

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Invprest

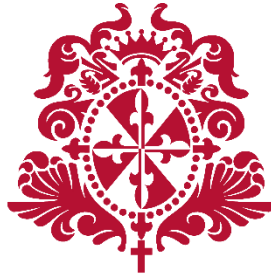
Trabajo de Grado

Yohan Alfonso Florez Pulido

Bogotá D.C., Colombia

2.016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Invprest

Trabajo de Grado

Yohan Alfonso Florez Pulido

Diego Cavanzo

Administración de Empresas

Bogotá D.C., Colombia

2.016

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme dado la oportunidad de tener estas ideas y haberme hecho encontrar con las personas que necesitaba para que todo fluyera. A mis padres y hermana por su apoyo incondicional siempre en la vida y en esta etapa profesional. A Patricia León por animarme a continuar con este proyecto y darme los mejores consejos y enseñanzas que he podido recibir. A los tutores Diego Cavanzo y Jaime Moreno por haberme guiado durante este proyecto empresarial, seguramente muchas ideas no se me habrían ocurrido sin sus aportes. A Luis Eduardo Cuellar Pulido y Jose Hernán Luis Vidal Baute por aportarme con su experiencia a solucionar algunos de los problemas que necesitaban de expertos como ellos y también por las enseñanzas que me dieron para mi vida personal y profesional. A María Luisa Torres y Andrés Artunduaga por su tiempo y ayuda desinteresada. A Ángela Patricia Pulido Castelblanco por su constante apoyo durante todo el proceso de formación desde que inicie esta idea con el centro de emprendimiento hasta hoy.

Por ultimo a mis familiares, amigos y todas las personas que estuvieron de cerca en el proceso y que sin su ayuda no podría haber continuado en cada una de las etapas del mismo.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO.....	1
RESUMEN.....	2
Palabras Clave	3
ABSTRACT	4
Key words:	5
MÓDULO 1. PRESENTACIÓN	6
1.1 Definición del negocio:	6
1.1.1 Definición de la actividad de la empresa:	6
1.2. Antecedentes del proyecto:	6
1.2.1 Descripción del equipo emprendedor:	6
1.2.2 Origen de la idea de Negocio:	7
MÓDULO 2. MERCADEO.....	9
2.1 Servicios:.....	9
2.1.1 Descripción del servicio:.....	9
2.1.2 Características más importantes de los servicios ofrecidos:	10
2.1.3 Aspectos diferenciales el servicio:	13
2.1.4.....	Nuevos
servicios:	14
2.2. Mercado:	15
2.2.1 Descripción del ámbito Geográfico:	15
2.2.2 Descripción del público objetivo:	16
2.2.2.1 Dimensiones estimadas del mercado:	19
2.2.3 Cliente y consumidor:	22
2.2.3.1 Cliente, consumidor e Influenciadores.....	22
2.2.4 Situación del mercado:	23
2.2.3.2 Mercado Nuevo:.....	24
2.3 Competencia:.....	26
2.3.1 Descripción de la competencia directa:.....	26

2.3.1.1 Competidores directos de Fintech:	26
2.3.1.2 Competidores directos tradicionales:	28
2.3.2 Descripción de la competencia indirecta:	29
2.3.2.1 Competidores indirectos Fintech:	29
2.3.2.2 Competidores indirectos tradicionales:	30
2.3.3 Comparación con la competencia:	30
2.4 Precio:	33
2.4.1 Variables de influencia para la fijación del precio:	33
2.4.1.1 Determinación del precio del inversionista	35
2.4.1.3 Comparación versus otros productos del mercado:	37
2.4.2 Variables de influencia para la determinación del precio:	38
2.4.2.1 Determinación del precio del solicitante:	39
2.4.2.2 Comparación versus otros productos del mercado:	40
2.5 Distribución:	41
2.5.1 Canales de Distribución:	41
2.6 Promoción:	43
2.6.1 Estrategias aplicadas a la promoción:	43
2.7 Proyecciones de ventas:	46
2.7.1 Proyección de ventas Solicitantes de Crédito:	47
2.7.2 Proyección de ventas inversionistas:	47
2.7.3 Cronograma de Contratación en relación a ventas:	48
MÓDULO 3. PRODUCCIÓN Y CALIDAD	49
3.1 Producción:	49
3.1.1 Proceso de Elaboración:	49
3.1.2 Diagrama de flujo del solicitante de crédito:	50
3.1.3 Diagrama de flujo del inversionista:	52
3.1.4 Tecnologías necesarias:	54
3.1.5 Costos indirectos y Margen de cada producto:	54
3.2 Calidad:	56
3.2.1 Medición de la calidad en los solicitantes de Crédito:	56
3.2.2 Medición de la calidad en Inversionistas:	57

3.2.3 Otras opciones para medir la calidad:	58
3.4 Seguridad en el trabajo y medio ambiente:	60
3.4.1 Normativa de prevención de riesgos:	60
3.4.2 Normativa ambiental y productos contaminantes:	61
MÓDULO 4. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	62
4.1 Planificación y programación:	62
4.1.1 Sistema de evaluación de resultados:	64
4.1.2 Cronograma de implementación del proyecto empresarial:.....	64
4.2. Organización:	68
4.2.1 Equipo:	68
4.2.1.1 Organigrama de Invprest:.....	68
4.2.2 Organización del trabajo:	68
4.2.1.1 Funciones y perfil:.....	68
4.2.1.2 Contratos, prestaciones sociales y Salarios de los empleados:	71
4.3 Gestión de personal:	72
4.3.1. Proceso de selección:	72
4.3.1.1 Reclutamiento de personal:	72
4.3.1.2 Selección de personal:	73
4.3.1.3 Contratación y entrenamiento inicial:	73
4.3.2 Formación:	74
MÓDULO 5. JURÍDICO – TRIBUTARIO.....	75
5.1 Determinación de la forma jurídica:	75
5.1.1 Determinación de la forma jurídica:	76
5.1.2 Pasos para la tramitación de la forma jurídica de la empresa:	77
5.1.3 Costos:.....	77
5.2. Aspectos Laborales del emprendedor y trabajadores:.....	78
5.3. Obligaciones tributarias o fiscales:	78
5.4. Permisos, licencias:	79
5.4.1 Permisos:	80
5.5. Documentación oficial:	86
5.6 Cobertura de Responsabilidades:	86

5.7 Patentes, marcas y otros tipos de Registros:	86
5.8 Dominio y Hosting:	87
MÓDULO 6. FINANCIERO	87
6.1 Plan financiero:	87
6.1.1 Inversión total inicial y estructura de financiamiento:	87
6.1.2 Presupuesto de ingresos e indicadores financieros:	89
6.1.3 Política de Distribución e impuestos:	90
6.2 Sistema de Cobros y pagos:	91
6.2.1. Sistema de Cobros:	91
6.2.2 Sistema de pagos:	91
6.3 Resumen de datos financieros más relevantes:	91
6.3.1 Proyecciones contables:	91
6.3.1.1 Punto de Equilibrio:	91
6.3.1.2 Flujo de efectivo mes a mes:	93
6.3.1.3. Estado de resultados mes a mes	94
6.3.1.4 Estado de resultados proyectado:	95
6.3.1.5 Balance General Proyectado:	96
6.3.1.6 Análisis de sensibilidad en escenario negativo, positivo y normal:	98
MÓDULO 7. VALORACIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles:	100
7.1.1. Puntos fuertes:	100
7.1.2 Puntos Débiles:	101
7.1.3 Oportunidades:	102
7.1.4 Amenazas:	102
7.2 Estrategias de desarrollo del proyecto:	103
7.3. Aspectos de sostenibilidad y riesgos:	104
7.3.1 Riesgos:	104
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmento por cantidad de Usuarios.....	20
Tabla 2 Segmento por volumen del mercado en MM\$.....	20
Tabla 3 Segmento por volumen del mercado en Mm\$ de Nuevos créditos en Bogotá	20
Tabla 4 Usuarios en el segmento de los inversionistas	21
Tabla 5 Cuadro diferencial con la competencia	31
Tabla 6 Cuadro de comparación de Ventajas y Desventajas	32
Tabla 7 Costos del inversionista en Afluenta.....	35
Tabla 8 Costos del inversionista en Invprest.....	36
Tabla 9 Rentabilidad en diferentes tipos de inversión	37
Tabla 10 Estimación de costos del solicitante de Crédito, valor 6 Millones	40
Tabla 11 Costos del solicitante de crédito por Afluenta Perú.....	40
Tabla 12 Costos de Tarjeta de crédito.....	41
Tabla 13 Costos de un crédito de Consumo (No incluye tarjetas de crédito)	41
Tabla 14 Estimación Generación de Créditos Anual	47
Tabla 15 Estimación Generación de Créditos primer año.....	47
Tabla 16 Estimación de nuevos inversionistas Anual.....	48
Tabla 17 Estimación de nuevos inversionistas primer año	48
Tabla 18 Organigrama de Contratación	49
Tabla 19 Composición de los costos fijos.....	55
Tabla 20 Margen de Contribución por productos	55
Tabla 21 Márgenes de contribución - productos inversionistas.....	55
Tabla 22 Márgenes de contribución solicitantes de crédito	56
Tabla 23 Requerimientos de quipos y Mobiliarios	60
Tabla 24 Planificación en indicadores de ventas	62
Tabla 25 Planificación e indicadores de producción.....	63
Tabla 26 Planificación e indicadores de personal	63
Tabla 27 Planificación e indicadores financieros.....	64
Tabla 28 Cronograma de implementación del Proyecto	65

Tabla 29 Salarios y prestaciones sociales	72
Tabla 30 Costos de constitución de la empresa	78
Tabla 31 Obligaciones tributarias o fiscales	79
Tabla 32 Resumen de Inversión y Financiación	87
Tabla 33 Activos Fijos	88
Tabla 34 Flujo de efectivo anual	89
Tabla 35 Punto de Equilibrio	92
Tabla 36 Flujo de fondos primer año	94
Tabla 37 Estado de pérdidas y ganancias mensual (Primer año)	94
Tabla 38 Estado de resultados proyectado anual	95
Tabla 39 Balance General Proyectado	96
Tabla 40 Análisis de sensibilidad - Ingresos año 1	98
Tabla 41 Análisis de sensibilidad - Costos variables	98
Tabla 42 Análisis de sensibilidad - Costos fijos	99

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Evolución de los préstamos otorgados	25
Figura 2 Competidores del mercado	30
Figura 3 El mercado de préstamo esta desintermediando la experiencia de invertir y solicitar préstamos	42
Figura 4 Actores principales en un modelo de economía colaborativa	42
Figura 5 Diagrama de flujo del solicitante de crédito	51
Figura 6 Diagrama de proceso Inversionista	53
Figura 7 Organigrama	68
Figura 8 Método utilizado para administrar recursos	85
Figura 9 Fiducia de inversión	85
Figura 10 Composición de la inversión	88
Figura 11 Punto de equilibrio vs ventas horizonte del proyecto.....	92
Figura 12 Razón corriente y nivel de endeudamiento	96

GLOSARIO

Peer 2 peer Lending: Significa préstamos entre personas en inglés y hace referencia a un nuevo método de financiamiento que permite a individuos prestar y solicitar créditos sin la utilización de una institución financiera como intermediaria. Los préstamos entre personas eliminan al del medio del proceso, pero también lleva más tiempo, esfuerzo y riesgo que los escenarios de préstamos actuales.

Fintech: Significa la suma de Financial y Technology y podría definirse como las empresas que prestan servicios financieros a través de la tecnología, bien sea en la forma de cómo se hacen los pagos, las transacciones financieras o la forma en que se solicitan créditos.

Interés: El interés es un índice utilizado en economía y finanzas para registrar la rentabilidad de un ahorro o el costo de un crédito.

Préstamo: Dinero que toma una persona física o jurídica de otra, o un organismo público de otro, para devolvérselo cuando transcurra un determinado período de tiempo, lo que generalmente lleva asociado el pago de unos intereses.

Inversión: es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

Tasa de Interés: es el precio del dinero o pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinado, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante ese tiempo.

Plataforma virtual: Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Riesgo crediticio: Riesgo de que el prestamista no recupere el dinero prestado junto con los intereses generados, o al menos de que no recupere una parte.

Pruebas psicométricas: Los test psicométricos son una medida objetiva y tipificada de una muestra de conducta; Fundamentalmente nos permiten hacer descripciones y comparaciones de unas personas con otra y también de una misma persona en diferentes momentos de su vida.

RESUMEN

Invprest es la primera plataforma de préstamos entre personas en Colombia y Latinoamérica dirigida exclusivamente para Millennials; es decir conectamos a personas que necesitan financiamiento con personas que están dispuestas a prestar a una tasa justa, equitativa y más rentable que la del mercado financiero. Se tiene en cuenta un estudio de crédito diferente al tradicional donde se revisan factores de la personalidad y comportamentales del solicitante de crédito para conocer su riesgo.

Actualmente una gran parte de los usuarios financieros se sienten insatisfechos con los servicios que prestan las entidades bancarias. La tecnología y nuevos modelos de economía colaborativa han abierto el espacio a nuevas formas de consumo, entre ellos la innovación en los servicios bancarios que han funcionado por mucho tiempo de la misma forma. La falta de un excelente servicio, unas tasas de interés que no reflejan las condiciones del mercado, la falta de un servicio que incluya las necesidades de los clientes en una economía digital son problemas que se resuelven con este emprendimiento.

Se busca llegar a un mercado potencial de 170.000 personas en Bogotá y en Colombia de 638.000 aproximadamente. El mercado en Colombia es nuevo, naciente y con potencial de crecimiento. Actualmente hay más de 70 países que cuentan con plataformas de este estilo y se espera que las inversiones en estos modelos de negocio sean mayores a \$14.000 Millones de dólares en el 2015. Así mismo en Colombia cada vez se conoce más sobre los cambios de la industria financiera mundial.

Invprest se diferencia en otros aspectos relacionados con el seguimiento de la cartera, los requerimientos relacionados a la posesión de activos fijos que en este modelo no son necesarios si la persona tiene buenos ingresos y la utilización de firmas electrónicas para que todos los procesos se puedan hacer electrónicamente.

Yohan Florez es un apasionado por el tema de finanzas que ha logrado contactar e incluir a personas de Fiduciarias, Brigard & Urrutia, Certicamara y otros expertos financieros en la creación de las soluciones que se le pueden dar a los problemas de este proceso y que ayudan con su conocimiento y experiencia para el desarrollo del proyecto.

En el corto plazo la empresa se va a consolidar en Colombia y en el mediano- largo plazo se van a realizar las acciones para expandir el modelo a otros países de Latinoamérica. Se espera que en el tercer año se cuente con ingresos superiores a los \$1.700 millones de pesos con una ganancia de \$98 millones, el punto de equilibrio se alcanza en el mes 11. El medio para llegar a los clientes es usando redes sociales con publicidad dirigida, así mismo el Ceo será el principal vendedor de la compañía al inicio de la operación. La inversión inicial requerida para el proyecto empresarial es de \$201.000.000.

Palabras Clave

Prestamos entre personas, Fintech, plataforma virtual, Peer 2 peer Lending, intermediario financiero, economía colaborativa, prestamistas, inversionistas, solicitantes de crédito, finanzas colaborativas.

ABSTRACT

Invprest is the first platform of loans between people in Colombia and Latin America exclusively aimed for Millennials, which is connected to people who want to borrow money to people who are willing to lend with a fair rate, equitable and more profitable than the financial market. A credit risk rating different than the traditional is used in order to assess candidate personality traits and behaviors.

Currently a big financials users' proportion feel dissatisfied with the services provided by banking institutions. The technology and new sharing economy models have opened the opportunity to new consumption ways, among them it is possible to find the innovation in banking services; this sector has long functioned in the same way. The lack of an excellent service, the interests rates that do not reflect the market conditions, a lack of a service which include the customer needs in a sharing economy are problems resolved by this entrepreneurial project.

The purpose is to reach a potential market of 170.000 people in Bogota and 638.000 in Colombia approximately. The market in Colombia is new, nascent and with a higher growing potential. Nowadays there are more than 70 countries with platforms similar to this style and it is expected that the investments in these business models will be higher than 14.000 Million dollars in 2015. In the same way in Colombia more people are starting to know about the changes in worldwide financial industry.

Invprest differentiate in other aspects related to portfolio monitoring, the requirements related to the fixed assets possession which in this model are not necessary and it uses electronic signatures for doing the whole process online.

Yohan Florez is passionate about finance issues whom has achieved to contact and include people from trust companies, Brigard & Urrutia, Certicamara and other financial experts which have helped in the solutions creation process for the main problems. In addition they can help to understand and to give mentorship for the project development.

In the short term the Company will be consolidated in Colombia, in the middle and long term it will make the effort for expanding the model to other Latin-Americans countries. In the third year it is expected to have revenues higher than 1.700 Million pesos with 98 Million in profits,

the break-even point will be reached in the eleventh month. Social networks are the way used for achieve the customers using targeted advertising, likewise the Ceo will be the main company seller at the beginning of the operation. The initial investment required for the project is \$201.000.000.

Key words:

Loans among people, Fintech, virtual platform, Peer 2 peer Lending, financial intermediary, collaborative economy, borrowers, lenders, loans, collaborative finance.

MÓDULO 1. PRESENTACION

1.1 Definición del negocio:

1.1.1 Definición de la actividad de la empresa:

De acuerdo a la clasificación del Código CIIU el objeto social de la compañía se encuentra ubicado en *actividades de servicios de información 63*, en el grupo de *procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas 631*, en la clase de *procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas 6311* y en la clase *Portales web 6312*; en pocas palabras es una plataforma web que conecta a personas que se prestan dinero entre ellas, más adelante se describirá el servicio.

Es necesario tener en cuenta que antes de comenzar a realizar cualquier actividad comercial se deben contar con los permisos emitidos por la Superintendencia Financiera de Colombia para poder operar con este modelo de negocio; lo cual se espera se esté materializando entre el Primer y segundo trimestre de 2.016.

1.2. Antecedentes del proyecto:

1.2.1 Descripción del equipo emprendedor:

El equipo está conformado por un emprendedor y dos mentores que se desempeñan en el sector financiero.

Yohan Florez Pulido: Tiene 22 años, es estudiante de la Universidad del Rosario de Administración de empresas y Negocios Internacionales.

Ha tenido experiencia en el sector financiero en el área comercial del Banco Corpbanca y en el área financiera de Experian Computec. Además tiene conocimientos en perfiles de finanzas corporativas, matemáticas financieras, inversiones en renta fija y variable y el mercado de derivados en Colombia.

Los siguientes miembros son los mentores del proyecto.

Luis Eduardo Cuellar Pulido: Tiene 38 años, es MBA de INALDE Business School, se desempeña como vicepresidente de Segmento en Cardiff Colombia, ha tenido cargos como gerente de proyectos en Banco agrario y grupo aval.

Hernán José Luis Vidal Baute: Tiene 30 años, es LL.M. de New York University. Ha tenido experiencia en importantes firmas de abogados como Sullivan & Cromwell LLP y actualmente es asociado en Brigard & Urrutia. Se desempeña en temas relacionados como asesoría legal, derecho corporativo y mercado de capitales.

En la red de contactos del emprendedor se encuentran compañías de diseño y desarrollo de plataformas (Imaginemos.com), empresas de emisión de títulos valores electrónicos (Certicamara), Directores y Gerentes comerciales de fiduciarias (Alianza Valores, Credicorp Capital y Corpbanca Trust Services), aseguradoras, compañías y asociaciones de economía colaborativa (Sumame.co, Ouishare).

1.2.2 Origen de la idea de Negocio:

La idea de Invprest nace de la inconformidad del emprendedor frente al sistema financiero actual, el cual es injusto e inequitativo con los usuarios financieros. La idea resuelve el problema al ofrecer un sistema que permite que las utilidades que se dan por la intermediación financiera se distribuyan entre los ahorradores, inversionistas y los solicitantes de crédito.

Se encontró que el usuario financiero puede acceder a una oferta muy limitada, compuesta por dos opciones; el sistema financiero (Bancos, Comisionistas, fiduciarias, cooperativas, corporaciones de crédito y ahorro) al cual es difícil acceder, demorado, costoso, difícil de entender y poco rentable y el sistema informal (Familia, amigos, prestamistas) que es caro, no garantizado, ineficiente, inseguro y riesgoso.

Por un lado se encuentran los usuarios con excedentes de dinero que tienen acceso a una oferta limitada en cuanto a los productos del mercado (Bolsa de valores: Renta Variable y renta fija la cual es usada en gran parte por estratos 4, 5,6 (Yanhass, 2.013), el mercado inmobiliario del cual es necesario contar con grandes montos exceptuando algunos fondos creados para el ahorro e inversión, otra opción son los instrumentos que ofrece la banca comercial con una baja rentabilidad y por último los Instrumentos de las fiducia que son nuevos y no varían mucho de las opciones expuestas) con los cuales se sienten insatisfechos bien sea por su rentabilidad o porque no los consideran una buena opción. La Superintendencia Financiera de Colombia (2.014) afirma en el informe de inclusión financiera que las principales barreras para ahorrar son los costos asociados al ahorro formal, productos que no se ajustan a las necesidades de los consumidores y la baja rentabilidad. Por otro lado los consumidores actuales están insatisfechos con los productos que tienen (Yanhass, 2.013), además hay problemas colaterales como excesiva tramitología y desconfianza de las entidades financieras¹. Eso sin contar que los colombianos son los que más efectivo acumulan con un 64% (El Espectador, 2.015).

Complementando la otra parte del consumidor financiero se encuentra el solicitante de crédito, que cuando quiere acceder a crédito en el sistema formal (Banca comercial, corporaciones financieras, Cooperativas) no lo hace por alguna de las siguientes razones: debe hacer mucho papeleo y requisito (25,3%), tiene temor de no poder pagar o perder garantía (15,8%), le cobran una tasa de interés demasiado alta (14,4%)² y tiene otros problemas como falta de condiciones claras, mal servicio al cliente, malas experiencias o desconfianza del servicio prestado. Así mismo de acuerdo a los resultados de las entrevistas realizadas se

¹ Esta información ha sido sacada de la recopilación de los datos de las entrevistas hechas por parte del emprendedor las cuales se pueden ver en detalle en el anexo 1.

² Esta información ha sido sacada del estudio de Aso bancaria. *Características del acceso al crédito en las zonas urbanas de Colombia*.

encontró que este usuario también tiene acceso al sistema informal (Familiares, amigos, Cadenas, fondos) el cual es inseguro, poco regulado, ineficiente y se cree que con cualquiera de estos métodos se pueden presentar problemas con las personas involucradas; por esto mismo es que se ha reducido su utilización en los últimos años.

