

PLAN DE MARKETING DIGITAL EMPRESA MUNDIAL DE COBRANZAS SAS

Estudiantes: Carolina Cely Rojas

Karen Viviana Gordillo

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES ECCI

FACULTAD DE LENGUAS MODERNAS

Bogotá

2014

# PLAN DE MARKETING DIGITAL EMPRESA MUNDIAL DE COBRANZAS SAS

Estudiantes: Carolina Cely Rojas

Karen Viviana Gordillo

Plan de Marketing Digital para optar por el Título de Técnico Profesional en  
Lenguas Modernas

Docente: Franklin Arciniegas Ovalle

Licenciado en Español y Filología Clásica

Mg en Historia y Ciencias de la antigüedad

Universidad autónoma de Madrid-Universidad complutense de Madrid

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES ECCI

FACULTAD DE LENGUAS MODERNAS

Bogotá

2014

## PÁGINA DE ACEPTACIÓN

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, Julio de 2014

## CONTENIDO

1 RESUMEN EJECUTIVO.....	6
2. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL .....	7
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA .....	7
2.1.1 ENTORNO GENERAL. ....	8
2.1.1.1 ENTORNO ECONÓMICO. ....	8
2.1.1.2 ENTORNO SOCIO-DEMOGRÁFICO. ....	9
2.1.1.3 ENTORNO POLÍTICO – JURÍDICO .....	9
2.1.1.4 ENTORNO ECOLÓGICO .....	10
2.1.1.5 ENTORNO TECNOLÓGICO. ....	10
2.1.2 ENTORNO ESPECÍFICO.....	111
2.1.2.1 MERCADO (naturaleza y estructura).....	11
2.1.2.2 CLIENTES.....	11
2.1.2.3 COMPETIDORES. ....	11
2.1.2.4 PROVEEDORES.....	12
2.2. ANÁLISIS SITUACIÓN INTERNA. ....	12
TABLA 1 ANÁLISIS MATRIZ DOFA. ....	12
3 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN .....	13
4 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS .....	144
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	144
5. DEFINICION DE LAS ESTRATEGIAS.....	14
TABLA 2 PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL. ....	155
6. PLAN DE CONTROL.....	15-16
7. PLAN DE ACCIÓN (CRONOGRAMA) .....	166-17
8. BIBLIOGRAFIA.....	18
9. ANEXOS.....	19-22

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. ANÁLISIS MATRIZ DOFA.....12  
Tabla 2. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL..... 15  
Tabla 3.PLAN DE CONTROL MARKETING DIGITAL.....155-16  
Tabla 4. CRONOGRAMA ..... 16-17

## 1 RESUMEN EJECUTIVO.

Mundial de Cobranzas SAS, está ubicada en la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero dirección calle 67 No. 7 - 35 Torre C-Piso 5°. Es una empresa especialista en compra, administración, gestión y recaudo de cartera con cobertura a nivel nacional. Ofrece servicios como, cobranza de cartera con mora de menos de 90 días, cobranza pre-jurídica, jurídica y asesorías para clientes y empresas, es líder en el mercado por su buena gestión y agilidad en la recuperación de cartera a nivel nacional.

La idea del plan de negocios planteada y desarrollada por las estudiantes Karen Viviana Gordillo y Carolina Cely Rojas, para la empresa Mundial de Cobranzas SAS, está orientada a incursionar en el mercado de Marketing Digital, por medio del cual se busca incrementar el portafolio de clientes de la empresa, y se optimizaran los diferentes recursos tecnológicos.

Uno de los objetivos principales es poder interactuar de manera dinámica, amable, eficiente y eficaz, dando a conocer los servicios que tiene la empresa, por esto el perfil de la empresa estará en las redes sociales de Twitter y LinkedIn, redes que permitirán una rápida afluencia de clientes y empresas que requieran recuperación de cartera.

El sitio web denominado LinkedIn es una red social orientada principalmente a negocios, que permite a través de su interface hacer un perfil profesional que facilita las conexiones y/o relaciones directas que contribuyen a generar diferentes oportunidades laborales o de negocios.

