

Estudio:

# PLAN DE NEGOCIOS

Shareppy S.A.S. Todos los derechos reservados.

Versión 1.0. Agosto de 2014  
PDN-PlanNegocios\_SH

## Índice

Índice.....	1
-------------	---

I. Resumen Ejecutivo.....	3
II. Análisis de Mercado.....	5
1. Descripción de la industria .....	5
1.1. Descripción de su industria primaria.....	5
1.2. Tamaño de la industria .....	5
1.3. Características y tendencia de la industria.....	6
1.3.1. Los Motores Del Cambio .....	8
1.3.2. Servicios Financieros Sin Sucursales Bancarias .....	9
1.3.3. Tendencias del mercado Financiero.....	9
1.4. Grupo de consumidores más importantes.....	12
2. Mercado Objetivo.....	14
2.1. Descripción del mercado .....	14
2.2. Tamaño del mercado.....	15
2.2.1. Estadísticas de Crecimiento del Sector Cooperativo.....	15
2.2.2. Estadísticas de crecimiento de los Fondo Empleados. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
2.2.3. Estadísticas de crecimiento de las Asociaciones Mutuales..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
2.3. Penetración de Mercado .....	22
2.3.1. Identificación el nicho de mercado .....	22
2.3.2. Proporción del mercado en el que se enfoca Shareppy S.A.S.....	23
2.3.3. Análisis de los clientes existentes en el nicho .....	23
2.3.4. Estrategias para acceder y posicionamiento en el nicho de mercado.....	24
2.3.5. Disponibilidad de Información en el mercado .....	25
2.4. Precio .....	25
2.5. Medios por los cuales se pueden comunicar con sus clientes en el mercado objetivo.	26
3. Competencia.....	26
3.1. Identificación de la competencia para Shareppy .....	26
3.2. Fortalezas y debilidades (de la competencia) .....	27
3.3. Barreras de entradas del mercado .....	27
3.3.1. Barreras Económicas .....	27
3.3.2. Barreras Comerciales.....	27
III. Actividades de marketing y ventas.....	27
4. Análisis estratégico de la situación.....	27
4.1. Análisis del Entorno .....	27
4.1.1. Análisis del macroentorno.....	27
4.1.2. Análisis de la demanda .....	29
4.1.3. Análisis de la Competencia.....	30
4.1.4. Local.....	30
4.1.5. Nacional.....	32
4.1.6. Internacional.....	35
5. Estrategia de marketing.....	55
5.1. Estrategia de distribución.....	55

5.2. Estrategia de servicio.....	55
5.3. Estrategia de Promoción .....	56
5.4. Estrategia de comunicación.....	56
IV. Productos y Servicios .....	56
6. Detalle del producto o servicio.....	56
6.1. Beneficios específicos del producto o servicio y habilidad de satisfacer las necesidades de los consumidores.....	59
6.2. Ventajas competitivas del producto.....	59
6.3. Patentes o copyright existentes o pendientes .....	63
VI. Organización y Propiedad.....	64
7. Lineamientos Estratégicos.....	65
7.1. Nuestra Empresa .....	65
7.2. Misión .....	65
7.3. Visión .....	65
7.4. Nuestros Principios.....	65
7.5. Nuestra Estrategia .....	65
7.6. Objetivos estratégicos .....	65
7.7. Política de calidad.....	66
7.8 Mapa de Procesos .....	66
7.9 Estructura Organizacional.....	66

# I. Resumen Ejecutivo

## ***La Compañía***

Shareppy es un estudio de desarrollo de aplicaciones tecnológicas que cuenta con un selecto grupo interdisciplinario altamente creativo, capacitado y a la vanguardia del medio, que desarrolla bajo los estándares de calidad mundial, productos diseñados bajo la filosofía de Ser un buen compañero de trabajo con características simples, amigables, agradables y usables... todo esto para el verdadero usuario, el humano.

## ***Antecedentes***

Shareppy S.A.S. surge de dos razones principalmente:

- El gusto por el desarrollo de aplicaciones tecnológicas
- La oportunidad de negocio en un mercado tan virgen aún.

## ***Estado Actual***

Shareppy S.A.S. está en la etapa de funcionamiento, prestación y desarrollo de productos/o servicios y pruebas pilotos, las cuales son lideradas por su producto estrella **Smart Road** y **Mobile Branch** que actualmente es netamente funcional. Cuenta ya con un plan definido de negocios. Se está en negociaciones con posibles nuevos clientes potenciales.

## ***Descripción del Mercado***

El Mercado de Shareppy S.A.S. apunta hacia el Sector Solidario, (Específicamente el sector cooperativo) sector que agrupa las organizaciones de carácter asociativo y solidario auto gestionadas, legalmente constituidas y sin ánimo de lucro que a través de sus acciones buscan el bien común y satisfacer las necesidades humanas y fundan su quehacer en la solidaridad y el trabajo colectivo, además de estas, las Fundaciones y el sector Microfinanciero.

## ***Objetivos y metas***

- Maximizar el valor de la empresa
- Posicionar la imagen de la compañía
- Mejorar constantemente la Plataforma Tecnológica Shareppy
- Innovar Desarrollando Productos Especializados
- Desarrollar un ambiente productivo y amigable de trabajo

## II. Análisis de Mercado

### 1. Descripción de la industria

#### 1.1. Descripción de su industria primaria

La industria de software del país es una industria, que aunque joven ha crecido considerablemente en los últimos años, y ha recibido un gran apoyo por parte del gobierno nacional. Así lo afirman las cifras de crecimiento que esta industria está recibiendo tanto a nivel nacional como internacional. El último estudio de cifras y caracterización de la industria TI de Software y servicios asociados, elaborado por la Federación Colombiana de la Industria de Software y Tecnologías Informáticas Asociadas – FEDESOF, afirma que la industria de Software facturó para el 2012 \$4.2 billones de pesos en ingresos operacionales, creciendo 27.27% frente al año anterior un 17.44% de forma compuesta entre el 2008 y 2012.

Las cifras registradas en el último estudio de cifras de Fedesoft demuestran el gran potencial de crecimiento del sector en el corto plazo, lo cual se refleja en la economía total de forma directa, puesto que como se muestra en el mismo, estudios internacionales han encontrado una correlación directa entre la inversión en la industria de software y la productividad y competitividad del país. La industria de Software Colombiana sigue creciendo y madurando para enfrentarse a todo tipo de mercados; es una industria que necesita el país, pues al ser transversal impacta directamente el crecimiento de la economía.

#### 1.2. Tamaño de la industria

En los últimos doce años (2003 – 2014) el mercado de software ha incrementado cinco veces su tamaño gracias a la creciente demanda de sus productos por parte del sector de telecomunicaciones, pero también el de finanzas, gobierno, consumo masivo y manufactura.

“La cifras demuestran que la industria de software de Colombia está creciendo a un paso acelerado y que ya empezamos a figurar y puntear en los ranking internacionales” afirmó el Ministro. “Cuando entré al MinTIC la meta era duplicar las ventas de la industria de software en cuatro años, y no sólo se cumplió sino que casi se triplicó al pasar de 2.6 billones de pesos en ventas en 2010 a 7.5 billones de pesos en 2014. Una suma nada despreciable para potencializar el sector TI y aportarle a la economía del país”.

David Luna, ministro de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC), ha afirmado que “la industria de software del país es cada vez más especializada”, y por ello no duda en afirmar que tiene el potencial para convertirse en un sector de “talla mundial”.

Precisamente, el más reciente informe del Software Engineering Institute (SEI) sitúa a Colombia como país con el mayor número de empresas valoradas en CMMI, un modelo que evalúa los procesos de desarrollo, mantenimiento, adquisición y operación de sistemas de software.

El auge de este sector lo explica el hecho de que el 99,8% de las empresas colombianas hayan avanzado hacia una transición digital de la mano del internet. Y es que el número de conexiones llegó a 9,9 millones en 2014, lo que supone un aumento del 20,4% frente a 2013.

Un estudio del sector publicado por la Superintendencia de Sociedades confirma que el aumento del número de conexiones de banda ancha en el país es una variable de “vital importancia para las empresas de software y TI, pues un mayor número de usuarios implica el crecimiento del mercado y de clientes potenciales para el negocio”.

El resultado del desarrollo de la infraestructura de tecnología ha permitido que la industria de software incremente sus ventas. Estas pasaron de los 2,6 billones a los 9,3 billones entre 2010 a 2014, respectivamente.

La notable participación de los desarrolladores de software ha contribuido con el fortalecimiento del sector ‘correo y telecomunicaciones’ – que es en donde está clasificada esa industria tecnológica.

“En el 2014 el Producto Interno Bruto de Colombia (PIB) creció en 4,6%, y en ese mismo año la actividad de correo y telecomunicaciones aumentó 4,23%, con una participación en el PIB nacional del 3,2%”, especifica el estudio de la Superintendencia de Sociedades.

Como parte de la investigación de esa entidad pública se realizó un análisis de las 392 empresas del sector de software que reportaron estados financieros entre 2012 y 2014. Uno de los resultados más interesantes que arrojó el estudio es que el 80% de la industria se compone de pequeñas y medianas empresas, aunque el 72% de los ingresos los concentran las grandes firmas.

Respecto a los estados financieros de las empresas, la Superintendencia de Sociedades afirma que el EBITDA de las compañías de software más grandes aumentó entre 2013 y el año pasado 11%, al pasar de \$590.268 millones a \$652.612 millones.

“Las empresas grandes del negocio de software vieron afectada su utilidad neta producto de la devaluación del peso colombiano, que encarece sus obligaciones financieras en el extranjero. Durante el año 2014, generaron pérdidas de \$58.000 millones aproximadamente”, detalla el informe.

Para el caso de las firmas medianas el EBITDA aumentó 2% en el mismo período, mientras que las pequeñas ese indicador “muestra una tendencia positiva a lo largo de los últimos tres años”, ya que pasó de \$35.971 millones en el 2012 a 43.226 millones en 2014.

### **1.3. Características y tendencia de la industria**

La industria del software ha sido, los últimos dos años, una de las más dinámicas en la tecnología. Y no solo porque surgen actualizaciones de los sistemas sino porque, a escala mundial, hubo una consolidación entre proveedores, que tienen como derivación mayores portafolios en los grandes vendedores y un camino de difícil inmersión entre los jugadores locales y los de nichos particulares.

La tendencia corporativa es sumar tecnología que ayude a generar negocios, ya sea por acelerar la toma de decisiones como para comprender por qué los números muestran lo que muestran, además de los clásicos robustez, eficiencia y escalabilidad.

Los clientes buscan integración. Intentan que los proveedores tengan soluciones más amplias, porque las plataformas generan soluciones más abarcativas, por eso los grandes proveedores van a esas estrategias. Y por eso también hay un movimiento grande de compra de proveedores de nicho

Por otra parte, el International Strategy & Investment–ISI<sup>1</sup> en el documento de Perspectiva Estratégica de la Tecnología 2012, define como temas importantes: la nube informática, la movilidad, la TV por Internet, la seguridad de las tecnologías de información y comunicación-TI, el crecimiento en el consumo de servicios digitales y el almacenamiento de grandes volúmenes de datos.

La nube informática es el cambio dominante en las TI corporativas. Las nubes privadas están absorbiendo el gasto, pero hay una tendencia a la consolidación de nubes públicas y un peso más ligero de SaaS.

La telefonía móvil es el cambio dominante y el mayor consumidor de TI con aplicaciones móviles, video, servicios basados en ubicación y comercio móvil. Se consolidan las plataformas de Apple, Google y Microsoft. En el 2012 se han registrado cifras de venta de Smartphones y Tablets superiores a las de portátiles y equipos de escritorio. Esto indica que el mayor volumen de inversión y las estrategias de las empresas le darán prioridad al canal móvil.

Si bien, alrededor del 80 por ciento de la población de América Latina tiene acceso a teléfonos móviles, sólo un tercio tiene acceso a servicios financieros formales. El número de suscripciones a teléfonos móviles en países en desarrollo pasó de 200 millones en el año 2000 a 3.7 billones en el 2010.

La movilidad sirve a las empresas para optimizar los recursos móviles con los que trabaja así como el trabajo de sus empleados móviles.

La fuerza de la gestión de recursos móviles desde los dispositivos que la tecnología nos ofrece, cada vez más sofisticados, con más funcionalidades y por tanto con mejores resultados de cara a las empresas.

La movilidad se ha convertido en un elemento diferenciador de cualquier organización, y forma parte de su futuro éxito empresarial. El desarrollo de la movilidad en la fuerza de trabajo y la popularización de las tecnologías móviles están provocando un acercamiento a la movilidad, en relación a los beneficios que puede una organización obtener de esta nueva tendencia, como ser, el servicio al cliente, la toma de decisiones, la productividad del personal y la continuidad del negocio.

La tendencia indica que en 2016, cuatro de cada cinco conexiones a Internet se harán a través de un móvil. España es el segundo país a nivel mundial, con mayor penetración de Smartphones, tan solo superado por Reino Unido<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> WHYMAN, Bill. Tech Strategy Outlook, Overweight Tech & Be Ready for Mix Shift. [Formato PDF]. January 2012.

<sup>2</sup> Asociación española de la economía digital. Libro blanco de comercio electrónico: Guía práctica de comercio electrónico para Pymes. [Documento en línea]. Disponible en internet en: <http://www.vendeseninternet.es>. Fecha de consulta: 06 de agosto de 2012.

En los últimos seis años el nivel de bancarización en Colombia ha subido de 50% a 75%, una cifra positiva para el sector de la banca que desde hace meses inició su tendencia de digitalización.

“En este escenario los bancos están dando el paso para hacer el proceso de digitalización, es decir, ya ofrecen a los clientes canales digitales, acceso por el smartphone, por la web”, dice Rafael Carrascoso, director de Latinoamérica del sector de banca y seguros de Tecnom, en RCN Radio.

Colombia es el tercer país en Latinoamérica, detrás de Brasil y México, con el mayor número de penetración de smartphones; además, el 112% de los habitantes tienen un celular. Teniendo en cuenta esta cifra, con la adaptación a los celulares por parte de los colombianos, se presenta la oportunidad para digitalizarlos en la banca.

“La mitad de la población es bancarizada, es decir, tienen tarjetas, depósitos... el Estado debería tener una labor de cultura financiera y bancarización”, afirma Carrascoso

Desde el punto de vista del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el país ya cuenta con cerca de 2.5 millones de personas que acceden a sus servicios bancarios a través de plataformas de banca móvil y el número continúa en aumento.

Factores como el fácil acceso a nuevos y modernos dispositivos móviles, el aumento en el espectro de conectividad del país y las generaciones de nativos digitales hacen que las plataformas móviles de banca atraigan a nuevos usuarios y, en consecuencia, eleven la tasa de bancarización del país.<sup>3</sup>

### **1.3.1. Los motores del cambio**

La Movilidad empresarial está cambiando la forma de trabajar de las empresas porque proporciona beneficios tangibles a corto y largo plazo como:

- Incrementa la productividad
- Reduce costes
- Mejora la percepción de los clientes

Además, también proporciona beneficios para los trabajadores sobre todos para los que realizan trabajos en campo. A parte de que les permite estar conectados permanentemente con sus equipos y colaborar en tiempo real, también simplifica los flujos de trabajo y aprobación y acorta los tiempos de proceso proporcionando información de mayor calidad.

La reducción sustancial de los costos en las transacciones financieras abre la posibilidad de nuevos servicios para vastos sectores de la población. Ello es facilitado por el nuevo rol de los jóvenes, y las jóvenes, que están adoptando con gran entusiasmo estos cambios tecnológicos.

---

<sup>3</sup> <http://www.siglodata.co/s/febrero/16A29FEB/20160225actcsaso.pdf>

### 1.3.2. Servicios financieros sin Sucursales Bancarias

La provisión de servicios financieros sin utilizar los mecanismos convencionales de sucursales bancarias; utilizando más bien corresponsales bancarios, tarjetas magnéticas o teléfonos móviles. El nuevo modelo: la entidad financiera se ocupa de llegar al usuario y no a la inversa.

Hoy en día, hacer cualquier trámite o transferencia financiera no es un problema si se está lejos de la entidad, no tiene tiempo o se le dificulta trasladarse hasta su sucursal.

Las entidades financieras han trabajado conjuntamente para ofrecer a sus clientes una gran variedad de canales y beneficios, que le permitan suplir sus necesidades y estar satisfechos de los productos que poseen. Bajo esta línea, es importante que conozca la gama de beneficios que tiene y los servicios de los que puede sacar provecho para que ahorre tiempo y dinero en desplazamientos.

**Banca Móvil.** Es un servicio a través del cual se pueden realizar consultas, transacciones, recargas y pagos en línea desde el celular de manera fácil y segura, en cualquier lugar, las 24 horas del día y en tiempo real. Con ésta, puede consultar saldos, realizar transferencias de fondos, pagar servicios y obligaciones, recargar y hasta pagar la factura de su celular.

### 1.3.3. Tendencias del mercado Financiero y Tecnológico

El sector Financiero ha estado siempre a la vanguardia en innovación y en este momento está “dando una vuelta de tuerca” a su negocio. En el camino hacia su transformación digital, las entidades financieras son conscientes de que el momento de decisión en el eCommerce para los nativos digitales, el llamado ZMOT, depende de la información y de las recomendaciones en foros y redes sociales, aunque se trate de una hipoteca. Todo el ecosistema financiero se está reinventando para ofrecer servicios innovadores a sus clientes, que además les permitan captar otros nuevos, y atenderles de la mejor manera a través de los distintos canales, así como para mantener su valor y no ser desintermediado.

Las líneas de innovación del sector se basan en:

- a. **Hi tech, hi touch:** es decir, se trata de acompañar la más alta tecnología con una gran atención. Las nuevas generaciones necesitan respuestas “aquí y ahora” de forma simple e intuitiva, con ofertas transparentes y entendibles, para mantener su grado de satisfacción. Si no es así, cambian de entidad financiera. (Casi uno de cada dos nativos digitales es propenso a hacerlo).
- b. **Lo móvil manda:** Aunque el país ha hecho avances en materia de bancarización, aún se encuentra rezagado en comparación con otras economías similares de la región y del mundo.

Así lo revela el “Microscopio Global” elaborado por The Economist Intelligence Unit, según el cual Colombia ocupa el puesto 57 entre 82 países en indicadores de bancarización, pese al incremento de 17 puntos porcentuales en el número de adultos que ingresaron al sistema financiero, pasando del 56% al 73%.

