

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Universidad del
Rosario**

EBISU BANK

TRABAJO DE GRADO

NICOLÁS BALLESTEROS ARBELAEZ

DIEGO ALEJANDRO GARZÓN MAYORGA

ANDRÉS FELIPE RUIZ PEDRAZA

SANTIAGO HADAD ROZO

ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ, D.C.

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



EBISU BANK

PROGRAMA AVANZADO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO APLICADO DE EMPRESA

NICOLÁS BALLESTEROS ARBELAEZ

DIEGO ALEJANDRO GARZÓN MAYORGA

ANDRÉS FELIPE RUIZ PEDRAZA

SANTIAGO HADAD ROZO

DIRECTORA: VIVIANA CAROLINA ROMERO PERALTA

ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ, D.C

2022

Declaración de Originalidad y Autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “Ebisu”, en opción de grado de Proyecto Avanzado de Dirección de Empresas II y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta revisión no ha sido entregada a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación

Nicolás Ballesteros Arbeláez

Diego Alejandro Garzón Mayorga

Andrés Felipe Ruiz Pedraza

Santiago Hadad Rozo

Declaración de Exoneración de Responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor.

La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Nicolás Ballesteros Arbeláez

Diego Alejandro Garzón Mayorga

Andrés Felipe Ruiz Pedraza

Santiago Hadad Roza

Tabla de Contenido

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
GLOSARIO	9
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
1 INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 PRESENTACIÓN DEL MERCADO Y TENDENCIAS	13
1.2 OBJETIVO PRINCIPAL.....	17
2 ANÁLISIS DEL ENTORNO	18
2.1 PESTEL.....	18
2.2 FODA.....	22
3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	24
4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	25
5 OFERTA DE VALOR.....	27
6 ANÁLISIS DIGITAL DE LA COMPETENCIA.....	28
7 ESTRATEGIA BRANDKETING (LOOP Y ATRACCIÓN Y RETENCIÓN)	29
7.1 SOCIAL MEDIA MARKETING	30
7.2 KYC (KNOW YOUR CUSTOMER).....	30
7.3 NPS (NET PROMOTER SCORE).....	30
7.4 LEVERAGE IN SOCIAL MEDIA ADVERTISING	31
8 SEGMENTACIÓN - PÚBLICO OBJETIVO.....	31
8.1 TAM SAM SOM - MARKET SCOPE	32

	6
9 BUYER PERSONA.....	33
9.1 DILO:.....	33
10 MARCA.....	34
10.1 BENEFICIOS FUNCIONALES	35
10.2 BENEFICIOS EMOCIONALES.....	35
10.3 BENEFICIOS SOCIALES	35
10.4 RTBS.....	35
11 MODELO GROWTH	37
12 PLANILLA DE COMUNICACIONES	38
13 CONCLUSIONES.....	41
14 REFERENCIAS.....	43

Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 COMPARACIÓN DE TÉRMINOS RELACIONADOS CON ENTIDAD FINANCIERA DIGITAL EN FORMA DE TENDENCIAS	16
ILUSTRACIÓN 2: GRÁFICA REGIONAL DE POPULARIDAD DE BÚSQUEDA.....	16
ILUSTRACIÓN 3: COMPARACIÓN DE LA COMPETENCIA EN FORMA DE TENDENCIAS	17
ILUSTRACIÓN 4: PROTOTIPO APLICACIÓN DE EBISU	26
ILUSTRACIÓN 5: MENÚ DE TARJETAS PROTOTIPO APLICACIÓN DE EBISU	27
ILUSTRACIÓN 6: ANÁLISIS SEIGOO NUBANK.....	28

Índice de tablas

TABLA 1: CIFRAS DEL PANORAMA DE LAS BILLETERAS DIGITALES	14
TABLA 2: CIFRAS DE LA COMPETENCIA.....	15
TABLA 3: ANÁLISIS FODA	22
TABLA 4: PLANTILLA DE COMUNICACIONES.....	38

Glosario

Neobancos: “Un neobanco es aquella entidad financiera que es completamente digital y está concebida para funcionar en un ecosistema tecnológico”. (BBVA, 2021)

Fintech: Surge de la unión de las palabras en inglés *Finance* (finanzas) y *Technology* (tecnología), “y se refiere al uso de tecnologías de la información a la hora de ofrecer productos y servicios financieros”. (Asobancaria, 2015)

FODA: El FODA es un modelo de análisis empresarial que consiste en el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la organización, de ahí viene su nombre conformado por las iniciales.

Plataformas Digitales: “Son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa”. (Alegre, 2022)

NFC: Near Field Communication por sus siglas en inglés, “es una tecnología inalámbrica que permite la comunicación e intercambio de datos entre dos dispositivos de forma ultrarrápida a corta distancia. Entre sus usos destacados están los pagos móviles con el smartphone o el smartwatch”. (Penalva, 2011)

Tecnología Touchless: “Las tecnologías sin contacto permiten a los consumidores realizar transacciones sin tocar los sistemas o dispositivos. Mejora la experiencia del cliente reduciendo la fricción durante el proceso de compra y contribuyendo a la eficiencia operacional”. (Intel, s/f)

Buyer persona: “Es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre otras muchas), con perfil psicológico, cualidades y comportamientos similares”. (Siqueira, 2022)

Startup: “un startup es una empresa de nueva creación que, gracias a su modelo de negocio escalable y al uso de las nuevas tecnologías, tiene grandes posibilidades de crecimiento”. (Santander, 2022)

DILO: Por sus siglas en inglés Day in a life, consiste en una herramienta que narra el día en la vida del posible usuario (Mind Tools Content Team, s/f)

Billetera digital: “Una billetera virtual o digital es un instrumento que permite guardar y realizar operaciones financieras, aún sin tener una cuenta bancaria o tarjeta. Además. funciona desde cualquier dispositivo y lugar”. (Estrada Rudas, 2022)

Tendencias: “Se conoce como tendencia a una preferencia o una corriente que se decanta hacia un fin o fines específicos y que generalmente suelen dejar su marca durante un periodo de tiempo y en un determinado lugar”. (Concepto Definición, 2012)

Resumen

Ebisu, un banco digital, basada en nueva visión para el mundo digital, enfocada en las nuevas generaciones y en aquellos que no se encadenan a lo tradicional, enfocada en aquellos que permanecen en una constante búsqueda de innovación; Ebisu Bank funcionará como una aplicación, a la que podrá accederse a través de dispositivos móviles, con diferentes sistemas operativos, ya sea Android o IOS. A diferencia de los bancos tradicionales, incluso de aquellos que tienen plataformas digitales de buen funcionamiento, Ebisu Bank no requiere sucursal física, y concede múltiples beneficios, tales como un diseño de experiencia fenomenal e interconectividad, también ponemos un ojo en los jóvenes, puesto que con ellos podemos desarrollar una relación y la formación de un vínculo a largo plazo con la entidad financiera digital. Ebisu Bank tiene como rasgo diferencial su interés por las causas sociales, debido a su target, personas más empáticas con el dolor ajeno. Por lo tanto, para aquellos que están cansados de la tramitología, de las filas y de los malos tratos, y deseas un compañero que sepa aprovechar los beneficios de la era digital, pásate a Ebisu Bank y conoce la verdadera comodidad.

Palabras clave: Eficacia, Empatía, Experiencia, Fintech, Entidad Financiera, Servicio al cliente

Abstract

Ebisu, is a digital bank, based on a new vision for the digital world, focused on the new generations and those who are not attached to the traditional, focused on those who remain in a constant search for innovation; Ebisu Bank will work as an application, which can be accessed through mobile devices, with different operating systems, either Android or iOS. Unlike traditional banks, even those with well-functioning digital platforms, Ebisu Bank does not require physical branch, and grants multiple benefits, such as phenomenal experience design and interconnectivity, we also focus and look forward on young people, since with them we can develop a relationship and the formation of a long-term bond with the financial app. Ebisu Bank has as a differential feature its interest in social causes, due to its target, people who are more empathetic with the pain of others. Therefore, for those who are tired of big amount of paperwork, lines, and harsh treatment, and want a partner who knows how to take advantage of the benefits of the digital era, move to Ebisu Bank and know the real comfort.

