



MERCADOTECNIA NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Plan de negocios previo a la obtención del título de
Licenciado en Mercadotecnia y Licenciado en Negocios
Internacionales**

Autores:

Yulissa Ontaneda

Katherine Maldonado

Ariana Brito

Tutor: Eco. Mario Paz y Miño

**Desarrollo de una Fintech accesible a la contratación y
gestión de inversiones online.**

Declaración Expresa

Nosotras, YULISSA STEFANIA ONTANEDA YAGUANA, KATHERINE GENESIS MALDONDO MENDOZA, ARIANA ANAHI BRITO MUÑOZ, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado DESARROLLO DE UNA FINTECH ACCESIBLE A LA CONTRATACIÓN Y GESTIÓN DE INVERSIONES ONLINE, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador - UIDE para hacer uso del contenido de la presente obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos de uso de este trabajo corresponden a la Universidad Internacional del Ecuador. La responsabilidad legal del contenido del documento corresponde exclusivamente al autor.

YULISSA STEFANIA ONTANEDA YAGUANA
C.I.: 1104556863

KATHERINE GENESIS MALDONDO MENDOZA
CI: 0924142094

ARIANA ANAHI BRITO MUÑOZ
CI:0932014426

Certificación: Autoría del Trabajo de Titulación

Nosotras, YULISSA STEFANIA ONTANEDA YAGUANA, KATHERINE GENESIS MALDONDO MENDOZA, ARIANA ANAHI BRITO MUÑOZ, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación titulado DESARROLLO DE UNA FINTECH ACCESIBLE A LA CONTRATACIÓN Y GESTIÓN DE INVERSIONES ONLINE, es de nuestra autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

YULISSA STEFANIA ONTANEDA YAGUANA
C.I.: 1104556863

KATHERINE GENESIS MALDONDO MENDOZA
CI: 0924142094

ARIANA ANAHI BRITO MUÑOZ
CI:0932014426

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Gustavo Vega, PhD.

Rector

Ramiro Canelos, PhD.

Vicerrector Académico

Patricio Torres, PhD.

Decano Facultad de Ciencias Administrativas

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

María Auxiliadora Guerrero, PhD.

Directora Académica

Cristina Plúa Muñoz, MBA.

Coordinadora carrera Negocios Internacionales

Viviana Medina Vergara, MBA.

Coordinadora carrera Administración de Empresas

Tania Palacios Sarmiento, MGS.

Coordinadora carrera Marketing

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que desempeñaron un papel significativo en la culminación de esta tesis, su respaldo, guía y estímulo fueron cruciales para el éxito de este proyecto.

En primer lugar, agradezco a mi tutor, cuya experiencia y dedicación fueron invaluableles a lo largo de todo el proceso de investigación sus insights y sugerencias mejoraron enormemente la calidad de este trabajo.

A mi familia, agradezco por su constante apoyo y comprensión. A mis padres Edgar y Bertha, quienes siempre creyeron en mí y me brindaron el respaldo necesario para alcanzar este logro.

A mi esposo Cesar, a mis hijos Ethan y Dylan por su paciencia, comprensión y motivación constante. Su respaldo fue esencial en cada etapa de este proceso

Yulissa

Querida mamá y abuelita, hoy quiero expresar mi más profundo agradecimiento por su apoyo incondicional en mi travesía para culminar la tesis. Sus palabras alentadoras, paciencia infinita y amor constante han sido el motor que me impulsó a alcanzar este logro significativo, juntas, han tejido una red de amor y aliento que me sostuvo en los momentos desafiantes, celebro este éxito con ustedes en mi corazón.

Luisito Gabriel mi amor, tu paciencia y comprensión han hecho este desafío más llevadero, porque cada paso lo dimos juntos, eres mi inspiración constante, y estoy agradecida de tenerte como mi compañero de vida. Con todo mi amor.