Según El Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones, el país ya cuenta con cerca de 2.5 millones de personas que acceden a sus servicios bancarios a través de plataformas de banca móvil y el número continua en aumento.

Sin embargo solo el 53% hace uso de sus productos financieros de manera activa y constante. A esto se le suma que a pesar de que. Según Asobancaria, el territorio nacional cuenta con cobertura total de servicios bancarios, todavía existen barreras que no permiten avanzar en inclusión financiera- Una de ellas es la falta de canales que le brinden al usuario la posibilidad de acceder de manera fácil a sus productos y servicios financieros.

Antes el proceso se creaba para la oficina, luego se migraba a la banca online y por último se adaptaba al móvil. Ahora todo comienza en las aplicaciones móviles. Lo hemos visto en el mundo de los pagos:

- **Proyecto Wizzo de BBVA:** Se trata de una aplicación web móvil que facilita a los jóvenes conectar su dinero con su vida online de forma sencilla sin necesidad de ser cliente de la entidad. Este servicio conecta a los particulares entre sí para hacerse transferencias y, entre otras funcionalidades, puede por ejemplo agilizar compras en grupo para recaudar dinero para un regalo.
- Iniciativas como **CaixaWallet de Caixabank:** Permiten al usuario asociar una o varias tarjetas a una cuenta corriente, lo que le ofrece flexibilidad total a la hora de pagar online o bien off line a través de teléfonos móviles con tecnología NFC.
- Pago con el terminal móvil como un TPV (mPOS Mobile Point Of Sale) como la aplicación **iZettle del Banco Santander**, que permite gestionar pagos mediante un pequeño dispositivo (conectado físicamente o mediante bluetooth) en el que se introduce la tarjeta y se realiza el reembolso mediante una app.

#### c. 6 Tendencias para el 2016<sup>4</sup>

- **El internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés):** El IoT ha llegado, y las aplicaciones que permite, serán la tendencia más influyente de 2016. Con potencial para conectar más de 20.000 millones de objetos nuevos para 2020, los operadores de redes móviles ahora aprecian plenamente la revolución sin precedentes del modelo de negocio frente a ellos, que a su vez ha generado grandes oportunidades.
- **Presagios de 5g:** Es probable que el 2016 revele los principales aspectos de la nueva generaciones de conectividad.
- **La publicidad de la Gestión de la Experiencia del Cliente:** En 2016, los operadores de redes móviles se van a centrar en proporcionar la mejor calidad de experiencia en su clase para cada consumidor, con un fuerte énfasis en la personalización.
- **La nube va a llegar a la luna:** A medida que la computación en la nube continúe creciendo rápidamente, los operadores de redes móviles van a desempeñar un papel protagónico, ya que frecuentemente se están desplegando más soluciones flexibles y seguras.

---

<sup>4</sup> [http://colombia.mmi-e.com/portal/tmp/zona\\_5/pdf/20160226IT008.PDF](http://colombia.mmi-e.com/portal/tmp/zona_5/pdf/20160226IT008.PDF)

- **Navegando por el consumo colaborativo:** La rápida adopción de los teléfonos inteligentes se ha acelerado y ha permitido el consumo colaborativo. Este año el consumo colaborativo va a ser más móvil que nunca, con el desarrollo continuo de las redes y los dispositivos.
  - **Reglamentaciones de roaming:** En 2017, las tarifas de roaming se van a eliminar dentro de la Unión Europea. Los operadores deberán adaptar un nuevo modelo de negocio y realizar una evaluación comparativa para crear asociaciones y alianzas en toda Europa.
- d. Full channel choice u omnicanalidad:** Para generar una única experiencia de cliente. No sólo se integra la oficina con la banca telefónica, sino también redes sociales y otros canales. Se trata de poder empezar una operación en un canal y acabarlo en otro, con idéntico servicio.
- e. Nuevos formatos en la comunicación:** Las nuevas generaciones demandan información sobre alertas de fraude y de banca contextual. Todo esto de forma simple, no intrusiva y con mensajes personalizados sobre los servicios que más le convienen. La explotación de la información con las técnicas de Big Data, gamificación o la apuesta por el vídeo crean un nuevo estilo que humaniza la comunicación con los usuarios digitales, y otorga un valor diferencial a la entidad bancaria.
- f. Transacciones financieras y dispositivos móviles:** Las transacciones financieras por medio de dispositivos móviles han crecido durante el último año según la Superintendencia Financiera. Estos movimientos pasaron de un monto de 212 billones de pesos en el 2013 a más de 924 billones de pesos durante 2014, lo que significa un crecimiento del 336%.

Según la Superintendencia, los valores de las transacciones realizadas por estos dispositivos se multiplicaron 4,3 veces, mientras que el número de transacciones pasó, entre un año y otro, de 77 millones a 119 millones. Según el documento, las operaciones más frecuentes realizadas por medio de banca móvil fueron la consulta de saldos, seguidas por el pago de obligaciones y las transferencias de dinero.

Por otra parte, Internet es el segundo canal para transacciones con mayor crecimiento. En 2015 año, el número de movimientos experimentó un incremento del 18%, al pasar de 1.164 millones de transacciones en el 2013 a 1.377 millones en el 2014.

Si bien los nuevos canales presentan estas fuertes tasas de crecimiento en monto y número de transacciones, las oficinas físicas de las entidades continúan siendo el canal en el que se concentra el mayor número de movimientos hechos por los usuarios.

En definitiva, el entorno digital ha acelerado la transformación de todos los sectores y la banca está innovando para cubrir las nuevas necesidades de los clientes.

El mercado potencial es altísimo y se prevé que continúe un proceso creciente de inversión y a su vez con algunos lanzamientos por nuevos ingresantes de la mano de un proceso de concentración de oferentes. También hay buenas oportunidades para proveedores locales en mercados externos de habla hispana, fundamentalmente Latinoamérica.

## 1.4. Grupo de consumidores más importantes

- El sector financiero es en términos de la demanda de servicios TI uno de los más dinámicos a partir del objetivo del Gobierno de bancarización masiva, que permite a los usuarios el uso de la tecnología para manejar sus finanzas; dicha tendencia ha generado múltiples oportunidades para la prestación de servicios de Backoffice y Call Center en el país.
- Actualmente el Gobierno nacional está llevando a cabo un ambicioso plan de desarrollo de infraestructura vial, portuaria, ferroviaria y aeroportuaria en el país, la cual supera los COP \$90 billones para los próximos años. Ellos requieren servicios de soporte en contabilidad, finanzas y logística.
- A través de una expansión sostenida del sector de la salud, y la creciente demanda de la población (47 millones) que necesita cada vez más un respaldo de servicios en áreas de seguimiento a pacientes (Telemedicina) y consolidación de información (Data Entry).
- Los sectores de gas y petróleo demandan cada vez más servicios relacionados con las telecomunicaciones móviles para control de pozos y perforación, extracción de petróleo y los procesos de transporte para sus actividades diarias.
- Colombia ha tenido un gran crecimiento de sus empresas de generación, transporte y distribución de energía, las cuales están en un proceso de expansión en la región que generan una creciente demanda por servicios de TI y BPO.

## 1.5. Productos y servicios ofrecidos por número de empresas - total nacional

El 25% de las empresas del sector TI a nivel nacional ofrecen “manejo de centros de datos (data center)”, el segundo producto más ofrecido es “desarrollo de software” (23% de las empresas lo incluyen en su catálogo). “Mesas de ayuda” con el 14% y “Testing” con el 10% ocupan el tercero y cuarto lugar respectivamente en productos/servicios ofrecidos por las empresas de la industria.

TABLA 1. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS POR EL SECTOR

Productos y Servicio	Cantidad	Participación
Manejo de centros de datos (data center)	851	25%
Desarrollo / fábrica de software	772	23%
Mesas de ayuda (Otras)	477	14%
Testing de software	330	10%
Infraestructura como servicio	300	9%
Consultoría e implementación	143	4%
Mantenimiento o soporte de aplicaciones	143	4%
Software como servicio	116	3%
Otro	115	3%
Plataformas tecnológicas como servicio	90	3%
Cloud computing	27	1%
Gerencia	6	0%
<b>Total General</b>	<b>3370</b>	

Fuente: Censo MinTIC, 2015

En general el servicio más ofrecido en todas las regiones (excepto Eje Cafetero y Antioquia) es el “Manejo de centros de datos (data center)”. Para el caso del Eje Cafetero y Antioquia el producto que predomina es el “desarrollo de software”. Las regiones ofrecen en igual proporción el mismo portafolio de productos y servicios TI.

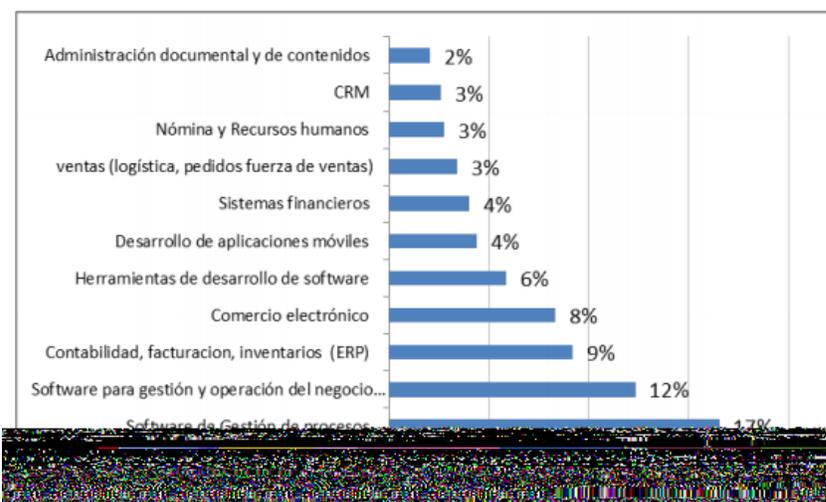
TABLA 2. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS OFRECIDOS POR NÚMERO DE EMPRESAS – TOTAL NACIONAL POR DEPARTAMENTO

SERVICIOS	REGION						TOTAL
	Región Centro Oriente	Región Caribe	Región Llanos	Región Pacífica	Región Centro - Sur	Región Eje Cafetero y Antioquia	
Manejo de centros de datos (data center)	576	47	5	53	13	157	851
Desarrollo / fábrica de software	493	35	5	54	14	171	772
Mesas de ayuda (Otras)	321	18	6	21	7	104	477
Testing de software	206	19	2	26	2	75	330
Infraestructura como servicio	196	18	1	23	5	57	300
Consultoría e implementación	108	2	1	9	2	21	143
Mantenimiento o soporte de aplicaciones	105	4	0	9	0	25	143
Software como servicio	83	5	0	6	0	22	116
Otro	0	0	0	0	0	0	0
Plataformas tecnológicas como servicio	59	4	1	10	0	16	90
Cloud computing	17	0	0	2	1	7	27
Gerencia	4	0	0	1	0	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>2168</b>	<b>152</b>	<b>21</b>	<b>214</b>	<b>44</b>	<b>656</b>	<b>3255</b>

Fuente: Censo MinTIC, 2015

El producto más ofrecido a nivel nacional es el software de gestión de procesos, en segundo lugar el software para gestión y operación del negocio. Contabilidad, facturación e inventarios junto con comercio electrónico ocupan el tercero y cuarto lugar entre los productos más ofrecidos en el país por las empresas SWTI.

GRAFICO 1. SOLUCIONES Y SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS EMPRESAS A NIVEL NACIONAL



Fuente: Cálculos propios con base en resultados de la encuesta 2015.

## 2. Mercado Objetivo

**Sector Solidario:** Es el sector que agrupa las organizaciones de carácter asociativo y solidario auto gestionadas, legalmente constituidas y sin ánimo de lucro que a través de sus acciones buscan el bien común y satisfacer las necesidades humanas y fundan su quehacer en la solidaridad y el trabajo colectivo.

**Sector Microfinanciero:** El mercado colombiano del microcrédito está conformado por los agentes económicos que estén interesados en obtener recursos para formar o fortalecer un negocio, y por aquellas instituciones que colocan recursos de microcrédito, las cuales pueden ser financieras (bancos, CFC y cooperativas financieras) o no financieras (ONG y otras cooperativas de ahorro y crédito).

### 2.1. Descripción del mercado

#### 2.1.1. Sector Solidario

En Colombia el tercer sector, es denominado como SECTOR SOLIDARIO, el cual contribuye a:



- Formación del tejido social.
- Generación de ingresos
- Construcción de confianza
- Desarrollo comunitario.
- Cohesión social.
- Distribución equitativa de la riqueza
- Fortalece el capital social

El sector solidario en Colombia está conformado por las organizaciones solidarias de desarrollo y las organizaciones de economía solidaria:



Organizaciones Solidarias de Desarrollo: conformado por las Fundaciones, Corporaciones, Asociaciones, Juntas de Acción Comunal y las Organizaciones de Voluntariado.

Economía Solidaria: La Ley 454 de 1988 establece las características que deben poseer las empresas de economía solidaria en Colombia. A partir de sus lineamientos, se pueden identificar tres grandes grupos como los más representativos de este modelo empresarial: las cooperativas, los fondos de empleados y las asociaciones mutuales.

## **2.1.2. Sector Microfinanciero**

Las microfinanzas en Colombia<sup>5</sup> han tenido un gran impulso, por parte del gobierno nacional a través de un programa presidencial llamado Banca de Oportunidades (BO), orientado principalmente al aumentar la profundización financiera en Colombia y facilitar el acceso a microempresarios al crédito formal. El programa ha tenido un gran éxito en medida que los bancos más grandes han hecho un esfuerzo importante en esa dirección con estructuras que compiten con la oferta tradicional, desarrolladas principalmente por las ONGs. Con esto, la oferta de microfinanzas en Colombia ha aumentado significativamente en cualidades y cantidades, gracias al esfuerzo que han hecho los actores económicos en manejar estructuras financieras especializadas en relaciones con el microempresario.

El desarrollo del microcrédito en Colombia actualmente se ha visto beneficiado por inversiones realizadas por parte de organizaciones dependientes del Banco Mundial a través de fundaciones bancarias existentes en el país. El objetivo de sus esfuerzos es respaldar la actividad empresarial individual y un crecimiento más equitativo en el país. Según estudios realizados en el 2009, Colombia es el tercer país de América Latina con mayor número de personas que cuentan con atención microfinanciera y ocupa el quinto lugar en instituciones de microfinanzas dedicadas a esta actividad.

El sector microempresario y de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Colombia es el que más opera dentro de la informalidad. Dado esto, el actual gobierno busca contrarrestar este problema a través de un proyecto de ley para dar todas las herramientas y la eliminación de barreras para que los empresarios, que hoy hacen parte de la economía informal, tomen la decisión de incursionar al sector formal.

## **2.2. Tamaño del mercado**

### **2.2.1. Estadísticas de Crecimiento del Sector Cooperativo**

De acuerdo con la información suministrada por las entidades de economía solidaria a los diferentes organismos de control y vigilancia, se estima que el sector solidario en Colombia cerró 2014 con un total de 6.008 entidades, 27,5% menos que en 2013. Al igual que en años anteriores, la reducción del número de entidades se explicó principalmente por la salida de algunas cooperativas de trabajo asociado, como resultado de las medidas implementadas por los entes de control para regular el uso indebido de este

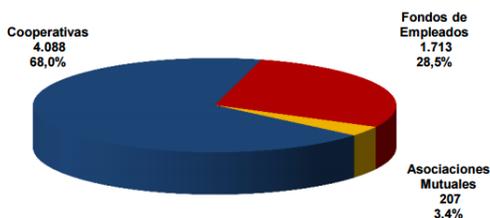
---

<sup>5</sup> [http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/Colombia\\_perfil/](http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/Colombia_perfil/)

tipo de modelo, ya que algunas, en realidad, estaban haciendo una intermediación laboral, en lugar de aplicar el modelo cooperativo.

Es importante destacar que de las 6.008 entidades estimadas en 2014, 4.088 correspondieron a cooperativas (68,0% del total), 1.713 a fondos de empleados (28,5% del total) y 207 a asociaciones mutuales (3,4% del total) (Gráfico 2).

GRAFICO 2. DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA EN COLOMBIA 2014 (NÚMERO Y % DEL TOTAL)

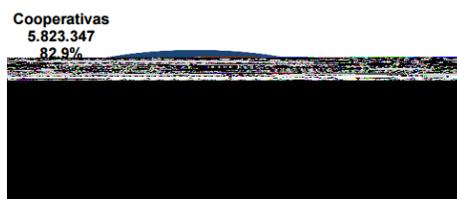


**FUENTE:** Elaboración propia a partir de datos de Superintendencia de la Economía Solidaria, Superintendencia de Puertos y Transporte, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Sistema Único de Información de Servicios Públicos, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Sociedades y Superintendencia Nacional de Salud.

En 2014, se estima que la economía solidaria logró vincular como asociados a un menor número de personas (-1,1%, menos que en 2013), analizando por cada uno de los tipos de entidad se tiene que las cooperativas vincularon un 1,4% menos asociados que en el año inmediatamente anterior, las asociaciones mutuales tuvieron un decrecimiento en -0,1%, mientras que los fondos de empleados registraron un crecimiento positivo del 1,0%.

De un total estimado de 7.026.021 personas asociadas con las que contó el sector solidario en 2014, 5.823.347 estuvieron vinculadas a cooperativas (82,9% del total), 1.015.087 a fondos de empleados (14,4% del total) y 187.587 a asociaciones mutuales (2,7% del total) (Gráfico 3).

GRAFICO 3. DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ASOCIADOS A ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA EN COLOMBIA 2014 (NÚMERO Y % DEL TOTAL)



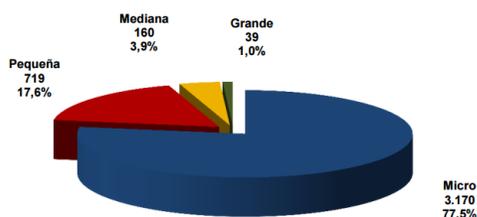
**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Superintendencia de la Economía Solidaria, Superintendencia de Puertos y Transporte, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Sistema Único de Información de Servicios Públicos, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Sociedades y Superintendencia Nacional de Salud.

Para el sector Microfinanciero, durante el primer trimestre de 2014 la percepción de la demanda por nuevos microcréditos, tanto del mercado microcrediticio como de las entidades reguladas, aumentó con respecto a la observada en el último trimestre del año 2013, pasando de 8% a 36% para el mercado en su conjunto y de 1% a 33% en el caso de las entidades reguladas.