MÓDULO 2. MERCADEO

2.1 Servicios:

2.1.1 Descripción del servicio:

Invprest es la primera plataforma web de préstamos entre personas para Millennials en Colombia y Latinoamérica es decir conectamos a personas que necesitan financiamiento con otras que están dispuestas a prestar, de esta manera deciden el monto, tasa y duración de los créditos con los cuales se sientan más cómodos sin necesidad de un intermediario, accediendo a mejores condiciones si se compara con lo tradicional. La empresa se encarga de realizar los estudios de seguridad, riesgos, cumplimiento y conocimiento del cliente con el fin de ofrecer a ambas partes tranquilidad y confianza. Luego se encarga de que las solicitudes lleguen al mayor número de inversionistas posibles y que se puedan generar créditos en un tiempo muy corto con un proceso simple, en este paso Invprest gestiona todos los contratos, la consecución de la firma de títulos valores y brinda seguridad tecnológica en las transacciones. Por último se origina el crédito, se realiza seguimiento a la cartera de los clientes, se administran los dineros a través de una Fiduciaria autorizada previamente por la SuperFinanciera para realizar estas transacciones y se hace servicio post venta hasta que se termina el crédito o el inversionista quiere retirar su dinero.

Es importante resaltar que Invprest nunca capta el dinero o lo tiene en su poder, así como tampoco recomienda solicitudes de crédito a los inversionistas; únicamente conecta a los usuarios

de la página ofreciéndoles una rama de servicios con los cuales se sientan seguros y confiados al utilizar la plataforma.

2.1.2 Características más importantes de los servicios ofrecidos:

A continuación se explican algunas de las características más importantes de los servicios en los dos usuarios.

- Estudio de seguridad:

Se verifica la información del usuario en centrales de riesgo, procuraduría, listas restrictivas y muchas otras bases de datos que validan información penal y de administración de lavado de activos. Con esto se pretende filtrar a cualquier persona que tenga mala reputación o haya cometido actos ilegales para dar cumplimiento a la norma de Sarlaft (Sistema de administración del Riesgos de lavado de activos y de la financiación del terrorismo) y para brindar mayor seguridad a los usuarios de la plataforma.

- Plataforma:

Un mecanismo simple y seguro que le permite ver las diferentes solicitudes de crédito con todas sus características, además de llevar un control sobre sus inversiones actuales, la rentabilidad y ganancia de su portafolio, la concentración de sus inversiones por tipo y otros filtros relacionados con las preferencias de cada usuario. El solicitante de crédito podrá saber rápidamente si tiene acceso a utilizar los servicios o si por el contrario no cumple con lo necesario. Adicional ambos clientes podrán conocer estadísticas generales de la plataforma e información de inteligencia y educación financiera.

- **Marketplace:**

Se da la opción de que las relaciones entre los usuarios sean de competencia perfecta y las iteraciones entre ellos fijen el precio y los acuerdos de cada trato, con unos límites mínimos que aseguren las mejores tasas para todos.

- **Riesgo de solicitantes de crédito:**

Se va a utilizar un score crediticio de los Buros de crédito tradicionales; Data crédito o Cifin. Así mismo se tendrá en cuenta la información de los productos del activo y pasivo y el endeudamiento vigente.

Adicional se hará un estudio psicométrico que mide el comportamiento de los usuarios teniendo en cuenta los 5 grandes rasgos de la personalidad , grado de honestidad, inteligencia emocional e inteligencia financiera que va a permitir conocer como es la persona en la vida real. Se hará por medio de una alianza con una compañía británica que se especializa en este tipo de pruebas.

Con la información anterior se realiza un híbrido con el score tradicional y la información psicométrica. De todos modos también se tendrá acceso a los resultados cualitativos de la misma y a un perfil específico que determina la personalidad del solicitante. Para evitar el riesgo de suplantación de identidad se hará una consulta virtual con video mientras se responden las preguntas del test.

- **Tasa y Scoring:**

Los inversionistas recibirán notificaciones con los puntajes de los solicitantes, así mismo tendrán acceso a sus datos comportamentales.

- **Riesgo del inversionista:**

Para disminuir los riesgos del inversionista, cada solicitud de crédito va a ser fondeada por varios participantes reduciendo así la participación y la exposición frente a una eventual cesión de pagos.

- **Firma de pagaré:**

Se va a hacer una alianza con la empresa Certicamara que ofrece un servicio único en el mercado el cual permite que los solicitantes de crédito puedan firmar los pagarés por medio de una llamada. Estos quedan reposados en un servidor virtual y se pueden consultar o modificar cuando se necesario.

- **La gestión de Cobranza:**

La cobranza a diferencia de los modelos tradicionales busca darle un giro total a la forma como se realiza. Se prestara especial atención al servicio, la amabilidad de los colaboradores y la preocupación por los problemas que tiene el cliente y la forma en que Invprest le puede ayudar a solucionarlos. Para Invprest es más importante acompañar al cliente que utilizar medios que le generen malestar en su vida.

- **Administración de los fondos:**

La entidad financiera en este caso que es la Fiduciaria se encargara de la administración y manejo eficiente de los recursos del público.

2.1.3 Aspectos diferenciales el servicio:

Este modelo de negocio se diferencia con la banca tradicional e informal; en la manera en que se invierte y se presta. Es decir anteriormente se necesitaba de un intermediario para que hiciera las transacciones de captación y colocación de dinero pero debido a los cambios tecnológicos y el cambio de consciencia en las nuevas generaciones han emergido modelos de economía colaborativa en los cuales todos ganan y rompen con monopolios tradicionales.

El servicio es diferente al de la competencia porque busca que los beneficios que se dan en la intermediación financiera se repartan de una forma equitativa tanto para los usuarios financieros como para la compañía y la sociedad; es decir las personas invierten en los proyectos y sueños de otras personas. De esta forma se va más allá del simple hecho de prestar dinero o solicitar crédito; se genera una consciencia de que todos necesitan compartir y es una gana-gana a corto, mediano y largo plazo.

Este servicio se diferencia de la competencia porque mide el riesgo de las personas utilizando pruebas psicométricas que miden el comportamiento real del usuario y se complementa con las pruebas tradicionales, además de ser más efectivas de cara a una sociedad que ya no ve con buenos ojos endeudarse y prefiere ahorrar para hacer realidad sus sueños por lo cual cada vez será más difícil encontrar información en los buros de crédito.

Este servicio pretende que los canales utilizados satisfagan las necesidades biológicas de los usuarios e incluyan aspectos culturales de los colombianos con los cuales se sientan identificados al realizar su compra. Los competidores identificados normalmente llegan con su misma plataforma y ofreciendo los mismos servicios.

El crédito es una necesidad para las personas, empresas, instituciones o gobiernos; estos actores lo utilizan en cualquier momento de su ciclo de vida. Este servicio cubre la necesidad que tienen las personas de comprar productos de consumo o repagar deudas a una tasa mucho más baja a la del mercado.

Por otro lado la tasa que deben pagar por la utilización del servicio varía entre 14,32% y 27,89% esto depende del valor a solicitar, monto de la deuda y periodo de la obligación. Así mismo el inversionista puede obtener una rentabilidad entre el 8,8% y 14,8% dependiendo de la cantidad e inversiones, periodo de tiempo y montos.

2.1.4 Nuevos servicios:

- **Invprest Predice:**

Se utilizara el historial de los clientes para hacer proyecciones sobre sus necesidades y desarrollar productos que generen valor a largo plazo en la empresa y para los clientes. En este sentido se pueden crear productos dirigidos a mejorar las finanzas y la vida de cada una de las personas que van a usar la plataforma.

- **Invprest Alliance:**

Crear sinergias con empresas que presten servicios de economía colaborativa para ofrecer paquetes en conjunto, a precios más competitivos y que creen comunidad en torno a este significado.

- **Invprest Freescore:**

Se realizara una herramienta que permita conocer el score del cliente sin necesidad de que se tenga que pagar por ello.

- **Invprest Learning:**

Un servicio que ayuda a las personas en el conocimiento, gestión y mejor aprovechamiento de sus finanzas personales; con el fin de que se vuelvan expertos en este tipo de temas y no paguen las consecuencias por no saber. A pesar de que la mayoría de los contenidos son parecidos se buscara una alianza con Finanti una empresa naciente del sector que tiene productos diferentes a lo tradicional.

- **Invprest Advice:**

Crear redes de contacto con asesores financieros para que recomienden la utilización de esta aplicación a sus clientes y ofrecerles una pequeña comisión o descuento en la utilización del servicio.

2.2. Mercado:

2.2.1 Descripción del ámbito Geográfico:

Debido a que se opera por medio de una plataforma web el alcance seria a nivel nacional, pero inicialmente o en el corto plazo la publicidad se va a dirigir a los habitantes del segmento en Bogotá, esto con el fin de ver la respuesta de los consumidores. En el mediano plazo se va a llegar a las principales ciudades de Colombia hasta que se pueda ampliar a todo el país. De todos modos cualquier persona que le interese usar el producto lo podrá hacer con algunos costos mayores por las transacciones y transferencias entre ciudades, pero si será posible. Así mismo la plataforma pretende tener un alcance en Latinoamérica y en países donde se encuentre la oportunidad; en Argentina nació la primera comunidad de préstamos entre personas pero muchas veces limita quien puede usar sus servicios por los controles de riesgo crediticio que tiene.

2.2.2 Descripción del público objetivo:

Invprest tiene dos tipos de segmentos: el primero son los solicitantes de crédito y el segundo los inversionistas, a continuación se van a explicar las principales características de cada uno con el fin de entenderlos y saber cómo se llegó a descubrir el mercado potencial.

- **Variables de segmentación: Solicitantes de Crédito:**

Es importante tener en cuenta que de las entrevistas realizadas, 11 de 70 personas dicen estar dispuestas a pedir prestado por internet si la empresa que prestara el servicio fuera conocida o si contara con un aval de la Superintendencia Financiera.

Las siguientes son las variables que se usaron para llegar al mercado potencial.

- **Variables demográficas:**

Las personas que tienen entre 20 y 34 años o los Millennials, ingresos mayores a \$1.500.000, con carrera tecnológica o profesional, egresados de universidades Bogotanas que emigran a otras ciudades y personas que vienen a trabajar a Bogotá, tasa de desempleo en los jóvenes.

- **Variables Socio graficas:**

Se tomaron algunos indicadores que miden el comportamiento de los consumidores en temas financieros, entre esos el Indicador de acceso al crédito que tiene en cuenta la participación en generación de créditos para varios grupos de edad o personas con características especiales, también se tuvo en cuenta el porcentaje de créditos originados en Consumo en el 2.014 y en la cartera total de consumo al 2.014 y por último se tomó un indicador del Millennial Disruption

Index que tiene en cuenta la percepción y disposición sobre los servicios financieros que se pueden usar por internet.

- **Variables de segmentación: Inversionistas**

Para validar este segmento se tuvo en cuenta la información de las entrevistas de validación del mercado y se concluyó que un porcentaje mayor de hombres prestaría dinero por internet comparado con las mujeres, así mismo también se encontró que muchos se consideran malos cobradores, varios demuestran insatisfacción con los servicios financieros y muy pocos invierten, así como muchos ahorran sin meta definida o dejando su dinero quieto en el banco.

- **Variables Demográficas:**

Son las mismas del solicitante de crédito.

- **Variables Socio gráficas:**

Se tomaron algunos indicadores que miden el comportamiento de los consumidores en temas financieros entre esos están: en que tienen invertido los colombianos su dinero del Investor Pulse de Black Rock, las opciones más atractivas para invertir y la cantidad de personas que ahorran según su edad de estudio de Yanhass. Los cuales miden la disposición e intención de las personas en las principales ciudades de Colombia en cuanto a cómo se comportan al hacer sus inversiones.

Black rock (2014) refiere en El Investor Pulse en que mantienen el dinero los colombianos y que se encuentra en los siguientes activos: Efectivo 64% donde la principal razón al usar este mecanismo es por seguridad y comodidad, de este se desprende un 39% que cataloga a personas

que quieren ser flexibles y mantener sus opciones abiertas, se destaca finca raíz con un 13%, fondos mutuos 8%, otras opciones 6%, alternativos 3% y productos de la bolsa de valores con un 5%.

Yanhass (2013) refiere por otro lado que las opciones más atractivas para invertir el dinero son las siguientes: Invertir en un negocio 34%, Guardarlo en casa 17%, cuenta de ahorros 14%, Comprar acciones 10%, fondos familiares 9%, Cdt 8%, Natilleras 5% y Divisas 1%. Así mismo identifica que el grupo de personas que más ahorra se encuentra entre los 25 y 34 años con un 54%, seguido de las personas entre 35 y 44 con 45% y entre 18 y 24 con 35%. Con Bogotá como la ciudad con la tasa de ahorro más alta con un 44% de las personas.

Estas son algunas de las características más importantes que tienen los usuarios de este segmento:

- Confían y utilizan las herramientas tecnológicas como Plataformas o celulares inteligentes para hacer sus transacciones.
- Tienen un perfil de riesgo moderado; un poco más arriesgado que la persona que invierte en finca raíz y mucho menos que el que invierte en productos de la bolsa de valores.
- No necesita información personal de la otra persona a la cual le va a prestar, necesita conocer muy bien la página y que esta tenga algún respaldo que le dé mayor seguridad.
- Ha tenido la intención de prestar dinero o lo ha hecho.
- Tiene entre 21 y 35 años.
- Constantemente busca varias alternativas de inversión.
- Es una persona que se arriesga a hacer cosas diferentes a las establecidas por el sistema y está insatisfecho con la rentabilidad que genera su dinero en los sistemas actuales.

En el anexo No.2 se encuentra información más detallada sobre la segmentación de ambos clientes.

2.2.2.1 Dimensiones estimadas del mercado:

- Solicitantes de Crédito:

El público objetivo para Bogotá es de **148.975** personas que representan el 8% de todos los jóvenes que tienen ingresos mayores a \$1.500.000 y en Colombia representa un 5% o **638.462** personas.

En términos de volumen representa 5,3 Billones o 11,74% del market share de una total de 45,7 Billones de la cartera de consumo para los productos de libre inversión, tarjeta de crédito y otras modalidades.

Teniendo en cuenta los datos del resto de Colombia el valor seria de 16,7 Billones o 36,56% del market share para un total de 22,1 Billones o el 48,30% Billones de la cartera de Consumo para los productos de libre inversión, tarjeta de crédito y otras modalidades.

En cuanto a la originación de créditos nuevos de consumo en las modalidades estudiadas para el año 2.014 represento el 23% de participación del mercado objetivo y casi un 50% de la participación total sobre los productos estudiados. Lo anterior es bueno porque muestra que el mercado ya empieza a tener la mayor participación sobre este tipo de créditos.

Tabla 1 Segmento por cantidad de Usuarios

	Grupos de edad entre 20 y 34 años	Personas profesionales entre 2.011 y 2.015	Personas con Tecnología entre 2.011 y 2.015	Personas con Tecnología o profesional entre 2.011 y 2.015	Egresados en Bogotá que no se queda en la ciudad. 30%	Excited about new options Millenial Index- 73%	Jovenes despues de tomar tasa de Desempleo	Participación del total de Jóvenes	Ingresos joven egresado	Ingresos Tecnólogo
Total Bogotá	1.963.467	238.437	104.950	343.387	240.371	175.471	148.975	8%	\$ 2.050.000	\$ 1.479.736
Total Colombia	11.789.954	715.310	314.850	1.030.160	1.030.160	752.017	638.462	5%	\$ 1.639.781	\$ 1.069.517

Fuente: Elaboración propia, esta tabla muestra el segmento de mercado teniendo en cuenta las principales variables utilizadas para segmentar el mercado; expuestas en el cuerpo del trabajo.

Tabla 2 Segmento por volumen del mercado en MM\$

	Cartera Total	Libre inversión , TC, otras Modalidades	Volumen x tipo Producto	Créditos otorgados en Bogotá- 24,3%	Créditos en Resto de Colombia 65,7%	Participación Segmento	Créditos en Bogotá-Segmento	Créditos en resto De Colombia-Segmento	Market Share Bogotá	Market share Resto de Colombia
Jóvenes <25	\$ 98.000.000	46,70%	\$ 45.766.000	\$ 11.121.138	\$ 34.644.862	16,60%	\$ 1.846.109	\$ 5.751.047	4%	13%
Jóvenes >25 y <35	\$ 98.000.000	46,70%	\$ 45.766.000	\$ 11.121.138	\$ 34.644.862	31,70%	\$ 3.525.401	\$ 10.982.421	8%	24%
Total							\$ 5.371.510	\$ 16.733.468	11,74%	36,56%

Fuente: Elaboración propia, la siguiente tabla muestra el valor en pesos del mercado objetivo teniendo en cuenta las principales variables de créditos en Bogotá y el país.

Tabla 3 Segmento por volumen del mercado en Mm\$ de Nuevos créditos en Bogotá

	Créditos Totales Nuevos	% Consumo sobre cartera Total	Crédito nuevos para consumo	% Créditos de Consumo en Bogotá	Cartera créditos nuevos Bogotá	Libre inversión , TC, otras Modalidades	Volumen x tipos Producto	Participación Segmento	Créditos nuevos en 2.014-Segmento	Market share
Jóvenes <25	\$ 16.000.000	29%	\$ 4.640.000	24%	\$ 1.127.520	46,70%	\$ 526.552	16,60%	\$ 87.408	8%
Jóvenes >25 y <35	\$ 16.000.000	29%	\$ 4.640.000	24%	\$ 1.127.520	46,70%	\$ 526.552	31,70%	\$ 166.917	15%
Total									\$ 254.325	23%

Fuente: Elaboración propia, la siguiente tabla muestra como fue el comportamiento del público objetivo en el año 2.014 en la generación de créditos nuevos generados y su participación en el mercado total.

- Inversionistas:

De un total de 343.387 jóvenes (Egresados entre 2.011 y 2.015) que hacen parte del segmento se llegó a que el público objetivo y con alta probabilidad de utilizar otros servicios para invertir es de 22.793 personas o 7% del total. Estos representan un 1,2% de total de jóvenes Millennials que hay en Bogotá.

Por otra parte se estima que el ingreso mínimo de estos clientes objetivo es de \$24.600.000 anuales lo que representa \$560.707MM en total teniendo en cuenta únicamente el público objetivo de 22.793 personas.

Tabla 4 Usuarios en el segmento de los inversionistas

	Grupos de edad entre 20 y 34 años	Personas profesionales entre 2.011 y 2.015	Personas con Tecnología entre 2.011 y 2.015	Personas con Tecnología o profesional entre 2.011 y 2.015	Egresados en Bogota que no se queda en la ciudad. 30%	Jovenes depues de tomar tasa de Desempleo	Personas que ahorran entre 18 y 35 años (54%+35%)/2 según Yanhass	Excited about new options Millenial Index- 73%	Expectativas de inversion según Black RockTotal 34%.	Publico Objetivo
Total Bogota	1.963.467	238.437	104.950	343.387	240.371	204.075	91.834	67.039	22.793	7%

Fuente: Elaboración propia

2.2.3 Cliente y consumidor:

2.2.3.1 Cliente, consumidor e Influenciadores

- **Consumidores (Amigos o pareja):**

El papel que desempeñan es muy importante porque son de su misma generación y por tanto la forma en que está definido su pensamiento es muy parecido. Es una regla que todos piensen de manera colectiva y que creen que se deben repartir de mejor manera los recursos para crear un mundo mejor. La gran mayoría defienden la economía colaborativa de la cual se destacan empresas como Uber³ y Airbnb⁴.

- **Padres (Influenciadores):**

Prefieren hacer todas las transacciones de manera tradicional por miedo a que pueda haber fraude, pueden retrasar un poco la utilización de los servicios de la plataforma web pero es inherente al consumidor del siglo XXI migrar la mayor parte de los servicios que utiliza a dispositivos móviles o por computador.

- **Medios (Influenciadores):**

Los principales medios de país no son críticos cuando dan noticias al público por que trabajan en pro del poder económico de sus dueños, afortunadamente este segmento se informa por medio de las redes sociales y pasan más de una hora al día en promedio usándolas; reemplazaron la televisión

³ Uber: Conecta perfectamente a los pasajeros con los choferes a través de sus aplicaciones.

⁴ Airbnb es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente publica, descubre y reserva alojamientos únicos en todo el mundo, ya sea desde su ordenador, tableta o teléfono móvil.

por internet. Son importantes porque la publicidad se dirige a nuestros clientes por estos medios y es uno de los principales canales de interacción.

- **Estado (Influenciador):**

Puede pasar mucho tiempo hasta que se regule la actividad comercial de mi empresa como ha sucedido con los nuevos sistemas de transporte. Actualmente las leyes que regulan la actividad financiera son más estrictas y es importante mantener una comunicación transparente con la superintendencia financiera donde se le muestre los beneficios y legalidad de los modelos de negocio que funcionan por medio de la economía colaborativa.

- **Asesores financieros:**

Los asesores de finanzas personales son importantes porque los usuarios confían en las recomendaciones que ellos les dan y son una autoridad para el usuario por lo cual se les debe mostrar los beneficios de este modelo e involucrarlos. Así mismo se debe buscar una forma para hacerlos parte de este sistema.

- **Clientes:**

Solicitantes de crédito que estén iniciando su vida crediticia o hayan empezado recientemente a inversionistas de tipo moderado que estén dispuestos a probar otras opciones para hacer rentar su dinero.

2.2.4 Situación del mercado:

2.2.3.2 Mercado Nuevo:

Antes de hablar sobre el mercado de P2P o de préstamos entre personas por internet es importante resaltar que también hacen parte de la industria Fintech compañías que hacen transferencia de dinero con costos más bajos, compañías que promueven Bitcoin o la tecnología BlockChain, compañías de procesamiento de pagos, bancos virtuales, compañías tecnológicas en el área de seguros, compañías que permiten comprar valores en Bolsas de valores con comisiones muy bajas o nulas, compañías calificadoras de riesgo o compañías de software etc. Se espera que debido a la forma en que está creciendo el sector a nivel mundial las inversiones superen los US\$14.000 Millones en 2015 y continúe creciendo de esa forma durante los próximos años (Accenture, 2014).

El mercado de Peer to peer lending o préstamos entre personas en Colombia es nuevo, va a entrar a suplir las necesidades de los Millennials en gran parte y de otras generaciones de mayor edad en menor proporción. Aún no hay cifras sobre crecimiento o perspectivas de la valoración de este mercado pero se puede tomar como referencia que el mercado colombiano de consumo vale aproximadamente \$100 Billones y está creciendo a doble dígito año a año. Una de las principales razones por las cuales no hay plataformas de este estilo es porque la regulación es demasiado estricta y no deja espacio para que funcione este modelo de negocio, por lo cual algunas empresas están esperando la aprobación de la Superintendencia Financiera para comenzar.

