de actividades y un centro empresarial de negocios.
- El Banco de Crédito estudia la posibilidad de la apertura de la oficina en el Barrio el Bosque un barrio cercano al sector de cañaveral donde están ubicados la mayoría de los bancos y además muy reconocido en el municipio pues es la zona de la salud; este barrio nos puede ofrecer un buen potencial de clientes prospectos para el banco ya que por ubicación estaríamos en frente de

la Clínica Carlos Ardila Lulle, y hasta el momento no hay una entidad bancaria ubicada en esa zona.

Además de estas razones existen las siguientes motivaciones para ubicar la oficina en el barrio el Bosque y no en el centro comercial cañaveral:

- Hay la posibilidad de tener acceso a locales amplios hay una construcción moderna que ofrece locales que se adecuan con la necesidad del banco.
- Las principales rutas de transporte utilizan la vía principal de la autopista al Municipio y la ubicación de la oficina estaría aproximadamente a 300 metros.
- Es una zona de infraestructura vial que esta siendo remodelada y se espera el metrolínea que le va dar modernidad a la ciudad y al municipio.
- Es una zona con una infraestructura urbanística moderna y sin la congestión del centro de la ciudad.
- Su ubicación esta en frente de la Clínica Ardila Lulle un amplio mercado para abarcar y a solo pocas cuadras de la Fundacion CardioVascular.
- En agosto de este año se espera un centro comercial donde estará localizado el almacén de cadena Carrefour y a su vez se espera se concentre un sinnúmero de negocios.
- Es una zona plenamente conocida en el municipio.

7.2 Adecuación del local

Para la adecuación del local se estiman aproximadamente unos \$221.000.000 que estarían distribuidos en los materiales, mano de obra, adecuaciones y equipos necesarios para poner en marcha la oficina, se recomienda una oficina estándar pues es la que cumple con todas las necesidades del cliente, que incluya hall bancario, asesores comerciales y área de caja.

7.3 Productos y servicios a ofrecer

Los productos propuestos para ofrecer sería el portafolio completo del banco que incluye productos de captación y de colocación que cumplan con las necesidades de la población del municipio, y a su vez cumpliendo con las necesidades del banco.

A. Productos financieros para los Clientes

➤ Inversiones en Pesos

- Cuenta Renta.
- CDT
- Helm Deposit
- Fondos de Inversión: Credifondo, Credinvertir y Crediplazo con nuestra Fiduciaria Helm Trust.

➤ Financiación en Pesos

- Sobregiro 7-0
- Credicash
 - Cuenta corriente
 - Libranzas
 - Créditos universitarios
 - Pago de nomina

- Cartera Ordinaria

- Banca Seguros

- Plan de Universidad Garantizada

- Cuentas e Inversiones en el Exterior
 - Credit Bank and Trust Co, Islas Cayman
 - Banco de Crédito – Panamá
 - Banco de Crédito – Venezuela
 - HELM BANK – USA

B. Servicios Propuestos

- ✓ Recibo de consignaciones en cheque y en efectivo
- ✓ Transferencias de fondos entre cuentas
- ✓ Recaudo de servicios públicos (agua, luz, teléfono etc...)
- ✓ Recibo de pago de impuestos nacionales
- ✓ Retiros en efectivo
- ✓ Pago de cheques por ventanilla
- ✓ Pago de tarjetas de crédito
- ✓ Pago de operaciones de crédito

Otros servicios:

- ✓ Asesoría y atención personalizada para cualquier tipo de requerimiento
- ✓ Apertura de cuentas y diferentes productos del grupo Financiero
- ✓ Trámite de solicitudes de tarjetas y operaciones de Crédito

- ✓ Entrega de chequera
- Emisión de Referencias Bancarias
- Emisión de Cheques de Gerencia

Además nuestro grupo cuenta con un portal de internet y audioservicio que le permite tener acceso a:

- **Portal de Internet**

- Consultar el estado de productos que tenga con el Banco, Helm Trust o Leasing en tiempo real.
- Realizar transacciones entre cuentas.
- Pagos de servicios públicos y convenios a través de una clave, **sin ningún costo.**
- Pagos con débito en otro banco (PSE).

- **Audioservicio**

A través de nuestro Centro de Atención al Cliente y llamando desde Bogotá al 2970707 o desde cualquier lugar del país al 018000512633 sin costo alguno, los clientes podrán acceder a información relacionada de todos los productos que tengan con el Banco, los siete días de la semana y desde las 6.00 a.m. y hasta las 12.00 p.m.

7.4 Personal requerido

Para el funcionamiento de la oficina se recomienda por lo menos 3 cajeros, 2 asesores comerciales, y gerente de oficina, un coordinador operativo y un auxiliar operativo.

8. ESTUDIO FINANCIERO

Es este estudio por cronograma de actividades e información confidencial del grupo no pudimos tener acceso a la información para hacer los respectivos presupuestos y flujos de caja.

A continuación proyectamos los costos operativos de la oficina a 5 años suponiendo una inflación del 5% y tomando valores aproximados.