Key Words: Effectiveness, Empathy, Experience, Fintech, Financial Institution, Customer Service

1 Introducción

1.1 Presentación del mercado y tendencias

En el despertar colombiano de la tecnología y la digitalización, múltiples organizaciones, empresas y emprendimientos han optado por embarcarse en la aventura de lo que es la transformación digital, por lo tanto, la competencia en el ámbito digital se ha incrementado, aquellos que no están dispuestos o preparados para hacer cambios, serán olvidados, en su gran mayoría; en cuanto a las entidades financieras, ya sean bancos o intermediarios, han estado incursionando a través de diferentes plataformas digitales, pero a pesar de tener plenos acercamientos a el entorno digital, su tramitología y la existente y molesta burocracia, no les permite convertirse en un negocio netamente digital. Por eso mismo, los llamados neo bancos o bancos digitales, entraron con fuerza en el mercado se mercado financiero mundial y específicamente en el colombiano, y a través de los años diferentes entidades financieras digitales o también llamadas “challenger bank” han puesto en jaque a la tradicionalidad, a la que los bancos, estaban acostumbrados. No se habla mucho de este modelo de negocio digital, en el cual hoy se desea emprender, utilizando diferentes herramientas, y buscando un valor añadido que permita entrar en un mercado muy competitivo.

Por lo tanto, la digitalización pasó a ser una necesidad, mucho más para las personas jóvenes quienes en están conectados a cualquier clase de dispositivo móvil, de tal manera son más propenso a buscar la facilidad en hacer trámites, es decir, de manera eficiente, eficaz y sobre todo sencilla.

Es de alta importancia mencionar el sector en el cual se desempeñan las entidades mencionadas previamente, este sector es el de Fintech,

"Fintech is different from many other startup sectors because the financial world is heavily regulated and mostly consists of a relatively few numbers of large, well-established firms." (Desai, 2015) Siendo la traducción directa de "Fintech es diferente de muchos otros sectores de start-up porque las finanzas globales están estrictamente reguladas y en su mayoría consisten en un número ya establecido de entidades" por ello es un sector muy competitivo, pero muy innovador y, por lo tanto, rico.

De las nuevas tendencias digitales, las nuevas generaciones y la practicidad, nace Ebisu Bank, un neobanco que apunta a ser parte en una nueva era digital.

Tabla 1: Cifras del panorama de las billeteras digitales

PANORAMA DE LAS BILLETERAS DIGITALES EN COLOMBIA

(Datos al cierre de 2021)

Entidad	Usuarios	Transacciones	Dinero movido
Daviplata	13,8 millones	1.300 millones	\$34 billones
Nequi	10 millones	611 millones	\$75 billones
Tpaga	1 millón	2 millones	\$162.000 millones
Tuya Pay	857.064	145.705	\$14.677 millones
Payválida	657.983	7 millones	\$362.419 millones
SuRed App	172.882	375.098	\$44.507 millones
Cobru	85.111	351.000	\$48.341 millones

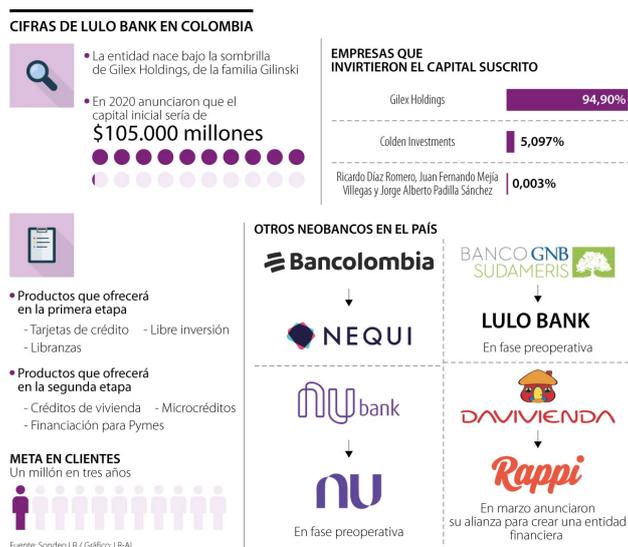
Fuente: Colombia Fintech / Gráfico: L+AL

Nota: Panorama de las billeteras digitales en Colombia. Fuente La República (2022)

Los Bancos digitales como se puede apreciar en la siguiente gráfica se puede ver la cantidad de clientes que maneja cada uno y el dinero movido a fecha de cierre del 2021, se puede notar que Nequi es la entidad que mueve más dinero seguido de Daviplata, esto debido a que su casa matriz son bancos tradicionales y de los más grandes del país.

El segmento de los neobancos está empezando a moverse en Colombia. Nequi, en alianza con Bancolombia se está consolidando; y para Nubank que estaba en la etapa preoperativa de la operación que superó los 200.000 clientes al cierre de 2020; a eso se añade la solicitud de la aplicación de delivery Rappi y el banco Davivienda para con la finalidad de crear un banco Digital partiendo de 50 millones de dólares como inversión inicial; y por último Lulo Bank, de la familia Gilinski, quienes también recibieron el aval de superintendencia financiera para las operaciones, según la resolución 0542 de 2021.

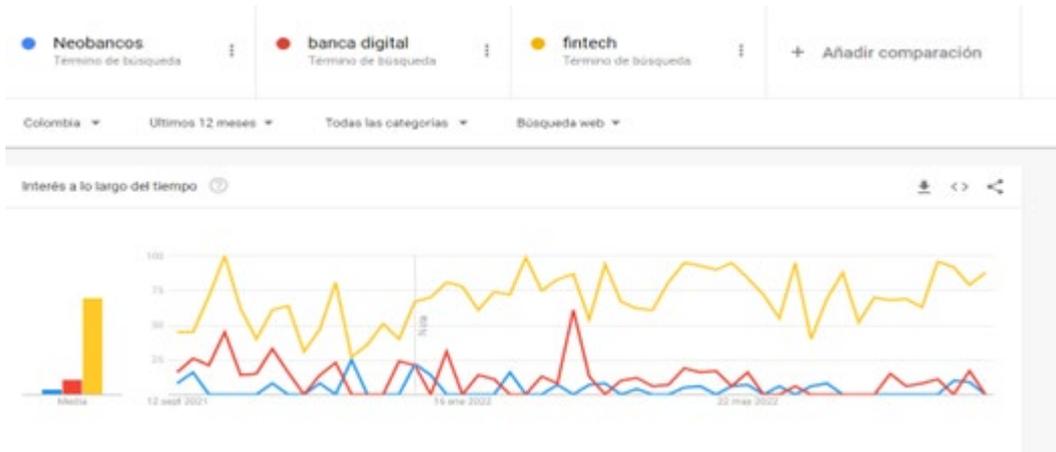
Tabla 2: Cifras de la competencia



Nota: Lulo Bank tiene el aval para competir con los neobancos Nequi, Nubank y Rappi. Fuente La República (2021)

En cuanto a las tendencias que se identificaron, se tomaron en cuenta diferentes términos como los son los neobancos, los bancos digitales y fintech, ya que no es posible inferir la intención de búsqueda, pero sí se puede analizar la popularidad de estos términos, es decir, el interés de búsqueda, donde se evidencia que el término fintech para el año 2022, es por mucho, el más popular en Colombia, dejando rezagados a la banca digital y a los neobancos.

