

PARTE I: ESTRATEGIAS PARA CONVERTIRSE EN UN AGENTE DE REFERENCIAS EXITOSO

Introducción: Desde 2016, hemos colaborado con profesionales de referencias de diversos sectores, como contadores, agentes de seguros, profesionales inmobiliarios, consultores de negocios, asesores fiscales y profesionales financieros. En diez (10) años, hemos identificado características comunes entre los socios de referencias exitosos. Los socios con mayor productividad no son necesariamente los que más saben sobre programas de financiación. En cambio, se involucran constantemente con su cartera de clientes, identifican oportunidades y recomiendan clientes potenciales cualificados. Este manual paso a paso describe seis métodos probados que los socios de referencias pueden utilizar para generar referencias y obtener ingresos mensuales recurrentes.

Comprender su función: Antes de hablar sobre estrategias de referencias, es importante que comprenda su papel en el proceso. Su principal responsabilidad no es convertirse en agente de crédito, analista de riesgos ni experto en financiación. Su responsabilidad es identificar a empresarios e inversores que puedan beneficiarse de la financiación y presentarlos a nuestro equipo.

Una vez enviada la solicitud, nuestro equipo se encarga de:

- Consulta inicial
- Precalificación
- Recopilación de documentación
- Coordinación de suscripción
- Proceso de financiación
- Soporte continuo al cliente

Los socios de referencia exitosos se centran en crear oportunidades en lugar de convertirse en expertos en financiación.

ESTRATEGIA 1: ORGANICE Y APROVECHE SUS BASES DE DATOS DE CLIENTES Y PROSPECTOS

Objetivo: Crear un proceso de prospección consistente y sistemático que genere oportunidades de financiamiento a partir de clientes y prospectos existentes.

¿Por Qué Funciona Esta Estrategia?: Usted ya posee uno de los activos más valiosos en ventas y mercadeo: las relaciones con clientes y prospectos existentes. Los clientes actuales y anteriores ya lo conocen, confían en usted y tienen una relación establecida, lo que hace que sea significativamente más fácil convertirlos en prospectos de financiamiento y clientes financiados que trabajar con prospectos completamente nuevos.

El CEO de KGFA Capital y Lendinero implementó exitosamente esta estrategia en dos ocasiones diferentes:

- Cuando lanzó KGFA Capital, aprovechó su cartera existente de clientes de seguros de vida y comenzó a conversar con ellos sobre oportunidades de financiamiento hipotecario. Esto resultó en un crecimiento significativo de su negocio hipotecario.
- Después de la crisis financiera de 2008, la industria hipotecaria experimentó una disminución considerable. En 2013, el CEO lanzó Lendinero reconectándose sistemáticamente con antiguos clientes hipotecarios e introduciéndoles soluciones de financiamiento comercial.

La lección es simple: las relaciones existentes y la información que ya posee son activos muy valiosos. Sin embargo, el éxito requiere comunicación proactiva y constante. Un solo intento de contacto no es suficiente. El proceso debe ser organizado, sistemático y consistente.

Pasos de Acción: (estrategia 1, continuación)

1. Construya y Organice su Base de Datos

Cree y mantenga una base de datos que incluya:

- Clientes comerciales actuales
- Clientes anteriores
- Prospectos
- Fuentes de referidos
- Contactos profesionales

Asegúrese de que todos los registros contengan información de contacto actualizada siempre que sea posible.

2. Implemente una Campaña de Contacto Multicanal

Contacte a cada cliente y prospecto a través de múltiples canales de comunicación:

- Correo electrónico inicial
- Mensaje de WhatsApp
- Llamada telefónica

Durante su comunicación, infórmeles que usted ofrece:

- Soluciones de financiamiento comercial
- Préstamos SBA
- Líneas de crédito para negocios
- Financiamiento basado en ingresos del negocio
- Financiamiento para bienes raíces comerciales y propiedades de inversión (no hipotecas residenciales)

3. Inicie Conversaciones de Descubrimiento: Utilice preguntas sencillas para identificar necesidades financieras y descubrir oportunidades.

A. ¿Alguna vez ha obtenido un préstamo comercial a través de su banco?

Oportunidad: Muchos empresarios nunca han logrado obtener financiamiento bancario tradicional.

Solución: Ayudarlos a comprender sus opciones de financiamiento y prepararlos para calificar para financiamiento bancario o préstamos SBA.

