

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



WOFI
World Of Finance Innovation

Trabajo de Grado

Autor
Juan Miguel Clavijo Perilla

Bogotá, Colombia
2021

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



WOFI
World Of Finance Innovation

Autor
Juan Miguel Clavijo

Tutor
Julián Gutiérrez
Centro de Emprendimiento

Administración de Empresas

Bogotá, Colombia
2021

Tabla de contenido

Resumen	5
1. Resumen Ejecutivo	6
1.1 One Pager	6
1.2 Sector y actividad económica del emprendimiento	8
2. Objetivos.....	9
2.1 Objetivo General:	9
2.2 Objetivos Específicos:.....	9
3. Intereses Propios.....	10
4. Exploración e identificación de la idea de negocio	10
4.1 Descripción del problema Identificado	11
4.2 Justificación del entorno explorado.....	11
4.3 Hipótesis General del Proyecto	12
4.4 Validación del Problema	13
4.4.1 Datos Económicos.....	14
5. Construcción de Propuesta de Valor	15
5.1 Arquetipo del cliente	16
5.1.1 Validación del usuario y cliente potencial	17
5.2 Mapa de valor.....	18
5.2.1 Diferencial.....	20
5.2.2 Pertinencia de la solución.....	21
5.2.3 Creación de valor	21
5.2.4 Pruebas de validación de propuesta de valor	22

6. Construcción de Prototipo	23
6.1 Conceptualización y definición del prototipo	23
6.2 Plan para la construcción de la solución	24
6.3 Definición del MPV, portafolio de servicio, análogos y virtuales Prueba e	25
interacción de prototipo.....	25
6.4 Elaboración pruebas de concepto	26
6.5 Aprendizaje pruebas de concepto.....	26
7. Modelo Financiero 1.0.....	27
7.1 Definición del Precio.....	27
7.2 Estrategia de Precio	28
7.3 Costeo del Servicio para serie mínima	28
7.4 Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento.....	28
7.5 Proyección.....	30
7.5 Fuentes de Seed capital	31
8. Modelo de negocio 3D	31
8.1 Diseño del modelo económico	32
8.2 Diseño modelo social	33
8.3 Cruce modelo total	34
9. Beneficios para la comunidad	35
9.1 Desarrollo colectivo	35
10. Referencias	36

Tabla de contenido de Figuras

1. Figura 1	15
2. Figura 2	16
3. Figura 3	19
4. Figura 4	20
5. Figura 5	22
6. Figura 6	29
7. Figura 7	32
8. Figura 8	33

Resumen

WOFI es un emprendimiento que busca comprar microcréditos a una menor tasa que la actual. Se busca personas de estratos 2-4 quienes tengan un crédito menor de \$5'000,000 con tasas altas el cual se compra ofreciendo mejores condiciones para el pago del mismo. Se busca personas que estén en una situación laboral estable con una buena capacidad de pago. A futuro se quiere ofrecer un crecimiento financiero y crediticio.

Palabras clave: WOFI, emprendimiento, microcrédito, capacidad de pago

Abstract

WOFI is an enterprise that seeks to buy micro credits at a lower rate than the current one. We are looking for people who have a credit of less than \$ 5,000,000 with high rates which is bought offering better conditions for the payment of it. We are looking for people who are in a stable employment situation with a good ability to pay. In the future, they want to offer financial and credit growth.

Key words: WOFI, Enterprise, micro credits, good ability to pay

1.Resumen Ejecutivo

1.1 One Pager

Wofi está comprando microcréditos con menores tasas de interés para ayudar a las personas a tener una mejor vida financiera ofreciendo costos de deuda reales y justos en donde adicionalmente se ofrece la posibilidad de tener avances financieros a mediano plazo.

Problema y justificación en cifras: El problema que se quiere solucionar es el alto costo de deuda en microcréditos a personas de estratos socioeconómicos bajos.

Tamaño del mercado y potencial de ventas: Hoy en día en Colombia hay más de \$15,3 Billones de pesos en microcréditos (Dinero, 2020). Esto hace referencia a que hay un mercado gigante, el cual tiene un costo muy alto para los clientes.

Mecanismos de distribución de su producto y/o servicio: Los medios por los cuales se va a informar de Wofi son pagina web y el boca a boca de las personas.

Validación del prototipo (producto, video, modelo, página web: Desde comienzos del año Wofi comenzó a otorgar créditos los cuales se hicieron de manera presencial. Sin embargo, desde finales de abril se construyo una landing page, en donde esta toda la información del emprendimiento y un formato con el cual las personas comienzan el proceso de recompra del crédito.

Monetización: La monetización de Wofi se da por el cumplimiento de las cuotas de los créditos por parte de cada uno de los clientes.