Como se apreció en la sección anterior, las cooperativas son la forma de organización empresarial solidaria líder en Colombia, de este modo, logra contar con presencia en casi todo el territorio nacional, y agrupar cerca de 6 millones de colombianos como asociados, lo que equivale al 12,2% de la población colombiana para el año 2014.

En 2014, 77,5% de las Cooperativas correspondieron a microempresas, 17,6% a pequeñas empresas, 3,9% a medianas empresas y 1,0% a grandes empresas (Gráfico 4).

GRAFICO 4. NÚMERO DE COOPERATIVAS EN COLOMBIA SEGÚN TAMAÑO 2014 (NÚMERO Y % DEL TOTAL)

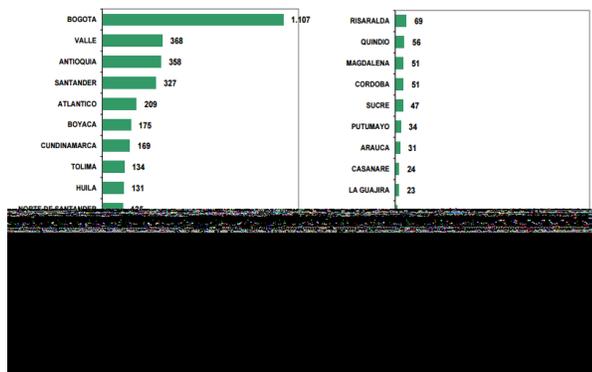


*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Superintendencia de la Economía Solidaria, Superintendencia de Puertos y Transporte, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Sistema Único de Información de Servicios Públicos, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Sociedades y Superintendencia Nacional de Salud.*

El cooperativismo tiene presencia a nivel nacional. Por domicilio principal, las cooperativas están presentes en 32 departamentos y 522 municipios. Al igual que el año anterior, en 2014, los departamentos en los que más tuvo presencia el sector cooperativo, por domicilio principal, fueron Bogotá, D.C., Valle del Cauca, Antioquia y Santander, haciendo evidente la correlación entre la densidad poblacional de las regiones y su actividad productiva.

Estos departamentos concentraron 52,8% de las entidades, equivalente a 2160 cooperativas (Gráfico 5) y este grupo de entidades a su vez representaron 77,3% de los activos, 73,1% del patrimonio, 57,7% de los ingresos, 76,5% de los asociados y 71,7% de los empleados.

GRAFICO 5. NÚMERO DE COOPERATIVAS EN COLOMBIA POR DEPARTAMENTO 2014



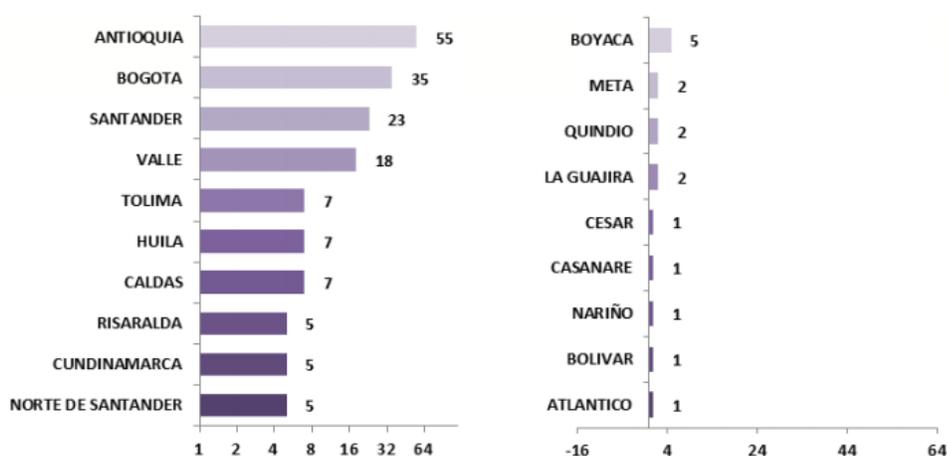
*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Superintendencia de la Economía Solidaria, Superintendencia de Puertos y Transporte, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Sistema Único de Información de Servicios Públicos, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Sociedades y Superintendencia Nacional de Salud.*

## 2.2.2. Estadísticas del Sector Cooperativo dedicado a Actividades financieras y crediticias.

En 2014, 187 cooperativas se dedicaron a la actividad financiera<sup>6</sup>, representando 4,6% del total de cooperativas en Colombia, Siendo el séptimo subsector en agrupar entidades.

Por domicilio principal, las cooperativas que se dedicaron a la actividad financiera se ubicaron en 19 departamentos, siendo Antioquia el que concentró un mayor número, con una participación de 30,1% del total, le siguieron Bogotá y Santander, que concentraron 19,1% y 12,6% del total, respectivamente (Gráfico 6)

GRAFICO 6. NÚMERO DE COOPERATIVAS DEDICADAS A “ACTIVIDAD FINANCIERA”  
COLOMBIA POR DEPARTAMENTO, 2014



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Superintendencia de la Economía Solidaria y la Superintendencia Financiera de Colombia.*

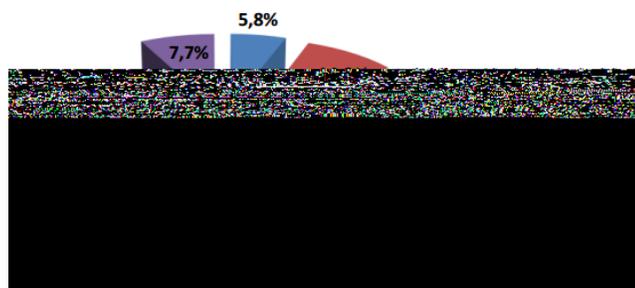
En 2014, los activos del cooperativismo que ejerce “Actividad Financiera”, ascendieron a \$12,9 billones, 6,9% mayor que en 2013. En comparación con el sector cooperativo colombiano, los activos del subsector “Actividad Financiera” representaron 43,7% del total, siendo el subsector más grande por activos. Como era de esperarse para este tipo de entidades, el activo estuvo compuesto principalmente por la cartera de créditos, que representó 81,2% del total.

La cartera bruta de créditos del subsector de Actividad Financiera sumó, en 2014, \$11,0 billones y estuvo compuesta en su mayoría por créditos de consumo (71,6% del total). La cartera comercial representó

<sup>6</sup> Incluye las 5 cooperativas financieras y el Banco Cooperativo Coopcentral, entidades que son vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia. Adicionalmente, incluye las cooperativas de ahorro y crédito y las multiactivas e integrales con sección de ahorro, vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria.

14,9% del total, el microcrédito, 7,7% del total, y la cartera de vivienda, 5,8% del total (Gráfico 7).

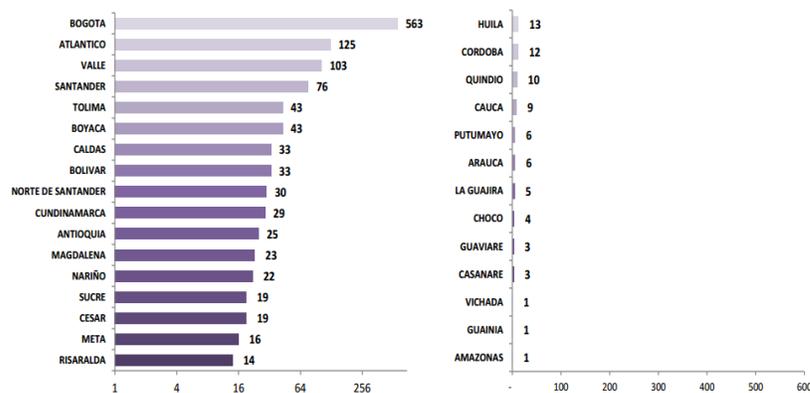
GRAFICO 7. COMPOSICIÓN DE LA CARTERA BRUTA DE LAS COOPERATIVAS DEDICADAS A “ACTIVIDAD FINANCIERA” COLOMBIA, 2014 (MILLONES DE PESOS Y % DEL TOTAL)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Superintendencia de la Economía Solidaria y la Superintendencia Financiera de Colombia.

En 2014, se estima que unas 1290 cooperativas se dedicaron a la actividad crediticia, representando 31,6% del total de cooperativas en Colombia. Por domicilio principal, estas cooperativas se ubicaron en 30 departamentos, siendo Bogotá el que concentró un mayor número, con una participación de 43,6% del total. Atlántico, Valle y Santander, por su parte, concentraron 9,7%, 8,0% y 5,9% del total, respectivamente (Gráfico 8).

GRAFICO 8. NÚMERO DE COOPERATIVAS DEDICADAS A “ACTIVIDAD CREDITICIA” COLOMBIA POR DEPARTAMENTO, 2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Superintendencia de la Economía Solidaria y de la Superintendencia de Puertos y Transporte.

En 2014, los activos del subsector “Actividad Crediticia” ascendieron a \$6,4 billones, 6,3% más que en 2013. Con relación al sector cooperativo colombiano, representaron 21,4% del total. El activo estuvo compuesto principalmente por las inversiones (38,9%) y la cartera de créditos (38,7%). Por su parte, los

pasivos sumaron \$3,0 billones, 5,0% más que en 2013; y representaron 16,5% del total de pasivos del sector cooperativo colombiano. Los pasivos se concentraron en buena medida en fondos pasivos (66,1% del total).

El patrimonio del subsector “Actividad Crediticia” sumó, en 2014, \$3,4 billones, 7,5% más que en 2013. Con relación al sector cooperativo colombiano, representó 29,0% del total. El patrimonio se compuso principalmente por el capital social (74,9% del total). En 2014, los ingresos del subsector de “Actividad Crediticia” sumaron \$804 mil millones, 4,4% más que en 2013. Con relación al sector cooperativo colombiano, los ingresos de este subsector representaron 3,3% del total. En cuanto a excedentes, el subsector registró, en 2014, \$82.387 millones, -3,8% menos que lo obtenido el año inmediatamente anterior.

### 2.2.3. Estadísticas de crecimiento del Sector Microfinanciero

Las cifras de crecimiento del microcrédito en Colombia<sup>7</sup> de los últimos años, han representado una serie de retos y oportunidades de aprendizaje para el sector de las microfinanzas. En las últimas décadas, la industria registró un rápido crecimiento, así:

Según cifras de la Superintendencia Financiera de Colombia, la cartera de este sector ha mantenido un crecimiento constante, al pasar de \$ 3.5 billones de pesos en 2006 a \$ 10.83 billones en 2013, con un incremento del 17% en el último año, arrojando un resultado más que favorable, si se tiene en cuenta que la cartera total del sector financiero creció tan solo el 13.67 %, cerrando a diciembre de 2013 en \$291 billones de pesos.

En el sistema financiero, dentro de la composición de la cartera bruta total por modalidad de crédito, el comercial tiene una participación del 58,5%, seguido por el crédito de consumo que es de 29,1%, vivienda 8,6% y microcrédito de 3.7%.

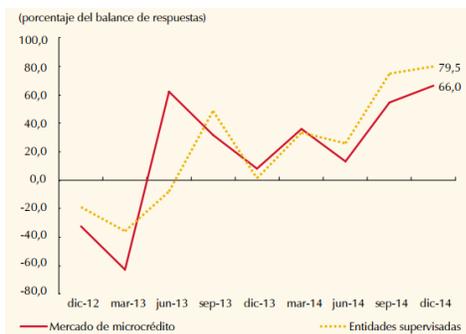
Por tipo de operadores, el crecimiento en el saldo bruto de la cartera de microcrédito estuvo impulsado principalmente por el desempeño de los Bancos y Compañías de Financiamiento vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia; que en conjunto aportaron el 76,5% del incremento de la cartera total entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 para un crecimiento anual del 17,44. El segundo aporte al incremento año corrido de la cartera agregada, quedó a cargo de las IMF's que participaron con el 17,3% para un crecimiento anual de 25,33%. El tercer lugar fue para las cooperativas con un aporte al incremento de la cartera de microcrédito durante el año 2013, de 6,2% para un crecimiento anual de 13,51%.

Durante el cuarto trimestre de 2014 la percepción de la demanda por nuevos microcréditos, tanto del mercado microcrediticio como de las entidades supervisadas, aumentó con respecto a la observada en septiembre de 2014, pasando de 54,3% a 66,0% para el mercado en su conjunto, y de 75,0% a 79,5% en el caso de las entidades supervisadas (Gráfico 9). Estos valores se ubican por encima del promedio del último año (35,6% para el mercado de microcrédito y 43,0% para las entidades supervisadas).<sup>8</sup>

<sup>7</sup> [http://www.accesodirecto.com.co/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=408:las-microfinanzas-incentivan-a-los-actores-del-conflicto-a-dejar-sus-armas-y-a-la-comunidad-a-presionarlos-para-que-lo-cumplan](http://www.accesodirecto.com.co/web/index.php?option=com_content&view=article&id=408:las-microfinanzas-incentivan-a-los-actores-del-conflicto-a-dejar-sus-armas-y-a-la-comunidad-a-presionarlos-para-que-lo-cumplan)

<sup>8</sup> <http://www.asomicrofinanzas.com.co/images/publicaciones/Encuesta%20Microcredito%20Diciembre%202014.pdf>

GRAFICO 9. CAMBIO EN LA PERCEPCIÓN DE DEMANDA POR NUEVOS MICROCRÉDITOS



Fuente: Encuesta sobre la situación actual del microcrédito en Colombia, diciembre de 2014.

En cuanto a los factores que les impiden otorgar un mayor volumen de microcrédito, los intermediarios manifestaron que los principales siguen siendo la capacidad de pago de los clientes (21,6%), el sobreendeudamiento (19,5%) y que algunos clientes sostengan deuda con más de tres entidades (18,5%) (Gráfico 10, panel A). Para el caso de las entidades supervisadas se destaca, además del sobreendeudamiento (27,1%), el historial crediticio de los clientes (20,8%), el cual ganó participación con respecto a septiembre de 2014 (Gráfico 10, panel B).

GRAFICO 10. FACTORES QUE IMPIDEN OTORGAR UN MAYOR VOLUMEN DE MICROCRÉDITO

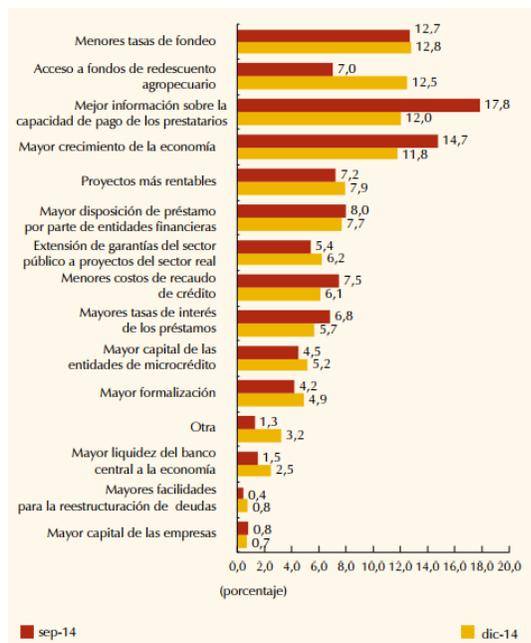


Fuente: Encuesta sobre la situación actual del microcrédito en Colombia, diciembre de 2014.

A diferencia del trimestre anterior, cuando una mejor información sobre la capacidad de pago de los prestatarios y un mayor crecimiento de la economía eran los elementos más importantes para incrementar el microcrédito, en esta versión de la encuesta los factores más relevantes son menores

tasas de fondeo y el acceso a fondos de redescuento agropecuario (Gráfico 11). Vale la pena resaltar que algunas entidades afirman que es necesario incrementar el acceso del sector agropecuario y rural, así como la promoción de programas que fortalezcan el hábito de pago de los clientes.

GRAFICO 11. EVENTOS NECESARIOS PARA AUMENTAR EL MICROCRÉDITO EN LA ECONOMÍA



Fuente: Encuesta sobre la situación actual del microcrédito en Colombia, diciembre de 2014.

## 2.3. Penetración de Mercado

### 2.3.1. Identificación el nicho de mercado

Las entidades de a las que Shareppy S.A.S apunta, son aquellas que realizan las siguientes actividades económicas:

Tres grandes grupos:

- Intermediación financiera
- Servicios de ahorro y crédito
- Servicios de crédito

Dentro de estos tres grupos se abarcan las siguientes actividades económicas:

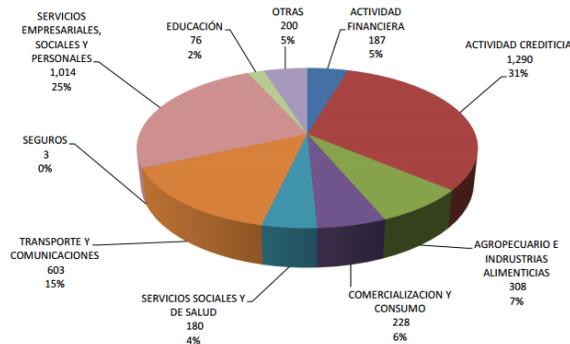
- 6511 - Banca central
- 6512 - Actividades de los bancos diferentes del banco central

- 6513 - Actividades de las corporaciones de ahorro y vivienda
- 6514 - Actividades de las corporaciones financieras
- 6593 - Actividades de las cooperativas financieras y fondos de empleados
- 6596 - Otros tipos de crédito
- 6719 - Actividades auxiliares de la administración financiera NCP
- 6722 - Actividades auxiliares de los fondos de pensiones y cesantías

### 2.3.2. Proporción del mercado en el que se enfoca Shareppy S.A.S

Basados en datos estadísticos reportados por la Supersolidaria de las principales cuentas, se realizan los siguientes análisis para determinar la porción de mercado a la que se enfocará Shareppy S.A.S.

GRAFICO 12. ENTIDADES CLASIFICADAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA  
2014



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos estadísticos de Confecoop y Cenicoop.

Se observa que la actividad económica a la que más se dedican las cooperativas en Colombia es la actividad crediticia con un 31% (1.290). Ahora un 5% (187) se dedican a Actividades financieras.

**La porción de mercado a la que Shareppy S.A.S se enfocara equivale al 36% (1.477 Cooperativas) a 2014.**

Describir el tamaño de mercado del microcrédito en Colombia se dificulta por la escasez de la información y la segregación de los datos. No todas las entidades que manejan cartera de microcrédito están supervisadas por la Superintendencia Financiera, por lo que existen entidades que no están obligadas a rendir información exacta acerca de su cartera y deudores.