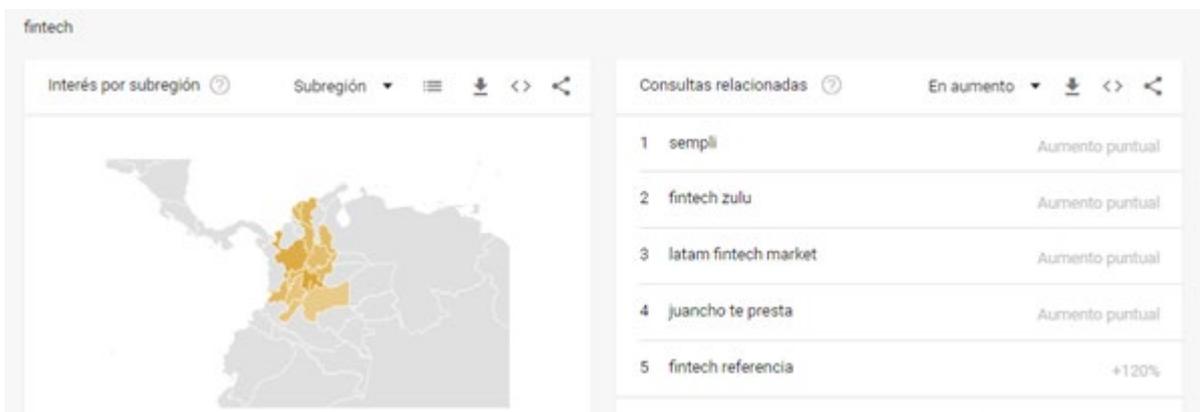
Ilustración 1 Comparación de términos relacionados con entidad financiera digital en forma de tendencias



Nota: Comparación de tendencias. Fuente Google Trends (s/f-b)

Asimismo, el centro del país es donde se concentra la búsqueda de fintech, por consiguiente, donde hay mayor popularidad del término fintech, por lo que se genera la hipótesis de que hay un gran interés en la región central del país por las fintech.

Ilustración 2: Gráfica regional de popularidad de búsqueda

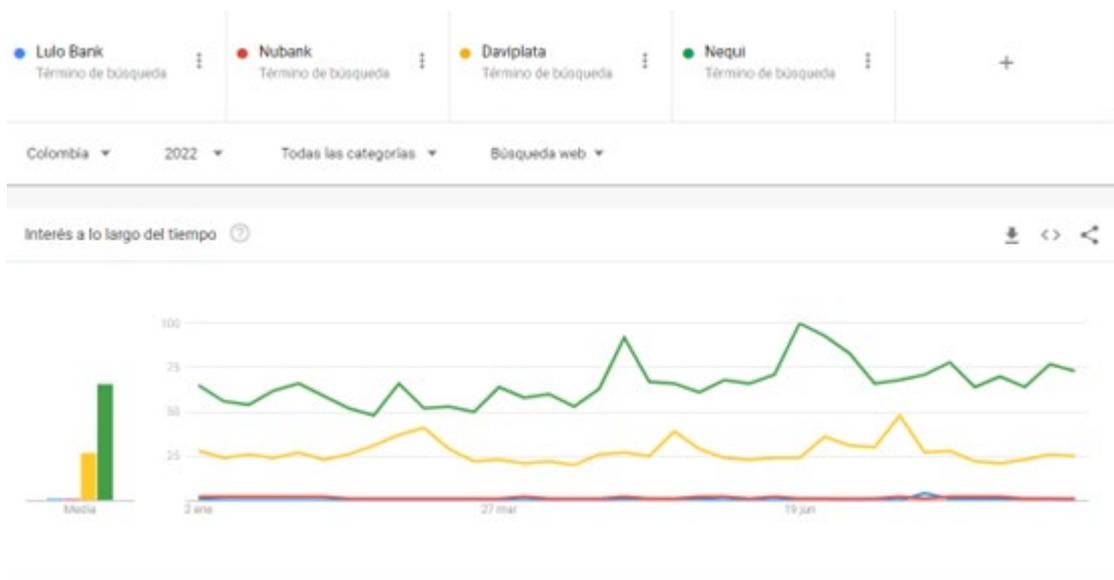


Nota: Comparación de tendencia FINTECH por regiones. Fuente Google Trends (s/f-

b)

De igual manera, se hizo la comparación en cuanto a popularidad entre los competidores más fuertes del mercado en Colombia, siendo Nequi, Daviplata Nubank y Lulo Bank, donde Nequi sobresale por su mayor índice de popularidad. No obstante, cabe resaltar que las búsquedas, lo que genera la popularidad en Google, pueden relacionarse a fallas y malos manejos de estas, por ejemplo, caídas en el sistema de Nequi, y/o estafas en estas aplicaciones.

Ilustración 3: Comparación de la competencia en forma de tendencias



Nota: Comparación de tendencias. Fuente Google Trends (s/f-a)

1.2 Objetivo principal

Como objetivo principal, se desea tener un público objetivo que utilice la aplicación, y descubra los beneficios que tiene, haciendo uso de las funcionalidades como transacciones e interactuando con ella, generando una comunidad entre estos jóvenes donde den a conocer la aplicación en sus círculos sociales.

También se espera a mediano plazo, una acogida por los usuarios que son de la competencia, y que entiendan el diferencial que Ebisu Bank tiene y puede ofrecerlos, así como, la posibilidad de aliarse con diferentes entidades públicas y privadas para ofrecer mejores y mayores beneficios a los usuarios. En cuanto al largo plazo, dependiendo de las regulaciones que tengan los diferentes países en Latinoamérica, se desea expandir por la región, dando la posibilidad de hacer transacciones a distancia y ahorrar en diferentes divisas.

2 Análisis del entorno

2.1 PESTEL

Político

Colombia está atravesando por importantes cambios a nivel político, ya que, un nuevo gobierno ha tomado posesión en medio de lo que es una posible recesión mundial, esto ha causado una incertidumbre en los mercados bursátiles, y en la misma economía nacional, también se debe tener en cuenta que el gobierno electo tiene una propuesta de reforma tributaria, la cual genera mucha especulación debido a ciertos puntos de está, tal como fue el gravar el valor intrínseco de las acciones, pero debido al seguimiento y la presión de las Startups se hizo un salvavidas y este impuesto no se será la base gravable sino será el costo fiscal, de igual manera muchos de los nuevos impuestos afectarían de manera considerable a las empresas como el aumento del impuesto de renta al 35%. (García Rico, 2022)

Económico

La banca digital es uno de los sectores que más interesan en el desarrollo de una startup como lo es Ebisu Bank, debido a que allí se encuentra la mayor parte de la competencia directa, regulaciones para fintech, condiciones fiscales entre otros aspectos importantes; retomando el tema de la competencia directa se encuentra a: Nubank, Nequi, Lulo Bank como principales competidores, siendo Nubank el más poderoso en cuanto a reconocimiento internacional, trayecto y similitudes, mientras que plataformas como Nequi y Daviplata, debido a su popularidad. En cuanto a características económicas y políticas fiscales, una característica de gran influencia en la vida diaria de los colombianos es la inflación, la cual el banco de la república tenía como objetivo que fuese del 3%, tomando en cuenta que para el mes de agosto el IPC se encuentra en el 10,84% o que la tasa de usura llega al 35.25% (Banco de la República, s/f) para los créditos, el bolsillo del colombiano se verá plenamente afectado.

Además, en cuanto a la bancarización según el Banco mundial, el 60% la población adulta realiza transacciones por medio de bancos (Gomez Villamizar, 2022), esto también influenciado por la pandemia del Covid-19, debido al aumento de transacciones touchless y la disminución de uso del efectivo. Siendo también influyente las billeteras digitales, las cuales son utilizadas por 8 millones de personas en Colombia. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

Social

Cuando nos ponemos de frente para observar qué cambios ha dejado en sector de las fintech en el aspecto social, el principal aspecto social que ha impactado las fintech es el cierre de las brechas de desigualdad de género lo cual ha generado un cambio en lo cultural en lo que antes era un sector mayormente dominado por hombres ahora cambia ese pensamiento por uno más contemporáneo que genera un impacto positivo en lo cultural y

dejando un estándar para otras industrias. Las Fintech han llegado para revolucionar lo que es el sector bancario y cambiar cómo los usuarios interactúan y se relacionan con el sistema financiero, teniendo un poco de contexto para el 2022 saliendo de pandemia, un mundo donde debido a las medidas de sanidad las personas empezaron a utilizar menor cantidad de efectivo, esto da una gran oportunidad para el cambio y dejar al efectivo como algo del pasado. (Cadavid, 2021)