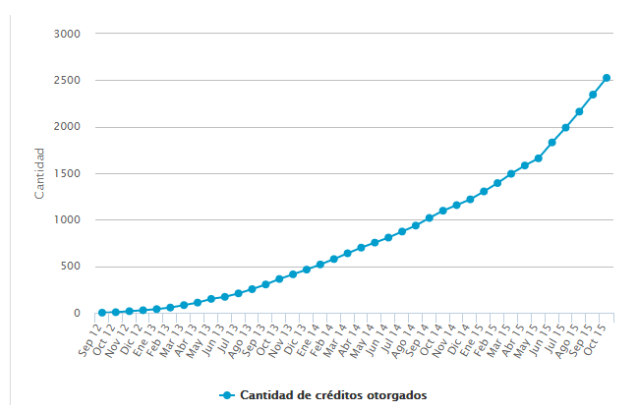
A pesar de lo que ha sucedido anteriormente con las pirámides y otros esquemas de captación masiva de dinero las personas en Colombia desean conocer y usar otro tipo de servicios; como se ha visto recientemente con Uber, las personas apoyan y quieren más a estas marcas que a las tradicionales. Este es un mercado con mucho espacio para poder ingresar y ganar participación y ser líderes en el segmento escogido; el cual difiere del segmento tradicional que tiene en cuenta únicamente a personas con un excelente comportamiento y score de crédito.

En Estados Unidos el crecimiento de Lending Club la empresa líder de préstamos entre personas ha sido de 130% año tras año y se estima que los créditos en 2014 sean por US\$8.800

Millones, así mismo la empresa líder en Latinoamérica ha prestado a más de 2.500 personas un monto superior a los US6 Mm de dólares.

La siguiente grafica muestra la evolución acumulada de los préstamos otorgados por Afluenta en Argentina; lo cual demuestra la aceptación que ha tenido y la tendencia de crecimiento en este tipo de negocios que por lo general necesitan de 3 años o más como este para que la curva se vuelva exponencial y muestre un crecimiento explosivo. Es importante mencionar que las plataformas de préstamos entre personas necesitan de un tiempo prudente para que sean conocidas y recordadas en la mente de los clientes hasta que puedan confiar en ellas como si fueran un Banco o llegar a quererlas como a Uber.

Figura 1 Evolución de los préstamos otorgados



Fuente: Pagina web oficial de Afluenta.

Por otro lado se encuentra el mercado chino que es el más grande del mundo en préstamos entre personas con 16 Billones de Dólares originados y más de 1.500 plataformas al 2014; se espera que esta cifra se haya duplicado en el 2015 en respuesta al gran boom que está teniendo el sector. Algunas de las empresas más representativas son Lufax y Dianrong.

El año 2016 va a ser muy importante para la industria Fintech porque se cumplen 10 años desde que aparecieron plataformas de préstamos entre personas en Inglaterra y Estados Unidos. Peter Renton (2016) Fundador de Lend Academy (empresa líder a nivel global que conecta la comunidad de préstamos por internet) refiere que el crecimiento de la industria ha llegado a niveles inesperados. El sector está integrado por inversionistas, empresas de préstamos online y una amplia

red de proveedores lo cual demuestra que está entrando en una etapa de madurez en cuanto a los diversos actores que hay.

Algunos analistas consideran que en el sector Fintech se podría estar gestando una burbuja en razón a que cada vez son más las compañías que se listan en bolsa con una valuación superior a los US1.000 Millones con empresas como LendingClub, Funding Circle, Lufax, Square, Markit y Stripe etc., y otro grupo con valuaciones superiores a los US500 Millones.

2.3 Competencia:

Hay varios actores en el mercado que representan una competencia directa o indirecta bien sea en Fintech⁵ o modelos tradicionales.

2.3.1 Descripción de la competencia directa:

Actualmente no hay competencia directa en el sector tecnológico pero se tomaron algunos referentes del sector en Latinoamérica que están evaluando la posibilidad de ingresar a Colombia, así mismo los competidores directos tradicionales son los Bancos y otras entidades que hagan actividades relacionadas con préstamos, ahorro o inversión.

2.3.1.1 Competidores directos de Fintech:

En la región hay dos competidores directos que hacen préstamos entre personas los cuales tienen dentro de sus proyectos en el corto y mediano plazo ingresar al mercado.

⁵ Fintech: Significa la suma de Financiamiento y Tecnología y podría definirse como las empresas que prestan servicios financieros a través de la tecnología, bien sea en la forma de cómo se hacen los pagos, las transacciones financieras o la forma en que se solicitan créditos.

El principal es Afluenta una empresa Argentina que opera bajo el Modelo de Fideicomiso ordinario, donde la misma compañía realiza el manejo de los recursos y se encarga de distribuirlos a los solicitantes de crédito y a los inversores utilizando la tecnología y haciendo los procesos más rápidos, eficientes y fáciles para sus clientes. La compañía inicio operaciones en 2.010, el primer crédito se realizó en Septiembre de 2.012 y ha otorgado créditos por más de 55 millones Pesos Argentinos o US6 millones. La empresa ingreso al mercado peruano en Octubre de 2.015 y ha estado intentando hacerlo en Colombia, por el momento no tienen una fecha para ingresar pero se encuentra en el proceso de estructuración de la operación. Planean convertirse en líder de préstamos entre personas para Latinoamérica y se hacen llamar la primera red de finanzas colaborativas en américa Latina (Página Oficial Afluenta, 2015).

Recientemente el director de Afluenta estuvo presentando su modelo de negocio en el Fin pyme fórum desarrollado en Medellín donde se dieron cita varios expertos del sector financiero e importantes panelistas relacionados con la economía colaborativa y con las nuevas formas que están emergiendo en temas de finanzas.

Su Ceo y fundador es Alejandro Cosentino, ha tenido experiencia en el sector financiero en empresas como American Express y Banco Santander por más de 20 años. Desarrollo esta idea con el fin de que los créditos fueran más humanos y para adecuar la tecnología a los procesos de financiamiento e inversión.

Kubo Financiero es la primera empresa de créditos entre personas en México, genero su primer crédito en Agosto de 2.012 y es regulada por la Comisión Nacional Bancaria y de valores, desarrollaron el modelo de Crowdfunding y Peer to peer (P2P) de la mano de los reguladores. Opera bajo el modelo de captación a través de su compañía Kubo Financiero s.a. Esta compañía ha otorgado 2.876 créditos por un valor de 61.000.000 de Pesos mexicanos o US 3.693.884 Dólares a Octubre de 2.015 (Página Oficial Kubo Financiero, 2015).

El Ceo y fundador es Vicente Fenoll un emprendedor apasionado por las finanzas y la forma en que se puede cambiar el mundo a través de ellas, antes de iniciar esta empresa, creo Fin común una compañía de Microcréditos en México, la idea surgió en un viaje hecho a Colombia donde

descubrió el modelo de la Caja Social. Anteriormente ha expresado su deseo de ingresar a Colombia.

2.3.1.2 Competidores directos tradicionales:

Por otro lado tenemos las empresas que ofrecen los servicios tradicionales entre las cuales se encuentran los bancos comerciales y las compañías de financiamiento comercial.

La Superintendencia Financiera de Colombia (2015) refiere en su informe de inclusión financiera que la participación en los créditos de consumo del mercado colombiano a 2014 según los competidores tradicionales es: los bancos comerciales con un 85,1%, las cooperativas SES un 8,9%, las compañías de financiamiento un 4,4% y las cooperativas SFC un 1,6%.

La Superintendencia Financiera de Colombia (2015) refiere en su reporte de tarjetas de crédito que el saldo total de las tarjetas de crédito es por 21 Billones de pesos de los cuales los principales bancos en Colocación son Bancolombia, Davivienda y Colpatria con 3 Billones aproximadamente cada uno con una participación del 45%, seguidos por el Banco de Bogotá con 2,3 Billones o 11% del mercado. Por otro lado la compañía de financiamiento comercial más importante es Tuya con 1,6 Billones o 7% del mercado.

La forma en que operan los bancos tradicionales es similar, lo único que los diferencia es su aversión al riesgo; por ejemplo Colpatria está focalizado en tener alianzas con empresas de servicios públicos y es uno de los principales colocadores de tarjetas de crédito con la tarjeta Codensa. Por otro lado el Banco de Occidente es fuerte en créditos a vehículo, Banco Sudameris se enfoca en créditos por libranza, así mismo se están desarrollando nuevas formas que permitan otorgar al cliente mayor cupo como en el Banco Corpbanca (Portafolio, 2015).

Según los informes recientes el principal competidor directo más grande de la banca tradicional en créditos de consumo es Bancolombia; con casi un 18% o 18,6 Billones a Diciembre de 2.014, es la entidad bancaria más grande del país⁶.

Entre las principales compañías de financiamiento comercial se encuentra Serfinansa, Tuya SA, Giros y Finanzas. Las cuales se concentran en los créditos de libre inversión y tarjeta de crédito. Por otro lado las cooperativas financieras tienen un perfil más arriesgado y sus productos se concentran en créditos de libre inversión y tarjetas de crédito, entre las principales empresas se encuentra Juriscoop, Confiar y John F Kennedy.

2.3.2 Descripción de la competencia indirecta:

En este caso la competencia indirecta no representa gran parte del mercado, la mayoría de estas entidades están concentradas en nichos específicos diferentes al de Invprest.

2.3.2.1 Competidores indirectos Fintech:

Mesfix es una empresa Colombiana que conecta a inversionistas con empresas que tienen necesidades de capital de trabajo y estas venden sus facturas en un esquema de Factoring + Crowdsourcing. Esta empresa es competencia indirecta para nosotros porque representa una opción favorable y diferente para los usuarios a los cuales se quiere llegar. Participaron en el Colombia Startup de 2015 y quedaron en tercer lugar y sus fundadores han trabajado en empresas del sector financiero.

Por otro lado en la región esta Cumplo; una empresa Chilena que conecta a inversores con empresas pyme para que les otorguen préstamos en Capital de trabajo y otras modalidades, por el momento no está la opción para préstamo a personas.

⁶ Esta información fue tomada de informe de resultados financieros a Septiembre de 2.015 de Bancolombia.

En otro tipo de negocio se identificó como competencia indirecta a las empresas Rapicredit, Lineru y Lenddo que otorgan créditos de consumo o para una emergencia a través de internet. Estas compañías operan bajo sistemas donde todo el proceso se realiza por internet y sus tasas de interés son muy parecidas a las que se ofrecen en el sistema tradicional, se diferencian porque utilizan la minería de datos para sus procedimientos, otorgan los créditos de un día para otro y su exposición al riesgo es mayor.

2.3.2.2 Competidores indirectos tradicionales:

Los competidores indirectos tradicionales son fiduciarias, comisionistas y cualquier empresa que ofrezca productos de inversión o crédito que este regulada por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Figura 2 Competidores del mercado



Fuente: Elaboración propia.

2.3.3 Comparación con la competencia:

A continuación se hace una comparación de las ventajas y desventajas con los principales competidores tanto directos como indirectos.

Tabla 5 Cuadro diferencial con la competencia

Variable / empresa	Afluenta	Bancolombia	Cooperativas	Invprest
Tasas	Mucho mas bajas para determinadas pesonas	Controlan el mercado y en la mayoria de los segmentos donde estan no ofrecen mejores tasas	Ofrecen mejores tasas que los bancos pero son poco conocidas	Seran mas bajas que las de mercado para Millenials
Segmento	Adultos	Todo tipo	Adultos	Adultos jovenes
Solvencia del cliente	Si	Si	Si	No
Producto dirigido a Millenias	No	Si, con baja profundizacion	No	Si
Canal	Electronico	Fisico y electronico	Fisico	Electronico
Tiene en cuenta aspectos culturales	No	Mucho	No	Si
Solo Mide riesgo tradicional	Si	Si	Si	No

Fuente: Elaboración propia, la siguiente tabla busca dar a conocer las principales diferencias con algunos actores del mercado.

Tabla 6 Cuadro de comparación de Ventajas y Desventajas

Empresa	Invprest	
	Ventajas	Desventajas
Afluenta	La posibilidad de ofrecer un producto dirigido a los Millennials de Colombia y la región. Integrar formas innovadoras de estudio de riesgo creditico que complementen el score tradicional. Integrar características culturales en los servicios ofrecidos al cliente. Llegar a un mercado que se encuentra validado y aceptado por Afluenta. Los solicitantes del crédito son líquidos pero no tienen mucha solvencia; contrarió al usuario de Afluenta.	Cuando inicie operaciones seguramente Afluenta ya estará operando en el país, esta compañía estará presente en tres países y abriendo mercado en Chile y Brasil. El desarrollo y conocimiento del negocio, el desarrollo de la plataforma, la creación de los sistemas de análisis de riesgo. Puede tomar bastante tiempo y prolongar la salida al mercado del producto frente a los competidores que se encuentren presentes. Afluenta tiene un Know how que representa un ventaja competitiva difícil de igualar en el tiempo. El fundador de Afluenta tiene un amplio conocimiento del sector financiero y está conectado con todas las redes del sector Fintech.
Mesfix	Mesfix se encarga de abonar el terreno para que los solicitantes de crédito, empresas e inversionistas crean en propuestas que mejoren las finanzas por medio de la tecnología y la economía colaborativa. Observar como el mercado, usuarios, gobierno e instituciones reaccionan frente a esta propuesta. Invprest utiliza un método diferente para la calificación del riesgo de sus solicitantes.	Es el primer Marketplace financiero en Colombia lo que le da mayores oportunidades de agarrar el mercado desatendido en el segmento de inversionistas Han participado en eventos importantes como el Startup Colombia 2.015 y están desarrollando la empresa desde hace 3 años. Invprest no cuenta con un equipo. Está en un mercado más grande que el de banca personal por lo cual tiene acceso a mayores oportunidades para sus clientes.
Lenddo	Ofrecer mejores tasas sin necesidad de estar conectados con establecimientos financieros, conectando a inversionistas con solicitantes. Ofrecer un crédito que se adecue al riesgo verdadero de cada persona donde el mercado decide las tasas de préstamo e inversión.	Lenddo tiene un sistema de riesgo probado y reconocido a nivel mundial, operando en muchos países y son dueños de este know how lo que hace que constantemente este generando nueva información. Opera con 5 bancos del sistema tradicional en Colombia por lo cual está especializando su oferta de servicios en entregar análisis y prospectos a estas compañías.

	Ser una opción diferente que innova en la forma que se utilizan los servicios financieros y no solo en el análisis de los riesgos.	Se está convirtiendo en una marca conocida en la que confían y quieren los colombianos.
Bancolombia	Es un modelo de negocio totalmente diferente, pensado para beneficiar a los inversionistas y solicitantes de crédito de acuerdo a las necesidades de las personas. Ofrecer tasas superiores en rentabilidad y cobro por créditos. Todas las transacciones se hacen por internet y las condiciones siempre son claras. El cliente tiene forma de saber rápidamente si es apto para usar plataforma.	Es una de las marcas más valoradas, recordadas y queridas en Colombia. Es el banco más grande de Colombia con una participación cercana al 25%. Se están preocupando por ofrecer un excelente servicio más humano. Son el mayor recaudador de dinero, la mayor parte de su operación la hace con recursos de terceros. Ofrecer servicios de venta cruzada que necesiten los consumidores.
Establecimientos financieros tradicionales	Ofrecer los productos que demandan los Millennials, más amigables, que se puedan usar Smartphone y que creen una red o comunidad en torno a la economía colaborativa. Permite ofrecer tasas considerablemente mejores a las del mercado; reduciendo costos, eliminando burocracia y mejorando los procesos. Los jóvenes no ven la diferencia entre los productos que ofrecen los bancos, el 33% de los jóvenes cree que no los va a usar en el futuro. Las personas no confían en los servicios que prestan.	Las personas siguen utilizando estos establecimientos por miedo al fraude y seguridad de la información. Estos sistemas son los más confiables teniendo en cuenta la experiencia de las pirámides y los agiotistas en Colombia. Los ciudadanos son escépticos respecto a la utilización de la tecnología en Servicios financieros y más cuando hay transacciones de dinero. Tienen una protección excesiva por parte del Estado que no permite que sea fácil competir en las mismas condiciones que ellos lo hacen.

Fuente: Elaboración propia, este cuadro sirve para conocer los beneficios de cada uno de los sistemas a los cuales pueden acceder los clientes.

2.4 Precio:

2.4.1 Variables de influencia para la fijación del precio:

Para la fijación del precio del inversionista se tendrán en cuenta las siguientes variables:

- **Costos de Fiduciaria:**

Son los costos relacionados a la inscripción, administración, recaudo y transferencia de los recursos. Así mismo como la apertura del Fideicomiso o el Patrimonio Autónomo.

- **Matricula en plataforma:**

Se cobra la primera vez que el consumidor ingresa y es para registrarse en la comunidad de Invprest; incluye la revisión de documentos, consulta en centrales de riesgo y listas restrictivas.

- **Costo mensual por uso de plataforma:**

Se cobra un valor entre \$6.250 y \$25.000 por el uso de la plataforma. Con este se tendrán acceso a todas las solicitudes que se hayan subido.

- **Cobro de cartera:**

Este valor se encuentra entre 0% y 2% dependiendo del valor y tiempo de la obligación.

Adicional se tuvo en cuenta la comisión que cobran los competidores para estimar los costos de la plataforma.

Afluenta cobra una comisión fija mínima del 2% más otros gastos asociados a la cobranza de los créditos que oscila entre 0 y 2%, así mismo otra empresa de préstamos entre personas de México llamada Prestadero solo cobra una comisión del 1%. A continuación se muestra la lista precios de la competencia.

Tabla 7 Costos del inversionista en Afluenta

	Costos Soles peruanos	Costos Col Peso
Comisión de adhesión a Afluenta	30+IGV	27.000+ Impuesto
Comisión mensual de mantenimiento de cuenta	5-30	4.500-2.7000
Comisión por gestión de cobranza	0-2%	0-2%
Comisión por ingreso de fondos	1+IGV	900+Impuesto
Gasto de retorno de fondos	0- 3,5+IGV mas el 0,5%	0-3.150+ Impuesto Mas el 0,5% +IGV
Comisión por Intercambio de Portafolios	1%	1%
Cargo por gestión de cuotas en mora	0% A 20%	0% a 20%
Parte fija Mínima	102	\$ 91.800
Parte Variable Mínima	2,00%	2%
Costos mixtos	0- 3,5+IGV mas el 0,5%+IGV	0 -3,5+Impuesto mas el 0,5% + impuesto
Costos ocasionales	Dependen de situacion	Depende

Fuente: Elaboración propia, la siguiente tabla muestra los costos del uso de la plataforma para los inversionistas en Afluenta-Perú.

2.4.1.1 Determinación del precio del inversionista

Se determina que el valor de la cuota mensual estará entre 1,2% y 2,2% dependiendo del tipo de inversión que el cliente haga; este valor incluye los costos de la entidad financiera que administra el dinero, el valor anual por la utilización de la plataforma y un valor por el cobro de cartera; este depende de la cantidad de inversiones que tenga y el tipo de cliente al cual se le haya prestado. A todos los valores se les suma el IVA.

Tener en cuenta que los valores que se pagan a la entidad financiera están sujetos a las negociaciones que se van a realizar, se puede negociar el valor de la creación de las cuentas de los clientes o el valor por la administración de los dineros.

Los años siguientes se van a dar regalos o descuentos por referir personas, recomendar amigos y por aumentar las inversiones en la plataforma; este valor aplica a final de año y las personas deben cambiar de tipo de producto para obtener los beneficios.

El valor porcentual que se cobra a los clientes varía a medida que aumentan las inversiones en cualquiera de los cuatro tipos que se muestran a continuación.

Tabla 8 Costos del inversionista en Invprest

Tipo	Entre 10MM hasta 20mm	Mayor a 20mm hasta 40	Mayor a 40mm hasta 80mm	Mayor a 80mm
Matricula en la Plataforma	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000
Cobro por retiro anticipado	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Cobro en Fiduciaria	1,0%	0,8%	0,8%	0,6%
Plataforma	\$ 12.000	\$ 16.500	\$ 18.000	\$ 25.000
Precio Fijo anual	\$ 144.000	\$ 198.000	\$ 216.000	\$ 300.000
Precio fijo en %	0,7%	0,5%	0,3%	0,3%
Cobro de cartera	0,50%	0,40%	0,40%	0,30%
Precio Variable	1,00%	0,80%	0,80%	0,60%
Precio Total Mensual	2,2%	1,7%	1,5%	1,2%

Fuente: Elaboración propia, el siguiente grafico muestra el costo estimado que se va a cobrar al inversionista teniendo cuenta la investigación realizada con proveedores y otras entidades.

2.4.1.2 Otros costos:

- Costo por retiro:

Es una variable a tener en cuenta por los costos de transferencia de los dineros, utilización de la plataforma, los relacionados al endoso y cambio de la información en el pagaré. Solo se hará el cargo cuando el cliente pida hacer este tipo de operaciones.

- Costos por mora:

Para los cobros asociados a cobranza cuando alguien entre en mora se cobrara directamente desde la cuenta del inversionista.

- Costos por transferencia a algunas entidades bancarias o plazas.

2.4.1.3 Comparación versus otros productos del mercado:

El cálculo de la tasa en Afluenta Perú es el valor que se va a tomar como referencia para el mercado de Colombia; se toma este valor porque las políticas y resultados macroeconómicos son parecidos. A diferencia de Argentina que tiene una inflación mayor y no se ajusta tanto al perfil Colombiano, además de que es difícil comparar las tasas de interés con las del mercado Colombiano.

Actualmente la tasa de interés de referencia en Perú es del 3,50% respecto al 5,25% del mercado Colombiano y el comportamiento del crédito es muy parecido en ambas naciones, aunque no es posible comparar la tasa de los CDTs con la de Afluenta en Perú. Se puede inferir que es una opción bastante atractiva para los inversionistas al triplicar la tasa de referencia en este país.

También existen otros productos que son ofrecidos por las comisionistas de bolsa y Fiduciarias; son los fondos de inversión y el riesgo en estos depende de la elección del consumidor porque hay desde el más conservador hasta el más riesgoso.

Estos son algunos de los productos que se encuentran en el mercado colombiano para realizar inversiones. En Invprest la rentabilidad que van a ganar los inversionistas se encuentra entre 8% y 13% aproximadamente después de los costos que debe pagar por la utilización de la aplicación; depende del tipo de inversiones, monto y plazo de la inversión.

Tabla 9 Rentabilidad en diferentes tipos de inversión

Tipo de Inversión	Anual
Cdts Sistema Financiero	5,33%
Afluenta	10,20%
Fiduexcedentes Bancolombia	3,30%
Renta Acciones	-17,30%
Finca Raíz Arriendo	5,30%
Finca raíz Valorización	15%

Fuente: Elaboración propia, esta tabla muestra algunas opciones a las cuales tienen accesos los inversionistas y que se asemejan en cuanto a riesgo al activo que propone Invprest.

2.4.2 Variables de influencia para la determinación del precio:

Para la fijación del precio de los solicitantes de crédito se tendrán en cuenta las siguientes variables:

- **Análisis de riesgo:**

Se va a pagar a Cifin y Data crédito la consulta del score de crédito de los solicitantes y se va a complementar con el estudio Psicométrico del cual aún no se tiene un precio pero se estima que puede ser de \$14.000. Con estos dos puntajes se hace un Híbrido y se entrega a los solicitantes e inversionistas.