Los usuarios pueden subir su currículum vitae o diseñar su propio perfil con el fin de mostrar experiencias de trabajo y habilidades profesionales.

Por su parte Twitter es una red que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. El uso de estas herramientas tecnológicas digitales permite explorar un nuevo mercado donde el internet y los nuevos avances tecnológicos facilitan la interacción entre cliente y empresa, además brindan un canal rápido y fácil para acceder y dar solución a cualquier requerimiento que presenten los clientes.

## 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El mercado colombiano ha evolucionado durante la última década, y su crecimiento ha generado un alto interés en los inversionistas extranjeros, no en vano es la cuarta economía más grande en América Latina.

En los sectores de industria y comercio se evidencio la necesidad de tener un interlocutor que dinamizará la relación entre cliente, empresa, gobierno y entes de control, por esta razón surgen empresas dedicadas a la recuperación de cartera y cobranza en el país.

Mundial de Cobranzas SAS identificada con Nit 830012027-1 constituida mediante E.P.No 2.947 el 07 de diciembre de 1995 en la notaría 50 de Bogotá, especialista en compra, administración, gestión y recaudo de cartera con cobertura a nivel nacional. Es una empresa líder que se destaca por la buena gestión y la agilidad en la recuperación de cartera a nivel nacional.

Actualmente la empresa ofrece servicios como compra de cartera, cobranza normal que es la cartera con mora de menos de 90 días, cobranza pre-jurídica, jurídica y asesorías que el cliente o una empresa requiera.

### 2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA

En Colombia, desde hace años se está realizando la labor de Cobranzas, muy recordada por los deudores; debido a que cuando hablan de cobranzas inmediatamente viene a la mente la imagen del “chepito” persona que cobraba puerta a puerta con un folder debajo de su brazo, pero hoy en día esta labor ha evolucionado

Ahora son tantos los usuarios con ‘cuentas por pagar’ que las casas de cobro se han especializado en el outsourcing de cartera o de cobranza, con el objetivo de recuperar esos dineros, y son organizaciones que disponen de plataformas tecnológicas, lo que les permite ofrecer un servicio oportuno y efectivo para los clientes que las contratan, con personal capacitado para efectuar esta labor siempre con respeto al deudor.<sup>1</sup>

Es por esta razón que actualmente muchas compañías acuden a estas firmas ya sea para vender o para descongestionar la cartera morosa que tienen, aunque la

---

<sup>1</sup> PORTAFOLIO.CO. Un negocio que vive de recaudar cartera morosa.[en línea] (Junio 28 de 2011).Disponible en <<http://www.portafolio.co/negocios/un-negocio-que-vive-recaudar-cartera->> Consultado 03 de julio de 2014.

economía colombiana se mantiene estable, como dice el informe del Director Mauricio Perfetti del Corral del Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. Todos los componentes del PIB en cuanto a la demanda presentaron variación positiva: 16.9% en la formación bruta del capital ,6.9% en las exportaciones y 5.6% en el consumo final. Comparadas con el primer trimestre del 2013.<sup>2</sup>

No obstante existe una tendencia constante en la sociedad colombiana con respecto a asumir créditos sin tener en cuenta su poder adquisitivo y capacidad de pago, pues esto se ve reflejado en las altas tasas de deudores morosos en el país.

### 2.1.1 Entorno General

Mundial de Cobranzas se ha visto afectada en los últimos 10 años ya que se ha visto obligada a moverse en un mercado cada vez más difícil y competido; durante este periodo han surgido gran cantidad de competidores lo que ha hecho que los precios de las carteras que venden diferentes entidades sean cada vez más altos y las comisiones que se pueden cobrar por administrar carteras sean cada día más bajas.

Igualmente ha afectado la operación de la compañía las normas y leyes que buscan proteger el buen nombre de los consumidores, pero que en la práctica da herramientas a los clientes morosos que no quieren pagar.

Todo lo anterior hace que la empresa se mueva actualmente en un mercado muy complicado y con muchos obstáculos en el futuro próximo

#### 2.1.1.1 Entorno Económico

Respecto al tema económico se puede evidenciar que para el primer semestre del 2014, la economía colombiana, aumento su poder adquisitivo en el ingreso de los hogares, incrementando así el consumo y provocando que cada día los colombianos adquieran nuevos créditos.