### 2.3.3. Análisis de los clientes existentes en el nicho

Basados en los datos estadísticos existentes en la página de la Supersolidaria y [www.mixmarket.org/es](http://www.mixmarket.org/es), se tiene acceso a información financiera, contactos, correos, teléfonos, dirección, número de asociados, entre algunos otros datos más que son de interés para Shareppy S.A.S.

Con la información obtenida Shareppy considera como posibles clientes y se enfoca en aquellos que cumplan las siguientes características:

**Número de asociados:** Mayor o igual 25.000

**Cartera:** Mayor o igual \$35 mil millones

La participación que Shareppy S.A.S tiene en el mercado es de 0.05% (2 Clientes) del 52,6% (2.258) actualmente existente.

### 2.3.4. Estrategias para acceder y posicionamiento en el nicho de mercado

GRAFICO 13. ESTRATEGIAS DE ENTRADA AL SECTOR FINANCIERO



FUENTE: Elaboración propia

La estrategia de entrada está dividida en dos fases.

La **primera fase** comprende la realización de actividades de relacionamiento y promoción mediante canales disponibles y viables donde existan alternativas de exposición efectivas hacia el mercado objetivo. Dentro de estas se encuentran:

- Relacionamiento con Consultores estratégicos y Gremios del Sector que puedan generar espacios propicios para la presentación de los productos.
- Participación en Eventos reconocidos y de buena acogida por los directos interesados.

- Promoción en medios impresos y Digitales como Revistas, Catálogos y Sitios en internet especializados del sector
- Realización de Shows propios de muestra de los productos mediante la invitación de clientes potenciales importantes.

**La segunda fase** comprende el inicio de acercamientos más personales luego de haber realizado el primer contacto por alguno de los canales descritos en la fase uno, donde se realizan actividades en orden secuencial para concretar la venta, las cuales se listan a continuación:

- Envío de información vía correo electrónico y realización de teleconferencias para detallar la información enviada y resolver dudas o preguntas sobre los productos expuestos.
- Agendamiento de visitas con la presentación de Demos de los productos, en sede del cliente.
- Elaboración de un Plan Piloto que pueda mostrar a pequeña escala las bondades del producto junto con su alcance en escenarios reales.
- Implementación del producto.
- Elaboración de propuestas de Soporte y Mantenimiento, así como Mesas de ayuda para dar continuidad del proyecto.
- Búsqueda de nuevas oportunidades basado en la observación de necesidades encontradas en el cliente ganado.

### **2.3.5. Disponibilidad de Información en el mercado**

La información del mercado sobre el sector solidario es de fácil alcance y acceso, gracias a los diferentes entes reguladores en Colombia.

La información que actualmente se conoce en Shareppy S.A.S sobre el mercado del Sector Solidario, ha sido por medio de las siguientes entidades:

- Supersolidaria - [www.supersolidaria.gov.co](http://www.supersolidaria.gov.co)
- Confederación de Cooperativas de Colombia - [www.confecoop.coop](http://www.confecoop.coop)
- Centro de Investigación del Cooperativismo – [www.cenicoop.coop](http://www.cenicoop.coop)
- Guía Soluciones TIC - [www.guiadesolucionestic.com](http://www.guiadesolucionestic.com)
- Ministerio de Trabajo - [www.mintrabajo.gov.co](http://www.mintrabajo.gov.co)
- Cooperativas de las Américas (Región de la alianza Cooperativa Internacional [www.aciamericas.coop](http://www.aciamericas.coop))
- Cámara de Comercio - [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co)
- Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias <http://www.orgsolidarias.gov.co/>

### **2.4. Precio**

En Shareppy no se tiene establecida una política de precios flexible. Actualmente los precios se establecen teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Competencia (Precios de productos similares en el mercado)
- Tamaño de la empresa a la que se le ofrece el producto (Ejemplo: Cartera)
- Mano de obra (Hora Ing. dedicada al desarrollo)

De esta manera se establece el precio de los productos y servicios que ofrece Shareppy.

## 2.5. Medios por los cuales se pueden comunicar con sus clientes en el mercado objetivo

Los siguientes medios son los utilizados por Shareppy para comunicarse con los clientes:

- Correos Electrónicos Corporativos
- Teleconferencia y Videoconferencia (Vía Skype)
- Llamadas telefónicas
- Mensajería instantánea (WhatsApp)

## 3. Competencia

Se considera competencia para Shareppy S.A.S todas aquellas empresas dedicadas al desarrollo de software enfocadas al sector financiero.

### 3.1. Identificación de la competencia para Shareppy

Se considera competencia aquellas entidades que:

- Se dediquen al desarrollo de software a la medida
- Ofrezcan producto sucursal móvil virtual no bancaria
- Ofrezcan producto especializado para el proceso de afiliación y captura de clientes.

Los competidores más relevantes para los productos de Shareppy S.A.S son:

TABLA 3. COMPETIDORES

UBICACIÓN	COMPETIDORES
LOCAL	INKCO LTDA
NACIONAL	CELUWEB S.A.S
INTERNACIONAL	SPRING Mobile Solutions USA, Inc. FORMIIK

## 3.2. Fortalezas y debilidades (de la competencia)

### Fortalezas

- Músculo financiero
- Posicionamiento en el mercado ya establecido
- Buenos clientes

### Debilidades

- No tienen productos tan especializados en el sector Financiero
- Altos costos
- No tienen presencia local tan fuerte (instalaciones, mesas de ayuda)

## 3.3. Barreras de entradas del mercado

### 3.3.1. Barreras Económicas

- Musculo financiero

### 3.3.2. Barreras Comerciales

- Ausencia de equipo especializado del área comercial

# III. Actividades de marketing y ventas

El objeto de análisis de este plan de Marketing y Ventas será para los productos **Smart Road, Mobile Branch, Data Bus y Central Research** de Shareppy S.A.S, los cuales están enfocados al sector financiero (especialmente al Sector Solidario, Fundaciones y Sector Microfinanciero) Nacional e Internacional.

## 4. Análisis estratégico de la situación.

Se analizan las variables que Shareppy S.A.S considero la más significativas para el desarrollo del plan de Marketing y Ventas.

### 4.1. Análisis del Entorno

#### 4.1.1. Análisis del macroentorno

## Entorno económico: **DOC MARIA**

- Entre 2007 y 2012 los ingresos del sector de TI en Colombia crecieron un 177%, alcanzando los US\$ 6.803 millones según IDC.
- La industria de Software en Colombia creció 3,79 veces desde el 2007 hasta el 2012 debido al fortalecimiento del sector por medio de programas gubernamentales (IDC, 2013).
- La industria de software del país es una industria, que aunque joven ha crecido considerablemente en los últimos años, y ha recibido un gran apoyo por parte del gobierno nacional. Así lo afirman las cifras de crecimiento que esta industria está recibiendo tanto a nivel nacional como internacional.
- La Federación Colombiana de la Industria de Software y Tecnologías Informáticas Asociadas – FEDESOFTEC, afirma que la industria de Software facturó para el 2012 \$4.2 billones de pesos en ingresos operacionales, creciendo 27.27% frente al año anterior un 17.44% de forma compuesta entre el 2008 y 2012.
- En cuanto a las cifras de exportación de software, el sector creció un 31,4% entre el 2011 y 2012, registrando 139,7 millones de dólares para el 2012.
- El Gobierno destinó, a través de la iniciativa Talento Digital, USD 19 millones para que los colombianos estudien de manera gratuita carreras técnicas, tecnológicas, profesionales y de posgrado relacionadas con las Tecnologías de Información. A 2012 fueron otorgados 1.277 créditos condonables y para 2014 se beneficiará a un total de 4.661 (MinTic, 2013).
- El software colombiano ya se está exportando y las empresas de desarrollo cuentan con el respaldo de Procolombia y la marca TI después de cumplir unos requisitos. Shareppy cuenta con el respaldo de la marca TI y el apoyo de Procolombia para las exportaciones. A partir del año 2014 hasta el 2018, el Gobierno del Presidente de la República, Juan Manuel Santos, puso en marcha el programa Vive Digital, que busca aumentar el ecosistema digital del país. En este programa surgen convocatorias de formación para profesionales del sector TI, certificaciones para las empresas del sector TI y contratos públicos para empresas del sector TI. En este programa Shareppy se ve directamente beneficiado porque miembros del equipo de trabajo han tenido la oportunidad de recibir cursos de formación y charlas de capacitación y actualización en diferentes temas.
- A nivel mundial, la meca de la industria fintech es en Londres, Inglaterra. En el 2014, el gobierno del Reino Unido emitió un informe sobre las perspectivas del sector y planteamientos para tener en cuenta en el proceso de mantenerse como el principal centro de innovación fintech del mundo. En ese documento<sup>9</sup> se plantea que la industria fintech debe innovar no solo en los productos sino en el modelo de los negocios y que los productos no son únicamente dirigidos para entidades financieras, sino para el usuario final incluso fuera de una institución financiera. Se estima que en el mundo hay 2,5 millones de personas excluidas del sistema financiero, pero el informe de fintech<sup>10</sup> del Reino Unido, afirma que con las innovaciones en tecnología financiera,

se logrará acabar esa brecha, pues gracias a la tecnología, el acceso a los servicios será más económico y sencillo.

#### **Entorno tecnológico:**

- Hardware sigue manteniendo predominio en el mercado de la tecnología con un 58% de la cuota total de mercado, sigue software con el 12% y servicios con el 30% (IDC, 2013).
- Colombia cuenta con una infraestructura capaz de soportar operaciones de talla mundial, con 6 cables submarinos que permiten la utilización de la tecnología 4G (MinTic, 2013).

#### **Entorno socio-cultural:**

- En los últimos 10 años, en Colombia se formaron más de 1,9 millones de profesionales de educación superior en Colombia. El 22,8% cuenta con formación de ingeniería y de ellos el 58% cuenta con título universitario, el 12% con formación de posgrado (especialización, maestría o doctorado) y el 30% con formación técnica (Ministerio de Educación Nacional, 2013)
- La Federación Colombiana de la Industria de Software y Tecnologías Informáticas Asociadas – FEDESOFTEC, afirma en un Estudio de Salarios y Profesionales del Sector de Software y TI 2013, que existe falta de personal calificado para la ejecución de ciertas actividades inherentes a la industria del software.

### **4.1.2. Análisis de la demanda**

En el apartado 2 de este documento, se estudió el mercado y el nicho respectivo al que Shareppy S.A.S apunta.

A continuación se muestra un breve resumen en cada uno de los siguientes puntos de este análisis de la demanda.

- **Tamaño actual del mercado:**

Se estima que el sector solidario en Colombia cerró 2014 con un total de 6.008 entidades, 27,5% menos que en 2013. Es importante destacar que de las 6.008 entidades estimadas en 2014, 4.088 correspondieron a cooperativas (68,0% del total), 1.713 a fondos de empleados (28,5% del total) y 207 a asociaciones mutuales (3,4% del total).

En 2014, 187 cooperativas se dedicaron a la actividad financiera, representando 4,6% del total de cooperativas en Colombia, Siendo el séptimo subsector en agrupar entidades y se estima que unas 1290 cooperativas se dedicaron a la actividad crediticia, representando 31,6% del total de cooperativas en Colombia.

La porción de mercado a la que Shareppy S.A.S se enfocara equivale al 35,2% (1477 entidades) a 2014.

- **Tasa de crecimiento anual del mercado en los últimos años.**

Al igual que en años anteriores, la reducción del número de entidades se explicó principalmente por la salida de algunas cooperativas de trabajo asociado, como resultado de las medidas implementadas por los entes de control para regular el uso indebido de este tipo de modelo, ya que algunas, en realidad, estaban haciendo una intermediación laboral, en lugar de aplicar el modelo cooperativo.

- **Distribución geográfica de las ventas.**

Shareppy S.A.S se comercializará a nivel nacional sin tener un departamento, ciudad específica en la cual enfocarse, sino que se quiere llegar a todas aquellas entidades que requieran sus productos y servicios.

En 2014, se estima que unas 1290 cooperativas se dedicaron a la actividad crediticia, representando 31,6% del total de cooperativas en Colombia. Por domicilio principal, estas cooperativas se ubicaron en 30 departamentos, siendo Bogotá el que concentró un mayor número, con una participación de 43,6% del total. Atlántico, Valle y Santander, por su parte, concentraron 9,7%, 8,0% y 5,9% del total, respectivamente.

Por domicilio principal, las cooperativas que se dedicaron a la actividad financiera se ubicaron en 19 departamentos, siendo Antioquia el que concentró un mayor número, con una participación de 30,1% del total, le siguieron Bogotá y Santander, que concentraron 19,1% y 12,6% del total, respectivamente.

#### **4.1.3. Análisis de la Competencia**

Se considera competencia aquellas entidades que:

- Se dediquen al desarrollo de software a la medida
- Ofrezcan producto sucursal móvil virtual no bancaria
- Ofrezcan producto especializado para el proceso de afiliación y captura de clientes.

Los competidores más relevantes para los productos de Shareppy S.A.S son:

<b>UBICACIÓN</b>	<b>COMPETIDORES</b>
<b>LOCAL</b>	INKCO LTDA
<b>NACIONAL</b>	CELUWEB S.A.S
<b>INTERNACIONAL</b>	SPRING Mobile Solutions USA, Inc. FORMIIK

#### **4.1.4. Local**

**INKCO LTDA**  
[www.inkcoweb.com](http://www.inkcoweb.com)

Bucaramanga, Colombia  
Calle 51ª # 31-144  
Tel. (7) 643 34 57



INKCO LTDA es una empresa que desarrolla Soluciones Móviles y Servicios basados en Localización (LBS) de manera customizada según las necesidades de los clientes, lo cual permite el ajuste a los procesos de trabajo y a la infraestructura de las empresas.

Nuestras aplicaciones interactúan con cualquier tipo de software que utilicen nuestros clientes; ventaja que les ha permitido la continuidad en el uso de software instalado (no requieren invertir más dinero), tiempos mínimos en capacitación (cualquier persona lo puede usar fácilmente), y uso de dispositivos móviles de bajo costo con aplicaciones livianas (garantizando agilidad en la información con inversiones mínimas).

Entendiendo la necesidad de nuestros clientes de incrementar su productividad; nuestro equipo les ha ayudado a mejorar su servicio al cliente, agilizando los ciclos de ventas y aumentando la efectividad de los vendedores desde cualquier sitio en el que se encuentren.

Somos una empresa santandereana constituida desde el año 2004, pioneros e innovadores en desarrollo de soluciones sobre tecnología móvil; estamos en la búsqueda constante de soluciones integrales, ajustadas a las necesidades de cada negocio, e integradas a los diferentes tipos de software corporativo.

- **Portafolio**

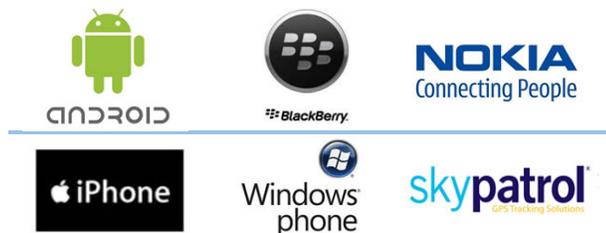
<b>Productos/Servicios</b>	<b>Descripción</b>
<b>Automatización Fuerza de Ventas</b>	Solución que permite consulta en línea de inventarios y cartera, ofreciendo opciones para la colocación de pedidos y facturación, así como impresión desde equipos móviles especializados.
<b>Aplicaciones Móviles para el recaudo de pagos</b>	Solución diseñada sobre plataforma Blackberry para consulta y recaudo en línea de cuotas de crédito, e impresión de tirillas de pago.
<b>Desarrollo de Aplicaciones móviles y software a la medida</b>	Soluciones completamente personalizadas y ajustadas según requerimientos específicos de cada negocio.

- **Alianzas**

<b>Entidad</b>	<b>Descripción</b>
----------------	--------------------

	<p>Hemos sido seleccionados por la empresa RIM (BlackBerry) como parte de su grupo de empresas aliadas para realizar desarrollos en estos equipos.</p>
	<p>Creemos y le apostamos al desarrollo de nuestra región, razón para generar sinergias con otras empresas del sector de tecnologías de información y comunicaciones. Somos miembros de la iniciativa de clúster de TIC's en Santander.</p>
	<p>De igual manera fomentamos la investigación y el desarrollo, para lo cual pertenecemos a grupos de investigación de diversas universidades de la región</p>

- Plataformas



- Clientes



#### 4.1.5. Nacional

**CELUWEB S.A.S**  
[www.celuweb.com](http://www.celuweb.com)



Cra 14 8N-63 Edificio Cañaveral Of. 201

Tel. (6) 734 41 41  
Armenia, Risaralda

*Desarrollamos soluciones para el beneficio de su empresa  
Aplicaciones móviles para toda clase de negocios y organizaciones.*

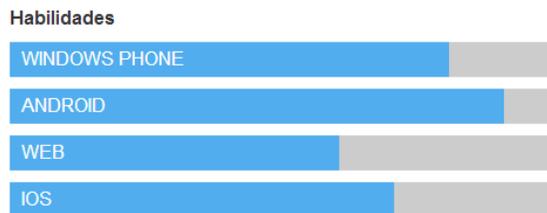
Celuweb.com nació de la persistencia y dedicación de un ingeniero de sistemas visionario, con un gran deseo de aportar conocimiento y desarrollo tecnológico a empresas colombianas y de la región, lo llevó a crear bases sólidas que hoy sustentan la gran organización en la que se ha convertido Celuweb.com; la cual ha mantenido la capacidad para superar retos y desafíos que se presentan a diario, logrando así satisfacer las expectativas de una gran parte de sus clientes.

En Celuweb.com comprendemos la importancia de invertir permanentemente en el desarrollo de nuevas tecnologías en sus diferentes áreas, a fin de apoyar, contribuir, conservar, engrandecer y aprovechar al máximo, el potencial que la experiencia nos ha brindado para el beneficio de nuestros clientes. Es así como desde el año 2001, nos hemos dedicado a aportar el 100% de nuestro conocimiento en el área de las soluciones móviles fácilmente integrables a cualquier sistema informático. Gracias a la tecnología usada con su motor de sincronización nuestros clientes pueden actualizar la información entre su sistema y equipos PDA, Celulares, Smartphone y Tablets de una manera rápida y segura.