Katherine

Agradezco infinitamente a mi papá, por siempre apoyar mis decisiones y caminos; a mi abuela por brindarme su apoyo incondicional cuando lo necesito; Leo, Mayra, Luis, Paul, por ayudarme a enfocarme en lo que tenía que hacer, son mi vida entera; a mi mamá por darme su mano cuando no podía más, a las palabras de aliento de mi otra mitad, Pato, quien llegó a complementarme cuando estuve a punto de rendirme y nunca dejó de creer en mí.

Ariana

DEDICATORIA

Dedico mi tesis en primer lugar a Dios, agradeciéndole por proporcionarme la fortaleza y la sabiduría necesarias para perseverar en mis estudios. A mi esposo, Cesar Sangucho, por brindarme su apoyo constante en todas las etapas de este proceso. Este logro también lo dedico a mis hijos, Ethan y Dylan, quienes han estado a mi lado en cada paso de este trayecto académico. No puedo pasar por alto el papel fundamental de mis padres, Edgar y Bertha, quienes han sido una fuente de inspiración tanto en mi vida personal como en mi desarrollo profesional.

Yulissa

A mi querido hijo Mateo Gabriel, desde antes de nacer fuiste mi compañero fiel, sintiendo contigo cada paso de este viaje académico. Este logro es también tuyo, mi pequeño faro de inspiración. Gracias por ser mi luz constante. Con amor eterno Mamá.

Katherine

Fernanda, Tatiana, detrás de mis hazañas existen semillas sembradas y regadas por ustedes. Agradezco que sean mis pilares. Esto no hubiera sido posible sin ustedes, las amo eternamente. Blue, George, esto va para ustedes.

Ariana

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	13
ÍNDICE DE FIGURAS	15
ÍNDICE DE ANEXOS.....	16
RESUMEN	17
ABSTRACT	18
INTRODUCCIÓN	19
Planteamiento del problema	22
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
Objetivo General.....	23
Objetivos Específicos	23
Justificación	23
Delimitación o Alcance	25
CAPITULO II	27
2.1 MARCO TEÓRICO.....	27
2.1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.1.2. Definición de Fintech	28
2.1.3. Objetivos de las Fintech.....	29
2.1.4. La nueva banca en Latinoamérica y las Fintech	34
2.1.5. ¿Cuántas Fintech hay en Ecuador?.....	35
2.1.6. Marketing DD.....	41

2.2. MARCO CONTEXTUAL	42
2.3. MARCO LEGAL	46
CAPITULO 3	49
3.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	49
3.2. Características.....	50
CAPÍTULO 4	53
4.1. Desarrollo de la propuesta de investigación	53
4.1.1. TAM SAM SOM	54
<i>TAM (Total Addressable Market)</i>	54
<i>SAM (Serviceable Available Market)</i>	54
<i>SOM (Serviceable Obtainable Market)</i>	55
4.1.2. Descripción de los servicios	56
4.1.2. Naturaleza del Negocio	57
4.1.3. Misión.....	57
4.1.4. Visión.....	59
4.1.5. Valores de la empresa	60
4.1.6. Análisis situacional del proyecto. (Análisis PESTEL.)	60
<i>Análisis Político</i>	60
<i>Análisis Económico</i>	61
<i>Análisis social</i>	62
<i>Análisis Tecnológico</i>	63
<i>Análisis Ecológico</i>	63
<i>Análisis Legal</i>	64