Plan Financiero: El interés EA del crédito se da según el riesgo de cada uno de los clientes, en donde según el interés que tienen los posibles clientes con el crédito actual se descuenta entre un 1% y un 6% EA. El emprendimiento no presenta costos de administración ni de operación sin embargo el unico costo posible seria el de honorarios de abogados en el dado caso que un cliente no pague la deuda. Como los costos del emprendimiento son practicamente nulos la utilidad del primer año va estar cercana al 25%.

1.2 Sector y actividad económica del emprendimiento

Wofi es un emprendimiento que nace al identificar los altos costos de capital para los ciudadanos, en especial para aquellos con bajos recursos; pues, para nadie es un secreto que acudir a un crédito para financiar proyectos personales resulta tener tasas muy altas, por lo cual dicho proyecto anhelado llega a costar el doble o más del valor inicial. Por esta razón, Wofi tiene como propósito ayudar y/o apoyar a estas personas para que mediante de una plataforma de compra de créditos, tengan la posibilidad de acceder a apoyos financieros con mejores tasas de interés en comparación con las que antes o actualmente pagan. Wofi, también ofrece otro tipo de beneficio el cual le brinda la oportunidad a los clientes de mejorar sus condiciones crediticias al tener un buen comportamiento en éstos según los periodos establecidos, es decir que, si el cliente cumple con las condiciones de pago, en el siguiente periodo, se le hará un descuento. No obstante, lo anterior se explicará con más detalle a lo largo de este documento.

En conclusión, gracias a esta iniciativa que propone Wofi todo ciudadano podrá acceder a menores costos de deuda, en el que, además, tendrán la posibilidad de tener un crecimiento financiero posible y a mediano plazo. Finalmente, el presente proyecto lo ha de realizar Juan Miguel Clavijo, un emprendedor financiero, el cual ha enfocado sus estudios en Finanzas corporativas y en riesgos de crédito.

El sector en el que se desarrolla el emprendimiento, es el financiero, y la actividad económica en específico es “Actividades del Servicio Financiero, Excepto Seguros y

Pensiones”, identificado con el código 6499.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General:

Demostrar los problemas crediticios en un país en donde no permiten un avance financiero de las personas, frente a esto proponer una solución clara, eficaz, posible y real para el emprendimiento y para todos los clientes.

2.2 Objetivos Específicos:

- Evidenciar las injusticias de las tasas crediticias.

- Demostrar la inconformidad de los deudores por las posibilidades que tienen y las condiciones de los créditos.
- Identificar lo que los clientes buscan al endeudarse.
- Ofrecer opciones justas y equitativas a las personas cuando contraen una deuda.

3. Intereses Propios

Crear un emprendimiento que aporte en el avance financiero de las personas, ofreciendo oportunidades más cómodas y de igual manera propiciar el avance financiero de toda persona que tenga el merito. Por otro lado, crear una cultura en la que la inteligencia financiera se vea como un elemento indispensable para la vida de los individuos.

4. Exploración e identificación de la idea de negocio

4.1 Descripción del problema Identificado

La problemática principal es la falta de oportunidades que tienen las personas cuando solicitan un crédito, en especial cuando éstas son de estratos socioeconómicos bajos o quienes no cuentan con los recursos y/o condiciones óptimas para acceder a uno. Estas personas no tienen muchas opciones, por lo tanto, no hay diversidad en la oferta, sin mencionar que las tasas de interés son bastante altas en comparación con el riesgo de los clientes. De tal forma, la falta de oportunidades es un obstáculo para que las personas tengan un avance financiero durante su vida, pues, en vez de ayudarlos, causan que queden estancados en la misma situación año tras año.

4.2. Justificación del entorno explorado

El contexto social y económico rige el qué hacer de los seres humanos; por un lado, el contexto social enmarca las condiciones, predispone situaciones y en algunas ocasiones limita oportunidades. Esto, a su vez, indica que hay quienes cuentan con las condiciones y además tienen la oportunidad de conocer mecanismos financieros y usarlos a su favor. Sin embargo, para otras personas, obtener beneficios financieros resulta ser remoto puesto que para las entidades es indispensable el cumplimiento de unos requerimientos estrictos los cuales no toda la población colombiana posee.

En cuanto al contexto económico encontramos que en Colombia más del 83% de la población adulta tiene algún servicio financiero, es decir que cerca de 6 millones de adultos no tienen acceso a este sistema; sin embargo, en una encuesta realizada por El Global Findex un 41% de la población solicitó un crédito en el último año, pero solo un 21% tuvo acceso al crédito mediante entidades financieras (Finanzas Personales, 2018).