	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012
Costos Operativos Oficina	Valor Mensual				
Aseo y Cafetería	1.400.000	1.470.000	1.543.500	1.620.675	1.701.709
Vigilancia	2.500.000	2.625.000	2.756.250	2.894.063	3.038.766
Papelería	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Agua	250.000	262.500	275.625	289.406	303.877
Luz	1.600.000	1.680.000	1.764.000	1.852.200	1.944.810
Telefono	1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
Seguros	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Mantenimiento General	2.300.000	2.415.000	2.535.750	2.662.538	2.795.664
Canales Comunicación	2.500.000	2.625.000	2.756.250	2.894.063	3.038.766
Licencias de Funcionamiento	70.000	73.500	77.175	81.034	85.085
Arrendamiento de Oficinas	7.000.000	7.350.000	7.717.500	8.103.375	8.508.544
Procesamiento de Canje	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Soporte Carpeta Digital	400.000	420.000	441.000	463.050	486.203
Transporte y Mensajería	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Transporte de Valores	2.500.000	2.625.000	2.756.250	2.894.063	3.038.766
Cuotas de Administración	754.680	792.414	832.035	873.636	917.318
Costo Total	30.074.680	31.578.414	33.157.335	34.815.201	36.555.962

Y en esta tabla proyectamos los de personal con salarios aproximados:

		Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012
Salarios Oficina Estandar	personas	Valor Mensual				
Gerente Comercial de Oficina	1	3.524.915	3.701.160	3.886.218	4.080.529	4.284.556
Asesores comerciales	2	2.550.489	2.678.013	2.811.914	2.952.510	3.100.135
Director Operativo	1	3.459.190	3.632.150	3.813.757	4.004.445	4.204.667
Auxiliar Operativo	1	1.360.919	1.428.965	1.500.413	1.575.434	1.654.206
Cajeros	3	1.999.726	2.099.712	2.204.698	2.314.933	2.430.679
Nomina Mensual	9	14.170.484	14.879.008	15.622.958	16.404.106	17.224.311

Se anexa carta justificación de los otros puntos de este estudio no realizados.

9. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Banco:** Institución financiera de intermediación que recibe fondos en forma de depósito de las personas que poseen excedentes de liquidez, utilizándolos posteriormente para operaciones de préstamo a personas con necesidades de financiación, o para inversiones propias. Presta también servicios de todo tipo relacionados con cualquier actividad realizada en el marco de actuación de un sistema financiero.
- **BANCO CENTRAL:** Banco de un país encargado de emitir la moneda nacional, regular el mercado monetario y de divisas y ejecutar las políticas gubernamentales en lo referente a medidas monetarias y financieras.
- **BANCO COMERCIAL:** Institución que se dedica al negocio de recibir dinero en depósito y darlo a su vez en préstamo, sea en forma de mutuo, de descuento de documentos o de cualquier otra forma. Se consideran además todas las operaciones que natural y legalmente constituyen el giro bancario.
- **BANCO DE LA REPÚBLICA:** Banco central y emisor de Colombia que por mandato constitucional tiene como función principal la de luchar contra la inflación.
- **CENTROS DE RECAUDOS:** Son Instalaciones del banco ubicados en sitios estratégicos para ofrecerle a los clientes una mayor comodidad al realizar los pagos de convenios establecidos con el banco.
- **CLIENTE BANCARIO:** Persona natural o jurídica que mantiene con una Institución Bancaria, relaciones de negocios, en alguna o varias múltiples facetas de su actividad.
- **COSTO:** Inversión necesaria para realizar un bien económico o prestar un servicio que constituye el objeto de la empresa.
- **COSTOS DE PRODUCCION:** Gastos ocasionados por el pago de intereses, salarios, amortizaciones, materias primas y todos aquellos conceptos que inciden directamente en la producción de un artículo. Pueden ser fijos o variables.

- **CREDITO:** Préstamo que se concede a una persona digna de crédito, se trata de una operación en virtud de la cual el banco concede al solicitante el poder de disposición de sus capitales, con la condición de la devolución del capital mas los intereses pactados dentro de un plazo máximo fijado con anterioridad.
- **OFICINA:** Es una agencia que depende de un organismo central, presta todos los servicios financieros a los clientes de la entidad, no tiene restricciones.
- **PABS:** Son puntos de atención bancario que se encuentran ubicados dentro de las Instalaciones de empresas específicas, para prestarle un servicio personalizado a los funcionarios de la empresa donde esta ubicado el punto.
- **PRODUCTOS DE CAPTACION:** son productos que se le ofrecen a un cliente bancario con el fin de ofrecerles opciones de ahorro e inversión.
- **PRODUCTOS DE COLOCACION:** son productos que se le ofrecen a los clientes para financiar sus necesidades de crédito.
- **SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA:** Es un organismo técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera y patrimonio propio.