Como dice José Darío Uribe et al 2013 La incertidumbre sobre el comportamiento de la inversión es elevada, especialmente la de obras civiles, construcción y edificaciones. Las cifras de exportaciones en dólares sugieren que la

---

<sup>2</sup> Perfetti M., (2014), Resultado del PIB con los componentes de la demanda para el primer trimestre del 2014 . Disponible en < <https://www.dane.gov.co/>> Consultado 26 de junio de 2014.



desaceleración en estas ventas externas habría continuado en el primer trimestre del año, en parte por choques de oferta que serían transitorios.<sup>3</sup>

Por lo anterior, se puede diferir que la situación económica actual del país repercute directamente en el nivel adquisitivo que tienen los colombianos para hacer transacciones económicas que puedan respaldar o cumplir adecuadamente con un cronograma de pagos a corto, mediano o largo plazo.

#### 2.1.1.2 Entorno Socio - Demográfico.

La población objeto se determina teniendo en cuenta las carteras adquiridas por la empresa que en la mayoría de casos son créditos masivos comprados a otras entidades, como cooperativas, bancos y fondos de empleados. La mayoría de estos créditos se encuentran con cartera castigada (mora de más de 360 días), asimismo hay clientes con cartera jurídica y por último se encuentran los deudores que presentan una mora entre 30 y hasta 60 días.

#### 2.1.1.3 Entorno Político – Jurídico

Las diferentes empresas que ofrecen este tipo de servicio son reguladas por los siguientes entes de control: en materia de Compra de cartera la entidad encargada es el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras FOGAFIN, en lo que respecta a la permanencia de datos de los clientes, el ente regulador es la Superintendencia de Industria y Comercio y dependiendo el objeto social de la entidad y/o empresa que cede los créditos en algunos casos puede ser Superintendencia de Sociedades, Superintendencia Financiera entre otras.

Vale la pena resaltar los principales requerimientos por parte de los deudores y en apego a las leyes que rigen actualmente en materia de cobranza y protección de datos personales a las casas externas de cobranza como lo es la Ley 1266 de 2008 y Ley 1564 de 2012.

BUEN NOMBRE, INTIMIDAD, ACCESO A VIVIENDA, de conformidad a lo establecido por la Ley 1266 de 2008 del Habeas Data.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Uribe J., (2013), Situación actual y perspectivas de la económica colombiana En: “Comunicados de Prensa Banco Central de la Republica”. Bogotá (Colombia) 2013. informe, p.1.

<sup>4</sup> Bancoldex. [PDF] Ley 1266 de 2008 (Habeas Data). [en línea]. Disponible en <[http://www.bancoldex.com/documentos/1291\\_Ley\\_1266\\_de\\_2008\\_\(Habeas\\_Data\).pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/1291_Ley_1266_de_2008_(Habeas_Data).pdf)> Consultado el 01 de julio de 2014.

PRESCRIPCIÓN O CADUCIDAD DEL REPORTE Ley 1564 de 2012,<sup>5</sup> se habla de una prescripción de las obligaciones por el simple paso del tiempo por el termino de 10 años, también la Ley 1266 de 2008, determina que en materia de registros negativos por morosidad, quien presente paz y salvo o pague la obligación, debe ser eliminado en forma inmediata de las Centrales de Riesgos si ya cumplió con el tiempo de permanencia, esto contado a partir de la fecha de pago, y lo señalado por la Corte Constitucional en la sentencia T-421 de 2009 y la Superintendencia de Industria y Comercio con la resolución No.8090 de 2009, han manifestado: “la caducidad del dato negativo generado por el incumplimiento de las obligaciones, solo será procedente una vez haya permanecido el doble de tiempo de la mora a partir del momento en que se extinga la obligación, sin superar los cuatro años, como vemos, la ley también ampara de cierta manera el oficio o labor de las empresas de cobranzas en el sentido de castigar a este cliente moroso.