B. ¿Actualmente tiene préstamos comerciales o deudas que le gustaría consolidar?

Oportunidad: Muchas empresas mantienen múltiples préstamos con pagos mensuales elevados.

Solución: Obtener un resumen de sus deudas y evaluar si un préstamo SBA, un préstamo bancario convencional o una refinanciación podría reducir costos y mejorar el flujo de efectivo.

C. ¿Ha establecido o revisado alguna vez el perfil de crédito comercial de su empresa?

Oportunidad: Muchos empresarios tienen poco o ningún historial de crédito comercial establecido.

Solución: Ayudarlos a comenzar a construir crédito comercial mediante productos financieros adecuados y estrategias para fortalecer su perfil crediticio empresarial.

D. ¿Mantiene actualmente entre tres y seis meses de reservas de efectivo para su negocio?

Oportunidad: Muchas empresas operan sin suficiente liquidez para cubrir gastos inesperados.

Solución: Conversar sobre el establecimiento de una línea de crédito comercial. Una línea de crédito puede funcionar como una reserva financiera de emergencia, proporcionando acceso a capital cuando sea necesario. En muchos casos, no se generan intereses ni pagos mientras los fondos no sean utilizados.

E. ¿Se paga a sí mismo mediante un salario W-2 a través de su empresa?

Oportunidad: Los propietarios de negocios pueden beneficiarse al comprender cómo el financiamiento puede ayudar a administrar el flujo de efectivo y apoyar el crecimiento empresarial.

Solución: Explique que los fondos recibidos a través de un préstamo generalmente no se consideran ingresos gravables, mientras que los intereses pagados pueden ser deducibles dependiendo de las circunstancias del prestatario. Los ingresos reportados mediante un formulario W-2 sí están sujetos a impuestos. Además, contamos con más de 10 estrategias financieras y fiscales que pueden ayudar a los empresarios a optimizar su situación financiera.

Principio Fundamental: El objetivo no es simplemente vender financiamiento. El verdadero objetivo es identificar desafíos financieros, descubrir oportunidades y proporcionar soluciones que ayuden a los propietarios de negocios a fortalecer, proteger y hacer crecer sus empresas.

El contacto constante con clientes y prospectos existentes sigue siendo una de las estrategias de mercadeo más económicas y con mayor tasa de conversión disponibles.

ESTRATEGIA 2: APROVECHE SU BASE DE DATOS DE CLIENTES CONSUMIDORES

Objetivo: Generar oportunidades de financiamiento comercial y financiamiento para inversiones inmobiliarias mediante una comunicación constante con sus clientes consumidores y contactos personales.

¿Por Qué Funciona Esta Estrategia? : Muchos profesionales subestiman el valor de su base de datos de clientes consumidores porque asumen que estas personas no son propietarios de negocios. Sin embargo, los clientes consumidores pueden ser una excelente fuente de referidos y futuras oportunidades de financiamiento.

La realidad es que casi todas las personas conocen a un empresario, dueño de negocio, emprendedor, inversionista de bienes raíces o a alguien que está considerando iniciar o comprar un negocio.

Los clientes consumidores pueden generar oportunidades de varias maneras:

1. Pueden referir propietarios de negocios que necesiten financiamiento.
2. Pueden iniciar, adquirir o convertirse en socios de un negocio en el futuro.
3. Pueden invertir en bienes raíces residenciales o comerciales y necesitar financiamiento.
4. Pueden tener familiares, amigos, compañeros de trabajo o contactos profesionales que necesiten financiamiento para sus negocios.
5. Sus metas financieras y circunstancias pueden cambiar con el tiempo, creando futuras oportunidades de financiamiento.

Al mantener contacto regular con sus clientes consumidores, usted crea conciencia sobre los servicios que ofrece y se posiciona como una fuente confiable de financiamiento cuando surjan oportunidades.

Pasos de Acción;

1. Organice su Base de Datos de Clientes Consumidores Cree y mantenga una base de datos que incluya:

- Clientes consumidores actuales
- Clientes anteriores
- Contactos personales
- Amigos y familiares

Asegúrese de que la información de contacto esté actualizada y organizada para futuras campañas de comunicación.