El microcrédito es un recurso bancario difícil de acceder y aun así es reconocido por sus elevadas tasas de interés. La superintendencia financiera estipuló en 36,55% la tasa efectiva anual para intereses de microcréditos. No obstante, el microcrédito es un recurso indispensable para combatir la pobreza, en los últimos 10 años más del 26% de la población logró superar la línea de pobreza gracias a un microcrédito. También, es un elemento indispensable para luchar a favor del avance productivo del país, ya que la mayor cantidad de personas usa este recurso para financiar un pequeño negocio. Ahora bien, si los microcréditos son uno de los elementos más importantes para el avance de un país es ilógico que sean uno de los elementos financieros más costosos y con gran dificultad para poder acceder. Si hoy en día con las tasas exageradas y las dificultades para acceder a estos créditos afectan de manera positiva en el país, los resultados que se obtendrían al suavizar las tasas y ampliar la red de otorgamiento serían claves para un avance productivo eficiente en el país.

4.3 Hipótesis General del Proyecto

La percepción de justicia financiera comenzará a transformarse gracias a la accesibilidad que este programa brinda, además, el cumplimiento de pagos de los clientes de Wofi aumentará en comparación con los del sector bancario.

4.4 Validación del Problema

Cuando se obtiene una visión amplia de los créditos se puede dar cuenta de las grandes diferencias entre éstos. Un microcrédito, el cual es indispensable para el crecimiento productivo y lucha en contra de la pobreza tiene tasas de interés cerca al 36,6% EA. Ahora bien, cuando nos encontramos con el crédito de consumo, el cual esta destinado, valga la redundancia para consumir, tiene una tasa efectiva anual alrededor del 18,7%; ambas tasas reflejadas en el último reporte de la superintendencia financiera (ASOMICROFINANZAS, 2020). Este es un problema que afecta increíblemente un país ya que los costos de un recurso que ayuda a la productividad y a combatir la pobreza son prácticamente el doble de uno que le permite consumir a las personas mediante la deuda. Es decir que, para aquellas personas que obtienen un microcrédito destinado en la financiación de un avance de un proyecto, pagan el doble o más que aquellas que acceden a un crédito de consumo, pues, aunque éste último sea un activador económico para el país, no aporta al crecimiento productivo de la

manera que un microcrédito lo puede hacer. Es evidente que si el escenario fuera al revés las personas estarían motivadas a endeudarse para salir adelante aportando a la productividad de un país. Este es un problema urgente de corregir y que trae impactos negativos a cualquier economía.

4.4.1 Datos Económicos

Colombia para el final del 2019 tenía una cartera de microcréditos de \$15,3 Billones de pesos, con tasas de interés mayores al 36% y de usura mayores a el 54%. Para los usuarios estos créditos son una oportunidad por lo que más de 26% de la población logró salir de la pobreza gracias a la oportunidad de acceder a este tipo de crédito (ASOMICROFINANZAS, 2020).. Sin embargo, estas tasas siguen siendo muy altas para los usuarios y en especial para los más vulnerables. Cuando una persona solicita un crédito a tres años, al final paga alrededor del doble del valor inicial solicitado, ésto sin mencionar que los microcréditos son prácticamente la única herramienta de las personas más vulnerables para financiar sus proyectos. Por esta razón, en vez de apoyar a quienes más lo necesitan, este recurso financiero resulta ser un dolor de cabeza y no un alivio debido a los altos costos de financiación.

Por otro lado, en la Figura 1 obtenida en una investigación realizada por Estrada y Hernández Rubio (2019), se evidencia el porcentaje de personas en mora el cual, aumenta año tras año de manera constante y vertiginosa. Adicionalmente, se evidencian dos líneas ascendentes que

se diferencian por el tipo de entidad que ofrece el microcrédito. Por lado, está la línea azul la cual representa las entidades vigiladas; y, la verde la cual simboliza las entidades no vigiladas. Al analizar lo anterior, es pertinente tener en cuenta las elevadas tasas ofrecidas por los bancos, que terminan perjudicando a la población más vulnerable, que, a su vez, los deja sin oportunidades equitativas.

Figura 1.