#### 2.1.1.4 Entorno Ecológico

De acuerdo a la reglamentación del artículo 2 de la Ley 511 de 1999 decreto No 2695 de 2000. <sup>6</sup>Mundial de Cobranzas S.A.S. como concedor responsable del impacto ambiental y para la reducción del mismo maneja una responsabilidad social junto con los empleados sensibilizándolos y comprometiéndolos con el cuidado del medio ambiente, es por esto que la empresa recicla todo el papel que pueda, ahorra energía y agua, logrando así un consumo eficiente de los recursos.

#### 2.1.1.5 Entorno Tecnológico

Actualmente la empresa cuenta con computadoras, teléfonos, software diseñado para la gestión de cobro al cliente y el recaudo de cartera, pagina web, call center, plataforma asterisk para realizar llamadas a celular y larga distancia que permite monitorear y controlar las llamadas para ofrecer así un servicio de excelencia al cliente, internet, correos corporativos. No obstante la empresa continúa revisando y trabajando en el presente, mirando las nuevas tendencias tecnológicas para de esta forma adquirir una mayor productividad.

---

<sup>5</sup> Senado de la Republica (Secretaria General). [en línea]. Disponible en <[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1564\\_2012.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1564_2012.html)> Consultado el 01 de julio de 2014

<sup>6</sup>Ministerio de Ambiente [PDF] Decreto No 2695 de 2000. [en línea] Disponible en <[http://www.minambiente.gov.co/documentos/dec\\_2695\\_261200.pdf](http://www.minambiente.gov.co/documentos/dec_2695_261200.pdf)> Consultado el 23 de junio de 2014.

### 2.1.2 Entorno Específico.

Mundial de Cobranzas SAS identificada con Nit 830012027-1 constituida mediante E.P. No 2.947 el 07 de diciembre de 1995 en la notaria 50 de Bogotá, especialista en compra, administración, gestión y recaudo de cartera con cobertura a nivel nacional en el país, es una empresa líder que se destaca por la buena gestión y la agilidad en la recuperación de cartera a nivel nacional.

Actualmente la empresa ofrece servicios como compra de cartera, cobranza normal que es la cartera con mora de menos de 90 días, cobranza pre-jurídica, jurídica y asesorías que el cliente o una empresa requiera.

#### 2.1.2.1 Mercado (naturaleza y estructura).

Mundial de Cobranzas SAS, se encuentra constituida a nivel nacional y cuenta con oficinas en las principales ciudades del país. Su mercado está caracterizado por carteras masivas como son cooperativas, bancos y fondos de empleados que requieran vender sus créditos o recuperar cartera morosa.

#### 2.1.2.2 Clientes

Toda persona o empresa, cooperativa, fondos de empleados, entidades financieras que necesiten asesorías sobre cartera, requieran de servicios para administración de cartera o compra de cartera, brindando una atención de excelente calidad

#### 2.1.2.3 Competidores

Empresas de cobranzas que se encuentran en el mercado como Covinoc, Grupo Consultor Andino, Serlefin, C.A.C Abogados limitada, Cobrando SAS, Cobranzas Cess entre otras que manejan la misma razón social.

Como dice el Gerente de Cobranzas Cess Nestor A. Fonseca, aunque no hay un dato exacto sobre el número de firmas que ofrecen esta clase de servicios en el mercado colombiano; estima que pueden ser unas 300 y de estas 20 son grandes y están bien posicionadas Entre tanto el gerente de Conalcap, Carlos Arturo Cardona, considera que “en Bogotá debe haber unas 120 casas de Cobranzas y

reconocidas, mientras que en Medellín pueden llegar a ser unas 30".<sup>7</sup>

#### 2.1.2.4 Proveedores

Datacredito y Cifin son las empresas más importantes con las que Mundial de Cobranzas trabaja en equipo. Debido a que estas empresas tienen en sus bases de datos todos los clientes de las carteras que tiene Mundial de Cobranzas haciendo que la información de datos de los clientes se maneje de una forma controlada, segura, permitiendo que la empresa pueda llegar en muchas oportunidades a tener un acercamiento con los clientes, se encuentran afiliados a la Asociación Colombiana de la Industria de la Cobranza COLCOB.