Tecnológico

En el aspecto tecnológico, es uno de los aspectos más importantes para nosotros, nuestros servicios se operan a través de servicios digitales como una página web o una aplicación donde se tendrá acceso a todos los servicios que se van a ofrecer, para esto es necesario que nuestro público objetivo tenga acceso a un celular inteligente y acceso a internet para hacer uso del servicio. La digitalización también se debe tener en cuenta ya que a medida que va avanzando el tiempo esta se va expandiendo a mayor parte del país lo cual hace más fácil que una persona pueda tener acceso a una plataforma digital del banco, también a medida que avanza la tecnología se pueden considerar nuevas formas para el pago o sistemas de transferencia, es pertinente aclarar, que este sistema ya existe y es utilizado por diferentes terminales alrededor del mundo, es llamado NFC, cuyas siglas en español significan comunicación de campo cercano, cuyo sistema abarca grandes ventajas, como las que se mencionan en 2021 *Innovations in Power and Advanced Computing Technology*, “Widely range of use, Speed up the transaction and save time, Protection of information, those are some of the advantages of NFC payments carries out” (See et al., 2021), en pocas palabras, un sistema que ofrece mayor eficacia y eficiencia en los métodos de pago. Por último, el tema de las criptomonedas, alabada y odiada por muchos, son parte de un mercado supremamente volátil y riesgoso, pero sin perder el gran atractivo en la sociedad actual, por ello, el acceso a

estos es limitado, en Colombia es posible acceder a ellos a través de plataformas como Binance, e-Toro, entre otras páginas web, también existen pilotos en la banca tradicional Colombia para actuar como intermediarios para la adquisición de estos (Non fungible token).(Blu Radio, 2022), (Escobar, 2022)

Ecológico

En el aspecto ecológico, teniendo en cuenta que, al ser una plataforma digital, debe hacer uso de diferentes servidores para su correcto funcionamiento, dichos servidores generan un impacto ambiental al hacer uso desmedido de energía, “casi 3% del CO2 global es causado por los servidores donde se alojan los sitios web” (Murcia, 2022), por lo que debemos tomar acciones para disminuir ese impacto. Teniendo en cuenta que tenemos un compromiso muy importante con el medio ambiente, debemos mostrar el lado de nosotros que se preocupa por el estado actual de deterioro del planeta; por el simple hecho de ser una plataforma digital, estamos reduciendo nuestra huella al no tener que hacer uso de mucho espacio físico, que se traduce en consumo de energía, agua, gas; por otro lado no imprimir recibos ni papelería necesaria para cualquier trámite, nuestros clientes no tendrán que desplazarse para realizar sus trámites, lo que es menos uso de medios de transporte. Por otro lado, tenemos varias propuestas como por ejemplo por cada cierto monto en transacciones se plantaría un árbol, un pequeño porcentaje de los ingresos irán dirigidos a fundaciones dirigidas a la protección y recuperación de ambientes naturales, entre otras.

Legal

En el tema legal, está claro que en Colombia no existe una ley o regulación específica para las fintech, motivo por el cual se puede llegar a pensar que existe un gris en el tema legal, sin embargo, sí que existen leyes que son aplicables a este tipo de aplicaciones, que regulan en temas financieros y tecnológicos, entre ellas: ley 527 de 1999 referente al comercio electrónico, ley 1266 de 2008 referente al habeas data financiero y manejo de información en bases de datos personales, ley 1328 de 2009 referente a la protección al consumidor financiero, ley 1273 de 2009 referente a delitos informáticos, ley 1735 de 2014 referente a la inclusión financiera, ley 2009 de 2019 referente a la gratuidad de los servicios financieros, entre otras.

2.2 FODA

Tabla 3: Análisis FODA

Análisis DOFA	
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La falta de sucursales financieras ● Inexperiencia en el sector financiero ● Inexperiencia en el sector tecnológico 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Industria que se encuentra en crecimiento, buenas oportunidades de inversión ● Las transacciones en efectivo han

<ul style="list-style-type: none"> ● Fintech nueva, sin respaldo concreto de otro ● Falta de equipo multidisciplinario 	<p>disminuido</p> <p>considerablemente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo tecnológico en el ámbito de las aplicaciones móviles. ● Bancarización en auge ● La generación aún no es parte de la bancarización y es posible su segmentación.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ambiente multidisciplinar ● Transacciones en diferentes monedas ● Alta cobertura a nivel país ● Atención a la cliente personalizada 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Banca tradicional ● Seguridad cibernética ● Competidores en el sector Fintech, como Nequi, Daviplata, Nubank y Lulo Bank

<ul style="list-style-type: none"> ● Soporte 24/7 ● Todo desde un dispositivo móvil con acceso a internet. ● Optimización del tiempo ● Variedad de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competidores en el sector financiero, bancos tradicionales ● Devaluación de la moneda local ● Inflación ● La baja confianza en nuevas empresas
--	---

Nota: Matriz FODA. Fuente: Elaboración propia

3 Descripción de la empresa.

Ebisu nace de la necesidad y dolor de varias personas relacionadas con la pérdida de tiempo, en la cantidad de trámites bancarios, conscientes de la gran cantidad de vida y momentos que pierden realizando todos estos procesos y que conocen la posibilidad de tener un servicio más eficiente, más sencillo, más práctico, todo al alcance de su mano. La propuesta de valor va encaminada a que se entienda el tiempo como la posesión más valiosa del usuario, por ello no se desea que sea malgastado en trámites, en filas, entre otras acciones que involucren una vida bancaria tradicional, y que sea destinado a cualquier cosa que el cliente requiera, por ello todas las necesidades de un banco serán resueltas en la app. Entonces, nuestra promesa de ganancia la encaminamos a 3 factores principalmente: la

practicidad, que se ofrece por el hecho de ser una app móvil; agilidad, eliminando molestos trámites demorados; El diseño de las experiencias de los usuarios, una experiencia que les genere confianza, que los complazca y los entienda , por último, trasladar la vida bancaria a la era digital, por lo tanto, todo será por transacciones virtuales y pagos sin contacto.

Igualmente, todo esto será posible gracias al almacenamiento en la nube, la tecnología de punta de los dispositivos móviles, la transformación digital, y la cobertura de la red 4G en el país. Finalmente, nuestro negocio es rentable en la medida que le damos una buena administración al dinero de los usuarios, sin cobrar cuotas de manejo, ofrecer beneficios y experiencias placenteras, con ello sientan la comodidad, practicidad y funcionalidad que la app ofrece al ganarse la confianza, la lealtad, para que sus bienes más preciados, como lo son el tiempo y el dinero, esté resguardado en un banco competente como lo es Ebisu Bank.

4 Descripción del Producto.

Ebisu Bank una fintech colombiana ofrecerá una diversidad de servicios bancarios a través de la comodidad del celular entre estos serán una tarjeta de crédito, cuenta de ahorros, transferencias bancarias, entre otros.

Se creó un prototipo a través de la aplicación pop star, que permite diseñar prototipos de aplicaciones, se comparte el prototipo a través del siguiente link:

<https://marvelapp.com/61ggb5d>

El funcionamiento de nuestra aplicación se dará de la siguiente manera: Se estructuró el menú de manera tal que este fuese funcional y tenga una usabilidad que atraiga al usuario,

modificable en fases más avanzadas. El punto de interfaz entre todas las ventanas será el logotipo, presentado como la letra “E” situado en la parte final.

Ilustración 4: Prototipo aplicación de EBISU



El usuario ingresará con su nombre de usuario y su contraseña, en un futuro para mejor accesibilidad se agregaron las opciones de: “Crear usuario” y “olvide mi contraseña”, pero se parte de que ya existe el usuario. Consiguiente se llega al menú principal donde estarán las opciones fijas de mis tarjetas, y mis cuentas, en la parte superior se encontrarán diversas opciones, y se desplazará de izquierda a derecha, derecha a izquierda, las opciones mostradas en el prototipo son transferencias, nuevos depósitos, beneficios, sin contar las opciones no mostradas como, las solicitudes de microcréditos y CDT, y la de las ubicaciones de los cajeros con alianzas. En el menú de las tarjetas aparecerán las tarjetas de crédito y débito, que el usuario haya adquirido, en la ventana de las tarjetas, en el caso de las tarjetas débito, ver el saldo, la opción para hacer un retiro en cajeros, y para el pago sin contacto.