Indicador de mora de microcréditos

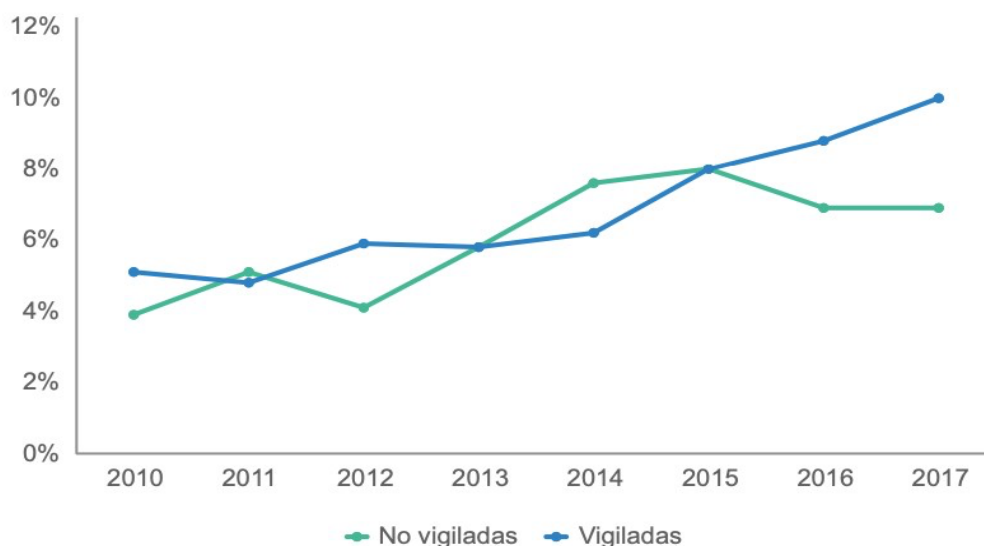


Figura construida en base a ASOMICROFINANZAS (2020). Esta figura muestra la tasa de impago de los microcréditos en Colombia; el color verde ilustra la tasa de impago de entidades no vigiladas. Por el contrario, el color azul representa la tasa de impago de entidades vigiladas.

5. Construcción de Propuesta de Valor

5.1 Arquetipo del cliente

En primer lugar, para poder realizar el mapa de empatía, se buscó a 15 trabajadores y se realizaron las preguntas de forma presencial. Posteriormente, se clasificaron las respuestas en común y a partir de éstas se construyó un mapa de empatía que reuniera los datos de cada uno de los clientes. En la Figura 2, se puede evidenciar lo anteriormente mencionado.

Figura 2.

Mapa de empatía del cliente



Figura 2 ilustra las percepciones de clientes sobre la solicitud de un microcrédito.

Fuente: creación propia

En este mapa de empatía se concluyó que:

- Las personas consideran que las tasas crediticias son exageradas.
- Las personas no confían en los bancos.
- Las personas creen que no tienen las suficientes opciones para acceder a un crédito.
- Las personas creen que no tiene posibilidad de avanzar en su vida crediticia o es muy difícil.
- Las personas no entienden bien el origen de los cobros de los bancos y el pago de las cuotas.

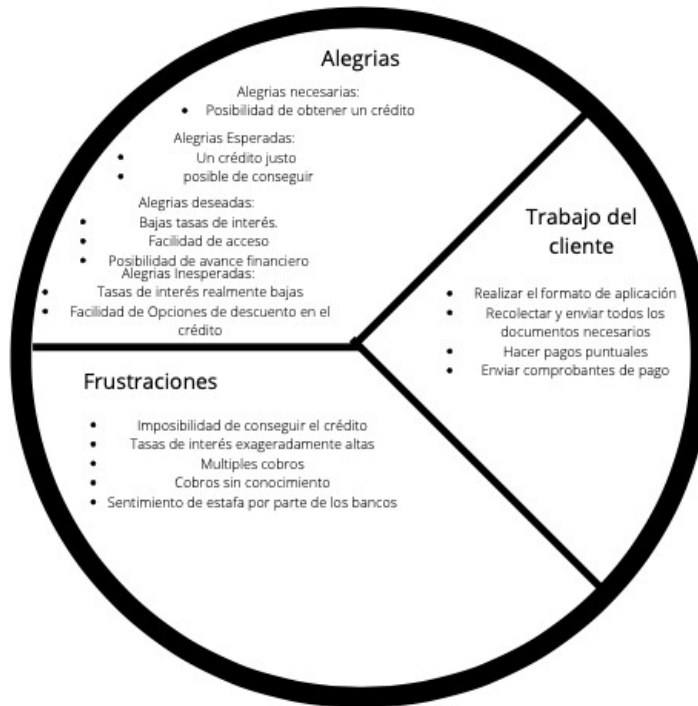
5.1.1 Validación del usuario y cliente potencial

A lo largo del proyecto se ha tenido la idea de buscar una manera eficiente de ayudar a la población más vulnerable al buscar un crédito y se ha decidido que la mejor manera de comenzar a atacar el problema es comprar cartera crediticia y ofrecer menores tasas de intereses. Es por esto que los early adopters van a ser personas conocidas, que tengan actualmente microcréditos con algún banco. Posteriormente se va a buscar a cualquier persona de estratos socioeconómicos bajos que tenga un crédito y así poder ofrecer nuestros servicios, haciendo un minucioso análisis de cada uno de los posibles clientes.