## 2.2. ANÁLISIS SITUACIÓN INTERNA.

Tabla 1. ANÁLISIS MATRIZ DOFA

	FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
ORIGEN INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atención personalizada al cliente.</li> <li>➤ Personal capacitado para el manejo, seguimiento y control de los clientes</li> <li>➤ Cobro de cartera castigada</li> <li>➤ Beneficios para acceder al sector financiero por pronto pago</li> <li>➤ Amabilidad</li> <li>➤ Ofrecer diferentes alternativas de pago</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cartera con mora muy antigua</li> <li>➤ Poca receptividad en los clientes</li> <li>➤ Manejo no adecuado de la capacidad de endeudamiento por parte de los clientes</li> <li>➤ Escasa publicidad</li> <li>➤ Página web básica</li> </ul>

<sup>7</sup> PORTAFOLIO.CO. Un negocio que vive de recaudar cartera morosa.[en línea] (Junio 28 de 2011). Disponible en <<http://www.portafolio.co/negocios/un-negocio-que-vive-recaudar-cartera->> Consultado 03 de julio de 2014.

<p style="text-align: center;">ORIGEN EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Necesidad de las personas de acceder a nuevos créditos.</li> <li>➤ Tecnología nueva, innovadora y gratis en el campo de las herramientas digitales</li> <li>➤ Captura de nuevos clientes</li> <li>➤ Explorar las ventajas que tiene el Marketing Digital</li> </ul>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competencia directa (empresas de cobranza)</li> <li>➤ Manejo inadecuado de las finanzas</li> <li>➤ Deudores sin empleo</li> <li>➤ Quejas, Tutelas y reclamos ante los entes privados y jurídicos del país</li> </ul>
---	--	--

Tabla 1 Matriz DOFA Autoría propia

### 3 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Conforme a la entrevista realizada al Ingeniero Industrial Miguel Ángel Guerra Reyes, quien actualmente se desempeña como Asistente de Gerencia de la empresa Mundial de Cobranzas SAS, la imagen negativa de las empresas de cobranzas a nivel nacional, ha repercutido en el sector ya que promovió leyes como la Ley del Habeas Data, que restringe a las empresas de cierta manera y protege a los clientes morosos.

Por otro lado la situación económica, política y social del país influye directamente en la empresa, ya que los clientes se caracterizan en su mayoría como deudores que a través de los años no han logrado pagar sus deudas por diferentes razones, ya sea familiares, desempleo, pocos ingresos económicos, mal manejo de sus finanzas entre otros.

El cliente ideal sería aquel con el cual se puedan concertar un cronograma de pago de sus deudas, el cual pueda cumplir a cabalidad y cese la mora reportada en la empresa Mundial de Cobranzas SAS.

En la actualidad la empresa maneja una relación directa con sus clientes, la cual se basa en ofrecer un servicio amable, oportuno y pretende siempre incentivar el pronto pago de sus deudas.

Sobre las estrategias de mercado es importante destacar que a la fecha la empresa no cuenta con un área o departamento encargado específicamente del

tema, los medios por los cuales ofrecen sus servicios son: publicación en su sitio web, y la relación directa con sus clientes dejando brochures y conferencias.

La necesidad más apremiante de la empresa es la de potencializar los clientes. Esto es que los clientes actuales paguen sus carteras y que existan clientes nuevos a los cuales se les pueda incentivar y recaudar las acreencias.

## 4 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

### 4.1 Objetivo General

Ampliar el portafolio de clientes de la empresa Mundial de Cobranzas mediante la implementación de un plan de Marketing Digital.

#### Objetivos Específicos

- Captar nuevos clientes a través de la optimización de la página web de la empresa.
- Mostrar las ventajas que se tiene hoy en día cuando se explora a través del Marketing Digital.
- Crear un perfil de la empresa en las redes sociales que contribuya de manera eficaz y eficiente con las necesidades de los clientes y la recuperación de cartera.