Ilustración 5: Menú de tarjetas prototipo aplicación de Ebisu



Para las tarjetas de crédito, se verá el cupo restante, el pago sin contacto, y pedir avances, los beneficios a los que se accede con la tarjeta de crédito se mostrarán en la ventana de ayuda. Para las cuentas se podrán ver todas las transacciones, la solicitud de certificados de créditos, el historial de pagos y la información sensible (contraseñas, fechas de corte, la cuota de manejo).

5 Oferta de Valor

Fintech, el sector en auge en Colombia, está tomando una gran relevancia, por ello Ebisu Bank desea ser parte no solo ser parte de este, sino, ser un embajador en los siguientes tres pilares, el primero, dejar la tramitología de un lado, basándose en las dificultades de la banca tradicional, la cual en establecimientos físicos, es muy común, el segundo, crear experiencias inolvidables para el usuario, que permitan disfrutar de acciones

comunes en el entorno digital, que les sean escuchados en cuanto sus peticiones y quejas, todo bajo la política de sencillo, eficaz y eficiente. Por último, no más efectivo, ir acorde a la eliminación progresiva del efectivo, siguiendo la tendencia de la digitalización de los próximos años y de la actualidad, en la cual las transacciones virtuales y sin contacto son primordiales.

6 Análisis Digital de la competencia

Ilustración 6: Análisis Seigoo Nubank



Nota: Seigoo análisis Nubank. Fuente: Seigoo Nubank

Cuando nos centramos en la digitalización debemos tener en cuenta la marca que ha dejado uno de nuestros competidores el cual es Nu bank, focalizando nuestra atención en lo siguiente de cómo la plataforma de ellos fue que fue en un 77% de aprobación por parte de Seigoo, claro que hay unas cosas a tener en cuenta debida a que los resultados mostraron que algunos atributos de suma importancia le hacen falta a Nu bank en su página,

uno de ellos siendo la falta de enlaces con dominio de autoridad lo cual afecta como aparecen en el buscador de Google. Esto ayuda a que la página pelee por primeros lugares en Google y mostrar que si es un sitio seguro y confiable en la web. Otro punto importante donde falla Nu Bank y uno de los puntos claves que quiere tener cubierto Ebisu es con el formulario de conversación lo cual es clave para la comunicación directa con nuestros clientes, esto es para lograr un canal de comunicación que se efectivo y muestra la importancia de los clientes para Ebisu. La idea con esto es brindar la mejor experiencia digital al cliente y que se sienta bienvenido a este nuevo banco y que olvide todos los prejuicios que tiene del actual sistema financiero que funciona de forma ineficiente comparado, un portal digital más amigable con el usuario resulta en un mayor nivel de satisfacción y deja una imagen positiva de la marca como tal.

7 Estrategia Brandketing (Loop y atracción y retención)

La influencia del mundo digital es enorme, por ello, se decidió que su campaña de Marketing sea en su mayor forma, sea toda basada en una experiencia digital y en el uso de redes sociales y clientes para la estrategia de publicidad.

Específicamente se utilizarán las siguientes herramientas:

7.1 Social Media Marketing

El Social Media Marketing, consiste en la creación de contenido para la audiencia que se desea alcanzar, es decir, un contenido personalizado para los clientes Ebisu Bank, además, que gracias a el uso de las redes sociales es posible hacer un análisis de datos para verificar su efectividad y sus acciones.

7.2 KYC (Know Your Customer)

Cuando hablamos de KYC es entender quiénes van a ser los clientes para Ebisu, cuáles son sus necesidades y cómo podemos cumplir con las necesidades de nuestros clientes y cuáles son nuestras ventajas ante la competencia cómo podemos dar esa diferenciación, además la utilización de estos para mejorar el servicio de ciberseguridad de la plataforma y de esta forma lograr un máximo nivel de seguridad y de confiabilidad para los clientes de la marca.

7.3 NPS (Net Promoter Score)

Siendo el indicador NPS no una estrategia para vender, sino un indicador fuerte, que muestra la recomendación de los clientes, y a través de este, es posible hacer seguimiento de sus opiniones, e ir mejorando las experiencias a través del feedback que estos puedan proveer.

7.4 Leverage in social media advertising

Al momento de llegar al mercado se tiene que generar cierta presencia para poder empezar la captación de clientes, casi todas las marcas hoy en día tienen presencias en los medios sociales el cual nos ayudara con el apalancamiento y lograr mostrarles a las personas sobre cuál es la propuesta de Ebisu y cómo funciona este neo banco, cuáles son las ventajas que les ofrecemos y los beneficios de ser parte de Ebisu. Mostrar qué clase de banco es y cómo esté banco quiere romper con los estereotipos de tener que ir a una sucursal para que lo pongan a esperar por una respuesta que seguramente no dará satisfacción al cliente.

8 Segmentación - Público objetivo

Si bien el target específico es la generación Z, y una buena parte de la población millennial, la cobertura estará disponible para cualquier persona natural que tenga acceso a un dispositivo con la aplicación.

El segmento más importante para Ebisu Bank, serán los universitarios y/o estudiantes que se encuentren en el rango de los 16 a los 25 años, al mismo tiempo nos basaremos en una segmentación psicográfica, la cual estará basada en un estilo de vida altamente relacionado con el mundo digital, y donde el deseo de la interacción física, que requiera una disposición de tiempo alta a moderada, sea cercano a la mínima o nula.

Debido a que Ebisu Bank, tiene la facultad de ser accesible en todo lugar y a todo momento, no hay segmentación geográfica, desde que se tenga acceso a una conexión estable a Internet, pero se limitaría a tener operación en Colombia, con el objetivo a largo plazo que

esté disponible en Estados Unidos y Latinoamérica. Se tiene el sueño de que Ebisu pueda lograr ser considerado como un unicornio si se dan las condiciones adecuadas para lograr ese estallido importante, pero por el momento es todo el desarrollo del sistema de cómo va a operar y cómo nos vamos a diferenciar de otras Fintech del sector y cuál es nuestra propuesta de valor agregado para nuestros clientes mediante la implementación de nuevas formas de pago que facilite la vida a los clientes (Defelipe, 2019).

8.1 TAM SAM SOM - Market Scope

- **TAM:** El Total Addressable Market corresponde a aproximadamente 26,57 millones de usuarios que utilizan Fintechs para guardar dinero, hacer transacciones y pagos a través de sus dispositivos móviles. (La república, 2022) Acá tenemos en cuenta todas aquellas aplicaciones que permiten realizar este tipo de trámites sin necesidad de ir a un banco. Se toma como TAM a este mercado, debido a la cantidad de personas que de alguna manera ya utilizan entidades financieras y/o bancos virtuales de alguna forma
- **SAM:** El Served Available Market corresponde a aprox 14 millones de usuarios (La república, 2021) que utilizan diferentes billeteras digitales y/o para guardar dinero y hacer transacciones y pagos, acá hacemos referencia a plataformas como Nequi, Daviplata, Movii, Rappipay, Bbva wallet, Billetera móvil Bancolombia, Tpaga y Powwi, entre otras, en cuatro a bancos virtuales Lulo Bank quiere activar aproximadamente 220.000 usuarios nuevos (Morales Arévalo, 2022). Se toma como SAM a este mercado, debido personas que ya están familiarizadas con este tipo de

movimientos y son personas que a su vez utilizan más de un producto, incluyendo de los mencionados, por ello son un mercado que es posible alcanzar

- **SOM:** El Serviceable Obtainable Market corresponde a aproximadamente 1,2 millones de estudiantes universitarios activos (MinEducación, 2022) que tienen el potencial de utilizar el servicio que ofrecemos, estos serían nuestro principal foco, es decir nuestro target. Se toma como SOM a este mercado, con razón de que el público objetivo es joven y tiende a estar altamente relacionado con las aplicaciones y los procesos transaccionales virtuales.