Para la validación del usurario, en primer lugar, se indago acerca de las necesidades de la población de interés; como se ha mencionado a lo largo de este texto, se estableció la necesidad de la reducción de la tasa de interés en los microcréditos. Esto, con base a un acercamiento a una persona conocida, la cual en su momento se encontraba pagando un microcrédito anteriormente solicitado a un reconocido banco colombiano. Seguidamente, se solicitó información detallada del crédito, en el cual se encontró que la tasa EA del crédito era casi de un 30% y se pudo establecer a esta persona como un cliente potencial. Posteriormente, se busco información del individuo para establecer un análisis crediticio.

Al recopilar todos los datos e información necesaria, se construyo una propuesta, en la cual WOFI saldaba la deuda con el banco y esta persona comenzaba a pagar las respectivas cuotas al presente emprendimiento. WOFI también ofrecía una mejora de condiciones, como por ejemplo reducción de tasa de interés y un plazo más cómodo para el cliente. Finalmente, el cliente acepto, se firmaron los respectivos documentos y los respaldos legales de impago y se procedió a cancelar el crédito. Esto se realizó hace ya varios meses y se ha tenido un comportamiento excepcional de pagos y un cliente satisfecho. En conclusión, para el presente emprendimiento un cliente potencial es aquel que este pagando un microcrédito financiero en una entidad vigilada, en el cual haya tenido un buen comportamiento de pago y tenga una tasa de interés superior al 25% EA.

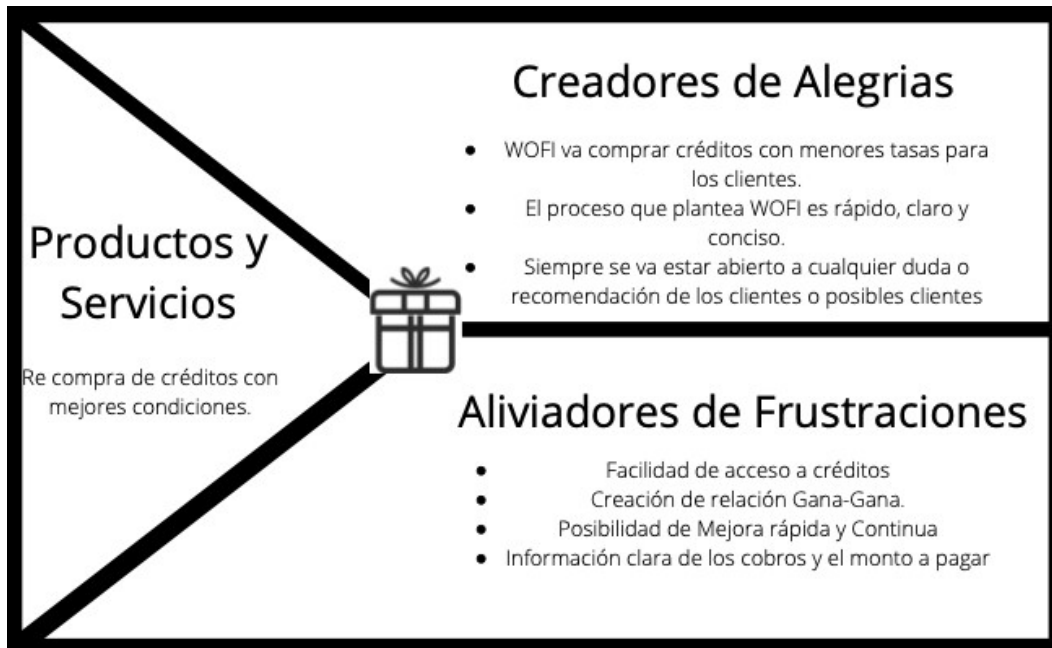
5.2 Mapa de valor

Figura 3.*Mapa del cliente*

La presente figura representa tanto las alegrías como las frustraciones de los clientes al enfrentar el proceso de solicitud de un microcrédito.

Fuente: creación propia

Figura 4.*Mapa de empatía del cliente*



La figura 4 representa la propuesta de WOFI para aliviar todas aquellas frustraciones, para así crear más alegrías a los clientes.

Fuente: creación propia

5.2.1 Diferencial

Wofi parte de un sentimiento de injusticia por parte del sector financiero y busca plantear una relación gana-gana con los clientes adoptando el sentimiento de justicia financiera. La principal diferencia de Wofi es la disminución del costo de la deuda y la claridad de las cuotas a pagar, en donde nunca van a existir cobros extraños o que el cliente no conozca la procedencia de estos. Wofi tiene como principal competidor los bancos y entidades de crédito, las cuales se diferencian en las altas tasas de interés.

5.2.2 Pertinencia de la solución

La solución es totalmente pertinente debido a que los consumidores bancarios siempre han tenido discusión con las entidades bancarias frente a los altos costos de la deuda y la cantidad de cobros injustificados. Los bancos por tener el capital y el poder en la relación con los clientes buscan aprovecharse de cualquier manera posible.