Estrategia 2, continuación

2. Eduque a sus Clientes Sobre sus Servicios

Muchas personas desconocen que usted ofrece:

- Financiamiento comercial
- Préstamos SBA
- Líneas de crédito para negocios
- Financiamiento para bienes raíces comerciales
- Financiamiento para propiedades de inversión

La educación constante genera conocimiento sobre sus servicios y aumenta la probabilidad de recibir referidos en el futuro.

3. Mantenga Comunicación Constante: Permanezca en contacto mediante:

- Campañas de correo electrónico
- Mensajes de WhatsApp
- Llamadas telefónicas
- Saludos en días festivos y fechas especiales

El objetivo es mantenerse visible y presente en la mente de sus contactos cuando surja una necesidad de financiamiento.

4. Haga Preguntas Orientadas a Referidos: Durante sus conversaciones, formule preguntas sencillas como:

- ¿Conoce a alguien que sea dueño de un negocio?
- ¿Conoce a alguien que esté buscando expandir su empresa?
- ¿Conoce a alguien que pueda necesitar financiamiento comercial?
- ¿Conoce a alguien interesado en comprar bienes raíces comerciales o propiedades de inversión?
- ¿Alguien en su círculo de contactos ha iniciado o adquirido un negocio recientemente?

Estas preguntas con frecuencia revelan valiosas oportunidades de referidos.

5. Identifique Oportunidades Futuras: Los clientes consumidores eventualmente pueden convertirse en clientes de financiamiento.

Algunos ejemplos incluyen:

- Iniciar un negocio
- Comprar un negocio existente
- Expandir un negocio secundario
- Comprar propiedades de alquiler
- Invertir en bienes raíces comerciales

Aunque actualmente no ofrecemos financiamiento para negocios nuevos (startups), muchas personas eventualmente alcanzan una etapa en la que califican para financiamiento comercial o financiamiento para propiedades de inversión.

Principio Fundamental: Nunca subestime el valor de su base de datos de clientes consumidores. Cada contacto tiene una red de relaciones. Cada red contiene posibles propietarios de negocios, inversionistas y socios de referidos. La comunicación constante, la educación continua y el fortalecimiento de relaciones pueden transformar a los clientes consumidores en fuentes de referidos y futuros clientes de financiamiento.

Estrategia 3: Incluya la financiación en su conversación.

Objetivo: Aumentar el conocimiento de los clientes sobre la disponibilidad de soluciones de financiación.

Por qué funciona: Muchos empresarios no buscan financiación activamente hasta que se enfrentan a un reto o una oportunidad. Simplemente informar a los clientes de que existen opciones de financiación puede generar futuras recomendaciones.

Pasos a seguir:

1. Mencione la financiación durante las reuniones con los clientes.
2. Incluya información sobre financiación en la firma de su correo electrónico.
3. Añada servicios de financiación a su sitio web o menú de servicios.
4. Analice las oportunidades de financiación durante las revisiones anuales o las consultas.

Ejemplo: *Muchos de nuestros clientes utilizan financiación empresarial para mejorar su flujo de caja, adquirir inventario, cubrir las tendencias estacionales, comprar equipos, expandir sus operaciones o invertir en bienes raíces. Además, algunas empresas la utilizan para mejorar su historial crediticio. Por último, las líneas de crédito empresariales son una opción para aquellas empresas que no cuentan con reservas. Lo mejor de todo es que no hay requisitos de pago. El efectivo está disponible cuando lo necesita. Si alguna vez necesita acceso a capital, podemos ponerle en contacto con un especialista en financiación.*

Estrategia 4: Marketing por correo electrónico constante

Objetivo: Cree conciencia de forma continua entre sus clientes actuales.

Por qué funciona: La mayoría de los clientes no están preparados para solicitar financiación cuando reciben el primer correo electrónico. Una comunicación constante garantiza que se acuerden de usted cuando surja una necesidad de financiación.

Horario recomendado: Enviar un correo electrónico relacionado con financiación por semana durante al menos 90 días. Los temas pueden incluir:

- Soluciones de capital de trabajo
- Líneas de crédito comerciales
- Gestión del flujo de caja
- Financiación de equipos
- Financiación o refinanciación de bienes inmuebles comerciales
- Préstamos o refinanciamiento para propiedades de inversión

Mejores prácticas

- Mantén los correos electrónicos educativos.
 - Incluye una sencilla llamada a la acción.
 - Evite un lenguaje de venta agresivo.
 - Mantén un horario constante.
-

Estrategia 5: Utilizar el soporte de marketing automatizado

Objetivo: Aproveche los recursos de marketing profesionales para aumentar las oportunidades de recomendación.