## 5. DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

El enfoque que se tomó para la investigación de plan de Marketing fue cualitativo e investigación exploratoria. Como dice SAMPIERI, usa la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación,<sup>8</sup> basados en una entrevista compuesta por doce preguntas realizada el señor Miguel Ángel Guerra Asistente de Gerencia de la empresa Mundial de cobranzas, donde por medio de la percepción, descripción y observación en sus más de 10 años de experiencia en este campo y quien nos puede brindar calidad de información, para la estrategia de Marketing Digital a la que se quiere llegar.

De acuerdo a la matriz DOFA se generaran estrategias de Marketing Digital para capturar nuevos clientes potenciales a través de las redes sociales LinkedIn y twitter.

---

<sup>8</sup> SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. Capítulo 5. [en línea] <[http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod\\_invest.pdf](http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf)> Consultado 03 de julio de 2014.

Tabla 2. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL.

Estrategia	Actividades	Responsables	Tiempos
Realizar un plan de marketing digital que permita capturar nuevos clientes.	Crear un perfil con todas las competencias que tienen la empresa en la herramienta digital de LinkedIn.	Ingeniero Ángel Alberto Gutiérrez	Semana 1
Interactuar con el cliente por medio de las redes sociales	Orientar tramite de estado de cuenta en centrales de riesgo	Ingeniero Ángel Alberto Gutiérrez y Karen Gordillo	Semana 2
	Crear una cuenta en la red social Twitter		
Ofertar de una manera dinámica los servicios de la empresa.	Postear información temas de interés para los clientes (finanzas, beneficios por pronto pago)	Carolina Cely	Actualización semanal

## 6. PLAN DE CONTROL

El seguimiento se realizara a través de diferentes herramientas virtuales de Control, para tener un mejor conocimiento de los clientes que buscan este tipo de servicios, de igual manera para que la empresa pueda estar al día en temas con diferentes entidades que manejan información de las empresas de Cobranzas, como lo es Colcob y la Superintendencia Financiera de Industria y Comercio.

Tabla 3. PLAN DE CONTROL MARKETING DIGITAL

ESTRATEGIA.	HERRAMIENTA DE CONTROL.	¿CÓMO?
Marketing Digital por medio de la optimización de la página web.	WebsiteGrader.	Teniendo en cuenta la optimización de la página Web de la empresa esta herramienta permite con solo introducir la URL, buscar los sitios web de los competidores y generar un informe completo de lo que se hace la competencia ayudando así a mejorar la información.

Estar en la Red a través de un sitio web interactivo: Como Twitter y LinkedIn.	Backtweets.	Por medio de este programa se mide el número de tweets por la URL, con esto se conoce quien retwittean en tiempo real.
	SocialBro.	Este tipo de aplicación permite hacer un análisis estadístico de una caracterización de los miembros de la comunidad, clasificándolos según su influencia

## 7. PLAN DE ACCIÓN (CRONOGRAMA)

El plan de marketing digital se llevará a cabo en un mes y una semana (mes de agosto y septiembre), tiempo distribuido en el siguiente cuadro, se contará con la asistencia del Ingeniero Ángel Alberto Gutiérrez, quien es el encargado de toda la parte tecnológica de la empresa.

Tabla 4. CRONOGRAMA

ESTRATEGIAS	(Actividades)	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Realizar un plan de marketing digital que permita capturar nuevos clientes.	Crear un perfil con todas las competencias que tienen la empresa en la herramienta digital de Linken In.					
	Crear una cuenta en la red social twitter					
	Optimización de la página web.					



Ofertar de una manera dinámica los servicios de la empresa.	Postear información de temas de interés para los clientes (finanzas, beneficios por pronto pago)					
	Interactuar con el cliente por medio de las redes sociales					