5.2.3 Creación de valor

Figura 5.

Matriz de Creación de Valor

Aumentar	Reducir
La satisfacción de los clientes	Los altos costos de la deuda
Eliminar	Crear
Cobros ocultos	Sistema de avance financiero

En esta figura se evidencian todas las áreas que se deben tener en cuenta con el objetivo de crear una propuesta de valor.

Fuente: creación propia

La relación que se va a crear con el cliente, en donde se va a reducir las cargas crediticias, se va a estipular los montos y las razones de cada uno de los pagos de manera clara, se va a crear un plan de mejora financiera a mediano plazo y una relación gana-gana para finalmente fidelizar y aumentar la satisfacción de los clientes es la propuesta de valor que ofrece WOFL.

5.2.4 Pruebas de validación de propuesta de valor

Para poder validar la solución se seleccionó una persona que se conocía de antemano porque trabaja con la familia del director del emprendimiento y era de conocimiento que tenía un microcrédito con el banco caja social a un interés de casi 30% EA. A esta persona se le informó del emprendimiento y realizamos un proceso de recolección de información. En base a este se estableció una reducción en la tasa efectiva anual, un acuerdo de pago y una letra de cambio como propuesta de compra del crédito. Al presentar la propuesta esta persona se mostró muy satisfecha en especial por la reducción de la tasa de interés, sin embargo, surgieron varias dudas en referencia a los pagos, las cuales fueron resueltas inmediatamente y se decidió aceptar el acuerdo. Desde febrero de 2020 se realizó la operación y hasta el día de hoy se ha tenido un cumplimiento total de cada una de las cuotas y el cliente se encuentra satisfecho con la negociación.

6. Construcción de Prototipo

Definición de servicio y solución: Crear un sistema de compra de microcréditos, los cuales tengan tasas mayores al 25% EA, con el objetivo de ofrecer mejores condiciones crediticias. En esta misma línea, se pretende dar la posibilidad de tener un crecimiento financiero real y a mediano plazo.

6.1 Conceptualización y definición del prototipo

El prototipo que se va a seleccionar para testear el producto es una landing page y en éste se expondrán diversos temas. El primero de éstos describe detalladamente el emprendimiento, sus objetivos y el impacto que quiere crear en la sociedad. De igual forma, en un apartado se encontrarán cada uno de los requerimientos que necesita el cliente para poder aplicar y adquirir a

todos los beneficios antes mencionados. Finalmente, en este landing page se encontrará el formato de solicitud de crédito, el cual tendrán que llenar en su totalidad y enviar a el correo establecido.

6.2 Plan para la construcción de la solución

La solución se basa en el análisis crediticio y por tanto en la reducción del interés para realizar la compra del mismo. En primer lugar y como ya se ha mencionado, para comenzar el proceso el cliente debe diligenciar el “Formato de Solicitud de Crédito”; posterior a su envío, éste va ser analizado minuciosamente y se va asignar un porcentaje de riesgo crediticio. En base a este porcentaje se va calcular qué tanto se puede disminuir la tasa de interés que el cliente tiene en su actual crédito y también qué instrumentos legales se van a usar debido al riesgo que representa el cliente. Posteriormente, se plantea un plan de disminución de pagos, en el cual, si el cliente cumple un periodo de x meses de pagos cumplidos, en el próximo periodo las cuotas van a disminuir en x porcentaje, según sea el caso. Los periodos son de 6 o 12 meses, dependiendo del plazo total del crédito. Finalmente, si el solicitante cumple con todos los filtros se le presenta la propuesta, si el cliente esta de acuerdo, se procede a firmar los documentos pertinentes y a cancelar la totalidad del crédito bancario.

6.3 Definición del MPV, portafolio de servicio, análogos y virtuales Prueba e interacción de prototipo

El MPV (Mínimo Producto Viable) esta basado en:

- Landing page: Pagina creada por Juan Miguel Clavijo, la cual presenta información detallada del emprendimiento y en la cual los clientes puedan descargar el formato de solicitud de crédito. *Link:* <https://wofifinance.wixsite.com/wofi>
- Formato de Solicitud de Crédito: Formato en donde se recopila la información personal, laboral, crediticia y financiera del cliente. Esta información es indispensable para evaluar el riesgo de cada cliente y conocer qué elementos se pueden implementar en el posible futuro contrato.
- Matriz de Riesgo: Matriz, en donde al incluir toda la información del cliente se puede calcular un porcentaje de riesgo. Éste, se calcula en base a las estadísticas de la población en mora de Colombia.
- Documentos Legales:
 1. Acuerdo de Pago: Un acuerdo donde se consta claramente las condiciones del crédito tales como la tasa de interés, el plazo del crédito, las cuotas a pagar, la manera de pago y toda información relevante del crédito.
 2. Pagare en Blanco: Título valor, en caso de que la persona no cumpla con los pagos. Este pagare se puede usar como título valor para exigir el pago de la deuda mediante el sistema legal colombiano.