Por qué funciona: Muchos socios de referencia cuentan con valiosas bases de datos de clientes, pero disponen de poco tiempo para comercializar sus productos de forma eficaz. Nuestros sistemas de marketing pueden ayudar con: campañas de correo electrónico

- Secuencias de seguimiento
- Distribución de contenido educativo
- Comunicaciones asistidas por IA

Estrategia 5, continuación

Responsabilidades del socio

- Obtenga los permisos adecuados del cliente.
- Firmar acuerdos de confidencialidad cuando sea necesario.
- Mantener el cumplimiento de las normativas aplicables.

Estrategia 6: Seminarios web educativos

Objetivo: Posiciónate como una fuente de información fiable a la vez que creas oportunidades de financiación.

Por qué funciona: Los dueños de negocios son más propensos a participar cuando reciben contenido educativo valioso. Los temas educativos suelen dar pie, de forma natural, a debates sobre financiación.

Temas recomendados para seminarios web

- Gestión del flujo de caja
- Estrategias de crecimiento empresarial
- Mejora del crédito
- Planificación financiera empresarial o planificación de inversiones
- Financiación de propiedades de inversión
- Desarrollo de crédito empresarial

Estructura del seminario web (webinar)

1. Contenido educativo
2. Recomendaciones prácticas
3. Preguntas y respuestas
4. Oportunidades de financiación y próximos pasos

Estrategia 7: Participación en redes sociales

Objetivo: Genera conciencia a través de tu audiencia actual.

Por qué funciona: Las redes sociales pueden ampliar tu alcance si se usan de forma constante. Sin embargo, la financiación es un sector publicitario muy competitivo y la publicidad de pago puede resultar cara.

Enfoque recomendado: Céntrese en la educación en lugar de la promoción. Algunos ejemplos son:

- Consejos sobre flujo de caja
- Estrategias para mejorar el historial crediticio
- Asesoramiento para el crecimiento empresarial
- Perspectivas de inversión
- Casos de éxito en la financiación

Nota: Si Ud. tiene audiencia establecida suelen obtener mejores resultados que aquellos que empiezan desde cero.

Estrategia 6: Aprovecha tu equipo de ventas actual.

Objetivo: Multiplica las oportunidades de recomendación mediante la participación del equipo.

Por qué funciona: Todo empleado que interactúa con los dueños de negocios puede identificar oportunidades de financiamiento. Un equipo de ventas capacitado aumenta significativamente el volumen de referencias.

Temas de capacitación

- Identificación de las necesidades de financiación
- Hacer preguntas de descubrimiento
- Presentamos soluciones de financiación
- Hacer referencias
- Consideraciones de cumplimiento

Horario sugerido: Realizar sesiones de capacitación quincenales para mantener la coherencia.

EXPECTATIVAS Y REALIDAD

Uno de los errores más comunes que cometen los nuevos socios de referencia es centrarse excesivamente en los productos financieros y los detalles técnicos. Si bien el conocimiento del producto es valioso, las aprobaciones de financiación dependen de múltiples factores, entre ellos:

- Perfil crediticio
- Rendimiento empresarial
- Colateral
- Flujo de fondos
- Riesgo de la industria
- Requisitos de suscripción

Por este motivo, los socios de referencia deben centrarse en identificar oportunidades en lugar de intentar preaprobar a los clientes potenciales. Los socios más exitosos generan constantemente contactos y permiten que los especialistas en financiación determinen la elegibilidad.

GENERACIÓN DE INGRESOS A LARGO PLAZO

Los ingresos por referencias suelen ser acumulativos. Puedes ganar \$5,000 una vez y ya. Pero el dinero está en ingresos recurrentes y creando un portafolio de clientes repetitivos. Por ejemplo:

- | | | |
|---|------------|-------------------------------|
| ● 5 funded deals per month at \$1,000 each | = \$5,000 | x 2 times per year = \$10,000 |
| ● 10 funded deals per month at \$1,000 each | = \$10,000 | x 2 times per year = \$20,000 |
| ● 20 funded deals per month at \$1,000 each | = \$20,000 | x 2 times per year = \$40,000 |

Además, muchos clientes solicitan financiación varias veces al año. Los empresarios suelen buscar capital adicional para el crecimiento, adquisiciones, compra de equipos y necesidades de capital circulante. Los inversores inmobiliarios a menudo requieren financiación para múltiples transacciones anuales. A medida que crece su red de contactos, los negocios recurrentes se convierten en una importante fuente de ingresos a largo plazo.