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Bancoldex. [PDF] Ley 1266 de 2008 (Habeas Data). [en línea]. Disponible en <[http://www.bancoldex.com/documentos/1291\\_Ley\\_1266\\_de\\_2008\\_\(Habeas\\_Data\).pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/1291_Ley_1266_de_2008_(Habeas_Data).pdf)> Consultado el 01 de julio de 2014.
- Bancoldex. [PDF] Ley 1266 de 2008 (Habeas Data). [en línea]. Disponible en <[http://www.bancoldex.com/documentos/1291\\_Ley\\_1266\\_de\\_2008\\_\(Habeas\\_Data\).pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/1291_Ley_1266_de_2008_(Habeas_Data).pdf)> Consultado el 01 de julio de 2014.
- Ministerio de Ambiente [PDF] Decreto No 2695 de 2000. [en línea]. Disponible <[http://www.minambiente.gov.co/documentos/dec\\_2695\\_261200.pdf](http://www.minambiente.gov.co/documentos/dec_2695_261200.pdf)> Consultado el 23 de junio de 2014.
- Perfetti M., (2014), Resultado del PIB con los componentes de la demanda para el primer trimestre del 2014. Disponible en <<https://www.dane.gov.co/>> Consultado el 23 de junio de 2014.
- PORTAFOLIO.CO. Un negocio que vive de recaudar cartera morosa. [en línea] (Junio 28 de 2011). Disponible en <<http://www.portafolio.co/negocios/un-negocio-que-vive-recaudar-cartera->> Consultado 03 de julio de 2014.
- SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. Capítulo 5. [en línea] <[http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod\\_invest.pdf](http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf)>. Consultado el 01 de julio de 2014.
- Senado de la Republica (Secretaria General). [en línea]. Disponible en <[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1564\\_2012.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1564_2012.html)>. Consultado el 01 de julio de 2014.
- Uribe J., (2013), Situación actual y perspectivas de la económica colombiana En: “Comunicados de Prensa Banco Central de la Republica”. Bogotá (Colombia) 2013. informe, p.1.

## 9. ANEXOS

### ENTREVISTA PLAN DE MARKETING DIGITAL. MUNDIAL DE COBRANZAS S.A.S



1. ¿De qué manera se ven afectados ustedes respecto de la mala imagen que se tiene sobre las empresas de cobranzas?

La mala imagen de la empresas de cobranzas ha repercutido negativamente en esta y no solo en estas sino en las empresas de sector porque debido a esa dicha imagen se promovieron leyes como el Habeas Data y otra seria de medidas que han sido muy restrictiva para las empresas de cobranzas, desde las cuales por tener un cliente reportado después de 14 años hay que sacarlo de Data Crédito y si uno lo mantiene reportado pues la empresa se hace acreedora a multas muy grandes, eso da facilidad para que muchos clientes simplemente se amparen en eso y no paguen y las empresas terminan perdiendo la posibilidad de hacer esos cobros.

2. ¿Cómo influye a la empresa la situación económica actual de país?

Esta es una empresa que se dedica a cobrar cartera morosa, esa cartera que otras empresas no han podido cobrar entonces al ser ese tipo de cartera pues nuestro clientes son clientes de difícil cobro que es gente que muchas veces no han pagado porque no han podido, porque se han quedado sin empleo, porque tiene dificultades económicas las dificultades económicas del país a los primeros que golpea es a ese tipo de personas y a su vez ellos pues simplemente no pueden pagar sus deudas.

3. ¿Cuál es el tipo de cliente potencial que busca la empresa?

El cliente potencial de la empresa el ideal sería que nosotros ubiquemos y que nos pague de una, pero por definición esta es una empresa que no

cobra a clientes nuevos nosotros le estamos cobrando a clientes que sacan un crédito y pago sus obligaciones casualmente estamos trabajando clientes que por definición no pagan o han tenido problemas para pagar, entonces lo ideal sería un cliente que al menos que no le causa tanto inconveniente al recaudo de sus obligaciones y nos pague sin que eso nos genere tanto desgaste.

4. ¿Qué relación tiene para ustedes el trato al cliente y la recuperación de cartera morosa?

Es una relación directa porque si bien al tratar bien un cliente no garantizamos que el cliente vaya o no vaya a pagar pero si al cliente lo tratamos mal o lo trata mal alguno de nuestro funcionarios eso si da para que el cliente definitivamente no nos pague un cliente mal tratado es un cliente que va a utilizar cualquier mecanismo y seguramente no nos va a cancelar

5. ¿Cuáles son las estrategias de mercado más actualizadas por la empresa para atraer nuevos clientes?