- **Título Valor:**

Cada originación de crédito va atada a un pagaré electrónico que tiene costos de originación, custodia, firma electrónica etc.

- **Seguro de Vida:**

El valor del seguro de vida es una práctica común en cualquier tipo de crédito, la prima de esta depende de la edad de la persona y el monto.

- **Tasa de Impago para créditos irrecuperables:**

Como se hace normalmente en una entidad bancaria se debe cobrar un porcentaje por si hay impago de los usuarios, esto con el fin de retribuir los recursos de las deudas que no se pueden cobrar.

- **Tasa del crédito:**

El acuerdo al cual lleguen los inversionistas el cual debe ser superior en un 50% a la DTF vigente como mínimo.

- **Costo de transferencia:**

Este valor se cobra cuando se transfiere el dinero o cuando el dinero va hacia otra plaza.

- **Otros costos:**

Cuando se presenta mora sobre un crédito se le cobran los costos administrativos al deudor y depende de la edad de mora en que se encuentre y el tipo de cliente.

2.4.2.1 Determinación del precio del solicitante:

Para fijar el precio que se debe cobrar al solicitante se tuvo en cuenta los precios actuales y las tasas que se ofrecen en el mercado, de esta manera se ajustó al mejor precio posible teniendo en cuenta los costos y el margen de contribución. Para conocer los diferentes componentes del precio se va a tener en cuenta un crédito de \$6.000.000 aplicado a los diferentes perfiles de riesgo y a otros factores como la comisión por el servicio, este precio puede variar entre un 16,89% y un 27,89%.

Tabla 10 Estimación de costos del solicitante de Crédito, valor 6 Millones

	A	B	C	D	E
Cobro por estudio y analisis de riesgo	\$ 18.427	\$ 18.427	\$ 18.427	\$ 18.427	\$ 18.427
Recaudo	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000
Pagare	\$ 1.692	\$ 1.692	\$ 1.692	\$ 1.692	\$ 1.692
Total Costos \$	\$ 56.119	\$ 56.119	\$ 56.119	\$ 56.119	\$ 56.119
Costos Fijo % 12 Meses	0,935%	0,935%	0,935%	0,935%	0,935%
Seguro de vida	0,45%	0,45%	0,45%	0,45%	0,45%
% de impago	4%	5%	6%	7%	8%
Ingresos	0,50%	1%	1,50%	2%	2,50%
Costo totales	5,89%	7,39%	8,89%	10,39%	11,89%
Interes pagado al inversor	11%	12%	13%	15%	16%
Tasa total	16,89%	19,39%	21,89%	25,39%	27,89%

Fuente: Elaboración propia, el siguiente cuadro discrimina los principales costos que deben ser asumidos por el solicitante de crédito.

2.4.2.2 Comparación versus otros productos del mercado:

Adicional se hizo un estudio donde se encontró que las mejores tasas se ofrecían en Afluenta con un 18,65%, en los créditos de consumo el valor esta alrededor de un 21% y en las tarjetas de crédito se encuentra por el 30% como se muestra a continuación.

Tabla 11 Costos del solicitante de crédito por Afluenta Perú

	Costos Soles peruanos	Costos Col Peso
Comisiones de uso de plataforma	1,5% -6%	1,5% -6%
Intereses	14% - 39%	14% - 39%
Tasa de Costo efectivo Anual TCEA	Entre 18,65% y 40,55%	Entre 18,65% y 40,55%
Seguro de Vida	0,05%	0,05%
Gastos de Traslado de Fondos	S/. 0 + IGV y S/. 3.5 + IGV más el 0.5% + IGV	0+impuesto y 3.150+ Impuesto más el 0,5%+impuesto
Otros Costos (Clientes en mora)	15 + 15% Sobre TEA +8%	13.500 + 15% sobre la TEA +8%
Parte fija Mínima	1,50%	1,50%
Parte Variable Mínima	14%	14%
Parte Variable TCEA	18,65%	18,65%
Costos Ocasionales	S/. 0 + IGV y S/. 3.5 + IGV más el 0.5% + IGV	0+impuesto y 3.150+ Impuesto más el 0,5%+impuesto
Otros costos	15 + 15% Sobre TEA +8%	13.500 + 15% sobre la TEA +8%

Fuente: Elaboración propia, los datos fueron extraídos de la página web de Afluenta.

Tabla 12 Costos de Tarjeta de crédito

	Tasa EA Crédito	Cuota de manejo	Si el cupo fuera 5MM	Costo Total Efectivo Anual TCEA	Seguro de vida
Bancolombia	28,92%	\$ 214.000	4%	33,20%	Opcional
Banco Davivienda	27,49%	\$ 213.200	4%	31,75%	Opcional
Colpatría	25,26%	\$ 215.600	4%	29,57%	Opcional
Confiar	22,10%	\$ 156.000	3%	25,22%	Opcional

Fuente: Elaboración propia, la información fue extraída de los portales web de las empresas mencionadas, los datos hacen referencia al mes de Septiembre de 2.015.

Tabla 13 Costos de un crédito de Consumo (No incluye tarjetas de crédito)

	Bancolombia	Davivienda	Colpatría	Confiar
Tasa EA	22,84%	20,53%	25,84%	16,00%
Costos del seguro	0,12%	0	0	0,32%
Estudio de crédito o consulta Centrales	No Hay	No hay	No hay	0,78%
Cargos Por mora	Depende	Depende	Depende	Depende
GMF 4 Xmil	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%
Otros costos	0	0	0	2%
Certificaciones impresas	0	0	0	\$ 1.000
Costo total efectivo Anual TCEA	23,36%	20,93%	26,24%	19,50%

Fuente: Elaboración propia, la información fue extraída de los portales web de las empresas mencionadas, los datos hacen referencia al mes de Septiembre de 2.015.

2.5 Distribución:

2.5.1 Canales de Distribución:

Anteriormente las empresas utilizaban varios sujetos en el proceso hasta llegar al consumidor lo cual era más costoso e ineficiente; la primer compañía que cambio la forma en que se daban estas transacciones fue EBay, al contactar personas que pudieran vender o intercambiar artículos a través de su plataforma; de esta forma la economía colaborativa ha impactado en todos los sectores disminuyendo el consumo, los costos y creando una comunidad en torno al consumo responsable. Los adelantos en computación fueron de gran importancia para que estos modelos de

negocio funcionen de esta manera. En este modelo de negocio no participa ningún intermediario, funciona entre personas; de par a par.

Figura 3 El mercado de préstamo esta desintermediando la experiencia de invertir y solicitar préstamos



Fuente: A trillion Dollar Market By the people, for the people. Foundation Capital.

Este tipo de distribución se enmarca en la económica Colaborativa que se basa en la confianza, eficiencia y en el concepto de que alguien me puede dar lo que yo necesito sin necesidad de adquirirlo, solo usarlo pagando un valor por su uso.

Figura 4 Actores principales en un modelo de economía colaborativa



Fuente: Collaborative Consumption and the Sharing Economy.

El producto se va a entregar al cliente a través de una plataforma web donde podrá realizar todas las transacciones de sus inversiones o solicitar crédito y estas se transmiten directamente

a la entidad financiera, se está validando si el cliente puede inscribir su cuenta de inversión por medios electrónicos, además se van a utilizar canales telefónicos para la aprobación de los pagarés. pagarés.

Todas las inquietudes o preguntas que tengan los clientes se solucionaran por medios electrónicos, teléfono o redes sociales; no se van a utilizar canales físicos como oficinas. Nuestros clientes valoran y prefieren usar más este tipo de mecanismos.

2.6 Promoción:

La estrategia se va a basar en generar una relación con nuestros clientes por medio de redes sociales principalmente Facebook, Twitter e Instagram. Creando de esta manera una comunidad entorno a las finanzas colaborativas; mostrándoles la experiencia de poder hacer estos trámites sin necesidad de intermediarios tradicionales, además de ayudar en la construcción de proyectos y sueños de los demás; en respuesta a que es una generación que valora la participación y colaboración, prefieren compartir a poseer y exigen nuevos valores como la transparencia, la sostenibilidad y el compromiso social (Forbes, 2015).

2.6.1 Estrategias aplicadas a la promoción:

- Correos Informativos:

A partir de la lista de correo conseguida en la Landing page se enviarán informes quincenales o semanales mostrando los avances que se han hecho en el proyecto, noticias, información sobre Peer 2 peer Lending en Colombia y el mundo. El envío de esta información no tiene ningún costo y se hará utilizando SendinBlue una plataforma especializada en este tipo de Marketing.

- Redes sociales:

Se crearan Adwords por Facebook y se pagara publicidad en Instagram a cuentas como @libertadfinancieraconproposito; lo anterior es para mejorar la presencia de la marca en redes sociales y aumentar su reputación en las mismas porque es un referente al momento que alguien quiera invertir o solicitar crédito.

- **Motores de Búsqueda:**

Se va a utilizar Google Ads luego de tener una presencia mayor por redes sociales y cuando la compañía comience a ser más conocida, esto ayudara a que personas interesadas en invertir o solicitar crédito se registren en la página para usar los servicios en el futuro.

- **Eventos de Economía Colaborativa:**

Se va a empezar a promocionar la plataforma por medio de las reuniones, eventos de emprendedores y concursos que se den en el medio. En estos participan organizaciones como Ouishare o plataformas de finanzas colaborativas que están funcionando.

Primera Fase:

Landing page: Actualmente en la página www.invprest.wix.com/invprest se harán las pruebas para medir la intención de los consumidores para usar esta nueva forma de financiarse e invertir, constantemente se irán haciendo modificaciones de acuerdo a los resultados obtenidos. Por el momento se han inscrito 3 personas de aproximadamente 300 que han ingresado.

Facebook Ads: Se realizó una prueba durante tres días con un mensaje promocional donde se resaltaban las características de los préstamos entre personas. Se obtuvieron 615 Clicks en el anuncio, la mayoría fueron de mujeres, personas entre 18 y 24 años. Tuvo un costo de \$25.000

y este puede variar dependiendo del grupo de personas a quien se dirija la publicidad y la precisión que se haga en las características cualitativas.

Segunda Fase:

Newsletter: Se utilizara la base de datos recogida en la Landing page para informar al cliente sobre este modelo de negocio y los principales aspectos que debería tener en cuenta.

Redes sociales: Se crearan varias cuentas en Twitter, Facebook e Instagram para que conozcan sobre la compañía. Este medio es importante para que las personas expresen sus dudas, interactúen con nosotros y se genere mayor confianza.

Adwords en Facebook y Twitter: Se volverá a testear el modelo de negocio y la cantidad de personas que dejan sus datos en la Landing Page.

Google Adwords: Al tener resultados positivos en los medios expuestos anteriormente se iniciara con un testeo no mayor a una semana por Google. De esta manera se tendrá acceso a las personas

Tercera fase:

Eventos colaborativos: Hacer presencia en eventos que reúnan a fundadores de modelos de negocio parecidos.

Eventos con Millennials: Asistir a eventos de Millennials para hacer conocer la marca y dar incentivos para utilizar la misma.

Continuar con acompañamiento a los usuarios por medio de redes sociales, correo y Newsletter hasta que se entregue el primer MVP.

Cuarta Fase:

Lanzamiento de Invprest: Se hará en un día que es muy importante para el consumo y se dará a conocer la plataforma a los Early Adopters y a las personas con las que se han hecho pruebas para validar el funcionamiento del modelo.

2.7 Proyecciones de ventas:

Para realizar la proyección de ventas se va a estimar que de las personas a las cuales se pudo llegar en la primera prueba de Facebook Ads, solo el 1% va a tomar los servicios ofrecidos por la página⁷, esto equivale inicialmente a 6 en el primer mes. De acá en adelante se va a tener como referencia el crecimiento que han tenido las plataformas de Afluenta, Kubo o Prestadero en sus primeros años de inicio⁸. Las cuales han sido muy similares en términos de crecimiento porcentual y se estimaran las ventas de acuerdo al crecimiento que estas han tenido.

Los primeros años de las plataformas de préstamos entre personas no representan mucho en términos de volumen comparado con el sistema total; esto es por la confianza que se debe generar durante varios años. En el mediano y largo plazo los crecimientos de ventas en esta industria son exponenciales y asombrosos; como cualquier empresa exitosa que vende productos enmarcados en economía colaborativa.

El crecimiento en las ventas se da por varios motivos: las personas comienzan a confiar en la empresa, se invierte constantemente en publicidad dirigida en redes sociales y motores de búsqueda, se entrega un excelente servicio al cliente que incentiva la reutilización de los servicios, se promociona en eventos de Millennials como conciertos, ferias empresariales o feria

⁷ El aviso publicado por Facebook le llegó a 16.403 personas en 3 días, de estas 614 dieron Clic en la página y vieron la Landing Page.

⁸ La información financiera de estas empresas es pública y las cifras se pueden encontrar en las páginas oficiales.

culturales. Adicional hay un gran espacio para quitarle clientes inconformes a las entidades bancarias. Por otro lado el market share de los clientes que se piensa conquistar no supera el 4% del mercado potencial inicialmente.

2.7.1 Proyección de ventas Solicitantes de Crédito:

Tomando como referencia los valores de las empresas mencionadas anteriormente, el crecimiento de las ventas en el segundo año se multiplica por 2,5 veces aproximadamente y en el tercer se duplicaron las ventas.

A continuación se muestran las ventas esperadas en el primer año, durante los próximos tres años y según su clasificación por tipo de clientes.

Tabla 14 Estimación Generación de Créditos Anual

Tipo/Año	Clientes A	Clientes B	Clientes C	Clientes D	Clientes E	Total
Año 1	81	121	202	0	0	403
Año 2	198	330	495	77	0	1099
Año 3	352	580	870	166	104	2072

Fuente: Elaboración propia, esta tabla muestra los clientes esperados durante los primeros tres años de operación.

Tabla 15 Estimación Generación de Créditos primer año

Cantidad Creditos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Tipo A	1	2	2	3	4	6	8	9	10	11	12	13	81
Tipo B	2	2	4	5	6	8	11	14	15	17	18	20	121
Tipo C	3	4	6	8	10	14	19	23	25	28	30	33	202
Tipo D	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tipo E	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	6	8	12	16	20	28	38	45	50	55	60	65	403

Fuente: Elaboración propia. Esta tabla muestra las estimación de los créditos que se van a generar en el primer año.

2.7.2 Proyección de ventas inversionistas:

Así mismo la tasa de crecimiento correspondiente al segundo año es de un 230% y en el tercer año esta aumenta menos del 200% pero ingresan nuevos inversionistas con montos superiores a

los 80 millones. Tener en cuenta que entre mayor es el monto invertido más se reduce el margen de contribución.

Tabla 16 Estimación de nuevos inversionistas Anual

Cantidad Inversion	Entre 10mm y 20MM	Entre 20mm y 40 mm	Entre 40 y 80MM	Mayor a 80	Total
Año 1	150	64	0	0	214
Año 2	247	198	49	0	495
Año 3	305	348	131	87	870

Fuente: Elaboración propia, esta tabla muestra los inversionistas esperados durante los primeros tres años de operación.

Tabla 17 Estimación de nuevos inversionistas primer año

Proyeccion de Ventas Inversionistas Año 1													
Cantidad Creditos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Entre 10 MM y 20MM	3	3	5	7	8	12	16	16	18	19	21	23	150
Entre 20MM y 40MM	1	1	2	3	4	5	7	7	8	8	9	10	64
Entre 40MM y 80MM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
> 80MM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	4	5	7	10	12	17	23	23	25	28	30	33	214

Fuente: Elaboración propia. Esta tabla muestra los inversionistas nuevos en el primer año.

2.7.3 Cronograma de Contratación en relación a ventas:

De acuerdo al nivel de ventas esperado se requieren los siguientes puestos de trabajo para tener un crecimiento continuo e ir mejorar cada vez los procesos y los tiempos de respuesta en cada área.

Tabla 18 Organigrama de Contratación

Mes/ Cargo	Año 1												Año 2												Año 3												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Ceo	X																																				
Analista riesgos y Serv cliente	x												X												X												
Director procesos- Ingeniero	x																								X												
Community Manager													x																								
Analista de Minería de datos	X												X																								

Fuente: Elaboración Propia.

MÓDULO 3. PRODUCCION Y CALIDAD

3.1 Producción:

3.1.1 Proceso de Elaboración:

El proceso de elaboración y entrega depende del funcionamiento de la plataforma, la seguridad y confiabilidad de la información, la selección de los clientes y encadenamiento de las diferentes plataformas que integran la plataforma final. Entre esos procesos se encuentran los siguientes que son los de mayor relevancia.

- Recibir, custodiar, analizar, validar y asegurar la información relacionada con los clientes que utilizan la plataforma.

- Encadenar los sistemas (Fiduciaria – Entidades de riesgo Crediticio – Entidades de seguridad de datos – Pagina de títulos valores – Plataforma Invprest) bien se a través de procesos automáticos o manuales.

- La plataforma debe estar corriendo constantemente y actualizándose en tasas, ofertas de los usuarios y estadísticas.

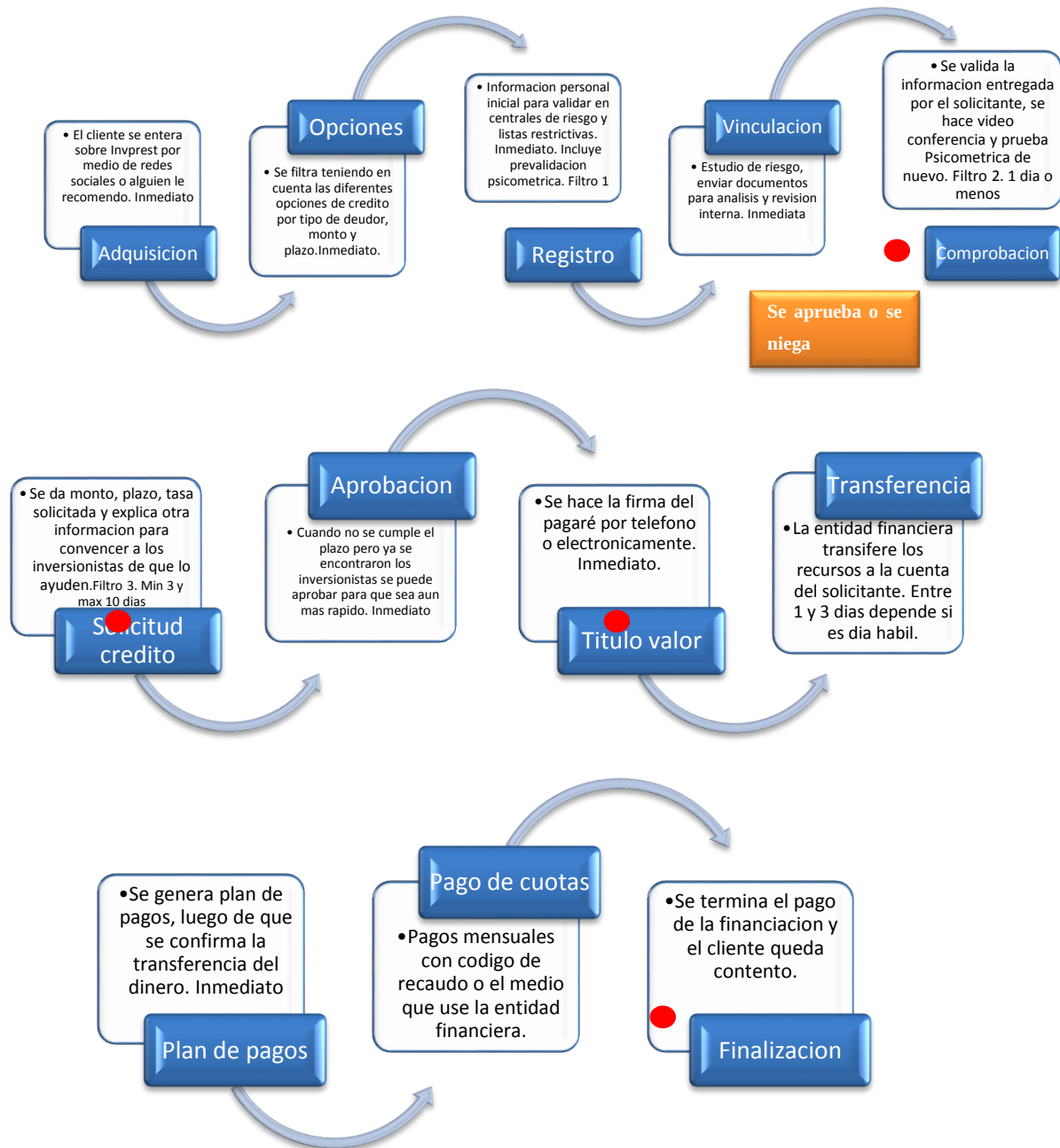
- Garantizar la seguridad en el inicio del proceso cuando se validan datos de las personas, en la firma y perfeccionamiento de los contratos y en la firma del pagaré.
- Mantener ciertos estándares para que las tasas sean mejores que las del mercado; de ambos segmentos.
- La página debe estar en constante actualización y mantenimiento. Debe contar con las mejores certificaciones para prevenir cualquier suplantación, robo o manejo de los datos.
- Hacer un excelente estudio de los solicitantes de crédito para que los inversionistas solo puedan acceder a las opciones con mayores posibilidades de pago.
- Se deben firmar algunos compromisos de los clientes donde autoriza a la entidad financiera a manejar sus dineros con los fines específicos de la plataforma.

3.1.2 Diagrama de flujo del solicitante de crédito:

Se toma como primer momento de contacto con el cliente desde que se registra en la página y envía algunos datos para ser validados, el proceso termina cuando recibe el dinero que solicito de préstamo. Este proceso dura 7 días y depende de la disposición que tenga el solicitante en el suministro de información y de cumplir con lo que se le solicite en el menor tiempo lo solicitado, además de las características que tenga la operación solicitada.

Los puntos críticos del proceso se dan cuando se valida la información entregada por el solicitante, cuando el solicitante de crédito ingresa la solicitud en la plataforma, cuando se hace la firma del Pagaré electrónico y en el seguimiento a los pagos mensuales a los clientes.