9 Buyer Persona

9.1 DILO:

Es una persona que todo el tiempo quiere información en tiempo real, estar informado de todo lo que ocurre al instante, razón por la cual apenas se despierta lo primero que hace es coger el celular y ver las notificaciones que tiene. Principalmente las únicas aplicaciones que suele usar a esta hora son WhatsApp y Outlook, esta última muy importante para tener presente todo lo que tiene programado para ese día desde que se levanta. Más tarde, ejercicio y arreglo personal; luego de levantarse, esta persona toma una taza de café mientras revisa sus principales redes sociales: Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn, para revisar las últimas novedades y notificaciones pendientes. Luego dedica una hora a hacer actividad física, mientras escucha música o algunos podcasts de interés, desde la plataforma de streaming de su preferencia. Finalmente se arregla para cumplir con sus deberes del día.

Después, desayuno y gestión de labores; luego de arreglarse, prepara su desayuno mientras accede nuevamente a sus redes sociales para ver las últimas novedades, o usualmente observa videos en YouTube sobre temas de interés. Al terminar su desayuno, se sienta frente al computador para desarrollar sus labores principalmente reuniones y llamadas, utilizando Teams como principal red social con sus compañeros de trabajo, al igual que su correo a través de Outlook. Luego, almuerzo y tiempo libre; para el almuerzo, decide oportunamente hacer uso de la aplicación Rappi, prefiere no salir de la casa y mucho menos cocinar. Mientras espera el domicilio, hace uso de apps de streaming como Netflix o HBO Max para ver sus series preferidas; al tiempo que accede a sus redes sociales para estar al tanto de todo. Por otra parte, lee las principales noticias a través de la app de El Tiempo.

Finalización labores del trabajo; luego de almorzar y pasar su tiempo libre, debe sentarse nuevamente frente al computador para terminar sus labores, haciendo uso del correo y de Teams para hablar con sus colegas de trabajo. Aprovecha el tiempo para escuchar al mismo tiempo un podcast. Más tarde, tiempo con amigos; al finalizar sus labores, queda de verse con sus amigos o con su pareja, quedan de ir a algún plan ya sea tomar algo, cenar, ir al cine, o ver películas. Normalmente hace uso de Instagram para subir estados para mostrar lo que está haciendo o los lugares que visita. Último momento del día; ya al finalizar el día, decide ver nuevamente su serie favorita en Netflix, al mismo tiempo que revisa sus redes sociales, y el correo del trabajo para programarse con lo que tenga pendiente para el otro día, para ya finalmente poder descansar.

10.1 Beneficios Funcionales

Una plataforma digital que permite realizar todo tipo de transacciones bancarias, además de pagar servicios, pedir créditos, además de obtener cupones y promociones. Todo desde un dispositivo móvil.

10.2 Beneficios Emocionales

Tener tranquilidad y felicidad a la hora de realizar trámites bancarios, desde cualquier lugar, sin necesidad de hacer filas, y con la confianza de saber que tu dinero se encuentra seguro.

10.3 Beneficios Sociales

Al lograr realizar todo tipo de trámites desde un dispositivo móvil, todo al alcance de sus dedos, crea en los clientes una experiencia hedónica en cuanto a la interacción con la empresa, a la atención a sus necesidades y peticiones, al respeto de su tiempo y su disgusto por la burocracia tradicional.

10.4 RTBS

Cuando se empezó con la idea de Ebisu, se tuvo dos ideas principales en la cabeza para traer a la realidad con el banco, estas fueron la conectividad de los usuarios y la versatilidad de uso del sistema de Ebisu para hacer transacciones en menos de 3 minutos, el cual sigue siendo un pilar de la empresa.

Por parte de lo que queremos brindarles a nuestros usuarios bien siendo todos los beneficios y lo que vendría a ser los RTBS para nuestros clientes. Para iniciar con la primera de las ideas, la cual es conectividad.

Cuando hablamos de conectividad queremos brindarle a nuestros clientes una forma más fácil de poder interactuar con el banco sin tener que ir a una entidad bancaria y hacer una fila demorada, con esto le brindamos a nuestro cliente comodidad en cualquier momento, a cualquier hora y en cualquier lugar, de hacer Ebisu, está comodidad ,debido a esto el cliente tiene mayor tiempo libre para poder hacer otras tareas y al tener mayor tiempo libre y no tener que estar en una entidad bancaria por más de una hora le genera satisfacción. Algo muy claro que hay que mencionar es el hecho de que le brindamos tiempo a nuestros clientes, o dicho de mejor forma, aprovechamos al máximo el tiempo de ellos para brindarles un servicio que respeta y no malgasta el recurso que es imposible de volver a tener.

Por otra parte tenemos la conectividad, esto de tal forma poder conectar a más gente con el sistema bancario y permitirles facilidad en sus transacciones del día a día, de parte de la versatilidad viene el hecho de que una persona solamente tiene que meterse a su aplicación de Ebisu y hacer transacción a otra cuenta Ebisu para y ya, esto elimina la frustración ha de tener que meterse a una página web desde el computador y registrar una cuenta de otra persona para poder hacer una simple transacción. Al eliminar la frustración de nuestros clientes se genera un sentimiento de tranquilidad y gracia ya que le brinda satisfacción que sea un proceso bastante sencillo que no requiere de muchos movimientos para hacer una transacción.

11 Modelo Growth

Para Ebisu Bank, es importante crear lazos duraderos con el cliente, siendo así, se buscará crecer a través de diversos servicios, alianzas, y estrategias para mejorar la experiencia al usuario.

En el caso de los servicios, no se contará la estrategia de venta corriente, que consiste en llamadas a los clientes, con el fin de ofrecer nuevos productos, en cambio, se hará un análisis de su accionar diario, de su lealtad a la empresa, y de sus posibles futuros movimientos, es decir, un análisis personalizado, para ofrecer nuevos productos a través de la aplicación, eliminando la molesta interacción no deseada, y la posible presión que pueda recaer en él.

La atención al cliente será omnicanal, con los métodos tradicionales de comunicación, por ejemplo, líneas de teléfono, chatbots, guías rápidas para dudas comunes, y claramente la atención personalizada al usuario, a través de la app, donde cualquier duda, queja o reclamo será escuchada, y lo más esencial, se tendrá en cuenta para futuras mejoras.

Para las alianzas, se busca beneficios adicionales, a los ya existentes en Ebisu Bank, tal y como, la utilización del sistema NFC incorporado en las tarjetas débito, físicas o digitales, para acceder al transporte masivo de las ciudades principales con el pago directo desde las cuentas de ahorro o corriente. Siempre apreciando la importancia del tiempo y la búsqueda de satisfacción para los usuarios.

En cuanto a las estrategias de funcionamiento que se proponen para Ebisu Bank, para empezar, se realizaría una investigación de mercado antes de entrar a competir, con el fin de hacer un sondeo en cuanto a los principales competidores en el mercado digital colombiano y la cantidad de colombianos ya bancarizados en cuando a entidades financieras digitales. Como segundo punto se enfocará en el público objetivo, el cual es la generación Z y Millenials, para entender sus preferencias, sus hábitos y la posibilidad de que hagan parte de Ebisu Bank. Por último, la interconectividad.