Bueno realmente estrategias de mercado como tal no se da, acá lo que se hace para tener nuevos clientes comprar cartera a otras entidades, entidades liquidadas o a banco o cooperativas que castigan parte de su cartera y después no la vende, habría que pensar más bien en estrategias de mercadeo para llegar a esas entidades y que nos vendan esas carteras en mejores condiciones eso ya implicaría un mercadeo pero la verdad eso no se está haciendo, un mercadeo sobre esas instituciones que como le digo no se está haciendo en el momento.

6. ¿Cuál es su competencia directa?

En ese sentido la competencia son las otras casas de cobranza que tratan también de adquirir esas carteras en mejores condiciones.

7. ¿Qué diferencia a su empresa frente a la competencia?

Quizás nosotros nos hemos especializado en cobrar carteras un poquito más difíciles que los demás, las otras entidades quizás les hacen algún tipo de gestión al cliente pero claudican muy rápido, nosotros aquí por ejemplo tenemos clientes que llevamos 15 años con ellos y seguimos gestionando entonces tal vez la diferencia es que nosotros hemos sido más abiertos y persistentes con nuestros clientes.

8. ¿Porque medio ofrecen sus servicios?

Básicamente el servicio por el que ofrecemos los servicios es la página de internet ahí alguna información y a veces nos vienen a ofrecer cartera, y otras con la relación directa que hace el gerente con los clientes se ofrece el servicio y eventualmente se hacen asesorías y se dejan brochure y nos dejan carteras.

9. ¿De qué manera ha ayudado la página web a la empresa?

Bueno como lo decía anteriormente en cuanto a través de la página web algunos clientes nos contactado para que le administremos cartera e inclusive algunos clientes por la página web nos han ubicado para pagar sus obligaciones

10. ¿Conocen el marketing digital?

Si el que se hace a través de los medios electrónicos en general.

11. ¿Cuál cree usted que es la necesidad más apremiante de la empresa a nivel general?

La necesidad más apremiante de la empresa en este momento es la falta de capital para adquirir nuevas carteras, que no nos deja potenciar la empresa

12. ¿Que considera más importante el cobro de la cartera o el adquirir nuevos clientes que conozcan los servicios que ofrece la empresa?

Bueno es que los dos tienen importancia, si no se adquieren nuevos clientes pues la empresa no va a crecer y de todas maneras cualquier cartera es como si hoy sacando agua de una olla una vasija en la medida en que voy sacándola se va acabando y en algún momento ya no puedo sacar más y entonces es importante adquirir más cartera es fundamental pero también es importante recargar la que tenemos porque esa es la fuente para poder pagarnos las nuevas adquisiciones.

13. ¿Qué estrategia utilizan para la fidelización del cliente en el pago de la cartera morosa es decir de los clientes que ya existen dentro de la empresa?

Ahí volveríamos tal vez a lo que anteriormente dijimos sobre el buen trato y hacer una relación directa con el cliente donde lo que se busque sea un gana-gana es decir el cliente gana en el sentido en que soluciona un problema, vuelve a quedar con las posibilidades de adquirir créditos en el mercado financiero, algunas veces se pueden retirar de Data Crédito, el

está ganando por ahí y nosotros en el sentido de que estamos recuperando esa cartera eso es una forma de fidelizar, la mayoría de clientes que hacen un solo pago no volvemos a tener contacto con ellos, pero con los que estamos cobrando mes a mes con ellos si tenemos contacto directo.

## ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.

Se puede evidenciar en la entrevista las siguientes palabras claves:

- Recaudo de Cartera.
- Cliente.
- Cartera Morosa.
- Imagen Negativa.
- Situación Económica del País.
- Buen Trato.

Categorías según patrones de relevancia en la entrevista.

- Clientes.

Nivel de atención al cliente y nivel de reconocimiento.

Potencializar clientes.

Posesionar estrategias de marketing

Recaudo de Cartera

Adquirir nuevos clientes

Relación directa con los clientes

Gana – Gana

Teniendo en cuenta la entrevista, se evidencia la situación actual de la empresa, al igual que el manejo del mercado y los medios por los cuales ofrecen sus servicios, es importante destacar la relación directa que se establece con el cliente y la persuasión para pagar sus obligaciones.