3. Prenda: Prenda para respaldar los créditos a personas que representan mayor riesgo, es decir que en caso de que una persona no pague el crédito, se puede efectuar la prenda y WOFI tendría todos los derechos sobre el inmueble que se haya registrado en la prenda.

6.4 Elaboración pruebas de concepto

Desde que comenzó el emprendimiento se ha buscado personas para poder probar el prototipo, por lo que ya hemos tenido diversas solicitudes de crédito, en donde las personas descargan el formato en la landing page, lo diligencian completamente y finalmente lo envían al correo que se menciona en la página. Posteriormente el equipo se encarga de revisarlo y solicitar los documentos pertinentes para poder crear un perfil del cliente y decidir las condiciones del crédito. Al día de hoy ya contamos con dos créditos los cuales han tenido un buen comportamiento y ya comenzaron a pagar las cuotas mensuales sin ningún inconveniente.

6.5 Aprendizaje pruebas de concepto

El principal aprendizaje de la prueba de concepto ha sido que al establecer una relación entre prestamista y deudor es indispensable ser totalmente transparente en el origen de los cobros a realizar. Por otro lado, aunque se tiene que implementar el proceso 100% online es indispensable conocer a los clientes. Finalmente es indispensable tener todos los documentos legales y títulos valores para respaldar el préstamo.

7. Modelo Financiero 1.0

7.1 Definición del Precio

El precio del producto es la tasa de interés a la que se va cobrar los préstamos. Esta tasa de interés va estar basada en el análisis de riesgo de impago que representa el cliente y las fuentes de respaldo de deuda que pueda presentar. Según el riesgo del cliente se va a disminuir la tasa de crédito actual que tiene en un nivel de 1% a 6% EA.

7.2 Estrategia de Precio

Como ya se menciono anteriormente se va a tener una estrategia de disminución de pagos por cumplimiento de cuotas. Éste consiste en que, si el cliente cumple un periodo de x meses de pagos cumplidos, el próximo periodo las cuotas van a disminuir en x porcentaje, según sea el caso. Los periodos son de 6 o 12 meses, dependiendo del plazo total del crédito.

7.3 Costeo del Servicio para serie mínima

Para poder tener ganancias no es necesario producir una mínima cantidad. En este caso lo importante es asegurar que los clientes tienen capacidad de pago para afrontar el crédito y en caso de que no paguen por alguna situación, estar legalmente protegidos para poder reclamar el dinero del crédito, de los intereses y de los intereses de mora.

7.4 Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento

Para el presente proyecto se ha decidido empezar con un capital de \$ 35'000.000,00 de pesos, los cuales son en su totalidad un aporte del director del proyecto. Por otro lado, mensualmente se va hacer un aporte de socios de alrededor de \$ 3'000.000,00 de pesos durante un año. Este aporte junto con la cuota de los créditos se va a usar para ofrecer más créditos y crecer el flujo de capital del emprendimiento.

Figura 6.

Balance primer año

Activos		Pasivo	
ACTIVO CORRIENTE		Pasivo Corriente	
EFFECTIVO	\$ 23.000.000		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 23.000.000	Pasivo No corriente	
ACTIVO NO CORRIENTE			
Crédito 1	\$ 5.000.000	TOTAL PASIVO	\$ -
Crédito 2	\$ 7.000.000	Patrimonio	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 12.000.000		\$
		Capital	35.000.000
			\$
TOTAL ACTIVO	\$ 35.000.000	TOTAL	35.000.000

La figura 6 representa el balance general del proyecto del año 2021.

Fuente: creación propia

El presupuesto que se realizó, el cual se encuentra en los anexos del documento evidencia el flujo de caja del primer año de Wofi, en donde los ingresos van a ser constantes del pago de las cuotas de los clientes. Estas cuotas con el aporte mensual de socios se van a usar para otorgar nuevos créditos y de esta manera Wofi va tener un crecimiento constante y rápido. Durante el primer año Wofi no se va constituir, por lo que no se van a tener más costos de administración o de operación y tampoco impuestos por la actividad.