Figura 5 Diagrama de flujo del solicitante de crédito



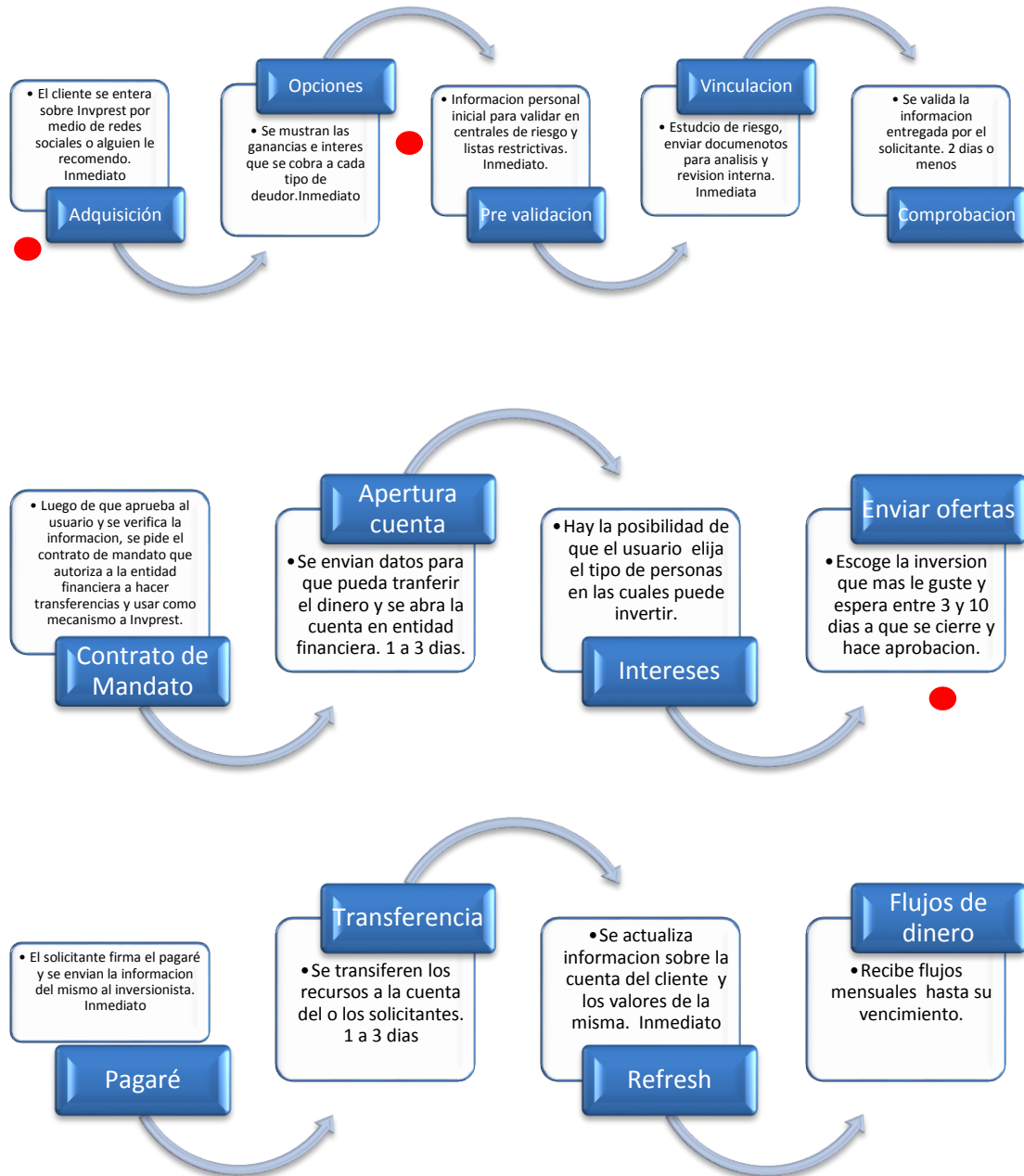
Fuente: Elaboración propia.

3.1.3 Diagrama de flujo del inversionista:

Se toma como primer momento de contacto con el cliente desde que se registra en la página y envía algunos datos para ser validados. Con el inversionista es más complicado saber dónde termina el proceso porque constantemente está apostándole a varias opciones dentro de la plataforma; cada proceso termina cuando se hace un desembolso exitoso y la duración de este proceso puede durar 8 días cuando es nuevo o 2 días cuando ya se encuentra registrado en la plataforma; así mismo también depende del éxito que tenga cada solicitud.

Por otro lado el servicio post venta de Invprest debe monitorear y hacerle seguimiento a los pagos de cada obligación hasta el fin de la misma. Los puntos críticos del proceso se dan cuando se valida la información entregada por el solicitante, cuando se solicita la firma del contrato de mandato para autorizar a la entidad financiera a manejar los recursos, cuando el inversionista consigna o transfiere los recursos a su nueva cuenta y por último en el seguimiento a los pagos de las obligaciones.

Figura 6 Diagrama de proceso Inversionista



Fuente: Elaboración Propia.

3.1.4 Tecnologías necesarias:

La forma en que la información viaja entre los diferentes portales debe tener un alto grado de desarrollo porque debe conectar la plataforma de la entidad financiero con la plataforma de Invprest – con la plataforma del análisis crediticio- con la pasarela de pagos y debe tener los más altos estándares de seguridad tecnológica y seguridad en el manejo de datos e información.

Por este motivo es que se va a utilizar el sistema de programación Java para el desarrollo de la página web; principalmente porque permite que una vez programado se pueda usar en diferentes dispositivos sin tener que escribir los códigos dos veces. Así mismo Java cuenta con el Middleware o la lógica de intercambio de información entre aplicaciones más robusta del mercado, no en vano la mayoría de los bancos utiliza este sistema. Por lo anterior y debido a la complejidad y desarrollo de la plataforma web este sistema de programación es el indicado para Invprest.

Además se va a utilizar tecnología blanda en temas de marketing digital, relacionamiento con los clientes, minería de datos, análisis de riesgos y ventas.

La tecnología que se utiliza es moderna; la plataforma requiere desarrollar un sistema de minería de datos que provea información del comportamiento de los consumidores, sus tendencias, preferencias y que incluya las opiniones, recomendaciones y otros factores de conocimiento del cliente.

Además se va a utilizar tecnología dura en la adquisición de los computadores, servidores y espacios de trabajo.

3.1.5 Costos indirectos y Margen de cada producto:

No hay gastos de ventas porque no hay comisiones por ventas ni personas vendiendo el producto directamente. No hay gastos de distribución todo es por internet y lo que se deba pagar

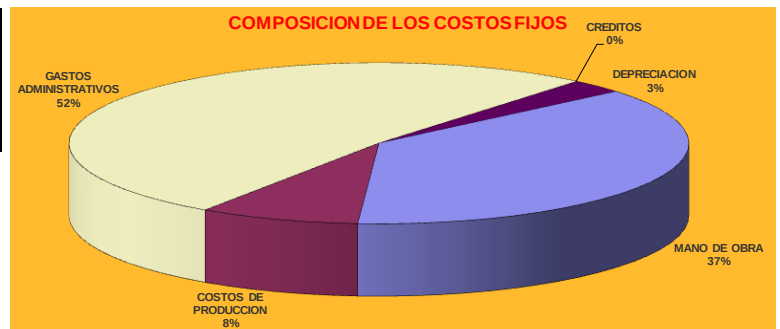
por transferencias está incluido dentro del valor de las transacciones financieras. No hay gasto de financiación porque se va a iniciar con recursos propios, de familiares, capital semilla o de ángeles inversionistas.

A continuación se muestran los costos indirectos mensuales de la operación y los márgenes de contribución correspondientes a cada producto.

Tabla 19 Composición de los costos fijos

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ 4.299.900	\$ 51.598.800
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 966.118	\$ 11.593.416
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.963.725	\$ 71.564.704
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 328.313	\$ 3.939.751
TOTAL	\$ 11.229.743	\$ 138.696.671

LOS COSTOS Y GASTOS FIJOS DEL PRIMER AÑO, ASCIENDEN A \$ 138.696.671, SE DESTINAN 51.5988 MILLONES DE PESOS PARA MANO DE OBRA, SE ESTABLECEN 11,593416 MILLONES DE PESOS EN COSTOS DE PRODUCCION, SE CALCULAN 71,564704 MILLONES DE PESOS PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS, NO SE ESTUDIAN CREDITOS. SE CONTABILIZAN 3,9397506666667 MILLONES DE PESOS PARA DEPRECIACION



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20 Margen de Contribución por productos

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION	CONTRIBUCION A VENTAS	TOTAL
Tasa solicitantes A	353.400	323.360		4.842	328.202	25.198	7.13%	0.66%
Tasa solicitantes B	443.400	383.539		6.075	389.614	53.786	12.13%	2.12%
Tasa solicitantes C	533.400	443.255		7.308	450.563	82.837	15.53%	5.44%
Tasa solicitantes D	640.000	516.480		8.768	525.248	114.752	17.93%	
Tasa solicitantes E	1.000.000	846.119		13.700	859.819	140.181	14.02%	
NO PRODUCT	150.000	100.000		2.055	102.055	47.945	31.96%	
Comision Entre 10mm y 20mm	440.000	242.000		6.028	248.028	191.972	43.63%	9.37%
Comision Entre 20 y 40mm	680.000	359.040		9.316	368.356	311.644	45.83%	6.55%
Comision Entre 40mm y 80mm	1.200.000	638.400		16.440	654.840	545.160	45.43%	
Comision>80mm	1.200.000	600.000		16.440	616.440	583.560	48.63%	
Matricula	35.000			480	480	34.521	98.63%	2.42%
ANO 2							100,00%	26,57%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21 Márgenes de contribución - productos inversionistas

	Entre 10MM y 20MM	Mayor a 20mm hasta 40mm	Mayor a 40mm hasta 80mm	Mayor a 80mm
Margen de Contribucion	45,0%	47,2%	54,4%	50,0%
Costo	55,0%	52,8%	45,6%	50,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22 Márgenes de contribución solicitantes de crédito

	A	B	C	D	E
Margen de Contribucion	8%	14%	17%	19%	21%
Costos	92%	86%	83%	81%	79%

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Calidad:

Inicialmente el control de calidad se tendrá en cuenta para los factores que se consideran de mayor importancia en el proceso, estos serán a su vez los puntos críticos que se definieron en el flujo de procesos. Los cuales se van a explicar de nuevo y la forma en que se medirá.

3.2.1 Medición de la calidad en los solicitantes de Crédito:

- Comprobación:

Es un compromiso cumplirles a los clientes en la revisión de toda la información que envíen para sus solicitudes futuras en menos de un día; cuando se incumpla algún compromiso se activaran semáforos para tener esos casos como prioridad.

- Solicitud de Crédito:

Cada vez que alguien ingresa los datos para hacer solicitudes tendrá a disposición el equipo de Invprest para que le indique la mejor forma para llevar a cabo este proceso y que pueda culminar lo más pronto posible; en un tiempo ideal de 3 días máximo 10. Cuando se activaran semáforos y se revisaran las posibles causas que no generaron confianza en los inversionistas para ayudar a esta persona.

- **Titulo valor:**

La firma del pagaré constituye la creación de la obligación y los ingresos de Invprest por lo cual se prestara especial atención al momento en el cual se deba hacer este procedimiento, se tendrá un tiempo definido desde que se le informa al solicitante de crédito que puede realizar este procedimiento.

- **Flujos de dinero:**

Se realiza un seguimiento constante de las obligaciones para evitar que caigan en mora, cuando esto suceda se contactara al cliente y se evaluarán las causas que generaron el incidente. En estos casos Invprest contara con el apoyo de una entidad especializada en cobranza que apoya y ayuda a los clientes en búsqueda de soluciones y evitando perseguir o hacerlo sentir mal.

En todos los casos cuando algún evento se vuelva recurrente se llevara a cabo un estudio para revisar las posibles causas y se realizara un plan de acción; donde participen los trabajadores y se genere retroalimentación para mejorar el proceso.

3.2.2 Medición de la calidad en Inversionistas:

Como en el caso de los solicitantes se tendrá en cuenta los factores críticos del flujo de procesos, los cuales son:

- **Comprobación:**

Es un compromiso cumplirles a los clientes en la revisión de toda la información que envíen para sus solicitudes futuras en menos de un día; cuando se incumpla algún compromiso se activaran semáforos para tener esos casos como prioridad.

- **Contrato de Mandato:**

Este documento debe ser firmado por los inversionistas para poder continuar con el proceso y para poder hacer la custodia de los dineros. Como se pretende que la firma sea utilizando medios electrónicos se debe validar que la persona que autoriza es realmente la que se inscribe. Si se llega a detectar lo contrario se deben mejorar los mecanismos de seguridad que se hayan establecido y coordinar las posibles acciones judiciales contra las personas que hayan cometido el delito.

- **Apertura de cuenta:**

Asegurarse que el cliente realice las transacciones a la cuenta correcta con las especificaciones y el monto mínimo requerido para comenzar a invertir.

- **Flujos de dinero:**

Asegurar que el cliente tenga pleno conocimiento de los recursos que pueden disponer para invertir, así como promover y evitar que un cliente deje de mover su cuenta por más de 15 días; se debe validar que está ocurriendo y tomar acciones para que los inversionistas no mantenga el dinero quieto por tanto tiempo.

3.2.3 Otras opciones para medir la calidad:

Además de los puntos anteriores se tendrán en cuenta ciertos indicadores de tipo cuantitativo y cualitativo para una medición más profunda del modelo.

- **Índice de Satisfacción:** Se realizan encuestas constantemente a los clientes para conocer su grado de satisfacción, calificando de 1 a 5 siendo 1 totalmente insatisfecho y 5 totalmente satisfecho. Se tendrá como punto de referencia el valor de 4,5 es decir que cuando el

promedio de las encuestas realizadas sea inferior se tomaran acciones correctivas para este caso.

- Índice de Cartera vencida: Se tomara la Cartera vencida / Cartera desembolsada, con este se pretende mantener sana la cartera y mejorar las tasas de impago que se le cobra a los clientes en los créditos. Se tendrá como referencia la tasa de impago y cada vez que esta se sobrepase se revisara en detalle los factores que pueden generar.
- Índice de cartera castigada: Se prestara especial atención a este indicador porque toma los créditos que no se pudieron pagar vs el dinero disponible para provisión o pago de estos créditos. De esta manera se debe procurar mantener niveles superiores al 150% del cubrimiento de la misma.

3.3 Equipos e infraestructura locativa:

3.3.1 Equipos de infraestructura necesarios:

De equipos o infraestructura no se necesitan muchas cosas porque es una empresa de servicios y la mayor parte de sus activos está concentrada en intangibles, lo que se necesita son los equipos de oficina. Ninguno de estos elementos se va a financiar a menos que el costo de recursos sea menor al de Invprest.

Tabla 23 Requerimientos de quipos y Mobiliarios

No	Activo	Cantidad	Precio	Total	Característica y Capacidad
1	Computador de Escritorio	4	\$ 2.689.813	\$ 10.759.252	Procesador Intel® Core™ i5, Windows 10 Home, Memoria de 8 GB, Disco duro de 1 TB
2	Silla	4	\$ 167.900	\$ 671.600	Assenti, Silla eectuivo cromada negra
3	Mesa	1	\$ 2.100.000	\$ 2.100.001	Escritorio Moderno. M quadram 2
4	Canecas	1	\$ 46.900	\$ 46.900	Estra, Papelera de Vaiven, Swing, clasica 25 litros
5	Elementos oficina	1	\$ 220.000	\$ 220.000	Esferos, Lapices, hojas, cocedoras, perforadorad, Post its, ganchos, restaltadores
	Total			\$ 13.797.753	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Medición de la capacidad instalada:

No hay como tal una restricción respecto a esta variable porque la capacidad de la plataforma y los sistemas donde se guarda la información pueden variar rápidamente sin afectar la operatividad de la empresa. A pesar de lo anterior hay una restricción respecto a la revisión de la documentación y el análisis de riesgos descrita anteriormente que puede ser de 24 solicitudes al día.

La empresa no necesita ningún local, el funcionamiento se puede dar desde una oficina, lo importante tiene que ver con el funcionamiento y la vulnerabilidad de información, seguridad de las transacciones de la plataforma y las tecnologías de la información.

3.4 Seguridad en el trabajo y medio ambiente:

3.4.1 Normativa de prevención de riesgos:

Las mínimas contenidas en la Ley 1562 del 11 de julio de 2.012, no hay muchos riesgos en este negocio por el tipo de actividad que aparece tipificada como la menos riesgos en el sistema de administración de riesgos profesionales.

A pesar de no ser una entidad bancaria se van a tener planes enfocados en las normas de Saro; con el fin de que la información este segura y si alguna vez falla alguno de los equipos pueda seguir funcionando la plataforma.

3.4.2 Normativa ambiental y productos contaminantes:

Invprest es una empresa que se caracteriza por identificarse con lo que quieren sus clientes y esto no es diferente en cuanto a temas ambientales o consumo responsable.

Se va a tomar como referente la norma ISO 14001 para hacer el programa de gestión ambiental de la compañía, teniendo en cuenta que este manual involucra aspectos como la reducción de residuos, reducción de riesgos ambientales, dar información al público y utilización sostenible de los recursos.

Se tiene planeado emprender una meta ambiciosa y novedosa que busca la utilización de cero papel; ni para impresiones, reuniones, promociones o cualquier actividad que tenga que ver con la compañía.

Así mismo se promoverá la cultura de cero desperdicios; basados en el sistema de usar, re usar y reciclar. Llevando a cabo un plan de separación de recursos dependiendo el tipo que sea.

Se promoverá la utilización de dispositivos electrónicos para tomar nota y todos los procesos internos de contratos, pagarés o información se podrán acceder desde cualquier computador de la compañía. Este es un compromiso de esta generación y la compañía.

Por último Se pretende reducir el consumo de agua a lo menos posible. Se harán jornadas de concientización de los recursos naturales, consumo responsable, reciclaje y reutilización.

Todo lo anterior se hace utilizando el sistema de manejo ambiental que se compone de planeación, implementación, ejecutar acciones correctivas y mejoramiento continuo.

MÓDULO 4. ORGANIZACIÓN Y GESTION

4.1 Planificación y programación:

Tabla 24 Planificación en indicadores de ventas

INDICADOR	DESCRIPCION	OBJETIVO
1. Clientes Nuevos	Representa el crecimiento en número de clientes del mes actual respecto al mes anterior y lo planificado.	Quincenal y mensual
2. Concentración por Tipo de cliente	Muestra el porcentaje de clientes en cada uno de los 10 productos iniciales ofrecidos comparado con lo esperado en la planificación.	Diario
3. Clientes cautivados	Se toma la cantidad de clientes que se registran en la página web respecto a los que toman el servicio.	Diario
4. Estimaciones ventas	Se tomara el indicador de clientes cautivados y se comparara con las proyecciones esperadas inicialmente, de esta manera se podrán modificar las estimaciones para cumplir con las ventas anuales.	Quincenal y mensual

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25 Planificación e indicadores de producción

INDICADOR	DESCRIPCION	OBJETIVO
1. Clicks y entradas (Marketing Digital)	Se tendrá un estimado de la cantidad de personas que deben revisar e inscribirse por motores de búsqueda y redes sociales, este indicador permite mejorar la forma en que se lleva a cabo las estrategias de promoción.	Diario
2. Cumplimiento de los tiempos	Ofrecer los servicios dentro de los tiempos estipulados en el flujo de procesos como máximo.	Semanal
3. Servicio al cliente	Evaluar los niveles de satisfacción de servicio al cliente, este debe ser excelente.	Diario
4. Usabilidad de la plataforma	Medir que tan fácil es para los clientes usar a plataforma, esta medición inicial se comparara con la evaluación inicial.	Diario

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26 Planificación e indicadores de personal

INDICADOR	DESCRIPCION	OBJETIVO
1. Etapa Pre operativa	Revisar que se cumpla con los cargos esperados, funciones y gastos de personal antes de lanzar el producto al mercado.	Mensual
2. Inicio de la operación	Este indicador permite llevar un control sobre lo esperado en cuanto a la necesidad de persona en áreas más cercanas al cliente.	Mensual
3. Desarrollo de la operación	Este indicador mide el personal en el tercer año de operación acorde con lo esperado en el plan de negocio.	Mensual

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27 Planificación e indicadores financieros

INDICADOR	DESCRIPCION	OBJETIVO
1. Valor Presente Neto	Sirve para comparar las expectativas iniciales respecto con la evolución del proyecto, teniendo en cuenta la tasa de descuento estimada del 15%.	Trimestral
2. Periodo de recuperación de la inversión	El tiempo requerido para recuperar a totalidad de la inversión.	Trimestral
3. Tasa interna de Retorno	Comparar la rentabilidad real con la esperada en el plan de negocios y generar planes de acción para el mejoramiento.	Trimestral

Fuente: Elaboración propia.

4.1.1 Sistema de evaluación de resultados:

4.1.2 Cronograma de implementación del proyecto empresarial:

A continuación se presenta el cronograma de implementación del proyecto teniendo en cuenta que esta etapa preoperativa durara 7 meses y que depende del tiempo que se demoren algunos trámites legales con la Superintendencia financiera para emitir los permisos o conceptos de funcionamiento y de los desarrollos en tecnología para el funcionamiento de la plataforma; según los cuales se tiene un tiempo estimado para cada actividad.

Tabla 28 Cronograma de implementación del Proyecto

Objetivo	Metas	Actividades	Responsable	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Busqueda del Equipo	Busqueda de un abogado , un ingeniero,un experto en datamining, profesional en diseño o marketing.	Reunirse con personas de proyecto en Ventures	Yohan Florez																												
		Busqueda por F6F Y otros portales	Yohan Florez																												
		Asistir a eventos de emprendimiento	Yohan Florez																												
		Ir a eventos de economia Colaborativa	Yohan Florez																												
		Contactar a organización Ouishare	Yohan Florez																												
Cumplimiento aspectos legales	Conseguir permiso para prestar servicios de Peer To peer	Presentar proyecto en la Superfinanciera	Yohan Florez																												
		Revisión de concepto emitido por la Super	Abogado Financiero																												
		Cumplir con requisitos legales	Abogado Financiero																												
	Titulos valores	Consultar valides de pagare Electronico	Yohan Florez																												
		Consulta con abogado sobre contrato de mandato, contrato del servicio	Abogado Financiero																												
	Vinculacion clientes	Estudio normas vigentes de cumplimiento	Yohan Florez																												
		Consulta con Certicamara validez de firma electronica en Contratos de Mandato	Yohan Florez																												
		Revisar casos de vinculacion en conjunto con Fiduciaria	Abogado Financiero																												
Conocer usuarios	Encontrar motivaciones biologicas en clientes	Hacer entrevistas y acercamiento con el cliente	Yohan Florez																												
		Ir a lugares donde se reunen y ver como se comportan	Yohan Florez																												
		Revisar articulos sobre como venderle a Millenials	Yohan Florez																												
		Creacion de nueva Landing page	Yohan Florez																												
	Contactar o tener en base de datos 500 solicitantes de credito	Usar listas de suscripcion de Landing page y esfuerzos comerciales del CEO	Yohan Florez																												
	Conseguir 50 inversionistas dispuestos a prestar	Usar listas de suscripcion de Landing page y esfuerzos comerciales del CEO	Yohan Florez																												
	Match para testear el producto	Usar plataforma en proceso para estas pruebas	Yohan Florez																												
	Validacion de la Landing page	Hacer testeos de la plataforma	Yohan Florez																												
		Modificacion de informacion en Landing page	Yohan Florez																												
		Hacer video donde hable el emprendedor sobre la idea	Yohan Florez																												
		Comparar con pruebas anteriores	Yohan Florez																												
		Tener contacto permanente con los que se inscriben	Yohan Florez																												

[illegible]

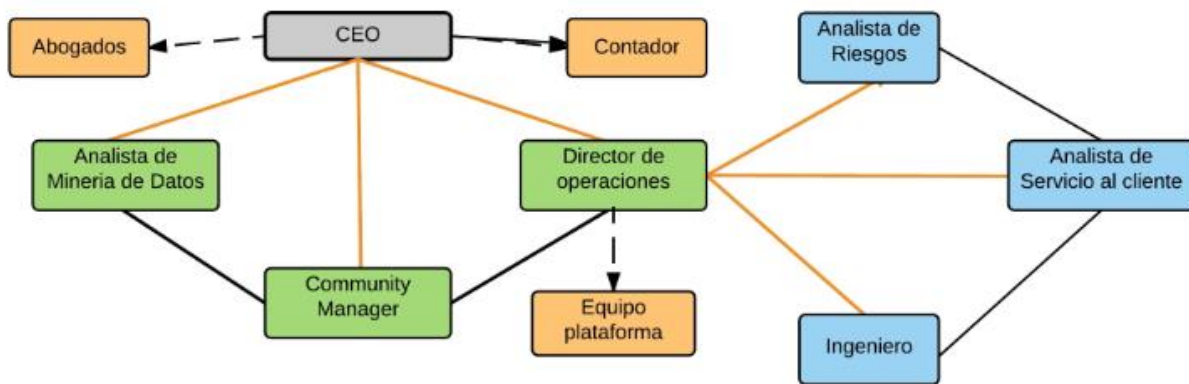
[illegible]

4.2. Organización:

4.2.1 Equipo:

4.2.1.1 Organigrama de Invprest:

Figura 7 Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Organización del trabajo:

4.2.1.1 Funciones y perfil:

- **Ceo:**

Las principales funciones son asegurar que la operación de la compañía se lleve con éxito, desarrollar e implantar la plataforma en Colombia de acuerdo los requerimientos del mercado, buscar la mejor forma para integrar a los proveedores a la cadena de valor de Invprest, mostrar resultados a la junta directiva e inversionistas, mejorar continuamente y revisar las opciones para la expansión de la compañía.