CONCLUSIONES CLAVE

Socios de referencia exitosos:

- ✓ Enfócate en las relaciones
- ✓ Comunícate constantemente con los clientes
- ✓ Utilice marketing por correo electrónico y contenido educativo.
- ✓ Aprovecha los seminarios web y las redes sociales.
- ✓ Capacitar a sus equipos para identificar oportunidades
- ✓ Recomiende a los clientes potenciales de inmediato.
- ✓ Centrarse en las relaciones a largo plazo con los clientes.

Recuerda: tu objetivo no es convertirte en un experto en finanzas. Tu objetivo es identificar oportunidades, establecer contactos y crear una red de referencias que genere ingresos recurrentes a lo largo del tiempo.

PARTE II: REFERENCIA DE CLIENTES Y SEGUIMIENTO (SISTEMAS)

PASO 1: RECOMENDAR CLIENTES

Referencias para financiación empresarial: Tras la firma de su Acuerdo de Socio de Referencia, se le asignará un gestor de préstamos, un especialista en financiación o un gestor de cierre interno para ayudarle con sus referencias. Para enviar una referencia de financiación empresarial, utilice el siguiente portal de referencias: Portal de envío de referencias (HAGA CLIC AQUÍ). [Referencias de agentes de la red Lendinero](#)

Tras enviar una solicitud de referencia, recibirá un correo electrónico de confirmación que acredita la recepción de la misma.

¿Qué sucederá después? Una vez recibida la referencia:

- 1. La referencia se asigna a un procesador interno, especialista en financiación o gestor de cierre.
- 2. Se contacta con el posible cliente para una consulta y precalificación.
- 3. Se recopila la documentación requerida.
- 4. Se revisan las opciones de financiación.
- 5. La transacción pasa por la evaluación crediticia y la financiación.

Puede ponerse en contacto con el miembro del equipo que se le ha asignado en cualquier momento para obtener actualizaciones sobre su recomendación.

Referencias de préstamos para inversión inmobiliaria: Las transacciones de inversión inmobiliaria suelen requerir una revisión especializada y pueden ser gestionadas por uno de nuestros socios directores o especialistas sénior en financiación. Para enviar una referencia de préstamo para inversión inmobiliaria, envíe la información del posible cliente directamente a: support@lendinernetwork.com Por favor, incluya:

- Nombre del prestatario
- Información sobre la propiedad (si está disponible)
- Cualquier documentación de apoyo
- Información de contacto
- Breve solicitud de financiación
- Documentos de apoyo (opcional): nuestro equipo recopila la documentación.

Una vez recibida, la transacción se asignará al especialista correspondiente.

PASO 2: SEGUIMIENTO DE ACUERDOS

Seguimiento de tus referencias: Utilizamos software interno y sistemas propios de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para administrar las referencias y las transacciones. Para simplificar el proceso para nuestros socios de referencia, les proporcionamos acceso a una base de datos centralizada de registro de referencias a través de Google Drive. Recibirán un enlace de acceso seguro tras completar el proceso de incorporación.

Información disponible

La base de datos de seguimiento de referencias proporciona actualizaciones en tiempo real sobre todas las referencias enviadas, incluyendo:

- Fecha de remisión
- Estado de precalificación
- Estado de financiación
- Nombre del cliente
- Estado de aprobación
- Más información
- Estado de la solicitud

Estados típicos

Es posible que vea actualizaciones de estado como las siguientes:

- Remisión recibida
- Solicitud recibida
- Rechazado
- Se intentó contactar con ellos.
- En revisión
- Oferta no aceptada
- Solicitud pendiente
- Aprobación aprobada o condicional
- Fundado / Funded

Este sistema le permite monitorear sus referencias sin necesidad de acceder a nuestra plataforma CRM interna, evitando así complicaciones. FÁCIL DE SEGUIMIENTO. Le informamos de todo. A continuación, un ejemplo de lo que verá:

Your Referrals or Submission (su referencias o solicitudes sometidas)		Prospect / Applicant Information Registration: information del cliente potencial (referido)						Final Results: Resultado Final			
N° Internal	Fecha de Registro /Date of Registration	Format (o)	First Name / Primer Nombre del Cliente	Last Name / Apellido del Cliente	Cell or WhatsApp	Email	Company Name / Nombre de la Empresa	Applying for / Aplicando por	Results: Resultado	Denial Reason: Motivo por Rechazado	Date Funded - Fecha Ganado
111 example	01/20/2026	Referral Link	Jhonny	Cruz	212-909-8989	jcruz55@gmail.com	JCR Invest LLC	Investment Property	In Process: Sigue en Proceso		

PASO 3: SEGUIMIENTO DE COMISIONES

Controla tus ganancias: A medida que se financien las comisiones por referencias, la información se añadirá a tu base de datos de seguimiento de referencias. Esto te permite controlar tus ganancias y transacciones financiadas en un único lugar.

Información sobre comisiones disponible: El informe de la comisión puede incluir:

- Nombre del cliente
- Fecha de financiación
- Programa financiado
- Importe de la financiación
- Comisión bruta ganada
- Estado del pago de comisiones
- Fecha de pago

Informes mensuales de comisiones

Los socios de referencia pueden revisar la actividad de comisiones mensualmente a través de la base de datos compartida. Esto proporciona una visibilidad completa de:

- Transacciones activas
- Acuerdos financiados recientemente
- Comisiones pendientes
- Comisiones pagadas

Ejemplo de lo que verá:

YOUR EARNINGS: SU GANANCIAS (REFERRAL AGENTS)												
Referral Agent Name (Your Name or Office)	Team Member (miembro equipo)	Client Name (nombre cliente)	Loan Amount (monto crédito)	Transaction Type (Transaccion)	Your % Earned	Fee Earned (ganancia por crédito realizado)	Incentive Amount	Incentive Paid Out As	Total Earned	Payment Date	Month (Mes)	Notes
MONTH:												
Juan Rodriguez		San Diego Taxos Inc.	\$150,000.00	Revenue Based...	2.00%	\$3,000.00	\$200.00	Amazon...	\$3,200.00	1/5/2026	January	
Juan Rodriguez	Jose Perez	Marble & Tire LLC	\$300,000.00	Investment Pro...	2.00%	\$6,000.00			\$6,000.00	1/5/2026	January	
									\$0.00			
									\$0.00			
									\$0.00			
									\$0.00			
TOTAL THIS MONTH			\$450,000.00			\$9,000.00	\$200.00		\$9,200.00			
MONTH:												

PARTE III: SECCIÓN FINAL

Mejores prácticas para socios de referencia: Para maximizar la eficiencia y mejorar las tasas de conversión:

Envíe las referencias lo antes posible: Los empresarios suelen buscar financiación debido a una necesidad o una oportunidad inmediata. Presentar la solicitud a tiempo aumenta las probabilidades de obtenerla.

Proporcione información completa: Cuanta más información se proporcione al enviar la solicitud, más fácil será para nuestro equipo iniciar el proceso de calificación.

Establezca expectativas adecuadas: Informe a los clientes que las opciones de financiación están sujetas a revisión, calificación, requisitos de evaluación crediticia y directrices del prestamista.

Realizar un seguimiento periódico: Si bien nuestro equipo gestiona el proceso de financiación, una comunicación ocasional por su parte puede fortalecer las relaciones con los clientes y mejorar la interacción.

Conclusiones clave

- ✓ Envíe referencias de financiación empresarial a través del enlace de referencia.
- ✓ Envíe referencias de inversión inmobiliaria por correo electrónico.
- ✓ Supervise el progreso de las derivaciones a través de la base de datos de seguimiento compartida.
- ✓ Vea el estado de la financiación y las actualizaciones de las transacciones en tiempo real.
- ✓ Realice un seguimiento de las comisiones a través de la sección de informes mensuales de comisiones.
- ✓ Concéntrese en generar referencias mientras nuestro equipo gestiona el proceso de financiación.

Su éxito como socio de referencias depende de identificar oportunidades de forma constante y de presentar prospectos cualificados. Los sistemas descritos en este capítulo están diseñados para brindar transparencia, responsabilidad y visibilidad durante todo el proceso.

El fin

Preguntas: 888-505-5835

Correo electrónico: support@lendinernetwork.com