12 Planilla de comunicaciones

Tabla 4: Plantilla de Comunicaciones

Planilla de comunicaciones

Segundo Semestre 2022															
DÍA	HORA	MENSAJE	OBJETIVO PLAN DE MARKETING	OBJETIVO	RED SOCIAL				ETIQUETA / HASHTAG	TIPO DE CONTENIDO				Likes total	Tasa (10 días)
					FB	IN	YO	LKIN		ENLAC	TEXT	IMAGE	VID		
05/08/2022	19:00	Muy pronto conoceras una experiencia inolvidable.	Crear intriga entre las personas, esto genera un sentimiento de sorpresa y curiosidad que es bastante efectivo.	Crear una expectativa en el cliente, empezarlo en el mundo de Ebisu	X	X			#ViernesDeEbisu					54	5,4
12/08/2022	19:00	Bienvenido a Ebisu, donde encontrarás, mejores y menos trámites, no más experiencias desagradables, y la mejor interconectividad.	Mostrar una imagen positiva de la empresa y buscar la compatibilidad con los clientes.	Mostrar la oferta de valor.	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Tequierocliente #HolaEbisu #Colombia #Ebisu					69	6,9
19/08/2022	19:00	"Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo" Albert Einstein. Actívatte ya en Ebisu y olvídate de las largas filas de los bancos.	Generar una visión de que es la empresa para el cliente a través de frases célebres	Engagement con el cliente	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu					61	6,1
26/08/2022	19:00	Yo hace 5 años con una cuenta normal ; Yo ahora con una cuenta en Ebisu ;)	Generar empatía y causar gracia, y generar un engagement a través del humor	Utilizar el humor para llegar al cliente		X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu #Humor					70	7
02/09/2022	19:00	Con Ebisu convertíte en Crytobro pero de los buenos, descarga la app ya	Mayor tráfico y búsqueda de un nuevo tipo de cliente	Utilizar el humor para llegar al cliente, las tendencias		X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #HolaEbisu #ModoEbisu #Crypto					64	6,4
09/09/2022	19:00	¿Que te gustaría hacer con el tiempo que te ahorras con Ebisu? Cuentanos aquí en los comentarios	Generar tráfico en la red social, y crear una mayor interacción con los clientes	Feedback indirecto, e ideas para complacer a los clientes		X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Tequierocliente #HolaEbisu #Colombia #Ebisu					85	8,5
16/09/2022	19:00	Cuando aún no te llega la quincena y ya la debes ; Tranquí, pásate a Ebisu y lleva mejor control de tus gastos para que no te pase	Por medio de una imagen o meme atraer la atención de los usuarios para dar a conocer un servicio que ofrece Ebisu.	Dar a conocer a los usuarios la opción, EbisuWallet donde podran llevar una mejor administración de su dinero.	X	X			"#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu #Humor"					68	6,8

23/09/2022	19:00	El Ferxxo ya está en Ebisu. Que estas esperando tu?	Utilizar una personaje público para generar empatía con el y con la marca	Ebisu anuncia a su embajador de marca, lo cual ayuda a promocionarla con el reconocimiento de una figura publica.	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Tequierocliente #HolaEbisu #Colombia #Ebisu #elFerxxo	61	6,1
30/09/2022	19:00	Que estas esperando para unirse a Ebisu, ¡Entra a trabajar ahora!	Buscar personas interesadas en laborar en nuestra compañía	Nuestro objetivo es reclutar personal para la empresa		X	X		#OpenToWork #HeadHunting	85	8,5
07/10/2022	19:00	Únete con el #ViernesDeEbisu y cuéntanos en que podemos ayudarte en los comentarios	Generar tráfico en la red social, y crear una mayor interacción con los clientes	Crear tráfico con asesoría al servicio al cliente	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu #Humor	63	6,3
14/10/2022	19:00	El Ferxxo es mi religión y Ebisu es mi testamento.	Utilizar una personaje público para generar empatía con el y con la marca	Utilizar a una figura publica para poder conectar con los usuarios y hacer promoción para la marca de Ebisu		X	X		#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Tequierocliente #HolaEbisu #Colombia #Ebisu #elFerxxo	73	7,3
21/10/2022	19:00	"Si tus acciones inspiran a otros a soñar más, aprender más, hacer más y convertirse en algo más, entonces eres	Generar una visión de que es la empresa para el cliente a través de frases célebres	Utilizar el humor para llegar al cliente, las tendencias	X	X	X		#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu #FrasedelDia	62	6,2
28/10/2022	19:00	Cuando recibas la aplicación de Ebisu y ves un 0 en tu cuenta. Pero te das cuenta	Generar empatía y causar gracia, y generar un engagement a través del humor	Busqueda de tráfico, esta vez comunicando que las cuentas de ahorros no tendrán cuota de	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #Humor	67	6,7
04/11/2022	19:00	¿Te quedaste sin pasaje? Con la tarjeta Ebisu puedes pagar y seguir con tu viaje	Nuevo tráfico para el partner, para la empresa y ofrecimiento de nuevo servicio	Por medio de un servicio con un alto flujo de clientes, se da la posibilidad de acceder a este a través de Ebisu	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #Movilidad	59	5,9
11/11/2022	19:00	Descarga ya la app de Ebisu para disfrutar de todos los servicios	Generar tráfico hacia la aplicación, y buscar nuevos clientes	Busqueda de tráfico hacia la aplicación, además de nuevamente promocionar la marca a través de las redes sociales		X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Adiosalasfilas #HolaEbisu #ModoEbisu #Inovación	79	7,9
18/11/2022	19:00	¿Te quedaste sin boletas para ver al Ferxxo? Actívalo ya y participa por unas entradas y no te quedes sin disfrutar al Ferxxo	Utilizar una personaje público para generar empatía con el y con la marca, y atraer nuevos clientes por el nuevo servicio ofertado	Por medio de un evento de gran magnitud, se da la posibilidad de acceder a este a través de la plataforma ebisu	X	X			#ViernesDeEbisu #ActivateYa #Tequierocliente #HolaEbisu #Colombia #Ebisu #elFerxxo	62	6,2

Nota: Planilla de comunicaciones Fuente: Elaboración propia

13 Conclusiones

Tras dos semestres de investigación, entendiendo los dolores que genera el sistema financiero tradicional se logró entender que estos problemas se resolverán a un largo plazo debido al actual desarrollo de los neo bancos y como estos todavía no han podido penetrar el mercado como los bancos que ya están consolidados en ese nicho desde varios años, otro aspecto también a recalcar es el hecho de las personas todavía no tienen el nivel de confianza para realizar transacciones a través de estas aplicaciones debido al alto nivel de estafas y transacciones erróneas (Infobae, 2021). Lastimosamente, en Colombia, las personas no son muy sinceras y tienden a aprovecharse de los errores de los demás (Semana, 2020) y las personas comunes cometen errores, ya sea, al digitar un número incorrecto o enviar una transacción incorrecta. Esto se menciona, debido a múltiples peticiones de diferentes usuarios a que el banco les devuelve el dinero, y estos no obtienen respuestas favorables, por ello se desea minimizar el riesgo a través de seguros y múltiples confirmaciones.

Al analizar el mercado, es claro afirmar que Ebisu se enfrenta a una competencia sería pesada, siendo Lulo Bank en cuanto a neobancos, y Rappi junto Nequi entidades que permiten acciones financieras como transacciones y la petición de créditos, nuestras mayores amenazas, que además tienen un apoyo de grandes bancos como lo son Banco Davivienda, Banco GNB Sudameris y Bancolombia. Los neobancos como NuBank y el ya mencionado Lulo Bank están entrando en fases preoperativas (La República, 2021) , por lo tanto, se puede ganar a un terreno en cuanto a diferentes funcionalidades, en nuestro caso los microcréditos hacia los jóvenes estudiantes y la visión que tenemos acerca de ser un Banco para la gente.

Para lograr ese punto de evangelización o de lealtad hacia la marca buscamos llegar a nuestro público objetivo mediante diferentes canales, enfocándonos con los usuarios jóvenes, que estén cursando la universidad y que todavía no tenga historia crediticia. De esta forma solucionando sus necesidades y deseos de ellos, por eso la campaña tendrá un impacto fuerte en las redes sociales para llegar a los jóvenes de forma efectiva y que la publicidad pagada sería solo un porcentaje no muy grande debido a su baja efectividad de llegar a nuestro público objetivo y sería de cierta forma un gasto de recursos innecesarios. En caso tal, de que un grupo de individuos sea muy resistente no solo hacía adoptar la aplicación, sino, hacia el entorno digital, no se incluirá en el público objetivo ni en el plan a largo plazo. En un mercado tan competitivo, el diferencial es primordial por ello, la atención al cliente debe ser cada vez más personalizada y efectiva.