CONCLUSIONES

De la investigación realizada y de los resultados encontrados puede concluirse lo siguiente:

- El municipio de Floridablanca cuenta con aproximadamente 258.882 habitantes; El 1% del total de la población corresponde a discapacitados y ancianos, un 49% de la población está en capacidad de trabajar, que equivale a unas 117.000 personas aproximadamente; mientras que un 50% son jóvenes y niños en edad de estudiar
- En el Municipio de Floridablanca se desarrolla una actividad económica significativa, dinamizada fundamentalmente por los sectores públicos y privados en sus diversas manifestaciones pero principalmente en lo relacionado con la actividad comercial, donde giran las demás actividades de la zona.
- El Municipio de Floridablanca cuenta con varias Entidades Bancarias siendo las de mayor número las de carácter regional, las cuales tienen la mayor captación de la zona pero poseen deficiencias en los servicios que presta.
- Las actividades comerciales, financieros y de servicios se concentran en el centro del municipio “cañaveral”.
- Las Entidades Bancarias con mayor participación son: Bancolombia, Banco Agrario un 17%, Banco Occidente.
- Con relación a los productos de captación en el municipio de Floridablanca suman los 41.370 millones, caracterizándose que por cada peso captado, 25 centavos están en cuentas corriente, 16 centavos en CDTs, 58 centavos en depósitos de ahorros y el 1% en cuenta de ahorro especial. Las entidades líderes son Bancolombia (36%), el banco agrario un 17%, banco occidente con un (22%).

- Con relación a los productos de colocación suman los 51.282 millones, caracterizándose que por cada peso colocado, 20 centavos corresponde a créditos de consumo, 63 centavos a comerciales, 14 centavos a vivienda y 3 centavos a micro créditos. Las entidades líderes son Bancolombia (26%), Occidente (56%) y el Banco de Agrario (19%).
- Según estudio realizado en la población estudiantil y del sector salud existe un buen potencial de clientes prospectos para el banco.
- El 51% de personas que visitan el banco son autorizados de cuenta pudiéndose decir que el banco prevalece en las empresas.
- El 43% de los clientes poseen cuenta corriente, y podríamos decir que parte del portafolio completo del banco.
- El área más visitada por los clientes del banco es caja demostrando las encuestas un porcentaje de 73%.
- Los usuarios y clientes del banco manifiestan un gran interés en que el banco implemente un adicional bien sea al final de la tarde, al medio día o los sábados.
- Un porcentaje de 52% dice que el horario adicional es muy importante teniendo en cuenta el factor tiempo, pues por congestión de bancos y ubicación son demoradas las vueltas.
- La entidad bancaria más utilizada en horario adicional es Bancolombia y el horario más frecuente es al final de la tarde.
- De las personas encuestadas un 66% piensa que el banco debería ubicar una oficina al sur de la ciudad de Bucaramanga.
- El punto estratégico para la ubicación es cañaveral con un 92%.

- Las instalaciones les gustaría que fueran similares a las de la oficina principal número de cajeros, asesores comerciales, comodidad de parqueaderos.
- En general los clientes del banco les gustaría que en Bucaramanga exista otra oficina del banco, especialmente como la principal y que su servicio satisfaga el mercado en continuo crecimiento.
- El municipio de Floridablanca cuenta con los servicios y recursos elementales para la apertura de una oficina del banco de Crédito, existiendo locales disponibles, recurso humano, servicios de telecomunicaciones y seguridad en general.

RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos mediante la encuesta y observación directa, así como la recopilación de información, donde se muestra que en el municipio de Floridablanca se desarrolla una actividad significativa para el área metropolitana de Bucaramanga, donde existen entidades Financieras que poseen deficiencias en cuanto al servicio al cliente por ser entidades masivas, además existen gran cantidad de clientes potenciales para la oficina del banco de crédito, y tomando en consideración la necesidad que manifiestan los encuestados de mejores servicios financieros de acuerdo con las transacciones que realizan con las diferentes Instituciones Financieras que existen en la zona, este trabajo muestra la factibilidad de apertura de una oficina del Banco de Crédito y por ello se recomienda su apertura, el tipo de oficina se podría manejar estándar en un área de 80 metros cuadrados aproximadamente. En esta oficina se ofrecerían servicios de caja, aperturas de portafolio, tramites de créditos y servicio al cliente. Para lo cual debe contar con el siguiente personal: para el área de negocios un gerente de oficina, 2 asesores comerciales, en la red de servicios un coordinador operativo, un auxiliar operativo, tres cajeros, y una asistente de servicios. Se recomienda horario extendido al final de la tarde y los sábados. También es bueno un cajero automático para transacciones con tarjeta.

Se espera que con la realización de esta investigación, el Grupo Financiero pueda obtener los conocimientos necesarios para considerar de forma objetiva, la posibilidad de apertura de una oficina del Banco de Crédito en el Municipio de Floridablanca.

BIBLIOGRAFIA

- BACA URBINA, GABRIEL. Evaluación de proyectos 2001.

- SAPAG CHAIN, NASSIR y SAPAG CHAIN, REYNALDO. Preparación y evaluación de proyectos. McGraw Hill, México, noviembre de 2008. cuarta edición.

- Vicepresidencia Comercial y de Mercados del Grupo Financiero Banco de Crédito.

- Pagina intranet del Grupo Financiero Banco de Crédito.

- Pagina virtual de la Superintendencia Financiera de Colombia: www.Superfinanciera.gov.co.

- Pagina virtual del DANE: www.dane.gov.co