La aplicación estrella de Celuweb.com es el software de Fuerza de Ventas, desarrollado y patentado en el año 2001, facilitando la labor de empresas de diferentes sectores, agilizando procesos de cobro de cartera, toma de pedidos, gestión de ventas, historias clínicas, inspecciones, cuadrillas de servicios, inspecciones de seguros, encuestas, visitadores médicos, logística, trade marketing, georreferenciación con tecnología móvil, etc.

Entre las ventajas competitivas de Celuweb.com se destacan la especialización sectorial de sus aplicaciones móviles, la experiencia acumulada en el desarrollo de ambiciosos proyectos informáticos de servicios comerciales, así como el liderazgo alcanzado en el mercado de tecnología móvil con productos que día a día ponemos a disposición de nuestros clientes.

- **Plataformas**



- **Portafolio**

Productos/Servicios	Descripción
FUERZA DE VENTAS	ZZvende

ZZVende es una solución móvil que permite a su fuerza comercial gestionar sus funciones de manera rápida y eficaz, accediendo a información imprescindible para su actividad laboral, en los procesos comerciales de preventa y autoventa.

ZZVende automatiza en tiempo real los procedimientos del área comercial de su empresa, como por ejemplo los pedidos, las devoluciones, los inventarios, las entregas, los recaudos, presupuestos, encuestas, mensajería y georreferenciación. Esta solución digital tiene la capacidad de adaptarse a las necesidades de su empresa, dejando en sus manos una solución personalizable, ideal para su modelo de negocio y funcionando en su sistema informático y en el dispositivo móvil requerido de acuerdo a sus necesidades.

### Ventajas para su empresa

ZZVende incrementa las utilidades de su empresa gracias al aumento en la productividad de su Fuerza de Ventas, mejorando la calidad de las visitas y el acercamiento a sus clientes, canaliza oportunamente elementos relacionados con el trato comercial, disminuye los errores en el proceso de digitación manual, reduce los costos operativos como papelería, subsidios de transporte, logística, etc.

Nuestra solución aumenta el rendimiento de su empresa optimizando la operación de venta, garantizando de esta forma el retorno de la inversión en un tiempo reducido.

Elija su propio dispositivo móvil de acuerdo con su presupuesto, y CELUWEB.COM le ofrecerá una solución digital adecuada para ese equipo seleccionado. Las soluciones que ofrece CELUWEB.COM son escalables y cubren desde celulares de gama media baja, Smartphone, tablets hasta terminales móviles.

- Clientes



#### 4.1.6. Internacional

**SPRING Mobile Solutions USA, Inc.**

[www.springmobilesolutions.com](http://www.springmobilesolutions.com)

Cra 13 #98-70, Piso: 6D  
Bogotá, Colombia  
Phone: +57 1 485 9944



Spring es líder global en soluciones móviles corporativas. Nuestros Softwares de Movilidad basados en la nube están diseñados para optimizar diversas operaciones de misión crítica. Nuestras soluciones de Telecom se basan en los servicios de gestión de los operadores y MDM. Nuestros Servicios de Valor Agregado traen soluciones creativas en SMS para facilitar la interacción con sus clientes. Las soluciones de negocio de Spring conectan las tecnologías más innovadoras de la industria, optimizan procesos de negocio y aumentan la productividad en tiempo real. Con sede en los Estados Unidos, Spring cuenta con oficinas en América Latina y Europa, con más de 450 clientes globales.

Spring Mobile Solutions proporciona soluciones de movilidad punto a punto, incluyendo software, infraestructura, conectividad y servicios diseñados para servir una gama de industrias sin la necesidad de personalización adicional. El abordaje de "Software as a Service" (SaaS) actúa como el punto único de contacto para la implementación y gerencia de la solución.

**Mercado Financiero y Aseguradoras:** Las operaciones realizadas fuera de las agencias y oficinas se han vuelto cada vez más comunes. Entre ellas, la captación de cuenta-corriente, venta de tarjetas de crédito, financiación y seguros. Con la automatización de estos procedimientos, el representante puede realizar una consulta online para obtener informaciones de productos y del cliente, como límites y nivel de crédito más adecuados para ser ofertados. Esto permite minimizar los errores de captación, asertividad en la oferta del mejor producto y menores plazos de activación de los servicios.

Las soluciones de Spring permiten no solo la captación de las informaciones y la venta efectiva del Servicio en campo, sino también el monitoreo y planeación de estas actividades por parte de los supervisores y gerentes operacionales – garantizando la Perfecta Ejecución de las estrategias definidas por la compañía.

- **Clientes**



- **Portafolio**

Productos/Servicios	Descripción
	<p>El mobileSales de Spring es una solución de Automatización de Fuerza de Ventas tan poderosa que es como si usted tuviera un sistema ERP en su bolsillo. Y más aún, nosotros proporcionamos la exclusividad del uso online y offline con sincronización y actualización extremadamente rápidas.</p> <p><b><u>Beneficios</u></b></p> <p><u>Recursos móviles para representantes de Ventas en Campo</u></p> <p>Asignación de precios adecuada - Facturas y devoluciones            Planeación de rutas de ventas - Catálogo de productos activos            Clientes y contactos - Servicio de mensajes integrado            Materiales de entrenamiento, material de marketing y contenido</p> <p><u>Recursos Web para gerentes de ventas y ejecutivos</u></p> <p>Consola de optimización de desempeño            Gerencia de territorio            Planeación de la ruta del equipo            Publicación de materiales de entrenamiento, material de marketing y contenido            Análisis de datos</p>

La empresa se autodenomina líder global en soluciones de movilidad corporativa. Son una empresa que desarrolla aplicaciones móviles que buscan optimizar la productividad en grandes y medianas operaciones en campo de empresas de bienes de consumo.

País: Brasil

Sedes: Estados Unidos y Brasil. Además tienen oficinas en Latinoamérica y Europa.

Página Web: <http://www.springmobilesolutions.com/> www.springms.com

Slogan: Mobile Solutions

Recurso PLUS: Página web en Inglés, Español y Portugués. – Velocidad de carga de la página web

Presencia en redes sociales: Facebook, Twitter, Google +, Youtube y LinkedIn

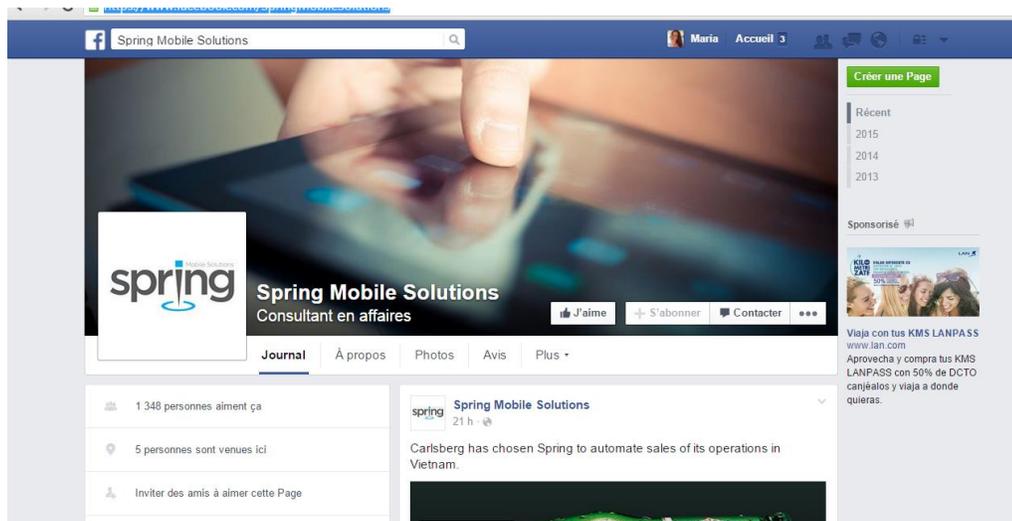
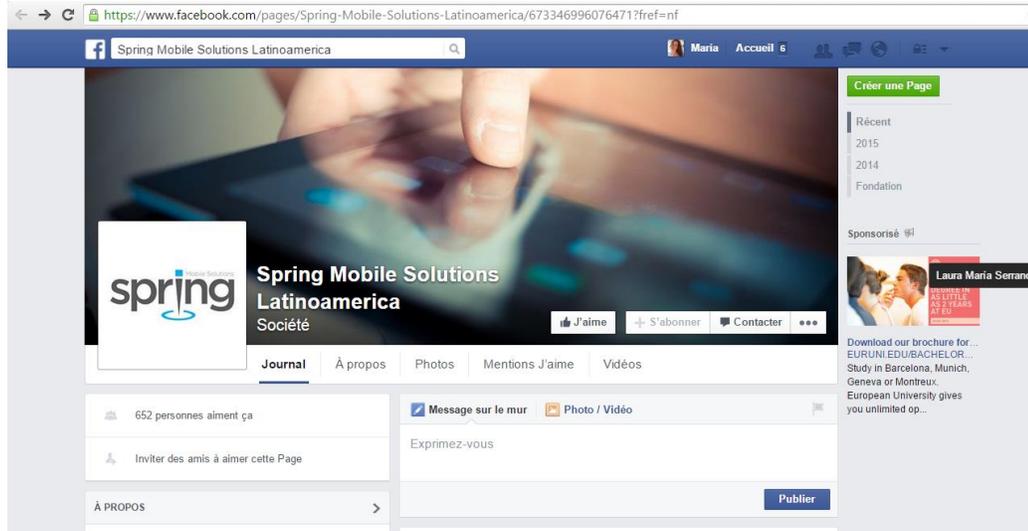
Indicadores por red:

Facebook:

- Número de fans: Página Latinoamérica 652<sup>9</sup>
- Número de fans: Página en Inglés 1348<sup>10</sup>

<sup>9</sup> FACEBOOK. Spring Mobile Solutions Latinoamerica. [en línea]. < <https://www.facebook.com/pages/Spring-Mobile-Solutions-Latinoamerica/673346996076471?fref=nf>> [consultado en 5 de junio de 2015]

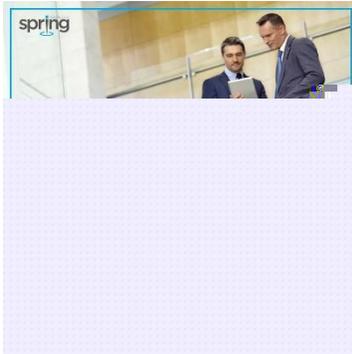
- Número de fans: Página de Brasil: 392<sup>11</sup>
- La url de las páginas de Brasil y en Inglés están optimizadas, pero la de Latinoamérica no.



- Las piezas llevan marcas de Spring y en cada página se publican en el idioma correspondiente.



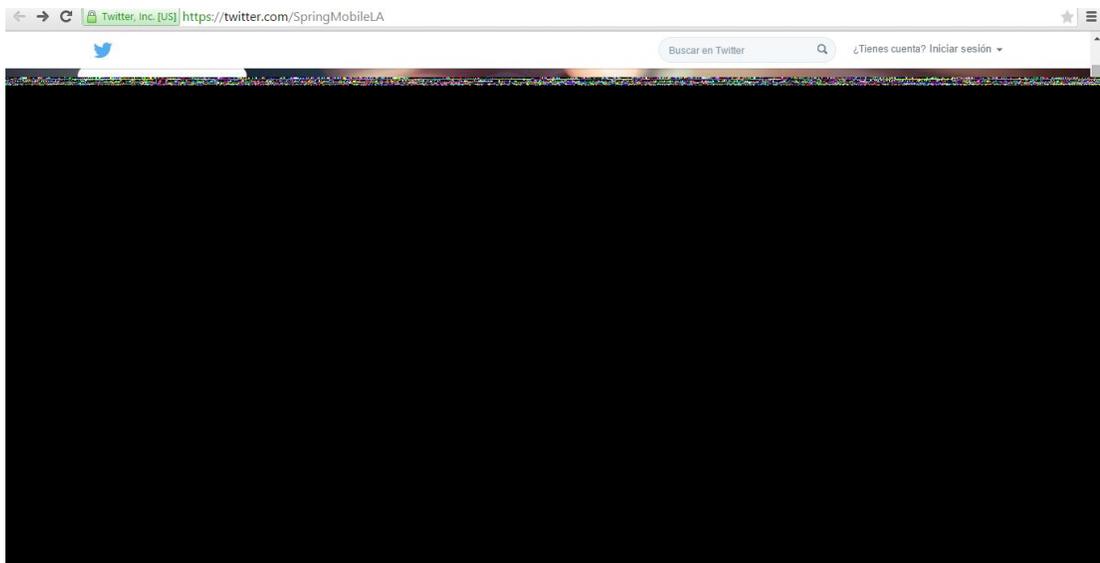
misma pieza se publicó en las tres páginas el 29 de mayo y la única descripción del post, es el hashtag tecnología en el idioma correspondiente a la página.



- Al igual que en el ejemplo anterior, esta pieza está en los 3 idiomas y fue publicada el mismo día en cada página: 25 de mayo de 2015.
- En las tres fan page comparten las fan page de empresas clientes de ellos contando cómo optimizaron procesos con Spring.
- En español el lenguaje es conjugado con usted.

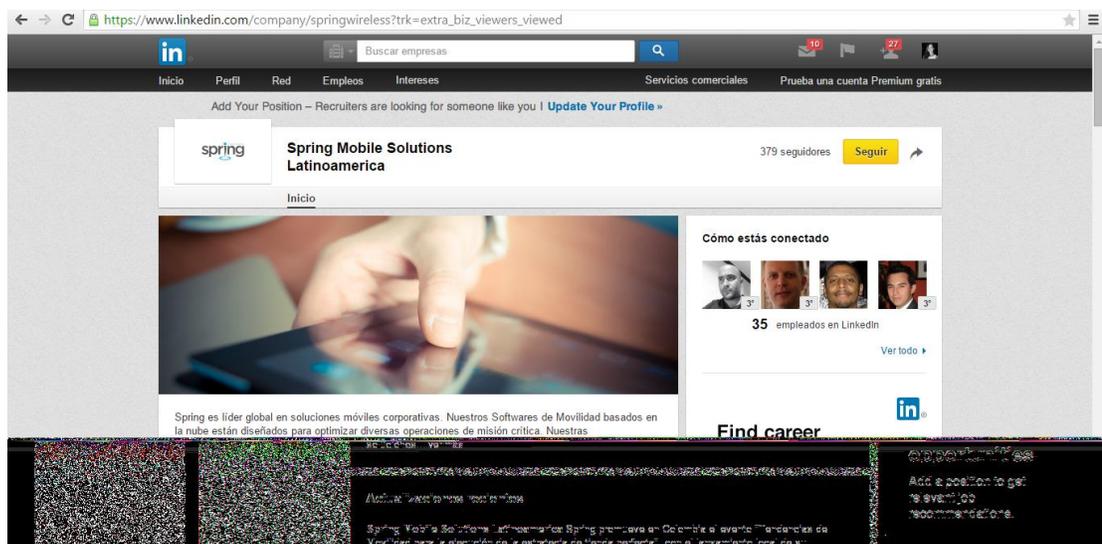
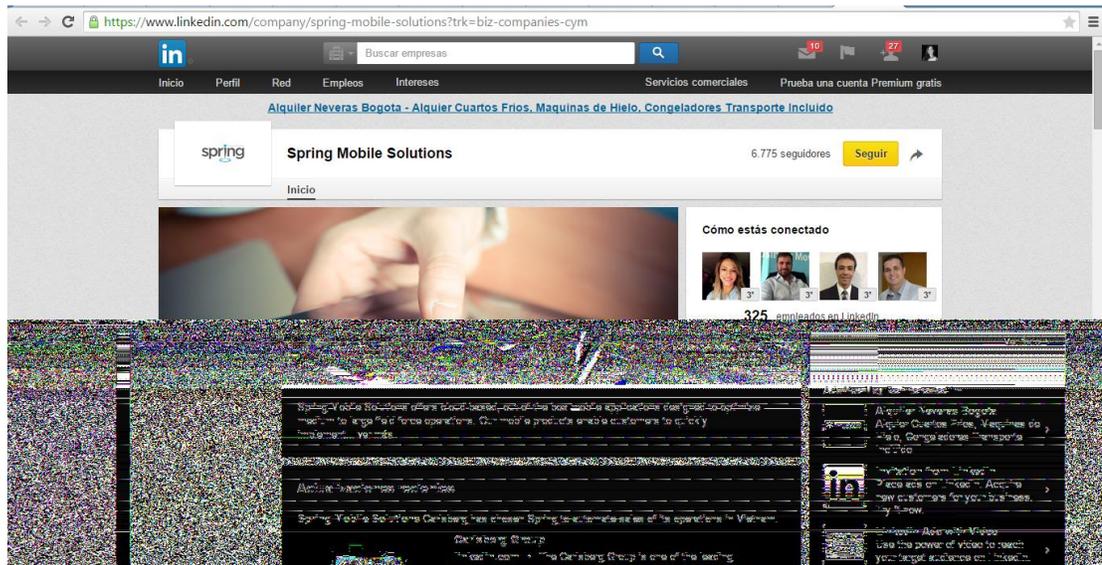
Twitter:

- También tienen tres cuentas y cada una la manejan en el idioma correspondiente.
- En el caso de Latinoamérica tienen 12 seguidores y siguen a 18 cuentas. Tienen 139 post y son los mismos contenidos de Facebook.