Por último, en la nueva era digital, es obligatorio mantenerse en el camino de la innovación, el factor común de los múltiples factores que influyen en el desarrollo de una start-up, tal y cómo los factores macroeconómicos y políticos, la opinión de los consumidores, y el mercado, por ello, a raíz de la propia investigación, fue de nuestro entendimiento que el proceso de crear un banco digital es largo, tedioso, y claramente, costoso. De igual manera, creemos que la posibilidad de hacer un banco para la gente sigue latente.

14 Referencias

- Alegre, A. (2022, junio 10). *¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven las fintech?* Rankia. <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven-fintech>
- Asobancaria. (2015, agosto 4). *¿Qué es el Fintech y por qué está revolucionando la industria bancaria?* Saber más, ser más. <https://www.sabermassermas.com/que-es-el-fintech-y-por-que-esta-revolucionando-la-industria-bancaria/>
- Banco de la República. (s/f). *Inflación total y meta* | Banco de la República. Banco de la República | Colombia. Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inflacion-total-y-meta>
- BBVA. (2021, septiembre 17). *Neobancos: Qué son, cómo operan y cuáles son sus características.* BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/neobancos-que-son-y-como-operan/>
- Blu Radio, R. (2022, septiembre 29). *Ecosistema Fintech creció un 70% en Colombia y solicitudes para conformar empresa se dispararon.* Blu Radio. <https://www.bluradio.com/economia/emprendimiento/ecosistema-fintech-crecio-un-70-en-colombia-y-solicitudes-para-conformar-empresa-se-dispararon-rg10>
- Cadavid, J. (2021, octubre 29). *El sector fintech: Liderando figuras de cambio social.* Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/factoring-confirming/el-sector-fintech-liderando-figuras-de-cambio-social-3254467>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019, noviembre). *Cluster de Servicios*

Financieros, Cámara de Comercio de Bogotá. Más de ocho millones de personas usan billeteras digitales en Colombia. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2019/Noviembre-2019/Mas-de-ocho-millones-de-personas-usan-billeteras-digitales-en-Colombia>

Concepto Definición.(2012). *¿Qué es Tendencia?* <https://conceptodefinicion.de/tendencia/>

Defelipe, S. (2019, abril 9). *Los 4 pilares que convirtieron al banco digital Nubank en un unicornio*. Impacto TIC. <https://impactotic.co/los-4-pilares-que-convirtieron-al-banco-digital-nubank-en-un-unicornio/>

Desai, F. (2015, diciembre 14). *The Fintech Boom And Bank Innovation*.

Forbes. <https://www.forbes.com/sites/falgunidesai/2015/12/14/the-fintech-revolution/>

El Tiempo, C. E. (2022, octubre 19). *Dólar en máximos históricos: ¿qué tanto pesa la incertidumbre económica local?* El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/dolar-factores-que-lo-tienen-en-niveles-historicos-en-colombia-710758>

Escobar, J. (2022, septiembre 27). *¿Cómo van las Fintech en Colombia?* | *Confidencial Colombia*. <https://confidencialcolombia.com/opinion/como-van-las-fintech-en-colombia/2022/09/27/>

Estrada Rudas, C. (2022, febrero 16). *Conozca qué es una billetera digital, cómo funciona y qué opciones hay en el país*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/finanzas-personales/conozca-que-es-una-billetera-digital-como-funciona-y-que-opciones-hay-en-el-pais-3303568>

García Rico, J. C. (2022, septiembre 6). *Reforma tributaria: “startups” emprenderán... la huida*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/reforma-tributaria-startups-emprenderan-la-huida-700275>

Gomez Villamizar, F. (2022, junio 29). Bancarización en Colombia es 60% de población adulta: Banco Mundial. *Valora Analitik*.

<https://www.valoraanalitik.com/2022/06/29/bancarizacion-en-colombia-60-de-poblacion-adulta/>

Google Trends. (s/f-a). Google Trends - Nequi, Nubank, Daviplata, Lulo Bank. Recuperado el 25 de agosto de 2022, de <https://trends.google.es/trends/explore?date=2022-01-01%202022-12-31&geo=CO&q=Lulo%20Bank,Nubank,Daviplata,Nequi>

Google Trends. (s/f-b). Google Trends - Neobancos, Banca digital, fintech. Recuperado el 25 de agosto de 2022, de

<https://trends.google.es/trends/explore?geo=CO&q=Neobancos,banca%20digital,fintech>

Infobae. (2021, diciembre 26). *Delitos informáticos en Colombia subieron un 17 % en el 2021: Sepa cómo prevenirlos*. Infobae.

<https://www.infobae.com/america/colombia/2021/12/27/delitos-informaticos-en-colombia-subieron-un-17-en-el-2021-sepa-como-prevenirlos/>

Intel, C. (s/f). *Tecnología sin contacto: Ventajas y aplicaciones*. Intel. Recuperado el 17 de noviembre de 2022, de <https://www.intel.com/content/www/es/es/internet-of-things/iot-solutions/touchless-technology.html>

La República, E. (2021, junio 23). *Lulo Bank tiene el aval para competir con los neobancos Nequi, Nubank y Rappi*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/finanzas/lulo-bank-esta-cada-vez-mas-cerca-de-competir-con-los-neobancos-nequi-nubank-y-rappi-3189744>

La República, E. (2022, abril 25). *Las billeteras digitales con más número de usuarios que lideran el mercado local*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/especiales/fintech-para-la-inclusion/las-billeteras-digitales-con-mas-numero-de-usuarios-que-lideran-el-mercado-local-3348357>

MinEducación. (2022, julio 1). *El Ministerio de Educación Nacional pone a disposición la información estadística de educación superior 2021*.

<https://snies.mineducacion.gov.co/portal/401926#:~:text=27%20de%20agosto%20de%202021,del%201.7%25%20respecto%20a%202019>

Morales Arévalo, N. (2022, febrero 21). *Los neobancos alcanzarían 80 millones de usuarios este año en países de la región*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/finanzas/los-neobancos-alcanzarian-80-millones-de-usuarios-este-ano-en-paises-de-la-region-3306421>

Morales, N. (2022, julio 25). *Los bancos que le permiten abrir cuentas en dólares a través de filiales en el exterior*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/finanzas/los-bancos-que-le-permiten-abrir-cuentas-en-dolares-a-traves-de-filiales-en-el-exterior-3409013>

Murcia, J. D. (2022, marzo 12). *Casi 3% del CO2 global es causado por los servidores donde se alojan los sitios web*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/internet-economy/casi-3-del-co2-global-es-causado-por-los-servidores-donde-se-alojan-los-sitios-web-3320774>

Penalva, J. (2011, enero 25). *NFC: Qué es y para qué sirve en este 2022*. Xataka.

<https://www.xataka.com/moviles/nfc-que-es-y-para-que-sirve>

Santander. (2022, abril 21). *¿Qué es una “startup”?* Santander.

<https://www.santander.com/es/stories/que-es-una-startup>

See, S. Y., JosephNg, P. S., Phan, K. Y., & Lim, J. T. (2021). JomWowNFC: Why NFC must be used for Merchant & Consumer? *2021 Innovations in Power and Advanced*

Computing Technologies (i-PACT), 1–6. [https://doi.org/10.1109/i-](https://doi.org/10.1109/i-PACT52855.2021.9696926)

[PACT52855.2021.9696926](https://doi.org/10.1109/i-PACT52855.2021.9696926)

Seigoo . (n.d.). Octubre 1, 2022, <https://seigoo.com/>

Semana. (2019, abril 17). *Los colombianos, no tan sinceros ni tan codiciosos*. Semana.com

Últimas Noticias de Colombia y el Mundo.

[https://www.semana.com/nacion/articulo/que-tan-sinceros-y-codiciosos-son-los-](https://www.semana.com/nacion/articulo/que-tan-sinceros-y-codiciosos-son-los-colombianos/609903/)

[colombianos/609903/](https://www.semana.com/nacion/articulo/que-tan-sinceros-y-codiciosos-son-los-colombianos/609903/)

Siqueira, A. (2022, octubre 21). *¿Qué es un buyer persona y cómo hacer uno para tu empresa?* Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station.

<https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>