Debe ser un gran líder, tener comunicación asertiva, ser capaz de motivar a sus empleados, promover una cultura organizacional donde la prioridad sea el cliente, debe tener excelente relaciones y ser apasionado por lo que hace.

Debe contar con algún pregrado relacionado con administración o áreas afines preferiblemente con Maestría, tener un excelente inglés y disponibilidad para viajar constantemente.

- **Director de operaciones:**

Su función principal es administrar, controlar, mejorar e innovar en los procesos de la compañía; esto involucra a las compañías aliadas, inversionistas, solicitantes de crédito y áreas operativas. Además debe tener conocimientos sobre marketing digital y desarrollo de contenido web.

Debe ser capaz de trabajar en equipo y promover un ambiente diferente al que se da en las áreas de operación; que sea abierto al cambio dentro de la organización. Debe contar con algún pregrado en ingeniería industrial u otras ingenierías afines, tener experiencia mayor a 5 años en el sector financiero o en empresas de tecnología.

- **Community Manager:**

Su función principal es crear, mantener, modificar y mejorar continuamente los canales de comunicación con los clientes; en este caso son redes sociales, canales como YouTube y por motores de búsqueda, además de generar en los clientes una experiencia diferente y sentido de pertenencia por la marca, lo cual se ira construyendo poco a poco a través del contenido generado.

Debe generar reportes y hacer análisis de desempeño de las diferentes campañas que se hagan por estos medios y de la actividad en cada uno de los mismos y debe hacer seguimiento a lo que haga la competencia por estos canales.

Debe tener un alto grado de relacionamiento, experiencia mayor a 3 años, profesional en Marketing o carreras afines, ser comprometido y sentirse identificado con el propósito de Invprest.

- Analista de Minería de datos:

Es el encargado de desarrollar nuevos algoritmos que permitan utilizar la información recolectada de los consumidores, mejorando los niveles de riesgo crediticio y las tendencias del consumidor. Además debe encargarse por la reciprocidad en la información con las centrales de riesgos y las empresas aliadas de pruebas psicométricas.

Entregar informes al director del área relacionada con el avance en el desarrollo de algoritmos y procesos.

Tener conocimientos en varios lenguajes de programación. Profesional en ciencias de la computación o carreras afines, experiencia mayor a 5 años y tener un nivel intermedio de inglés.

- Analista de riesgos:

Es el encargado de revisar las diferentes solicitudes que pasan los primeros filtros de seguridad y riesgo, se encarga de apoyar a clientes y continuar con el proceso relacionado a las pruebas Psicométricas por medio de una video llamada para evitar suplantación de identidad, identifica las mejores oportunidades y las que se adecuan al modelo crediticio para que sean subidas a la página.

Debe asesorar a los inversionistas en cuanto a los riesgos asociados a los préstamos y el modelo de negocio bajo el cual funcionan los préstamos entre personas.

Profesional en economía, finanzas o áreas afines con excelente servicio al cliente, con experiencia superior a 3 años en el sector financiero, tener un nivel intermedio de inglés.

- **Analista de Servicio al cliente:**

Su función principal es recibir todas las quejas y solicitudes de los inversionistas y solicitantes de crédito, darles solución generando una alta satisfacción del cliente en cuanto al servicio prestado y a la solución propuesta.

Debe ofrecer una experiencia totalmente diferente a la tradicional que permita generar recordación de marca en los clientes y un alto grado de satisfacción.

Debe tener facilidad para relacionarse, un alto grado de inteligencia emocional y social. Debe tener experiencia en servicio al cliente de mínimo 3 años, ser profesional en Administración de empresa o áreas afines.

4.2.1.2 Contratos, prestaciones sociales y Salarios de los empleados

Se va a utilizar contratos fijos con los empleados directos de la organización y contratos por prestación de servicios con asesores como el contador, abogados y el equipo que revisa la plataforma. A continuación se muestran los valores correspondientes al pago de los empleados; algunas variables como salud, pensión, cesantías se deben pactar con cada trabajador.

Tabla 29 Salarios y prestaciones sociales

Cargo	Salario	Salud (Depende)	Pension (Depende)	Riesgos Profesionales (Positiva)	Prima	Vacaciones	Cesantias	Interes Cesantias	Bienestar familiar	Sena	Caja Compensación	Total
Tasa Vigente		8,5%	12,00%	0,52%	8,33%	4,17%	8%	1%	3%	2%	4%	52%
CEO	\$ 1.800.000	\$ 153.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 149.940	\$ 75.060	\$ 149.940	\$ 18.000	\$ 54.000	\$ 36.000	\$ 72.000	\$ 2.733.336
Analista de riesgos	\$ 1.500.000	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 124.950	\$ 62.550	\$ 124.950	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 2.277.780
Director procesos	\$ 2.500.000	\$ 212.500	\$ 300.000	\$ 13.050	\$ 208.250	\$ 104.250	\$ 208.250	\$ 25.000	\$ 75.000	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 3.796.300
Analista Datamining	\$ 1.500.000	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 124.950	\$ 62.550	\$ 124.950	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 2.277.780
Analista de Servicio al cliente	\$ 1.400.000	\$ 119.000	\$ 168.000	\$ 7.308	\$ 116.620	\$ 58.380	\$ 116.620	\$ 14.000	\$ 42.000	\$ 28.000	\$ 56.000	\$ 2.125.928
Community Manager	\$ 1.500.000	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 124.950	\$ 62.550	\$ 124.950	\$ 15.000	\$ 45.000	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 2.277.780

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Gestión de personal:

4.3.1. Proceso de selección:

Inicialmente el proceso de selección de la compañía se llevara a cabo por medio del CEO de la organización y alguno de los socios de la compañía, así mismo se van a preparar los diferentes requerimientos de los cargos junto con una empresa de Gestión del talento humano en la etapa preoperativa.

4.3.1.1 Reclutamiento de personal:

- Se publicaran las ofertas de trabajo utilizando plataformas como LinkedIn y otras que permitan que los aspirantes puedan comparar sus destrezas y habilidades, evitando pérdida de tiempo revisando hojas de vida que no se ajusten a lo que se necesite. Así mismo se tendrán en cuenta referencias de empleados internos y personas cercanas. También podrán aplicar los trabajadores actuales.
- Se tendrá en cuenta las personas que tengan o cumplan con un 90% de los requisitos y se harán unas pruebas psicotécnicas por internet.

- Revisión sobre los resultados de las pruebas y se contactan los mejores.
- Se realiza entrevista por internet y se califican algunos aspectos teniendo en cuenta un método que permite conocer la reacción del aspirante a cada pregunta; usando un software probado.
- Para hacer las pruebas de seguridad se hace por medio de la empresa Compliance que permite ingresar los datos de la aspirante y muestra información de varias bases de datos.
- Se escogen los prospectos más indicados, se le pide al aspirante que solicite una recomendación donde haya tenido experiencia y que envíen la información a Invprest.

4.3.1.2 Selección de personal:

- Se cita a los aspirantes que hayan pasado el proceso y se hace una entrevista con la persona encargada de gestión Humana.
- Se hace una entrevista con el Ceo o gerente.
- Se hace una retroalimentación con gestión humana y el gerente para escoger a las personas indicadas.

4.3.1.3 Contratación y entrenamiento inicial:

- La contratación se debe dar dentro de los próximos 5 días y se va a aplicar un método llamado Cloud Base on-Boarding que permite que el empleado haga todo el papeleo por internet, incluso que use una firma digital. Así mismo esta información será utilizada para que los próximos colegas conozcan a sus compañeros e ir creando relaciones antes de

ingresar a la empresa. Los documentos que no puedan hacer por este proceso se harán personalmente.

- Se empoderara al nuevos aspirante para que conozca lo más importante de la organización por medio de un entrenamiento virtual de acuerdo a su proceso de aprendizaje y evitar los 2 o 3 días que dura la capacitación inicial en una compañía, de los cuales se olvida todo por la gran información que es entregada.
- Por último el Ceo da la bienvenida a los nuevos empleados y los invita a conocer más de la organización.

Es importante que todos los trabajos sean elegidos por mérito y evitar cualquier tipo de recomendaciones o poner en el puesto a alguien porque tiene algún tipo de influencia.

La toma de la decisión debe ser lo más transparente posible, así mismo se le debe avisar con tiempo a los aspirantes la decisión y el porqué de la misma.

La capacitación será realizada por el CEO, este le explicara el negocio como tal y cada uno de los empleados que se vaya sumando al equipo tendrá un rol en mostrar lo que hace en su área y como le aporta valor a la organización.

4.3.2 Formación:

La capacitación es de gran importancia para mantener a los empleados motivados e impulsarlos hacia niveles más altos en creatividad e innovación, por eso se va a tener 5 fuentes diferentes para este objetivo.

Cada semana un integrante del equipo compartirá sus conocimientos en lo que sea experto con el resto de sus compañeros, en esto se incluye al CEO.

Cuando ingrese un empleado nuevo esta persona deberá tomar un curso llamado Peer-tú-Peer Lending Revealed que podrá ser descargado de manera gratuita por la plataforma UdeMy, este curso tiene como fin que los empleados tengan una visión general sobre el funcionamiento de una plataforma P2P donde se dice que es, como funciona, que se necesita para su funcionamiento, como se obtienen ingresos, las tasas, los modelos de crédito utilizados, etc. Este tiene una duración de 1 hora aproximadamente y se hará una evaluación o retroalimentación al final.

Se harán capacitaciones y discusiones sobre temas que están en la página Lend Academy; Se pretende que los empleados adquieran una visión global del sector y conozcan como avanza la industria; en esta página hay foros, podcast e información general de los fundadores de las plataformas, los actores del mercado y expertos en tecnología financiera. Todo el contenido de la página es gratis y se revisará diariamente.

Por último se van a regalar 1 inscripción al curso de Marketing Digital de Google Adwords; en esta actividad el participante tendrá la oportunidad de conocer sobre la plataforma, la forma en que se utiliza, la segmentación de productos o servicios, Google trends, Mercado Clics, análisis de la competencia, etc., Este curso tiene un costo de 480.000 para 3 sesiones personalizadas y es ofrecido por la empresa MarketingDigital.Academy y se toma en Bogotá.

Además se van a promover las capacitaciones que ofrecen el Sena, Apps.co o las entidades del Estado que ofrecen cursos gratis por internet.

Las capacitaciones mencionadas anteriormente son complementarias y no afectan el rendimiento de las actividades de cada empleado.

MÓDULO 5. JURIDICO – TRIBUTARIO

5.1 Determinación de la forma jurídica:

5.1.1 Determinación de la forma jurídica:

Se escogió el tipo de sociedad Sas porque es una forma novedosa y actualmente es la de mayor utilización por las organizaciones, le conviene a Invprest por las siguientes razones⁹.

- La prestación del servicio requiere que el negocio tenga varias actividades; este tipo de sociedad permite que la actividad sea amplia y variada sin tener ninguna restricción para realizar cualquier clase de negocios.
- No es necesaria la constitución de una junta directiva y tampoco que haya auditoria de revisoría fiscal.
- Tiene la posibilidad de pagar el capital relacionado en los estatutos en un tiempo no mayor a 2 años, además.
- La organización y funcionamiento de la empresa se determinara en los estatutos.
- Se permiten las reuniones presenciales y la toma de decisiones por voto escrito.
- Es una sociedad de capitales; al ser de este tipo permite que los socios puedan entrar y salir sin necesidad de aprobación.
- Los socios no participan con su patrimonio.
- La constitución de la compañía por este medio es fácil, rápido y simple.
- La constitución de la compañía se hace por medio de documento privado.

⁹ Esta información ha sido sacada del ABC de las Sas Sociedades por acciones simplificadas. Cámara de comercio de Bogotá.

5.1.2 Pasos para la tramitación de la forma jurídica de la empresa:

El portal web de finanzas personales de la Revista Dinero (2.015) afirma que la creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

5.1.3 Costos:

Mprende refiere los siguientes costos necesarios para la constitución de una empresa.

Tabla 30 Costos de constitución de la empresa

PARTIDA	VALOR
Autenticación notaria. 2 Socios	\$ 6.900
Registro en Cámara de comercio.	\$ 220.500
Formulario de registro	\$ 4.000
Derecho de inscripción	\$ 31.000
Matricula, Primer año	\$ 0
Certificados de existencia 2	\$ 8.600
Inscripción de los libros	\$ 10.300
TOTAL	\$ 281.300

Fuente: Portal web Mprende.

5.2. Aspectos Laborales del emprendedor y trabajadores:

El emprendedor se va a vincular a la compañía como gerente general y tendrá las mismas condiciones en cuanto a la seguridad social de los otros empleados, de los socios se espera que sean inversionistas; no que trabajen para la compañía sino que aporten con su conocimiento en temas estratégicos, eventualmente se incluirán en la junta directiva de la compañía.

Los contratos son fijos y se va a utilizar el régimen contributivo en la seguridad social porque es el que se debe utilizar de acuerdo a la normatividad actual para cualquier trabajador con vinculado mediante un contrato de trabajo.

Se espera que teniendo en cuenta toda la nómina de la compañía el valor por seguridad social sea de \$2.144.244.

5.3. Obligaciones tributarias o fiscales:

Las obligaciones tributarias que se deberán tener en cuenta por el tipo de actividad son las siguientes.

Tabla 31 Obligaciones tributarias o fiscales

Tipo de impuesto	Porcentaje
Impuesto de valor agregado IVA	16%
Impuesto de industria y comercio	0,0977%
Impuesto a la renta	33%

Impuestos de Nomina	Porcentaje
Parafiscales	9%
Caja de compensacion	4%
Icbf	3%
Sena	2%
Impuesto 4xmii	0,40%

Fuente: Elaboración propia

5.4. Permisos, licencias:

Como se ha mencionado anteriormente no hay una regulación o normatividad específica para compañías de préstamos entre personas en Colombia, así como tampoco hay una entidad especializada como la Superintendencia Financiera que regule la actividad que va a hacer Inyprest. A pesar de lo anterior, este modelo de negocio no debe incurrir o realizar alguna de las actividades que le competen a las empresas vigiladas en el sistema financiero.

Por otro lado es importante que se cumplan todas las normas relacionadas con la vinculación de clientes y seguridad porque la empresa que administra los recursos es una Fiduciaria y ellos si son vigilados por la Superintendencia Financiera por este motivo se debe tener en cuenta algunas de las normas que se relacionan a continuación.

- Ley No.1121 de 2006 por la cual se dictan las normas prevención, detección, investigación y sanción de la financiación del terrorismo y otras disposiciones.
- Ley 1266 de 2008 por la cual se dictan las disposiciones generales de Hábeas Data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países.

- Ley Estatutaria 1581 de 2.012 Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
- Circular externa 041 de 2007 de la superintendencia financiera de Colombia. Las entidades vigiladas deben desarrollar, establecer, implementar y mantener un sistema de Administración de riesgo operativo (SARO). Norma de Cumplimiento.
- Circular externa 051 de 2007 de la superintendencia financiera de Colombia, se relaciona con la exposición al mercado de las diferentes entidades y la forma en que una bajada de precios pueda afectarlas. Norma de cumplimiento.
- Circular externa 015 de 2010. Sistema de atención al consumidor financiero SAC. Norma de Cumplimiento.
- Revisión de clientes en procesos judiciales, detalle de cada una de las demandas, reportes en listas internacionales, reportes en listas nacionales, LA/FT lavado de activos y financiación del terrorismo y cámaras de comercio.

5.4.1 Permisos:

La entidad financiera que va a manejar los recursos le solicita a Invprest un concepto emitido por la Superintendencia Financiera de Colombia donde se explique que el modelo a utilizar es válido y se puede hacer sin incurrir en fraude; esta solicitud está en trámite junto con otros puntos como la vinculación de clientes, pagares virtuales, vinculación de clientes, seguridad de la información y utilización de métodos alternativos para calificar el riesgo de clientes.

Inicialmente no se debe solicitar ningún permiso en el sentido literal de la palabra ante ninguna entidad del Estado, con el concepto emitido por la Superintendencia Financiera se puede continuar con la operación.

A continuación se explica este tipo de operación teniendo en cuenta un concepto emitido por la SuperFinanciera y revisado previamente con un abogado del sector financiero.

La regulación Colombiana es de estricto cumplimiento cuando se trata de captación de recursos por los acontecimientos ocurridos en los últimos años con las pirámides y otras formas de fraude que se pueden dar cuando no se tiene un pleno conocimiento y control de la procedencia de los recursos; bien sea porque pueden provenir de negocios ilícitos, actividades relacionadas con el terrorismo o lavado de activos. Es importante conocer la regulación del sector, los actores del mercado y la opción de mayor viabilidad para el desarrollo del negocio y sus principales características.

Por lo anterior el decreto 1981 (1988) define en qué casos se entiende que una persona natural o jurídica capta dineros del público. Se captan dineros ilegalmente del público “1. Cuando su pasivo para con el público está compuesto por obligaciones con más de veinte (20) personas o por más de cincuenta (50) obligaciones, en cualquiera de los dos casos contraídas directamente o a través de interpuesta persona¹⁰ y 2. Cuando, conjunta o separadamente, haya celebrado en un período de tres (3) meses consecutivos más de veinte (20) contratos de mandato con el objeto de administrar dineros de sus mandantes bajo la modalidad de libre administración o para invertirlos en títulos o valores a juicio del mandatario, o haya vendido títulos de crédito o de inversión con la obligación para el comprador de transferirle la propiedad de títulos de la misma especie, a la vista o en un plazo convenido, y contra reembolso de un precio¹¹.

Algunas de las entidades más representativas en el mercado financiero son los Bancos comerciales, las aseguradoras, los intermediarios de seguros, los bancos de inversión, las comisionistas de bolsa, las fiduciarias, las cooperativas financieras y las corporaciones financieras. Las cuales están sometidas al control y vigilancia de la superintendencia financiera de Colombia

¹⁰ Por pasivo para con el público se entiende el monto de las obligaciones contraídas por haber recibido dinero a título de mutuo o a cualquiera otro en que no se prevea como contraprestación el suministro de bienes o servicios. recibido dinero a título de mutuo o a cualquiera otro en que no se prevea como contraprestación el suministro de bienes o servicios.

¹¹ Para determinar el período de los tres (3) meses a que se refiere el inciso anterior, podrá tenerse como fecha inicial la que corresponda a cualquiera de los contratos de mandato o de las operaciones de venta.

y se agremian en varias entidades como la Aso bancaria, Aso fiduciarias, Fasescolda y la Asociación Colombiana de Cooperativas Ascoop. Habiendo revisado las diferentes entidades del mercado financiero se encontró que la fiduciaria es la única opción viable para realizar traslados y administración de recursos, lo anterior se ampliara más adelante.

(Aso fiduciarias, “s.f”) refiere que las sociedades fiduciarias pertenecen al sector financiero y se ubican dentro de las llamadas sociedades de Servicios Financieros, la fiducia es un contrato por medio del cual una persona llamada Fideicomitente entrega uno o varios bienes a una Sociedad Fiduciaria para que esta cumpla una finalidad determinada a favor del Fideicomitente o de un tercero designado por este, llamado Beneficiario. Existen dos modalidades de fiducia: Fiducia Mercantil (cuando hay transferencia de la propiedad del bien) y encargo fiduciario (Cuando no hay transferencia de la propiedad). Las principales características de la fiduciaria son la confianza, la clasificación por tipo de negocio fiduciario y que las operaciones se hacen por medio de un gestor profesional.

Tiene varias modalidades entre ellas se encuentra la fiducia de inversión, fiducia en garantía, fiducia de administración y pagos, fiducia inmobiliaria y fiducia con recursos del sistema general de seguridad social y otros relacionados.

La Superintendencia Financiera (2.006) se refiere en el concepto No. 2006025436-002 sobre la captación masiva y habitual por medio de la administración; en esta se expone la actividad que se relaciona con el segmento de inversionistas de Invprest los cuales son:

“(…) grupo de personas naturales y jurídicas de alta estima en el tráfico mercantil (…)”, quienes se encuentran interesadas “(…) en invertir, bajo su propio riesgo, por su cuenta, en forma conjunta, y bajo su propia dirección, dinero de su propiedad en títulos valores y en documentos que instrumentan derechos personales consistentes en la obligación de una tercera persona de pagar una suma de dinero, tales como facturas, cheques, letras de cambio, contratos de concesión, contratos de suministro u otros de la misma índole” y se le hacen las siguientes anotaciones (p.1).

Únicamente las entidades aprobadas y reguladas por la SuperFinanciera son las que podrán realizar actividades financiera, bursátil, aseguradora y/o cualquier otra. Así mismo no se podrán utilizar y no se podrán convertir los contratos de participación como el negocio fiduciario en un mecanismo que haga las actividades que le competen a un establecimiento de crédito (p.2).