LinkedIn:

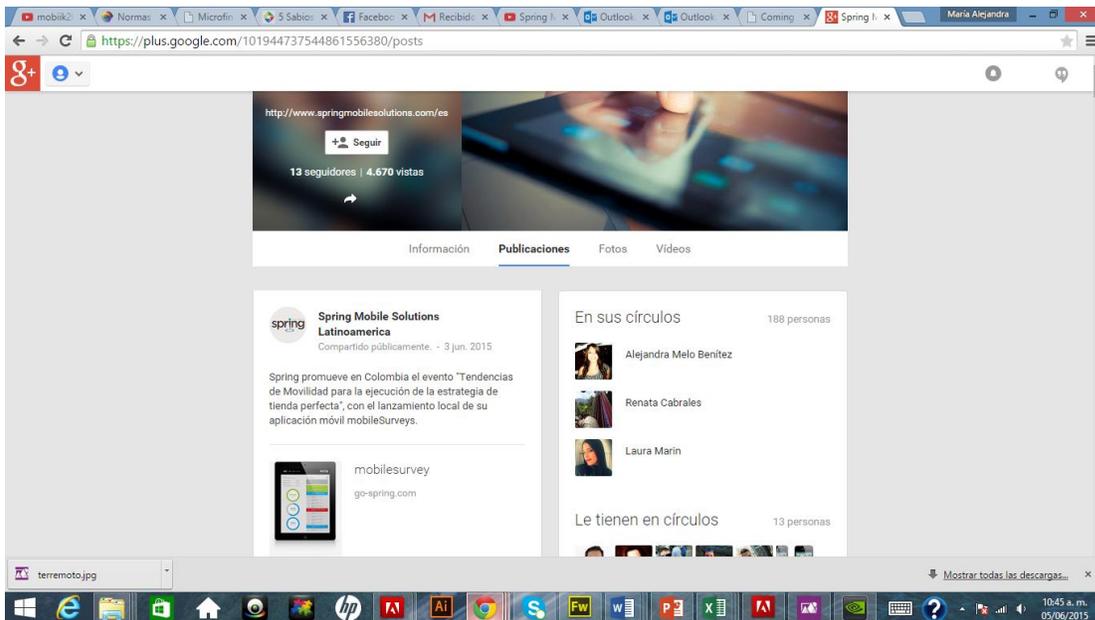
- Al igual que en las otras redes, tienen un perfil para América Latina, uno en Inglés y uno para Brasil.
- Todos los perfiles usan la misma foto de portada, esta es la misma de Facebook y de twitter.
- En el perfil en inglés tienen más de 6700 seguidores y 325 empleados registrados. En Brasil tienen 230 seguidores y 21 empleados registrados. En América Latina, tienen 379 seguidores y 35 empleados registrados.
- Publican diariamente.



- Una de las publicaciones es mostrar un problema que se soluciona con la implementación de las herramientas que venden, ese es el gancho para el lector.
- El sector publicado en LinkedIn es software.

#### Google+:

- Tienen una página para Brasil, una para Latinoamérica y una en inglés.
- Los contenidos son los mismos de Facebook, twitter y LinkedIn
- En Latinoamérica tienen 14 seguidores.

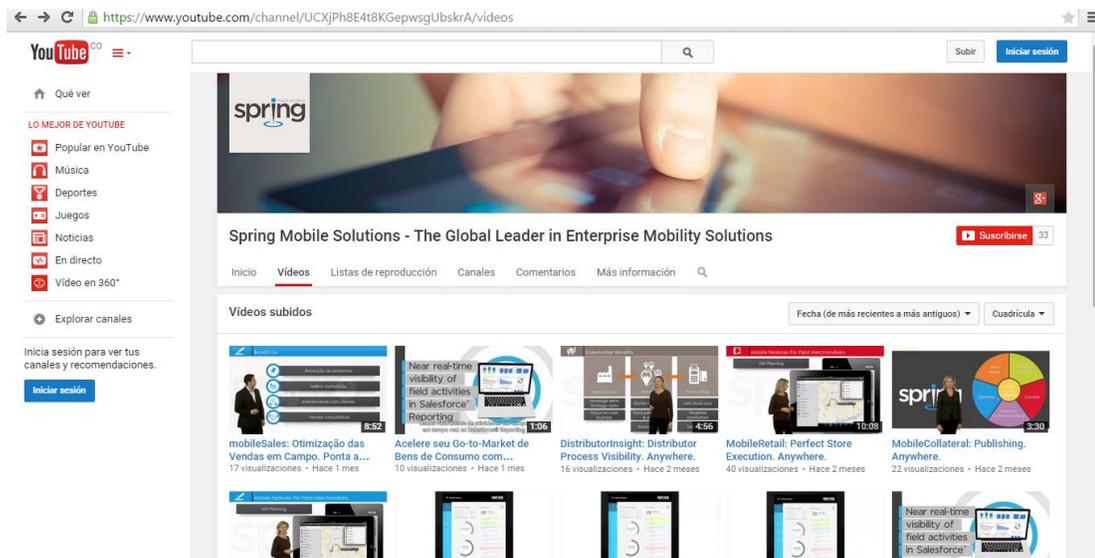


#### Youtube:

- Nombre del canal: Spring Mobile Solutions - The Global Leader in Enterprise Mobility Solutions
- Dirección del canal: <https://www.youtube.com/channel/UCXjPh8E4t8KGepwsgUbskrA>
- Tienen un canal institucional donde publican los vídeos de la empresa en Inglés, Portugués y Español.
- A comienzos del 2015, publicaron el primer video, el tema es sobre Mobile Collateral. Este video fue inicialmente publicado en Portugués. El formato es un presentador frente a una pantalla donde se proyecta la ayuda visual. 4 Meses después se publicó en Inglés. La presentadora esta vez es la gerente de proyectos en Estados Unidos, para la presentación, la ayuda audiovisual se tradujo a inglés<sup>12</sup>.

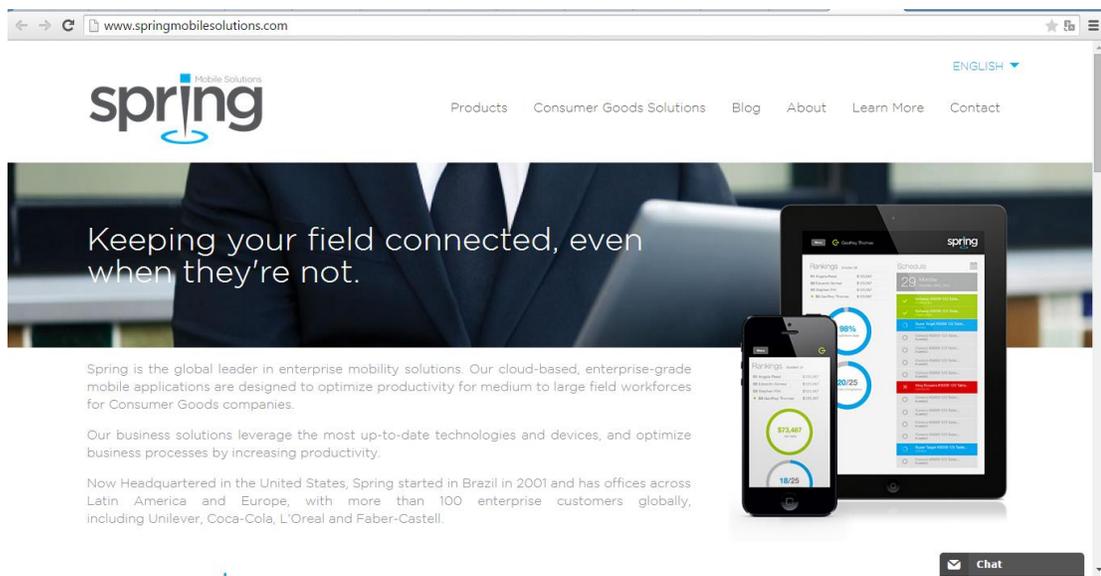
<sup>12</sup> YOUTUBE. SpringMobile Solutions- The Global Leader in Enterprise Mobility Solutions. [en línea]. <<https://www.youtube.com/channel/UCXjPh8E4t8KGepwsgUbskrA>> [consultado en 5 de junio de 2015]

- Spring Mobile Solutions tiene un video institucional animado. La misma animación es usada para tenerlo en los 3 idiomas, los pocos textos que aparecen son en inglés, pero la narración se hace en cada una de las lenguas.
- Los videos sobre productos son los que tienen formato presentador y pantalla. Inicialmente los tienen en portugués e inglés. Tienen un video sobre las ventajas de Spring, pero este tiene los gráficos y la narración en inglés, solo que está subtitolado en español y en portugués.
- A la fecha 5 de junio del 2015, tienen 17 videos publicados.
- Uno de los videos publicados es de una presentación del VP de Spring en un auditorio
- Hay una animación institucional con el logo de Spring, sin embargo no hay protocolo de uso: momento en que se publica, sonido, en qué videos.
- Los colores de Spring están presentes en los videos animados.
- Los presentadores de los videos de productos no tienen un elemento distintivo que los resalte como miembros del equipo de Spring.
- La foto de portada del canal de Youtube es la misma de Facebook.
- Para el 5 de junio de 2015 a las 9:43 am, el video más visto del canal de Youtube de Spring Mobile Solutions es <https://www.youtube.com/watch?v=DgB201MVC8s> que tiene 149 visualizaciones. Los otros videos tienen entre 8 y 69 visualizaciones.
- Para el 5 de junio de 2015, hay 5 videos con presentador en inglés y 2 en portugués. En cada lengua hay un único presentador.
- Son excepción los videos que carecen descripción, así sea de un solo renglón.
- Los videos no tienen likes y los comentarios son de Spring.
- La categoría de los videos es: Gente y blogs.
- Los videos son compartidos en el perfil de google+ de Spring.
- Para el día 5 de junio de 2013, el canal tiene 33 suscritos.

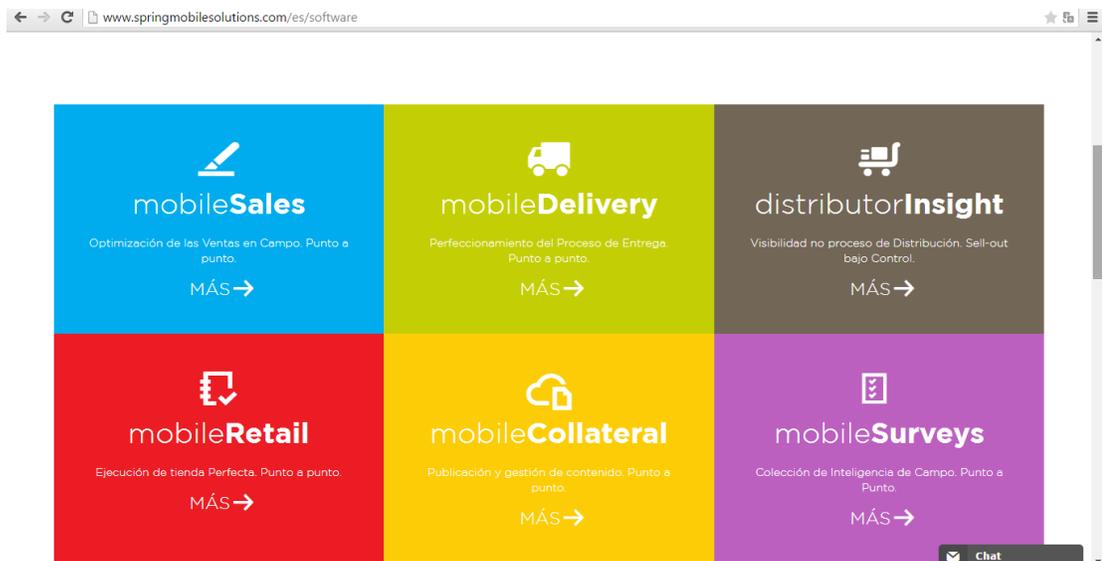


Página Web:

- Está en 3 idiomas y todos los vínculos varían por el idioma
- Tienen chat para contacto directo.
- El blog es poco actualizado, tiene 3 notas, 1 del 2013, una del 2014 y una del 2015.
- El blog solo está en la versión de Inglés.
- Las categorías de producto están definidas.
- Web responsive.
- Vincula a las redes sociales.
- Menú fácil de entender
- En la pestaña de contacto muestran sus múltiples oficinas.
- Velocidad de carga página web: Ordenador 72/100 Móvil 66/100 y experiencia del usuario 98/100 <sup>13</sup>



<sup>13</sup> GOOGLE DEVELOPERS. Page Speed Insights. [en línea] <  
<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=http%3A%2F%2Fwww.springmobilesolutions.com%2F&tab=mobile>> [consultado en 5 de junio de 2015]



## Formiik

[www.formiik.com](http://www.formiik.com)

López Cotilla 727 Col. del Valle, Delegación Benito Juárez, México D.F. C.P.03100  
México +52 55 8500 0305  
carrera 10 No. 97 A-13 Torre B Oficina 202 Bogotá D.C., 110121 Colombia  
Colombia +57 (1) 7426478



Somos una empresa 100% mexicana e innovadora fundada en el 2010.

Formiik es una solución móvil integral en la que hemos puesto todo nuestro esfuerzo y talento. Hemos creado, y nos mantenemos mejorando, una poderosa herramienta que permita a empresas de todo tipo gozar de los beneficios de la tecnología móvil y el cómputo en la Nube a nivel empresarial.

El esquema SaaS (Software como Servicio) nos permite ofrecer nuestra solución móvil a un precio excepcionalmente accesible, permitiendo así que empresas de todos tamaños ganen una ventaja competitiva en materia tecnológica y de movilidad.

Podemos decir con seguridad que nuestros clientes han obtenido resultados favorables más allá de lo esperado. Formiik cuenta actualmente con más de 3,500 usuarios activos que realizan más de 1.5 millones de operaciones mensuales en todo México; y recientemente hemos abierto nuestras oficinas en Colombia para atender al resto de Latinoamérica.

## Tres principales conceptos nos describen

Productividad	Ecología	Excelencia
Buscamos facilitar el trabajo del personal en campo, optimizar procesos y permitir la supervisión efectiva, a fin de que todas las acciones se traduzcan en aumento de productividad en beneficio de nuestros clientes.	Contribuimos en la preservación de nuestro planeta mediante soluciones que consuman menos recursos. Con la implementación de formiik eliminamos el consumo de papel, salvando así la vida de miles de árboles	Un producto excepcional solo puede lograrse con un equipo de trabajo de excelencia. Reunimos a los expertos en arquitectura de software, quienes están dedicados con pasión a ofrecer la mejor solución del mercado.

***“El éxito de nuestros clientes es también nuestro propio éxito”***

### Clientes

Siempre estamos en busca de nuevos clientes, pero nuestra prioridad es mantener una relación duradera con ellos.

#### Sector Microfinanciero



### Productos

Productos/Servicios	Descripción
	<p>Formiik es una aplicación que tiene el objetivo de aumentar la productividad del personal en campo. Las microfinanzas, son nuestra especialidad y gracias a la experiencia en el sector, contamos con una solución integral que permite realizar múltiples operaciones de campo automatizadas a través de la tecnología móvil.</p> <p><b>Captura de Datos:</b> A través de nuestra aplicación móvil (disponible para smartphones y tabletas) su personal en campo será capaz de capturar información en formularios electrónicos que son fácilmente personalizables para cada escenario de negocio.</p> <p><b>Evidencia fotográfica y geoposición:</b> Agregue valor a la información con fotografías, escaneo de documentos y posición geográfica para cada uno de sus</p>

clientes; reduzca el margen de error, incertidumbre en la veracidad de los datos y falta de información.

**Integración Completa:** Le ayudaremos a realizar una conexión sencilla y exitosa con su sistema actual. Formiik cuenta con interfaces de programación de alto desempeño tanto SOAP como REST, para enviar y recibir información desde y hacia cualquier sistema existente.

**Supervisión Remota:** A través de nuestra plataforma web y la aplicación móvil exclusiva para supervisores, tendrá acceso en tiempo real al informe detallado de ubicación, ruta realizada y avance en las tareas asignadas de cada empleado en campo.

**Software como Servicio:** Basado en el Cómputo en la Nube y el Modelo Software as a Service, formiik le ofrece un servicio integral por el que sólo paga por los usuarios que necesita. Sin inversión en infraestructura o personal especializado, ni gastos en mantenimiento, almacenamiento o respaldo; además de actualizaciones y mejoras incluidas de por vida.

Nuestra solución móvil, cubre los principales procesos en microfinanzas:



Los formularios que se utilizan para cada proceso de negocio son personalizables de una manera muy sencilla.

Gracias a nuestra solución web usted puede supervisar en tiempo real todo lo que está sucediendo con su personal en campo.

### Tecnología innovadora y accesible

Solución basada en el cómputo en la nube bajo el esquema de Software como Servicio. Con Formiik únicamente paga por los usuarios que necesita y no requiere de inversión en infraestructura, personal, mantenimiento, almacenamiento o respaldos. Además cuenta con al menos cuatro actualizaciones al año sin ningún costo adicional

- Realizamos más de 4,000 transacciones diarias.
- La seguridad de su información está garantizada a través desde la encriptación de datos y respaldos de seguridad propios de la solución.

A través de nuestra plataforma web y la aplicación móvil, tendrá acceso en tiempo real al informe detallado de ubicación, ruta realizada y avance en las tareas asignadas de cada empleado en campo



### ¿Por qué elegir Formiik?

- Experiencia en el sector de microfinanzas
- Presencia geográfica en América Latina
- Metodología probada para obtener los beneficios de negocio esperados
- Capacidad tecnológica para soportar cualquier proceso de negocio en campo
- Más de 40 clientes en México y América Latina respaldan nuestra experiencia y garantizan los beneficios de Formiik.
- 46.7% de las empresas, encuentran en la tecnología móvil una herramienta fundamental para el control y la gestión del personal de campo. (Estado y Tendencias de la adopción móvil en la Empresa. Estudio Proximate-Netmedia)

### Beneficios de una aplicación móvil de campo

La efectividad de las microfinancieras, va en función de la capacidad de sus asesores en atender un mayor volumen de clientes en menor tiempo. Gracias a la tecnología móvil estos objetivos serán alcanzables en un plazo de tiempo menor.

- Optimización de tiempos y proceso de trabajo.
- Aumento de la productividad entre 50 % y 150%.
- Reducción de tiempos de respuesta a clientes de un 90%.
- Mejora en la atención al cliente.
- Aumento del 40% al 125% de clientes atendidos por asesor.

A nivel institucional, Formiik aparece como la marca comercial de una herramienta de software. Los dueños de Formiik es Dinnovation group, quienes también son dueños de Moviik.

País: México

Sedes: México DF y Bogotá.