7.5 Proyección

Wofi es un emprendimiento que tiene como objetivo reinvertir todo el capital por lo menos durante los 2 primeros años de trabajo. Como los clientes tienen diferentes tasas las utilidades van a estar entre el 21% y el 25% EA. El único costo posible que afecte las utilidades de Wofi serían los honorarios de abogados en caso del impago de la deuda por parte de algún cliente. Es por esto que Wofi va tener un crecimiento constante del aporte de socios, el cual va ser de tres millones de pesos y las cuotas de los clientes. Es decir que si por lo menos el 90% de los clientes paga oportunamente, en Diciembre de 2021 se habrá logrado prestar más de \$ 100.000,00 de pesos, se tendrá un flujo de caja mensual de más de cuatro millones de pesos representados en 20 créditos y Wofi no estará constituida en el momento, pero se estará evaluando que decisión tomar hacia un futuro.

7.5 Fuentes de Seed capital

Todo el capital semilla proviene del ahorro y previas inversiones del director del proyecto, por el momento no se va recurrir a la deuda o capital de terceros.

8. Modelo de negocio 3D

8.1 Diseño del modelo económico

Figura 7.

CANVAS económico

Socios Clave:	Actividades	Propuesta de	Relación con el	Segmento del
Socios	Clave:	Valor	cliente:	consumidor:
Abogados	Disminución de tasa de interés plan de mejora financiera.	Precios Justos Relación Gana-Gana	Página Web. Correo electrónico. Personal	Personas que tienen micro créditos con tasa mayor del 25% EA.
	Recursos	Plan de beneficios.	Canales Correo. Entrega Presencial.	Personas con familia establecida, con
	Cumplimiento de pago de clientes. Aportes de socios		Pagos por consignación.	un trabajo estable, con buena vida crediticia.

Estructura de Costos	Fuentes de ingresos
Costo de capital	Intereses + Abono a Capital = Cuotas de pago Mensuales
Costo de honorarios de abogados.	

La figura 7 indica la gestión estratégica necesaria para conocer los aspectos clave del negocio y la relación entre ellos.

Fuente: creación propia

8.2 Diseño modelo social

Figura 8.

CANVAS social

Políticos	Legales	Económicos
Máxima tasa de interés.	Posibilidad de otorgar máximo 20 créditos sin constituirme legalmente. Acuerdos de pago, pagare en blanco, prendas, hipotecas y letras de cambio.	Capacidad de pago de clientes.
Tasa de usura.		Altas tasas de interés.
		Aumento del desempleo.
		Aumento de mora en el

		país. Covid.
Medioambientales Proceso totalmente online.	Sociocultural Creación de relación gana-gana. Convertirse en un aliado de las personas. Ofrecer soluciones.	Tecnológicos Análisis de riesgo crediticio. Fijación de tasa de interés. Pagina Web.

En esta figura se puede observar la relación de todos los agentes y busca brindar soluciones a éstos.

Fuente: creación propia

8.3 Cruce modelo total

El modelo planteado es robusto y oportuno para los socios y los clientes, es un modelo que aporta valor a la sociedad, en donde el principal objetivo es ofrecer a las personas un alivio financiero y puedan tener mejores oportunidades para realizar sus proyectos personales. Por otro lado, el modelo está estructurado para realizar más del 90% de los procedimientos de manera virtual y únicamente tener ciertos documentos en físico, los cuales se conservan a largo plazo, por lo que ayuda y protege al medio ambiente. Finalmente, los clientes se han visto muy satisfechos con el modelo y las propuestas realizadas por Wofi, tanto en los procesos implementados como en el resultado final.

9. Beneficios para la comunidad

9.1 Desarrollo colectivo

WOFI es un emprendimiento que nace por las injusticias del sector bancario frente a la sociedad, por lo que el beneficio que la comunidad obtiene con el emprendimiento es total. Por un lado disminuye contundentemente el costo de la deuda, por otro lado se hace un énfasis en la

claridad de los costos y finalmente se plantea un plan de mejora financiera a mediano plazo. Estas tres propuestas benefician a la comunidad dándoles mejores oportunidades financieras y patrocinando una relación justa y equitativa.

10. Referencias

ASOMICROFINANZAS (2020). Cifras con corte a marzo 2020. Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras. Recuperado de:

<https://asomicrofinanzas.com.co/cifras/>

Dinero. (2020). La cartera de micr crédito en Colombia ya va en \$15,3 billones. Dinero. Recuperado de: <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-van-los-microcreditosen-colombia/282241>

Estrada, D. A., & Hernández Rubio, A. (2019). Situación actual e impacto del micro crédito en Colombia. *Libros Banco de la República*. Recuperado de:

https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9723/LBR_2019-07.pdf?sequence=8

Finanzas Personales. (2018). 6,7 millones de adultos colombianos no tienen acceso al sistema financiero. Finanzas Personales. Recuperado de: <https://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/67-millones-de-adultoscolombianos-no-tienen-acceso-al-sistema-financiero/77621>

<https://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/67-millones-de-adultoscolombianos-no-tienen-acceso-al-sistema-financiero/77621>