La Superintendencia Financiera (2.006) afirma: que una actividad propia de las entidades antes aludidas vigiladas por este Organismo es la captación profesional de recursos del público mediante la realización de operaciones pasivas o de recepción de fondos con el fin de colocarlos, también en forma masiva, a través de la ejecución de operaciones activas o de otorgamiento de créditos, gestión que por su naturaleza requiere previa autorización administrativas. Igualmente, resulta necesario aclarar que en el evento de que el negocio planteado en su comunicación corresponda a un contrato fiduciario de carácter adhesivo o a uno de prestación masiva (ya sea que la sociedad fiduciaria utilice alguna de las figuras del encargo fiduciario o de la fiducia mercantil o se realice por conducto de fondos comunes de inversión: ordinario o especial), deberá ser evaluado previamente por parte de esta Entidad conforme lo ordena la ley.

En la segunda parte muestran diversas opciones que se podrían configurar para llevar a cabo la actividad inicialmente propuesta; entre estas se encuentran el contrato de cuentas en participación, los fondos de valores o fondos de inversión (FIC's), fondos comunes Ordinarios y especiales, el encargo fiduciario de inversión específica y la fiduciaria mercantil de inversión específica.

“Entiéndase por negocios fiduciarios de inversión con destinación específica aquellos en los cuales se consagra como finalidad principal la inversión o colocación a cualquier título de sumas de dinero, *de acuerdo con las instrucciones impartidas por el constituyente, los cuales deben celebrarse con arreglo a lo dispuesto en el numeral 3o. del artículo 151 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero*”. (Se resalta). (p.7).

En tal sentido, señala el artículo 151 numeral 3 que en este tipo de contratos “el constituyente o adherente *deberá expresar de manera inequívoca en el contrato los bienes o actividades específicas en los cuales deben invertirse los recursos (...)*”. (Se resalta). (p.7).

Así las cosas se advierte que resulta legalmente viable la celebración de un encargo fiduciario en la modalidad de “Inversión con destinación específica”, siempre que el constituyente o adherente exprese en el respectivo contrato *en forma inequívoca* los bienes o actividades en los cuales deberán invertirse los recursos fideicomitidos. Así mismo y como es característica propia de este tipo de negocio fiduciario, en el que no se da la transferencia de propiedad de los recursos entregados, estos pueden mantenerse en unidades de un fondo común de inversión a nombre de la sociedad fiduciaria.

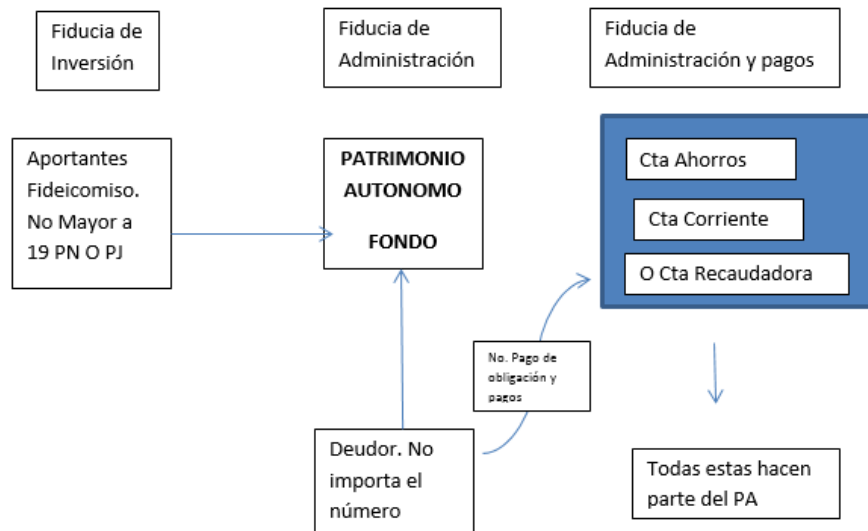
No sobra advertir que por intermedio del encargo fiduciario o la fiducia mercantil *no puede llevarse a cabo la captación de recursos del público, actividad restringida por la ley a los establecimientos de crédito*, tal como se manifestó al inicio de la presente comunicación.

De lo anterior se concluye que se puede hacer uso de la opción de Fiduciaria mercantil a través de un patrimonio autónomo donde se recauden los recursos de los fideicomitentes con una función específica de inversión definida anteriormente, por lo cual esta actividad no realizaría actividades propias de un establecimiento de crédito. Por medio de esta herramienta no se podrán exceder las 19 personas porque se caería en captación ilegal de recursos y este tipo de actividad únicamente puede ser realizada por los establecimientos de crédito, adicional la sociedad fiduciaria no podrá hacer actividades que son exclusivas a las de los establecimientos de crédito¹². Por lo cual se determina que es viable realizar esta actividad cumpliendo con las condiciones anteriormente expuestas y solicitando un permiso o revisión del proyecto por parte de la SuperFinanciera.

A continuación se muestra el esquema de la fiduciaria estructurada e inversión que sería como funcionaria la operación de la entidad financiera encargada de administrar los dineros del público.

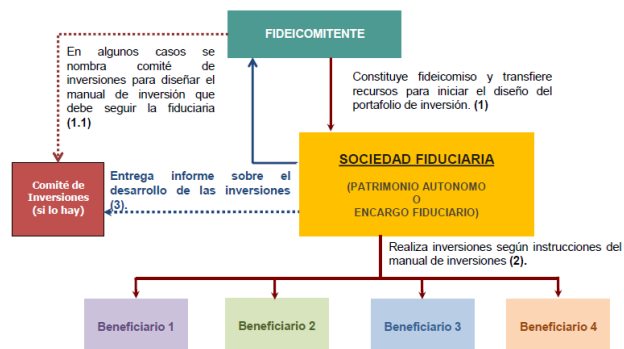
¹² La ley 45 (1990) define los establecimientos de crédito como “las instituciones financieras cuya función principal consiste en captar en moneda legal recursos del público en depósitos, a la vista o término, para colocarlos nuevamente a través de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito” (Art 92).

Figura 8 Método utilizado para administrar recursos



Fuente: Elaboración Propia

Figura 9 Fiducia de inversión



Fuente: Educación financiera para todos. Amv.

En ninguno de los patrimonios autónomos debe haber o habrá comité de inversiones porque cada fideicomitente de los patrimonios autónomos decide en cual solicitud quiere invertir.

5.5. Documentación oficial:

El manejo de la contabilidad será llevado por un contador externo el cual contara con sus propios programas para el desarrollo de la actividad contable.

Los libros que se deben llevar son los siguientes: Libro mayor y balances, libro Diario, libro de actas y libros auxiliares. Registro de accionistas, libro de actas y juntas de socios

5.6 Cobertura de Responsabilidades:

El seguro de mayor importancia para Invprest es el relacionado con cualquier ataque cibernético o intento de robo de información. La entidad que asegura este tipo de sucesos es AIG con su producto Cyberedge el cual tiene como objetivo el la responsabilidad por el uso y tratamiento de la información y la responsabilidad por la seguridad de Datos: perjuicios y gastos de defensa. El costo radica en la cantidad de activos fijos contables que tenga la empresa, la periodicidad en que se usa y el riesgo que tiene la plataforma sobre la información sensible. Se estima que el costo anual puede ser de 7.000.000.

5.7 Patentes, marcas y otros tipos de Registros:

Inicialmente solo se va a registrar la marca debido a que la página web y otras utilidades de la misma no se pueden proteger, cuesta 597.000 para Mi pymes y se paga solo una vez; esta se puede hacer prorrogable indefinidamente. La entidad encargada de otorgar este reconocimiento es la Superintendencia de Industria y comercio.

A pesar de eso se van a hacer acuerdos de confidencialidad para los empleados, empresas aliadas y asesores externos de la compañía, esto con el fin de poder mantener en secreto algunos los procesos directamente ligados a la propuesta de valor y la innovación que se haya hecho en la compañía.

5.8 Dominio y Hosting:

Según los precios de la empresa Godaddy el valor del hosting para el primer año es de \$252.148 incluido el dominio, para los siguientes años el valor del dominio es de \$34.999. El producto anterior corresponde al plan DELUXE que incluye varias funcionalidades como sitios web ilimitados, ancho de banda ilimitado, almacenamiento ilimitado etc.

MÓDULO 6. FINANCIERO

6.1 Plan financiero:

6.1.1 Inversión total inicial y estructura de financiamiento:

La inversión inicial se hará con recursos de fundadores \$55.979.252, familiares de fundadores 45.000.000 y ángeles inversionistas \$100.000.000.

Tabla 32 Resumen de Inversión y Financiación

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES		TOTAL		
ACTIVOS FIJOS	\$	13.779.252	7%	\$	-	0%	\$	13.779.252	7%
CAPITAL DE TRABAJO	\$	187.200.000	93%	\$	-	0%	\$	187.200.000	93%
Total general	\$	200.979.252		\$	-		\$	200.979.252	
DISTRIBUCION INVERSION	100,00%			0,00%		0,00%			

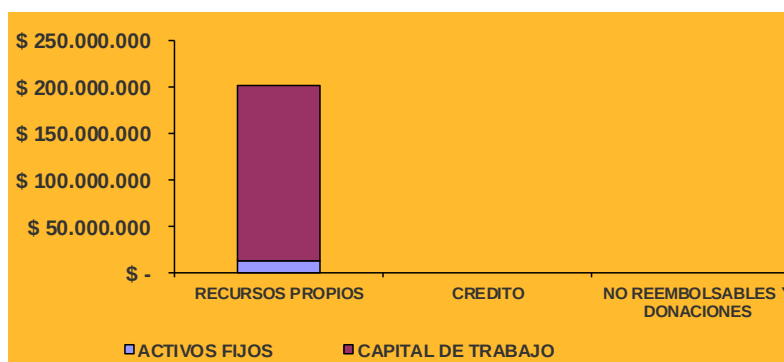
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 33 Activos Fijos

Periodo de inversión:	Inicio del proyecto		OTRAS FUENTES	TOTAL
	APORTES	CRÉDITO		
TERRENOS	0	0	0	0
EDIFICIOS	0	0	0	0
MAQUINAS	0	0	0	0
EQUIPOS	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	2.800.000	0	0	2.800.000
HERRAMIENTAS	0	0	0	0
COMPUTAD. PRODUC.	0	0	0	0
COMPUTAD. ADMON.	10.979.252	0	0	10.979.252
CAPITAL DE TRABAJO	180.000.000	0	0	180.000.000
TOTAL	193.779.252	0	0	193.779.252

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 10 Composición de la inversión



Fuente: Elaboración propia.

La inversión total para a la realización del proyecto es de \$ 200.979.252. Se aporta el 100% con recursos propios. De la inversión se destina para capital de trabajo el 93,14% y para activos fijos el 6,86%

Nota: Es importante aclarar que se necesitaran aproximadamente \$75.000.000 para gastos en la plataforma; para la cual se va a contratar a 3 desarrolladores y 2 diseñadores durante tres meses por prestación de servicios. Anteriormente se revisó la opción de trabajar con la compañía Imaginamos.com pero el negocio no era viable considerando que valía \$200.000.000. Por otro lado se va a utilizar \$36.000.000 de pesos durante los seis primeros meses para requerimiento de capital de trabajo más \$30.066.696 en gastos preoperativos.

6.1.2 Presupuesto de ingresos e indicadores financieros:

Tabla 34 Flujo de efectivo anual

FLUJO DE FONDOS ANUAL			
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	253.915.400	697.868.200	1.402.163.400
VENTAS A 30 DIAS	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS	32.280.000	123.265.883	289.769.214
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	286.195.400	821.134.083	1.691.932.614
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	166.896.527	531.174.871	1.132.892.463
GASTOS DE VENTA	4.236.525	11.625.658	23.546.511
MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	51.598.800	127.277.040	185.177.760
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	11.593.416	11.593.416	11.593.416
GASTOS ADMINISTRATIVOS	71.564.704	77.404.692	87.650.692
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	305.889.972	759.075.677	1.440.860.842
FLUJO NETO OPERATIVO	(19.694.572)	62.058.405	251.071.773
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	13.779.252	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	187.200.000	0	0
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	200.979.252	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS	151.573.996		
AMORTIZACIONES	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0
IMPUESTOS	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS	0		
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	13.779.252	0	0
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 165.353.248	\$ 0	\$ 0
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 35.626.004	\$ 0	\$ 0
FLUJO NETO	\$ 15.931.432	\$ 62.058.405	\$ 251.071.773
+ SALDO INICIAL	\$ 28.426.004	\$ 15.931.432	\$ 77.989.837
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 15.931.432	\$ 77.989.837	\$ 329.061.610

Fuente: Elaboración propia.

El proyecto posee una inversión de \$ 200.979.252. Al primer año de operación arroja un flujo de efectivo de 15,93 millones, para el segundo año, el valor es de 62,06 mm y para el tercero de 251,07mm. La viabilidad financiera se determina a través de tres indicadores, el primero de ellos

es la tasa interna de retorno o tir la cual es de 20,15%. Se interpreta como: el proyecto arroja una rentabilidad del 20,15% promedio anual. Esta dentro de los parámetros de los proyectos.

El segundo indicador es el valor presente neto, para su cálculo es necesario la tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad que se solicitó en la entrada de datos, (otros parámetros), donde usted digito el 15%, el valor arrojado del cálculo es \$ 24.883.003. Se interpreta como: el proyecto arroja 25 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que en uno que rente, el 15% anual, por lo tanto se sugiere continuar con el proyecto.

El tercer indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o pri. Se calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$ 200.979.252. Como la suma de las utilidades de los tres años es inferior a esta cifra se asevera el proyecto requiere más de tres años para recuperar la inversión.

Es importante tener en cuenta que en la mayoría de las empresas de Préstamos entre personas se hacen inversiones grandes en activos no corrientes con el fin de mejorarlas y renovarlas constantemente.

6.1.3 Política de Distribución e impuestos:

La política es clara y no se van a repartir utilidades durante los primeros 15 de años de operación de la empresa; esto quedara consignado en los estatutos de creación.

Se repartirán los primeros beneficios en el año 16 si la junta directiva aprueba esta decisión.

Se tendrá que pagar un impuesto del 33% correspondiente a renta.

6.2 Sistema de Cobros y pagos:

6.2.1. Sistema de Cobros:

Los ingresos se recaudaran por medio de la fiduciaria la cual se encargara de direccionar los pagos correspondientes a los inversionistas y lo restante para nosotros. La plataforma que se va a utilizar permitirá tener un sistema de recaudo eficiente que permite recibir la información automáticamente y así mismo hacer las actualizaciones de las cuentas de los clientes instantáneamente.

6.2.2 Sistema de pagos:

Los pagos se harán por internet en cada una de las plataformas de estas entidades o sino está disponible este medio se harán transferencias electrónicas. Se hará uso de la plataforma virtual de Helm Bank.

6.3 Resumen de datos financieros más relevantes:

6.3.1 Proyecciones contables:

6.3.1.1 Punto de Equilibrio:

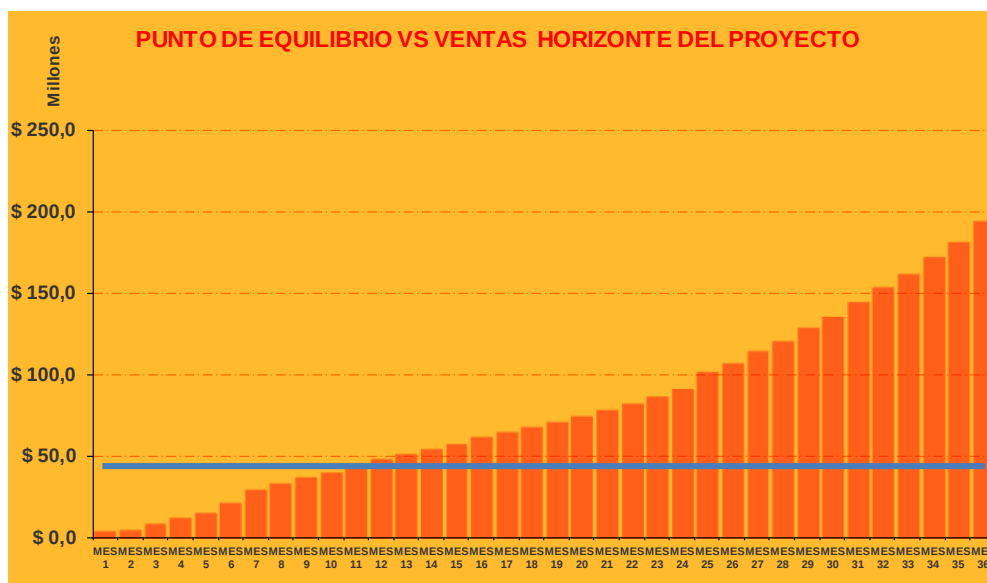
Tabla 35 Punto de Equilibrio

PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Tasa solicitantes A	48.326.586	137	4.027.215	11,40
Tasa solicitantes B	91.325.082	206	7.610.423	17,16
Tasa solicitantes C	182.803.118	343	15.233.593	28,56
Tasa solicitantes D	0	0	0	0,00
Tasa solicitantes E	0	0	0	0,00
NO PRODUCT	0	0	0	0,00
Comision Entre 10mm y 20mm	112.166.759	255	9.347.230	21,24
Comision Entre 20 y 40mm	74.620.270	110	6.218.356	9,14
Comision Entre 40mm y 80mm	0	0	0	0,00
Comision>80mm	0	0	0	0,00
Matricula	12.822.194	366	1.068.516	30,53
	0	0	0	0,00
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 522.064.008	VENTAS MENSUALES	\$ 43.505.334	

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$ 522.064.008 al año para no perder ni ganar dinero. Se requieren ventas mensuales promedio de 43,5 millones de pesos. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el segundo año, alcanza el punto de equilibrio.

Figura 11 Punto de equilibrio vs ventas horizonte del proyecto



Fuente: Elaboración propia.

6.3.1.2 Flujo de efectivo mes a mes:

El proyecto presenta su menor superávit en el mes 6 por valor de \$ 35.396, es necesario que se descuente del valor de los inventarios, en caso de ser requeridos. Con este valor el proyecto es viable. Es conveniente que se estime un poco más de capital de trabajo para cubrir eventualidades.

Tabla 36 Flujo de fondos primer año

CONCEPTO	PREOPER.	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS OPERATIVOS													
VENTAS DE CONTADO		3.980.400	4.902.200	7.705.800	10.454.400	12.948.000	18.070.200	24.544.200	28.361.400	31.075.000	34.240.400	36.954.000	40.679.400
VENTAS A 30 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS		0	0	0	1.000.000	1.000.000	1.780.000	2.560.000	3.120.000	4.340.000	5.900.000	5.900.000	6.680.000
VENTAS A 120 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0	3.980.400	4.902.200	7.705.800	11.454.400	13.948.000	19.850.200	27.104.200	31.481.400	35.415.000	40.140.400	42.854.000	47.359.400
EGRESOS OPERATIVOS													
MATERIA PRIMA	0	607.974	1.685.968	3.305.087	5.611.337	7.558.400	10.299.886	13.800.620	17.672.854	21.857.483	25.426.778	28.216.764	30.853.377
GASTOS DE VENTA		68.231	80.860	129.955	178.297	220.132	307.020	417.086	469.381	517.244	563.623	611.486	673.210
MANO DE OBRA VARIABLE		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA FUA		4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900	4.299.900
OTROS COSTOS DE PRODUCCION		966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118	966.118
GASTOS ADMINISTRATIVOS		5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	0	11.905.949	12.996.572	14.664.786	17.019.377	19.008.275	21.836.649	25.447.449	29.371.979	33.604.470	37.220.145	40.057.993	42.756.330
FLUJO NETO OPERATIVO	0	(7.925.549)	(8.094.372)	(6.958.986)	(5.564.977)	(5.060.275)	(1.986.449)	1.656.751	2.109.421	1.810.530	2.920.255	2.796.007	4.603.070
INGRESOS NO OPERATIVOS													
APORTES													
ACTIVOS FUOS	13.779.252				0			0			0		
CAPITAL DE TRABAJO	180.000.000				7.200.000			0			0		
FINANCIACION													
ACTIVOS FUOS	0				0			0			0		
CAPITAL DE TRABAJO	0			0				0			0		
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	193.779.252	0	0	0	7.200.000	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS													
GASTOS PREOPERATIVOS	151.573.996												
AMORTIZACIONES		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS													
ACTIVOS DIFERIDOS													
COMPRA DE ACTIVOS FUOS	13.779.252				0			0			0		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	165.353.248	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO NO OPERATIVO	28.426.004	0	0	0	7.200.000	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO	\$ 28.426.004	\$ -7.925.549	\$ -8.094.372	\$ -6.958.986	\$ 1.635.023	\$ -5.060.275	\$ -1.986.449	\$ 1.656.751	\$ 2.109.421	\$ 1.810.530	\$ 2.920.255	\$ 2.796.007	\$ 4.603.070
+ SALDO INICIAL		\$ 28.426.004	\$ 20.500.455	\$ 12.406.083	\$ 5.447.097	\$ 7.082.120	\$ 2.021.845	\$ 35.396	\$ 1.692.147	\$ 3.801.569	\$ 5.612.099	\$ 8.532.354	\$ 11.328.362
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 28.426.004	\$ 20.500.455	\$ 12.406.083	\$ 5.447.097	\$ 7.082.120	\$ 2.021.845	\$ 35.396	\$ 1.692.147	\$ 3.801.569	\$ 5.612.099	\$ 8.532.354	\$ 11.328.362	\$ 15.931.432

Fuente: Elaboración propia.

6.3.1.3. Estado de resultados mes a mes

Tabla 37 Estado de pérdidas y ganancias mensual (Primer año)

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	4.980.400	5.902.200	9.485.800	13.014.400	16.068.000	22.410.200	30.444.200	34.261.400	37.755.000	41.140.400	44.634.000	49.139.400
- COSTO DE VENTAS	9.099.575	9.866.190	12.362.819	14.799.268	16.993.718	21.507.577	27.207.271	30.454.269	32.890.719	35.552.923	37.989.373	41.252.617
UTILIDAD BRUTA	-4.119.175	-3.963.990	-2.877.019	-1.784.868	-925.718	902.623	3.236.929	3.807.131	4.864.281	5.587.477	6.644.627	7.886.783
- GASTOS ADMON.	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725	5.963.725
- GASTOS DE VENTAS	68.231	80.860	129.955	178.297	220.132	307.020	417.086	469.381	517.244	563.623	611.486	673.210
UTILIDAD OPERACIONAL	-10.151.131	-10.008.575	-8.970.699	-7.926.891	-7.109.575	-5.368.122	-3.143.882	-2.625.976	-1.616.688	-939.872	69.416	1.249.848
- OTROS EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- PREOPERATIVOS	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233	2.526.233
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -12.677.365	\$ -12.534.809	\$ -11.496.933	\$ -10.453.124	\$ -9.635.808	\$ -7.894.356	\$ -5.670.115	\$ -5.152.209	\$ -4.142.921	\$ -3.466.105	\$ -2.456.817	\$ -1.276.385

Fuente: Elaboración propia.