Página Web: [www.formiik.com](http://www.formiik.com)

Slogan: Thing big in small devices

Recurso PLUS: Página multimedia <http://formiik.com/microfinanzas/multimedia/>

Presencia en redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn

Indicadores por red:

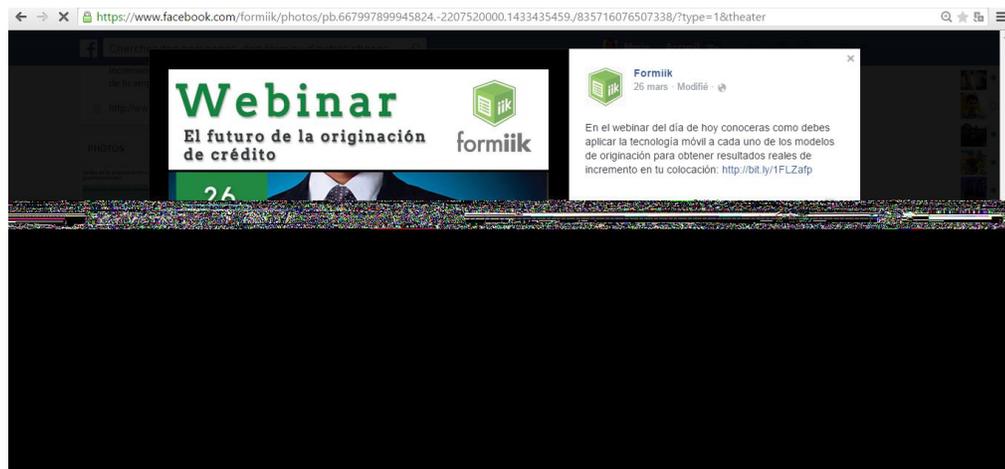
Facebook:

- Dirección de la página: <https://www.facebook.com/formiik?fref=ts>
- 869 Me gusta<sup>14</sup>
- Contenidos compartidos diariamente en días hábiles. Suelen ser apartes de post que tienen en el blog, invitaciones a webinars e infografías que tienen colgadas en una página web de multimedia propia.
- Cover profile de tamaño indicado.

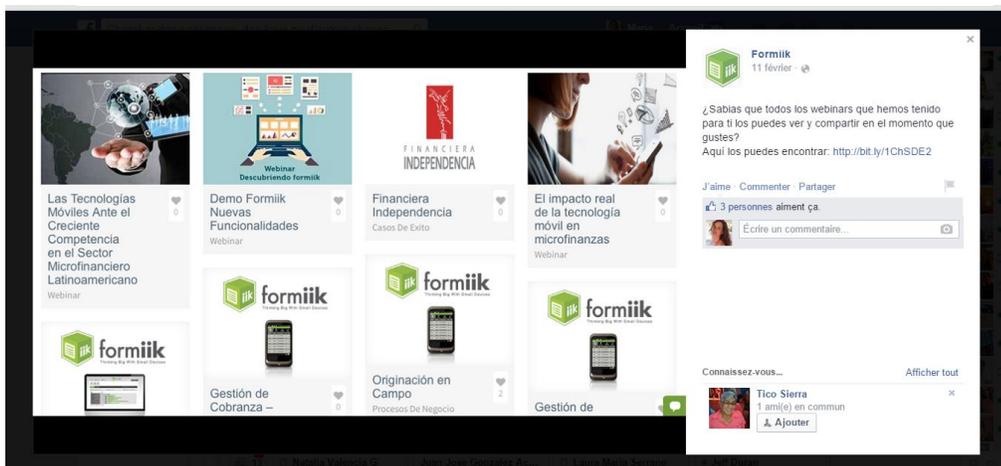
## Screenshots



El 'engagement' de la Fan Page de facebook de Formiik para la fecha de la impresión de pantalla: 4 de Junio 2015, es relativamente baja. Corresponde a un poco más del 1% del público que le ha dado 'like' a la página.



<sup>14</sup> FACEBOOK, Formiik. [en línea]. <https://www.facebook.com/formiik?fref=ts> [consultado en 4 de junio de 2015]

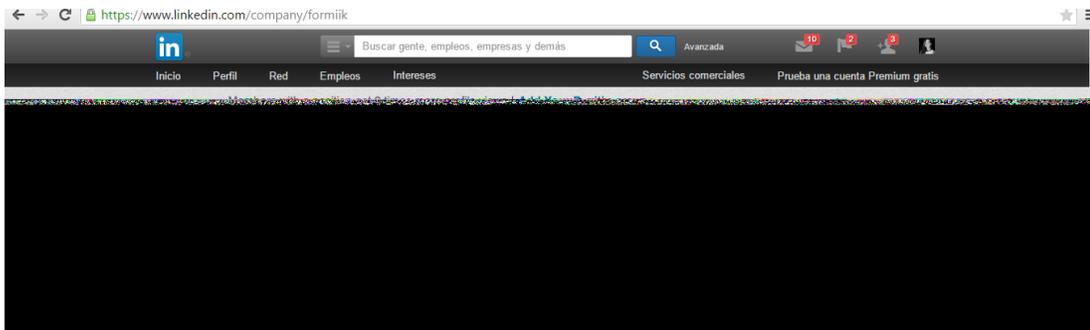


Las publicaciones vinculan a una 'publicación fuente' alojada en la página web de multimedia. Una característica evidente es la creación de imágenes propias para ser compartidas en Facebook.

Los likes de las publicaciones también son pocos respecto al tamaño de la comunidad; oscilan entre 0-3.

#### LinkedIn

- Dirección del perfil: <https://www.linkedin.com/company/formiik>
- Tamaño de la red: 13 empleados. 93 seguidores.
- Contenido: el mismo que se comparte en Facebook



## Twitter

- Dirección del perfil  
<https://twitter.com/search?q=formiik&src=typd&vertical=default&f=users>
- Número de seguidores: 193
- Número de 'siguiendo' 103
- Número de tweets: 1071<sup>15</sup>
- No hay uso de Hashtags propios
- Contenidos: los mismos de Facebook.
- Imágenes de cover y perfil de tamaño adecuado para la red.
- También existe el perfil Formiik Team.

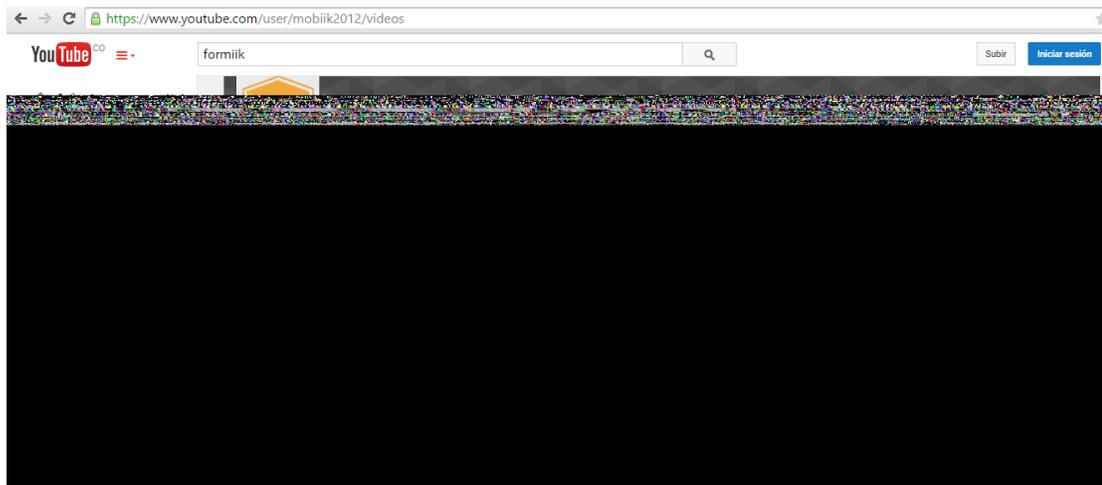
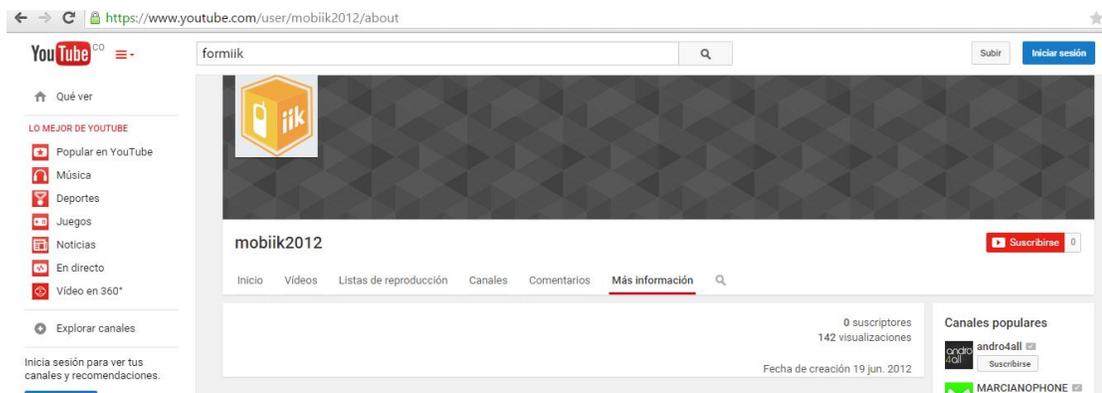


## Youtube:

- No hay un canal institucional de Formiik, pero sí de Moviik y en él tienen 2 videos de Formiik.
- Los videos se llaman Formiikpad y Formiikandroid

<sup>15</sup> TWITTER. Formiik. [en línea] <<https://twitter.com/search?q=formiik&src=typd&vertical=default&f=users>> [consultado en 4 de junio de 2015]

- Los videos tienen 105 (ipad) y 38 (Android) visualizaciones y tienen más de 2 años de estar publicados.
- Los videos tienen el mismo estilo de producción. No tienen narración y tienen música instrumental de fondo. La dinámica es un dispositivo y una mano interactuando con él. Las imágenes son humanas, no dibujadas. Salen textos a los lados hablando sobre las herramientas.
- Dirección de los videos: <https://www.youtube.com/watch?v=ePipcu3fEQQ>  
<https://www.youtube.com/watch?v=PrOCByVjpXM>
- Además de los videos demo, hay un canal en youtube con 4 videos de tipo tutorial operativo de Formiik. Este canal pertenece a uno de los miembros del equipo de trabajo de Formiik.



#### Página web

- La página web de Formiik tiene vinculación a redes sociales.
- En una pestaña, recursos, lleva a la página multimedia.

- En la parte de contacto de una vez filtra los intereses del cliente y para pedir el precio toma los datos.
- Hay una pestaña para hacer Log In, lo que sugiere que hay accesos restringidos para clientes o miembros de la organización.
- Tienen el botón de chat online y cuando no están presentes dejan el mensaje.
- En la plataforma multimedia están los webinars colgados y de acceso directo.
- INDICADORES: Los post no tienen comentarios y los webinars no tienen likes.
- En el Home, la herramienta es montada sobre demos en SmartPhones, pero en contacto y otras páginas, ya se ve montada sobre otros dispositivos.
- El estilo de las infografías es dibujo plano tipo vector.
- El blog es una pestaña de la página web
- Responsive design
- Performance Web: Velocidad en ordenador. 67/100 Velocidad en móvil: 50/100 Experiencia del usuario: 93/100<sup>16</sup>



<sup>16</sup> GOOGLE DEVELOPERS. Page Speed Insights. [en línea] <  
<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?url=formiik.com&tab=mobile>> [consultado en 5 de junio de 2015]

www.formiik

## formiik lo hace más sencillo

Conozca al instante los tiempos y movimientos de todo su personal. Automatice y acelere sus procesos de negocio y reciba en tiempo real los resultados del trabajo en campo. Incremente la productividad en al menos un 60% con un Retorno de Inversión excelente.

[Solicitar demo](#) [Ver videos](#)



**Rastreo geográfico y alertas dinámicas**  
Libre en todo momento a su personal en



**Consulta y captura de datos desde teléfonos, tabletas y web**



**Captura de formularios en campo offline**  
Formiik está pensado para funcionar

[Deja un mensaje](#)

www.formiik.com/precios-formiik/

Thinking Big with Small Devices

Soluciones ▼ Componentes ▼ Características Precios Clientes Recursos ▼ Blog Contacto ▼



Elige tu Nivel formiik

**PYME Con Integración**  
Menos de 50 Usuarios

**Empresarial Con Integración**  
Más de 50 Usuarios

**PYME Sin Integración**  
Menos de 50 Usuarios

Solicite más información sobre nuestros precios, a través de nuestro [formulario de contacto](#).

[Deja un mensaje](#)

www.formiik.com/contacto-formiik/



[Facebook](#)
[Twitter](#)
[LinkedIn](#)
Log in

Soluciones ▼ Componentes ▼ Características Precios Clientes Recursos ▼ Blog Contacto ▼

## Contacto

Si desea recibir más información, solicitar una demo o tiene alguna duda o comentario sobre formiik o este sitio, complete el formulario y envíenos un mensaje. A la brevedad posible uno de nuestros representantes se pondrá en contacto con usted.

Empresa\*

Nombre\*

[Deja un mensaje](#)



### Página Multimedia

- Tiene el mismo dominio de Formiik.
- Es donde cuelgan el contenido que promocionan en redes sociales.
- El fondo de la plantilla es diferente al de la web, pero manejan un estilo similar
- Indicadores de optimización con altos rangos
- Incluyen testimonio de clientes.
- El modelo es página única de extensión larga.
- En prensa está una entrevista hecha al gerente de Formiik.



A través de nuestra aplicación y un dispositivo móvil, tablet o smartphone, sus empleados en campo contarán con una poderosa herramienta para agilizar los procesos clave en microfinanzas.

 <p><b>Originación</b></p> <p>Disminuya los tiempos de respuesta en sus procesos, al recibir las solicitudes y anexos en tiempo real desde campo.</p>	 <p><b>Verificación</b></p> <p>Asegure una visita real con evidencia de ubicación geográfica y la posibilidad de agregar material fotográfico o documentos.</p>	 <p><b>Cobranza</b></p> <p>Proporcione al gestor de cobranza el historial de cada cliente y toda la información que requiera en la palma de su mano.</p>	 <p><b>Consultas</b></p> <p>Aproveche su enlace al Buró de Crédito o Central de Riesgos, realizando consultas y recibiendo el resultado desde cualquier lugar.</p>
--	--	---	---

Resultados



Resultados



## **5. Estrategia de marketing (actualizar) y doc aparte de mercadeo y participación eventos**

Las estrategias de marketing que se llevaran a cabo para alcanzar determinados los objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado, se formulan continuación de acuerdo al análisis del mercado objetivo y la competencia.

Estas se dividieron en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio:

- Estrategias para el producto
- Estrategias para la distribución
- Estrategias para la promoción
- Estrategias para la comunicación

### **5.1. Estrategia de distribución**

Las estrategias de distribución que se usaran para llegar al mercado potencial inicialmente será la venta directa, realizando un levantamiento de requerimientos con el cliente teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Identificar y aclarar las necesidades del cliente.
- Las Preocupaciones del Cliente cambian todo el tiempo.
- Identificar el alcance de inversión del cliente.

Se deberá contar con información suficiente de posibles empresas interesadas en la adquisición de las soluciones, adicionalmente se deberán tener claros los procedimientos para guiar al cliente a una decisión de compra y ejecución de proyecto satisfactoria y sin traumatismos para ninguna de las dos partes dentro de los tiempos pactados y presupuestos asignados por cada uno de los participantes del proyecto.

### **5.2. Estrategia de servicio**

Para brindar garantía y un óptimo servicio a los clientes potenciales tendremos los siguientes elementos:

- Consultores especializados en cada una de las posibles herramientas, lenguajes, alternativas de soluciones para cada sector el que nos enfocamos.
- Contar con estándares de calidad y cumplimiento ofreciendo las mejores tecnologías, el trabajo eficiente del equipo de desarrollo con cada uno de los clientes mejorando desempeño, aumentando el mercado potencial y la opción de recompra en los clientes.
- Definir un esquema de cultura empresarial transmitiendo conocimiento y seguridad al cliente en las soluciones de software planteadas.

### 5.3. Estrategia de Promoción

Dentro de las estrategias contempladas para la promoción de los productos son:

- Posicionar la Empresa participando en eventos de desarrollo de software como ruedas de negocios, ferias de empresas, entre otros.
- Posicionamiento en buscadores web, redes sociales, medios en los cuales se brinden soluciones de software.
- Establecer alianzas estratégicas con clientes reconocidos por aplicaciones importantes y estables que manejen altos niveles de información.
- Elaboración de un brochure que muestre las ventajas competitivas que tendrán los clientes al tener nuestros servicios.
- Mercadeo directo, contactar y visitar a los clientes para promocionar y posicionar el nombre de la empresa.

### 5.4. Estrategia de comunicación

Dichas estrategias de comunicación serán a través de:

- Participación en Eventos del Sector. (Asobancaria, Clab)
- Publicidad en Revistas del Sector. (Revista Cooperante)
- Partners estratégicos: Consultores del sector Finanzas, distribuidores de Software Financiero, entidades afines con los productos.
- Contacto directo con los clientes, charlas, exposiciones, demostraciones y pruebas de concepto.

## IV. Productos y Servicios

### 6. **Detalle del producto o servicio**

Más que un portafolio de productos, nuestras soluciones financieras están dirigidas a cubrir las necesidades y operaciones relacionadas con el crédito y ahorro, teniendo en cuenta una particularidad propia como *Administración comercial*

## Nuestros productos



### Smart Road

Para generar microcréditos en exteriores por medio de dispositivos móviles inteligentes.



### Mobile Branch

Herramienta para el recaudo de dinero y expansión de la atención en exteriores por medio de dispositivos móviles inteligentes.



### Data Bus

Habilita la conectividad y la transformación en entornos de TI heterogéneos.

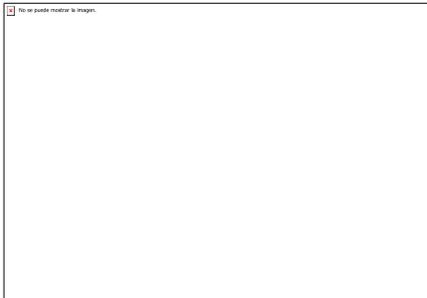


### Central Research

Para filtrar la información relevante proveniente de centrales de riesgo agilizando la consulta de contenidos específicos y de mayor utilidad.

- **SMART ROAD**

Es un software periférico instalado en dispositivos móviles y permite la generación de microcréditos en campo. Smart Road es una herramienta flexible y los flujos del proceso para la generación de los créditos se adaptan perfectamente a cada entidad.



Con Smart Road su equipo de asesores puede hacer gestión desde la recolección de información de los asociados o clientes y adicional, llevar un seguimiento detallado de la cartera. Los coordinadores pueden hacer monitores y control de la gestión comercial desde el perfil de administrado donde acceden a reportes personalizados.

- **MOBILE BRANCH**

Diseñado para que su institución haga presencia en cualquier lugar y pueda ofrecer diferentes servicios a sus asociados o clientes sin necesidad de una sucursal física.

Con Mobile Branch puede hacer todas estas operaciones en exteriores: consulta de saldos de productos, consignaciones, servicio de retiro, pago de cuotas de ahorro o crédito, servicios de transferencia, consultas de movimientos y apertura de nuevos productos de captación.