El estado de pérdidas y ganancias proyectado para el primer año, muestra que las metas de ventas es insuficiente para cubrir el costo de operación por lo tanto las pérdidas del proyecto pueden estar generadas en los altos costos fijos que se presupuesta para la actividad de la empresa. La rentabilidad sobre ventas del proyecto es de -2,34% mensual.

6.3.1.4 Estado de resultados proyectado:

Tabla 38 Estado de resultados proyectado anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	309.235.400	848.588.200	1.718.723.400
INV. INICIAL	0	0	0
+ COMPRAS	222.844.350	611.679.875	1.229.931.896
- INVENTARIO FINAL	0	0	0
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	222.844.350	611.679.875	1.229.931.896
+ MANO DE OBRA FIJA	51.598.800	127.277.040	185.177.760
+ MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	11.593.416	11.593.416	11.593.416
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	3.939.751	3.939.751	3.939.751
TOTAL COSTO DE VENTAS	289.976.317	754.490.081	1.430.642.822
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	19.259.083	94.098.119	288.080.578
GASTOS ADMINISTRATIVOS	71.564.704	77.404.692	87.650.692
GASTOS DE VENTAS	4.236.525	11.625.658	23.546.511
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	(56.542.146)	5.067.768	176.883.375
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	30.314.799	30.314.799	30.314.799
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	(86.856.945)	(25.247.031)	146.568.576
IMPUESTOS	0	0	48.367.630
UTILIDAD NETA	\$ -86.856.945	\$ -25.247.031	\$ 98.200.946

Fuente: Elaboración propia.

El estado de resultados en el primer año, muestra una perdida por 86,86 millones de pesos. La rentabilidad bruta es del 6,23% anual. Se aconseja revisar con detenimiento los precios de venta, la proyección de venta y los costos variables. La rentabilidad operacional es del -18,28% anual. Se sugiere repasar la estructura de costos y gastos fijos. La rentabilidad sobre ventas es de -28,09% anual. Se propone revisar con detenimiento los costos financieros y la recuperación de capital de los costos preoperativos.

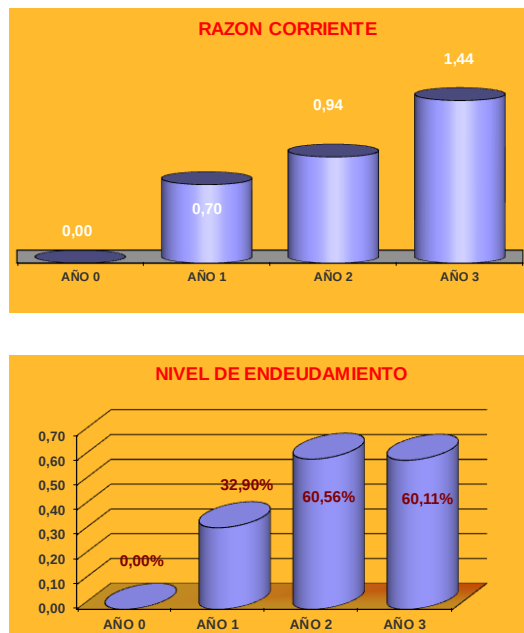
6.3.1.5 Balance General Proyectado:

Tabla 39 Balance General Proyectado

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	28.426.004	15.931.432	77.989.837	329.061.610
CUENTAS POR COBRAR	0	23.040.000	50.494.117	77.284.903
INVENTARIOS	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	28.426.004	38.971.432	128.483.954	406.346.512
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	13.779.252	13.779.252	13.779.252	13.779.252
DEPRECIACION		3.939.751	7.879.501	11.819.252
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	13.779.252	9.839.501	5.899.751	1.960.000
OTROS ACTIVOS	151.573.996	121.259.197	90.944.398	60.629.598
TOTAL ACTIVOS	193.779.252	170.070.130	225.328.102	468.936.111
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		55.947.823	136.452.827	233.492.259
PRESTAMOS	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR		0	0	48.367.630
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO	0	55.947.823	136.452.827	281.859.889
PATRIMONIO				
CAPITAL	193.779.252	200.979.252	200.979.252	200.979.252
UTILIDADES RETENIDAS		0	(86.856.945)	(112.103.976)
UTILIDADES DEL EJERCICIO		(86.856.945)	(25.247.031)	98.200.946
TOTAL PATRIMONIO	193.779.252	114.122.307	88.875.276	187.076.222
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	193.779.252	170.070.130	225.328.102	468.936.111

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12 Razón corriente y nivel de endeudamiento



Fuente: Elaboración propia.

El balance general proyectado se analiza básicamente con dos indicadores, el primero de ellos es la razón de liquidez. Este indicador es una buena medida de la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo. Entre "más líquido" sea el activo corriente más significativo es su resultado. Para su análisis debe tenerse en cuenta la calidad y el carácter de los activos corrientes, en términos de su facilidad de conversión en dinero y las fechas de vencimiento de las obligaciones en el pasivo corriente.

Al terminar el primer año, para el proyecto se concluye que por cada peso de pasivo corriente que debe, la empresa tiene \$ 0,70 pesos de activo líquido corriente para cubrirlo. Se considera que una razón corriente ideal es superior a 2.5 a 1, es decir, que por cada peso que se adeuda en el corto plazo se tienen dos y medio pesos como respaldo.

El segundo indicador ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones con terceros a corto y largo plazo. Se le denomina nivel de endeudamiento. Es importante conocer la discriminación del pasivo total. Una empresa puede tener un endeudamiento alto, pero si la mayor parte de éste es a largo plazo ella no tendrá las dificultades que ha de suponer un indicador alto.

En el momento de arranque de la empresa se observa que no posee nivel de endeudamiento lo cual se considera favorable para su operación y viabilidad.

Al terminar el primer año, el 32,9% de los activos están respaldados con recursos de los acreedores, se considera que un nivel de endeudamiento del 60% es manejable, un endeudamiento menor muestra una empresa en capacidad de contraer más obligaciones, mientras que un endeudamiento mayor muestra una empresa a la que se le puede dificultar la consecución de más financiamiento.

En las gráficas se puede visualizar la evolución de los dos indicadores, lo ideal es que la razón corriente suba, y el nivel de endeudamiento disminuya.

6.3.1.6 Análisis de sensibilidad en escenario negativo, positivo y normal:

De acuerdo al análisis de sensibilidad se encontró que las variables que tienen una repercusión mayor en las utilidades son los costos variables en primera medida porque debido a los bajos márgenes de contribución un cambio en esta variable lleva a una reducción considerable en la utilidad bruta. Por otro lado se encontró que cuando se aumentan las ventas el cambio en la utilidad final es ligeramente mayor pero por otro lado al observar su reducción el cambio en la utilidad es el doble al cambio porcentual de los ingresos. Así mismo la variable de costos fijos es la que se ve menos afectada frente a cualquier cambio de los expuestos anteriormente.

Tabla 40 Análisis de sensibilidad - Ingresos año 1

	INCREMENTO DE			
		50 %	-20 %	-50 %
CUENTA	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1
VENTAS	309.235.400	463.853.100	247.388.320	154.617.700
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	222.844.350	334.266.526	178.275.480	111.422.175
+ MANO DE OBRA FIJA	51.598.800	51.598.800	51.598.800	51.598.800
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	11.593.416	11.593.416	11.593.416	11.593.416
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	3.939.751	3.939.751	3.939.751	3.939.751
TOTAL COSTO DE VENTAS	289.976.317	401.398.492	245.407.447	178.554.142
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	19.259.083	62.454.608	1.980.873	-23.936.442
GASTOS ADMINISTRATIVOS	71.564.704	71.564.704	71.564.704	71.564.704
GASTOS DE VENTAS	4.236.525	6.354.787	3.389.220	2.118.262
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-56.542.146	-15.464.884	-72.973.051	-97.619.408
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	30.314.799	30.314.799	30.314.799	30.314.799
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-86.856.945	-45.779.683	-103.287.850	-127.934.208
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-86.856.945	-45.779.683	-103.287.850	-127.934.208
RENTABILIDAD/VENTAS	-28,09%	-9,87%	-41,75%	-82,74%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-51,07%	-26,92%	-60,73%	-75,22%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 41 Análisis de sensibilidad - Costos variables

CUESTA	INCREMENTO DE			
	AÑO 1	20 %	50 %	-20 %
VENTAS	309.235.400	309.235.400	309.235.400	309.235.400
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	222.844.350	267.413.220	334.266.526	178.275.480
+ MANO DE OBRA FIJA	51.598.800	51.598.800	51.598.800	51.598.800
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	11.593.416	11.593.416	11.593.416	11.593.416
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	3.939.751	3.939.751	3.939.751	3.939.751
TOTAL COSTO DE VENTAS	289.976.317	334.545.187	401.398.492	245.407.447
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	19.259.083	-25.309.787	-92.163.092	63.827.953
GASTOS ADMINISTRATIVOS	71.564.704	71.564.704	71.564.704	71.564.704
GASTOS DE VENTAS	4.236.525	5.083.830	6.354.787	3.389.220
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-56.542.146	-101.958.321	-170.082.584	-11.125.971
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	30.314.799	30.314.799	30.314.799	30.314.799
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-86.856.945	-132.273.120	-200.397.383	-41.440.770
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-86.856.945	-132.273.120	-200.397.383	-41.440.770
RENTABILIDAD/VENTAS	-28,09%	-42,77%	-64,80%	-13,40%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-51,07%	-77,78%	-117,83%	-24,37%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42 Análisis de sensibilidad - Costos fijos

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO EN UTILIDAD AÑO 1

CUESTA	INCREMENTO DE			
	AÑO 1	20 %	50 %	-20 %
VENTAS	309.235.400	309.235.400	309.235.400	309.235.400
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	222.844.350	222.844.350	222.844.350	222.844.350
+ MANO DE OBRA FIJA	51.598.800	61.918.560	77.398.200	41.279.040
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	11.593.416	13.912.099	17.390.124	9.274.733
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	3.939.751	3.939.751	3.939.751	3.939.751
TOTAL COSTO DE VENTAS	289.976.317	302.614.760	321.572.425	277.337.874
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	19.259.083	6.620.640	-12.337.025	31.897.526
GASTOS ADMINISTRATIVOS	71.564.704	85.877.645	107.347.056	57.251.763
GASTOS DE VENTAS	4.236.525	4.236.525	4.236.525	4.236.525
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-56.542.146	-83.493.530	-123.920.606	-29.590.762
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	30.314.799	30.314.799	30.314.799	30.314.799
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-86.856.945	-113.808.329	-154.235.405	-59.905.561
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-86.856.945	-113.808.329	-154.235.405	-59.905.561
RENTABILIDAD/VENTAS	-28,09%	-36,80%	-49,88%	-19,37%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-51,07%	-66,92%	-90,69%	-35,22%

Fuente: Elaboración propia.

MÓDULO 7. FINANCIERO

7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles:

7.1.1. Puntos fuertes:

Este negocio va a ser exitoso porque soluciona los problemas de financiamiento e inversión que tienen muchas personas en Colombia con un servicio diferente al bancario y que tiene en cuenta la percepción de las personas respecto al sistema financiero, entregando de esta manera un servicio diferenciado y único al mercado Nacional.

En Invprest se valora a sus clientes por lo que son realmente, no por su pasado crediticio o porque no tengan historial de crédito sino por como son en el presente, su forma de comportamiento y sus actitudes respecto a ciertas situaciones.

En Colombia no hay empresas que estén funcionando bajo algún esquema parecido y las que piensan entrar tienen un segmento totalmente diferente al de Invprest.

Tendrá éxito porque las personas en Colombia, así como en países Latinoamericanos les gustan compartir, ayudar y colaborar a los demás. Este modelo ha tenido éxito en economías desarrolladas donde los aspectos culturales son diferentes y menos abiertos como los de economías Latinoamericanas entonces tienen varias probabilidades de funcionar en un entorno así.

Se hizo una excelente segmentación de los solicitantes de crédito e inversionistas, además de la descripción del mercado al cual se le va a llegar.

Se va a desarrollar un modelo nuevo para la identificación y el estudio de los solicitantes; con un enfoque nuevo, más humano y con el cual las personas se sienten a gusto.

Debido a la investigación y búsqueda de información se generó una lista de los posibles proveedores en el mercado colombiano para todos los servicios que se piensan ofrecer en la plataforma.

Se cuenta con excelentes mentores en el área financiera, además de contar con el apoyo del centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario.

7.1.2 Puntos Débiles:

El desarrollo del plan de negocio se hizo basado en los conocimientos de un solo integrante lo cual podría sesgar varias de las alternativas o soluciones que se puedan encontrar; por lo cual la falta de equipo ha sido una gran limitante en el desarrollo del mismo. Se están buscando los miembros del equipo en reuniones de emprendedores y otras redes de emprendimiento.

Las empresas que tienen modelo de Préstamos entre personas no tienen resultados o ganancias a corto plazo porque es necesaria la reinversión y consecución de nuevos recursos para la expansión y crecimiento de una compañía de este tipo. Por lo cual se deben contemplar más rondas de inversión de capital de fondos de capitales y capital de riesgo.

Falta de mayor experiencia en el sector bancario, riesgo de crédito, seguridad de información y tecnológicos. Dentro de los perfiles que se buscan para integrar al equipo se reunirán personas que aporten con estos conocimientos al negocio y se hará aprendizaje autónomo para tener mayor comprensión de estos temas.

Debido a lo que ha sucedido en Colombia con temas de pirámides y otros, es necesario cumplir con las estrategias de promoción para que los clientes conozcan y confíen en la marca; lo cual puede tomar varios años hasta que sea reconocida como una marca de servicios y no una empresa que capta dinero o hace operaciones parecidas a las de empresas del sector financiero.

7.1.3 Oportunidades:

En el mercado latinoamericano aún no hay empresas de préstamos entre personas que se enfoquen en el segmento joven adulto, por lo cual la expansión hacia otros mercados se debe realizar en el mediano plazo con. Las empresas actuales se dirigen hacia otros mercados como personas que son solventes o microcréditos.

Si el mercado tiene la necesidad o se ve un gran potencial se pueden ampliar los productos a libranza; lo cual permitiría ofrecer tasas más bajas y tener participación en el producto con más penetración del mercado.

Ser una excelente empresa lo cual permitirá que los fondos de inversión que están llegando a Colombia se hagan parte de la compañía.

Tener una marca reconocida en el mercado que se destaque por promover otras empresas de préstamos entre personas, Crowdfunding o Crowdsourcing en Colombia.

7.1.4 Amenazas:

Al ser un sector tan sensible donde principales grupos económicos tienen el control del mercado se puede presentar lo que está ocurriendo con Uber; una clara obstaculización a la libre competencia y a reglamentar servicios que promueven la economía colaborativa.

La mayoría de los políticos actuales no tiene conocimientos sobre la economía del siglo XXI y por otro lado la clara incidencia que tienen los partidos del poder ejecutivo en las decisiones que toma el congreso.

Al ser un servicio de transacciones financieras, la plataforma es susceptible de ser Hackeada o tener ataques informáticos y más en Colombia donde los robos por medios electrónicos están en aumento.

A pesar de que no está cerca la llegada de jugadores mundiales en préstamos entre personas si sería una gran amenaza que vengan competidores con experticia y mayor conocimiento del mercado, lo cual nos dejaría con una clara desventaja.

Los márgenes de contribución son muy pequeños por lo cual cambios en los costos fijos o variables pueden impactar negativamente el desempeño y las ganancias de la compañía.

7.2 Estrategias de desarrollo del proyecto:

Los puntos fuertes se van a potenciar manteniendo unos niveles de servicio al cliente muy bueno y con un enfoque diferente al tradicional, también se va a hacer constante innovación y desarrollo en el negocio teniendo en cuenta las necesidades de los clientes e incursionando con nuevas herramientas que ellos puedan necesitar.

Se van a estrechar relaciones con los mentores que se tiene actualmente en pro de tener los mejores detrás del negocio.

Se va a mejorar constantemente el modelo de riesgo con información de las decisiones tomadas por los clientes y del mercado con el fin de tener un gran conocimiento en minería de datos y extraer información valiosa para el desarrollo y mejora de los productos y servicios.

Las oportunidades se van a aprovechar por medio de la potencialización de las redes de contacto en América latina, esto se dará con una presencia constante en los eventos de Fintech en América latina. Así se aprovecha y se comenzara a exportar el modelo a otros lugares.

Por otra parte para evitar los puntos débiles se trabajara durante el mes diciembre para conformar el equipo, se participara de eventos donde haya acceso a capital de riesgo o concursos, se promoverá el desarrollo y el aprendizaje interno de las personas y siempre se responderán las dudas o preguntas que tengan los clientes; esto es importante para mejorar la reputación y ganar confianza en la marca.

Para contrarrestar las amenazas se hará parte y se promocionaran las iniciativas o grupos que apoyen a la economía colaborativa como Ouishare y se hará parte de las empresas de finanzas colaborativas que actualmente en Bogotá donde están empresas como Súmame de Crowdfunding.

Se trabajara en pro de crear el mejor ambiente de competencia del sector fintech con el gobierno nacional.

7.3. Aspectos de sostenibilidad y riesgos:

Actualmente la modalidad de Préstamos entre personas no está regulada y tiene varias limitantes para que se pueda desarrollar, hay una forma que permite que este servicio se preste de manera legal sin afectar a las personas que hacen parte de la plataforma; este esquema se explica en el numeral 5.3.

7.3.1 Riesgos:

- Mercado:

1. Que la rentabilidad o tasas que se ofrecen por medio de la interacción entre personas no motiven lo suficiente a utilizar medios electrónicos.
2. Que se empiecen a crear compañías parecidas y puedan afectar la marca de la compañía.

3. Que los inversionistas no tengan suficiente aceptación del producto y no lo encuentren muy atractivo.

- Técnicos:

1. Que la plataforma presente fallas en su funcionamiento, no direcciona la información correcta o presente errores entre las diferentes plataformas que conecta.

2. Que puedan fallar las herramientas como el calculador de tasas, las proyecciones que hace el sistema sobre los pagos, que no se conecten correctamente los inversionistas con los solicitantes de crédito.

- Económicos:

1. Una desaceleración o recesión económica generaría incertidumbre y se tendrían que modificar las expectativas de ventas a fin de aumentar la rigurosidad en los estudios de riesgo y de las personas.

2. La subida de las tasas de interés del banco de la república impactan directamente los precios de captación y colocación de las entidades financieras lo cual repercute en las relaciones de oferta y demanda que se dan entre los inversionistas y solicitantes de crédito en la plataforma de Invprest.

- Financieros:

1. No conseguir el fondeo necesario para la inversión inicial y preoperativa del negocio.

2. Algunos costos escondidos o que no se hayan identificado dentro del plan de negocios que pueden afectar la rentabilidad del negocio y otros indicadores de la viabilidad del negocio.

3. No mantener los niveles adecuados de capital de trabajo, lo cual incide en la relación que tenemos con los proveedores y en la prestación del servicio.

Para mitigar los riesgos anteriores se hizo un cronograma de actividades que dentro de lo que se tiene estipulado estudio y busca las formas de mitigación del riesgo, excepto para la variables de tipo económico.

En cuanto a los riesgos de mercado para evitar que las tasas no resulten atractivas y se puedan perder clientes siempre se entregara información clara con un comparativo respecto a las opciones que hay en el mercado. Por otro lado la fidelización de los clientes y mantener un contacto constante ellos permite que ese eviten malentendidos y que la marca se puede ver perjudicada por otras empresas.

Los riesgos técnicos se van a mitigar con mantenimientos preventivos y controles sobre la plataforma para conocer su estado a cada momento en cuanto al funcionamiento, rapidez, fallas de seguridad, fallas por posible fraude etc.

Para evitar que la empresa pueda tener problemas de liquidez por si surgen imprevistos se va a tener informado a los accionistas sobre los gasto de implementación, operación u otras. Así mismo cuando se necesiten recursos por iliquidez se deberá llegar a un acuerdo con los socios y ver las opciones que se encuentren disponibles en el momento.

A pesar de que el capital de trabajo se encuentra cubierto según las proyecciones es necesario contar con el apoyo de los socios por si se llegar presentar falta de dinero en este aspecto.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Accenture (2.014). *The future of Fintech and Banking: Digitally disrupted or reimaged?*

Afluenta. (2.012-2.015). *Inicio*.

Aso bancaria (2.014). *Características del acceso al crédito en las zonas urbanas de Colombia*.

Aso fiduciarias. *¿Qué es fiducia?*

BlackRock (2.014). *Colombian Investor Pulse*.

Cámara de comercio de Bogotá. (Diciembre de 2.009). *Documento ABC de las SAS sociedades por acciones simplificadas*.

Finanzas Personales. (2.015). *¿Por qué vale la pena constituir una SAS?*.

Gestión legal Colombia. (2.015, Agosto, 12). *¿Cuánto me cuesta crear una empresa en Colombia?*. Revista Mprende.

González, Sergio David. (2.015, Junio, 11). *Colombianos los que más efectivo acumulan*. El Espectador.

Gutiérrez, Antoni. (2.014, Diciembre, 22). *6 rasgos clave de los Millennials, los nuevos consumidores*. Forbes.

Grupo Bancolombia. (2.015). *Informe de resultados financieros a 2.014*.

Kubo Oficial (2.015) *Inicio*.

Inmo Bogotá, Fuente Finca Raíz. (2.014). *Rentabilidad del arriendo de apartamentos en Bogotá* (2014).

Moldow, Charles. Foundation Capital. (2.015). *A trillion Dollar Market by the people, for the people*. [Figura] How Marketplace Lending Will Remake Banking as we know it.

Observatorio Nacional de graduados (2.014). *Caracterización de graduados por departamentos*.

One Earth Initiative Channel. (2.014, 13, Febrero) *Collaborative Consumption and the Sharing Economy Featuring April Rinne*. [Figura].

Renton, Peter. (2.016, 05, enero). *Missed opportunities in Fintech, with Peter Renton*.

Gómez R, Luisa. (2.015, Febrero, 3). *Se agita la competencia por el crédito de consumo*. Revista Portafolio.

Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las oportunidades. (2.015) *Reporte de inclusión financiera 2.014*.

Superintendencia Financiera de Colombia. Septiembre. (2.015). *Reporte de Tarjetas de Crédito*.

Superintendencia financiera de Colombia. (2.006). *Concepto No. 2006025436-002, Captación masiva y habitual – administración colectiva de recursos de terceros*.

Superintendencia de industria y comercio. (2.015). *Propiedad industrial. Marcas*.

Symantec. *Productos y soluciones, Certificaciones SSL de Symantec*. (2.015).

Uber. (2.015). *Acerca de*.

Validación del problema con clientes (2.015). (Yohan Florez Pulido, entrevistador).

Viacom Media Networks (2.013). *The Millennial Disruption Index*.

Yanhass (2.013). *Estado de ánimo de los colombianos*.