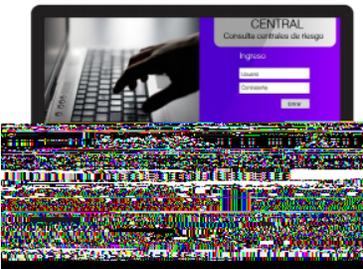
¿Qué es el Mobile Branch?

Mobil Branch es una herramienta que permite ofrecerle al Asociado o Potencial Cliente, los servicios que podría encontrar en una de las sedes de la organización, en el exterior, mediante dispositivos móviles inteligentes, y con esto mejorar la efectividad de ventas, proporcionar un mejor servicio al cliente, y crear relaciones rentables con ellos.

*Para mejorar la efectividad de ventas y proporcionar un mejor servicio al cliente*

- **CENTRAL RESEARCH**

Es un agente inteligente de consulta de Centrales de Riesgo que permite optimizar la información extraída de los principales buró de crédito y el core bancario de la entidad, generando un reporte consolidado con información más precisa acerca del cliente que quiere acceder al crédito.



Además de organizar la información, guarda un histórico lo que evita pagos innecesarios de consulta y riesgos operativos de manejo de la información.

- **BUS DE INTEGRACIÓN**

Es una plataforma que facilita la comunicación de diferentes aplicaciones, ya sean de la misma organización, o ajenas a ella; usando conectores.

Este ESB (Enterprise Service Bus, llamado comúnmente Bus de integración) representa un conector entre aplicaciones empresariales permitiendo comunicación de datos entre diferentes lenguajes de programación.

Data Bus ha sido concebido para funcionar con todos los sistemas y procesos que las organizaciones tienen en la actualidad o que puedan agregar en el futuro.

Es perfectamente integrable con los conectores que se muestran a continuación:



Esta herramienta permite gestionar las necesidades inmediatas de los proyectos con la máxima productividad y el mínimo costo y adaptarse rápidamente para abordar otros proyectos.

## 6.1. Beneficios específicos del producto o servicio y habilidad de satisfacer las necesidades de los consumidores

### Beneficios:



- Administración detallada de todas las actividades de su equipo de trabajo.
- Libertad de operación en exteriores mediante el uso de dispositivos móviles inteligentes.
- Envío de la información en tiempo real, convirtiendo las etapas del proceso que anteriormente tardaban días, en tan solo horas.
- Integración con su sistema central de información.
- Operación en la nube (No requiere adquirir servidores ni infraestructura especial).

### Beneficios:



- Libertad de operación en exteriores mediante dispositivos móviles inteligentes.
- Aceleración de las actividades de atención a sus clientes
- Manejo de las operaciones de forma segura y bajo estándares de calidad certificados.

## 6.2. Ventajas competitivas del producto

	<p><b>CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El proceso puede ser diferente a cada institución donde el Software se adapta según la necesidad.</li> <li>• Captura información en sitio por medio de dispositivos móviles, teniendo una comunicación directa con el Core Bancario y realizando las gestiones en tiempo real de manera efectiva y tecnificada.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smart road permite la parametrización de módulos dependiendo a los roles que se conciben dentro del flujo, permitiendo así la asignación de tareas de acuerdo a la jerarquía estipulada en el proceso.</li> <li>• Reducción en el número de errores en el proceso comercial gracias a la automatización de cálculos y procesos.</li> </ul> <p><b>VENTAJAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No necesita conexión a internet para guardar los datos introducidos en los formularios, ya que almacena dicha información temporalmente en el dispositivo y cuando se encuentre conectado a la red de internet envía la información.</li> <li>• Su programación es segura y flexible.</li> </ul>
	<p><b>CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:</b></p> <p>Esta herramienta facilita la captación de dinero para la entidad y permite llegar a los usuarios sin hacer que estos se desplacen, permitiendo penetración en el mercado por medio de sucursales móviles.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seguridad</b> El validador transaccional se soporta por medio de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tokens de seguridad por tiempo. Ejem. Ingreso de contraseña cada 5 minutos</li> <li>- Restricción de uso en horarios asignados. Ejem. Lunes a viernes de 8am a 6pm</li> <li>- Ingreso a la aplicación con usuario.</li> <li>- Registro de Dispositivos.</li> </ul> </li> <li>• <b>Servicios</b> Operaciones principales (parametrizables dependiendo el Core Financiero)</li> </ul> <p>Servicios para el asociado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pago de cuotas de ahorro – crédito</li> <li>- Servicios de consignación</li> <li>- Servicios de transferencia</li> <li>- Apertura de productos de captación</li> <li>- Consulta de saldos y productos</li> <li>- Servicio de retiro</li> <li>- Consulta de movimientos (extracto)</li> </ul> <p>Servicios para la agencia</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integración con el Core Bancario</li> <li>- Elaboración de rutas (Rutero)</li> <li>- Servicio de impresión de soportes</li> <li>- Reporte de transacciones</li> </ul> <p><b>VENTAJAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollado para funcionar en los principales dispositivos móviles (BlackBerry, Android).</li> <li>• Operación en la nube (No requiere adquirir servidores ni infraestructura especial).</li> <li>• Modelo de pago bajo la modalidad de arriendo mensual de la herramienta (SaaS).</li> <li>• Integración con su sistema central de información.</li> </ul>				
	<p><b>CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seguro</b> En el área de seguridad la plataforma de servicios se soporta en roles organizacionales que mapean la estructura de la empresa. A estos roles se les concede derechos sobre recursos, limitando el acceso para los usuarios que no pertenecen al mismo rol y permitiendo el control sobre las acciones de los mismos.</li> </ul> <div data-bbox="789 1094 1295 1241" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p style="text-align: center; color: #00a0e3; margin: 0;"><b>PROTOCOLOS DE SEGURIDAD</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin: 2px auto; width: 80%;">Protocolo API</div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 2px auto;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Password</td> <td style="padding: 2px;">Hmac</td> <td style="padding: 2px;">Token</td> <td style="padding: 2px;">SpplyId</td> </tr> </table> </div> <p>Data Bus se encuentra programada en un lenguaje propio de Shareppy, llamado BLUE, esto garantiza que la plataforma sea más segura y menos vulnerable a los ataques cibernéticos, en adición permite agilizar los procesos de programación y atender con mayor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Integración Sencilla y Confiable</b> La Plataforma soporta los protocolos de comunicación HTTP, HTTPS a través de la Arquitectura REST. El uso de esta arquitectura es altamente escalable, ligera y sencilla, la cual es usada por empresas como:</li> </ul> <div data-bbox="818 1682 1263 1787" style="text-align: center; margin: 10px auto;">  </div> <p>Es posible integrar esta plataforma con cualquier fuente de datos.</p>	Password	Hmac	Token	SpplyId
Password	Hmac	Token	SpplyId		



- **Optimiza la transferencia de datos**

Para organizar y crear servicios, la Plataforma utiliza un poderoso sistema de Fórmulas usado en el sector financiero para crear o invocar servicios tales como:



- **Auditable**

Como medio de registro de la información para su auditoría, cada mensaje es guardado en el Log de la plataforma con detalles y marcas de tipo:



**VENTAJAS:**

La utilización de esta plataforma para la comunicación de datos es de gran ayuda para las entidades ya que se encuentra diseñada para brindar un soporte completo. Algunas de las ventajas son:

- La transferencia de datos se realiza de una forma segura, evitando que la información de la entidad sea vulnerada.
- Ahorra tiempo y dinero ya que evita el desgaste del desarrollo interno, permitiendo gestionar las necesidades inmediatas que posee la entidad.
- Es auditable permitiendo a la entidad llevar el control de los flujos de información.
- Integrable con casi cualquier tipo de plataforma.



**CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:**

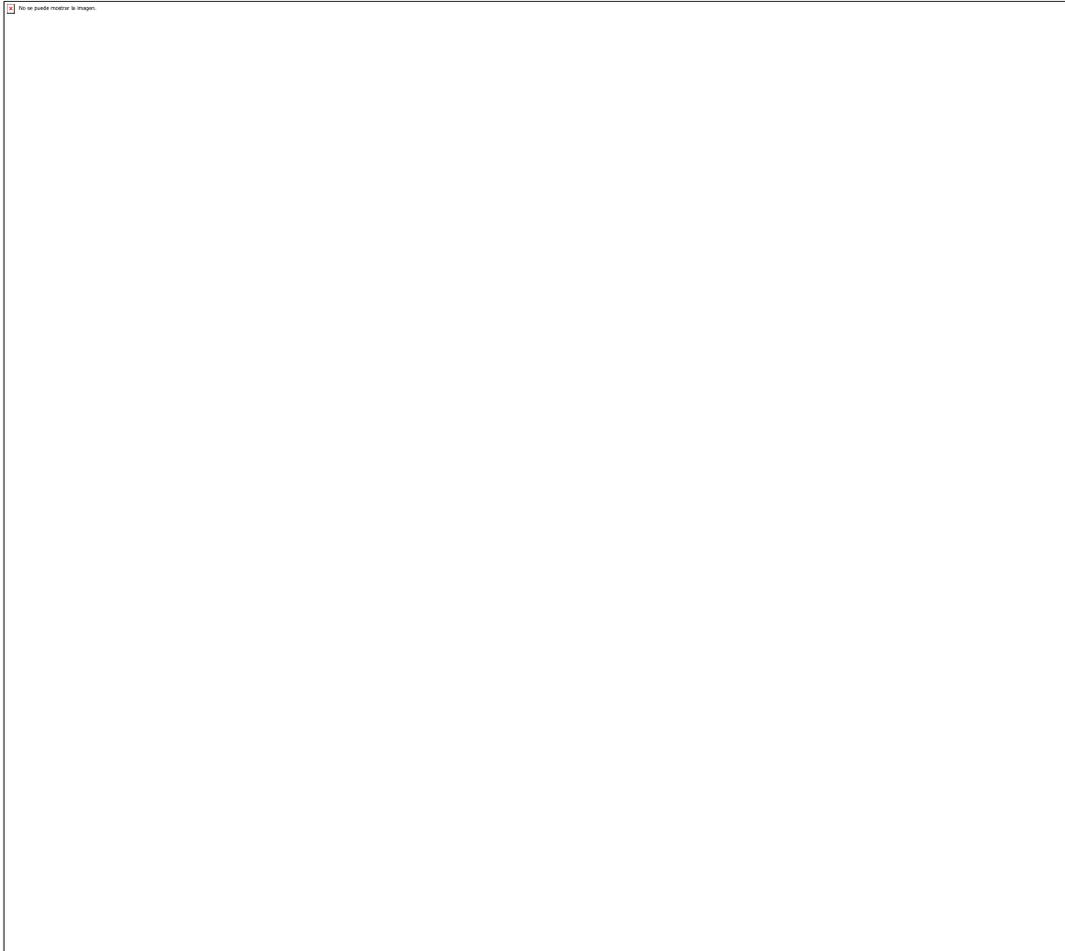
- **Almacena la información** previamente suministrada por CIFIN y Data Crédito por un tiempo definido y puede utilizarla nuevamente sin costo, puesto que una vez realizada la consulta el aplicativo la guarda, optimizando las consultas realizadas a un mismo cliente, permitiendo el análisis de la información de forma sistematizada al tenerla en una base

	<p>de datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estandariza procesos</b>, por medio de filtros inteligentes es posible definir consultas específicas, es decir por medio de unos parámetros se puede estandarizar la obtención de las consultas permitiendo el control y la administración de las mismas.</li> <li>• <b>Se Integra con el Core de la entidad</b>, permitiendo extraer información relevante como el perfil del cliente y las condiciones de otorgamiento del crédito, facilitando la creación de Scores propios de la entidad y permitiendo la aplicación automática de políticas de crédito internas.</li> <li>•</li> </ul> <p><b>VENTAJAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inteligente:</b> es posible definir filtros inteligentes para la consulta y extraer en un solo reporte todas las consultas que requiera el usuario, sin tener que realizarlas de forma manual.</li> <li>• <b>Seguro:</b> es posible asignar permisos por usuario. No se puede extraer cualquier tipo de información. Posee un control de seguridad por medio de Pin.</li> <li>• <b>Evita fraudes</b> en las consultas realizadas, ya que la información que genera es confidencial y solo es posible extraerla con autorización en el perfil del usuario, evitando posibles alteraciones de la misma.</li> <li>• <b>Eficiente:</b> el aplicativo almacena consultas por medio de históricos, que al volver a ser consultados no generan costos adicionales a la entidad.</li> <li>• <b>Rápido:</b> posee una opción de consulta rápida que no requiere tanta información, agilizando procesos.</li> <li>• <b>Agrupar la información</b> proveniente de DATACRÉDITO y CIFIN en un solo lugar.</li> <li>• <b>Permite generar reportes de consolidación</b> para realizar gestión interna para la toma de decisiones.</li> <li>• <b>Integrable con el Core Financiero de la empresa.</b> Posibilita la creación de Scores propios y aplicación automática de políticas de crédito internas.</li> <li>• <b>Conciencia Ambientalista</b>, es posible la impresión de la información sólo cuando se considere verdaderamente necesario.</li> </ul>
--	--

### 6.3. Patentes o copyright existentes o pendientes

En Shareppy los productos y servicios que se ofrecen no clasifican para ser patentados, pero si para registro de derechos de autor.

Nuestro Producto Smart Road recientemente obtuvo el certificado sobre la propiedad intelectual del software convirtiéndose en un activo importante de la compañía. De igual forma se encuentra en trámite el registro de la marca del mismo producto.



## VI. Organización y Propiedad

## **7. Lineamientos Estratégicos**

### **7.1. Nuestra Empresa**

Shareppy es un estudio de desarrollo de aplicaciones tecnológicas que cuenta con un selecto grupo interdisciplinario altamente creativo, capacitado y a la vanguardia del medio, que desarrolla bajo los estándares de calidad mundial, productos diseñados bajo la filosofía de Ser un buen compañero de trabajo con características simples, amigables, agradables y usables, todo esto para el verdadero usuario, el humano.

La empresa consiste en crear herramientas tecnológicas para que las personas y los negocios se beneficien de las aplicaciones que necesiten, para que hagan mejor lo que ya saben hacer.

### **7.2. Misión**

Construir herramientas tecnológicas especializadas para el sector Financiero, que ofrezcan una nueva y mejor experiencia de uso, para las empresas y las personas que acceden a estos servicios.

### **7.3. Visión**

Vamos a virtualizar las operaciones financieras de las personas, a través de productos tecnológicos innovadores y una cadena segura y fluida de operación.

### **7.4. Nuestros Principios**

- Innovar; “No matarás una nueva idea de producto”.
- Respetar la iniciativa individual y el crecimiento personal.
- Tolerar las equivocaciones cometidas de buena fe.
- Comer, respirar y soñar el mundo de la tecnología.
- Mejorar la calidad de vida por medio de tecnología e innovación.
- Compartir con nuestro personal el éxito de la empresa.
- Generar utilidades que provengan de un trabajo que beneficie a la humanidad.
- Aprovechar “el poder creativo latente que hay dentro de nosotros”.
- Elevar la cultura Colombiana y la posición nacional.

### **7.5. Nuestra Estrategia**

*“Sacar nuevos y mejores productos especializados todos los años como fuente primaria de crecimiento”*

### **7.6. Objetivos estratégicos**

- Maximizar el valor de la empresa

- Posicionar la imagen de la compañía
- Mejorar constantemente la Plataforma Tecnológica Shareppy
- Innovar Desarrollando Productos Especializados
- Desarrollar un ambiente productivo y amigable de trabajo

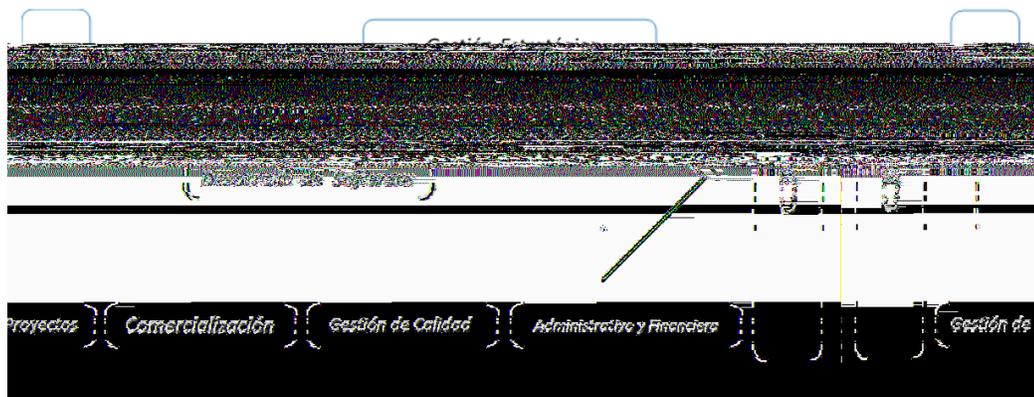
## 7.7. Política de calidad

Shareppy es una empresa dedicada a crear herramientas tecnológicas especializadas para el sector Financiero, comprometida a:

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- El cumplimiento de los requisitos legales.
- En general al mejoramiento continuo.

## 7.8 Mapa de Procesos

GRAFICO 14. MAPA DE PROCESOS SHAREPPY



FUENTE: Elaboración propia

## 7.9 Estructura Organizacional

GRAFICO 15. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL SHAREPPY



FUENTE: Elaboración propia

Datos de contacto

**DANIEL ENRIQUE HOYOS GRANADOS**

Cel: 300 578 6486

(7) 695 3757

[danielhoyos@shareppy.com](mailto:danielhoyos@shareppy.com)

Shareppy S.A.S.

**HELI FERNANDO JEREZ RINCÓN**

Cel: 317 390 1987

[fernandojerez@shareppy.com](mailto:fernandojerez@shareppy.com)

Shareppy S.A.S.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Daniel Hoyos Frank Pava	Daniel Hoyos	Daniel Hoyos

**shareppy**

Carrera 31 # 51 – 74

Edificio Torre Mardel, Ofi. 602

(7) 695 3757

[info@shareppy.com](mailto:info@shareppy.com)

[www.shareppy.com](http://www.shareppy.com)

Bucaramanga – Santander

Colombia

CONTROL DE CAMBIOS		
VERSIÓN	FECHA APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN CAMBIOS REALIZADOS
1.0	Agosto de 2014	Creación del documento

<b>2.0</b>	<b>Marzo de 2016</b>	<b>Actualización del documento</b> Misión-Visión- Mapa de procesos-Estructura Organizacional
------------	----------------------	---