4.1.7. Análisis FODA.....	65
4.1.8. Análisis de Mercadotecnia.....	66
<i>Producto</i>	<i>66</i>
<i>Precio.....</i>	<i>66</i>
<i>Modelo de suscripciones.....</i>	<i>67</i>
<i>Plaza</i>	<i>68</i>
<i>Promoción.....</i>	<i>68</i>
<i>Definición de Mercado Objetivo.....</i>	<i>69</i>
<i>Plan de Adquisición y Retención</i>	<i>70</i>
<i>Beneficios para el usuario que paga la suscripción</i>	<i>70</i>
<i>Relaciones Públicas.....</i>	<i>70</i>
<i>Servicio al Cliente de Calidad</i>	<i>70</i>
<i>Programas de Lealtad</i>	<i>71</i>
<i>Plan de Marketing</i>	<i>71</i>
<i>Buyer persona.....</i>	<i>71</i>
<i>Competencia</i>	<i>74</i>
<i>Estrategias de Marketing.....</i>	<i>74</i>
<i>Segmentación.....</i>	<i>75</i>
<i>Posicionamiento</i>	<i>75</i>
<i>Marca.....</i>	<i>76</i>
<i>Sitio Web de marca</i>	<i>78</i>
<i>Portada en redes sociales</i>	<i>79</i>
<i>Objetivos del plan de marketing</i>	<i>80</i>
<i>Presupuesto de marketing.....</i>	<i>80</i>
<i>Flujos de ventas</i>	<i>81</i>
<i>Recursos.....</i>	<i>83</i>
<i>Métricas de Éxito</i>	<i>84</i>
<i>Conclusiones del plan de marketing</i>	<i>85</i>

4.1.9. Análisis Técnico, Tecnológico y Operativo del proyecto:	86
<i>Estructura organizacional</i>	86
Estrategias para la administración RRHH:	87
<i>Diseño de la oficina</i>	87
<i>Esquema de la oficina</i>	88
4.1.10. Análisis Financiero:	88
<i>Inversión inicial</i>	88
<i>Ingresos</i>	92
<i>Sueldos y salarios</i>	99
<i>Análisis de rentabilidad</i>	101
<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	102
<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	102
<i>Período de Recuperación (PR)</i>	102
<i>Distribución de Dividendos</i>	103
<i>Impacto en los Accionistas</i>	103
<i>Impacto en la Empresa</i>	103
<i>Año 5 y Adelante</i>	103
<i>Escenarios</i>	105
<i>Punto de equilibrio</i>	108
<i>Comisión de suscripción N1</i>	108
<i>Comisión de suscripción N2</i>	109
<i>Comisión de suscripción N3 a N6</i>	109
<i>Al toque</i>	109
<i>Índices de rentabilidad</i>	112
<i>Razón Corriente</i>	112
<i>Apalancamiento - Estructura de Capital</i>	113
<i>Endeudamiento</i>	113

<i>Cobertura para Gastos Fijos</i>	113
<i>Solvencia - Rentabilidad sobre Patrimonio</i>	113
<i>Solvencia - Rentabilidad sobre Activos Totales</i>	113
<i>Margen Neto sobre Ventas</i>	113
<i>Cronograma de Ejecución</i>	114
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES	116
REFERENCIAS	118
ANEXOS	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fintech y su regulación en Latinoamérica	39
Tabla 2 CANVAS BUSINESS	53
Tabla 3 Tasa proyectada de penetración en el mercado	55
Tabla 4. Segmentos.....	56
Tabla 5. La misión y sus componentes	59
Tabla 6. PIB del Ecuador	61
Tabla 7. Matriz FODA	65
Tabla 8. Servicios y precios	68
Tabla 9 Competencia directa	74
Tabla 10. Segmentación.....	75
Tabla 11 Inversión Marketing 1.....	80
Tabla 12 Ingresos proyectado según categoría	82
Tabla 13. Acciones de marketing.....	84
Tabla 14. Inversión inicial	89
Tabla 15. Distribución de socios.....	90
Tabla 16. Ingresos vs gastos	91
Tabla 17. Precio y comisiones en Ecuador	92
Tabla 18 Crecimiento en Ecuador, Colombia y Perú	93
Tabla 19 Tasa de crecimiento en dólares Ecuador.....	94
Tabla 20 Números de usuarios y/o transacciones en Ecuador	94
Tabla 21 Costo de adquisición por de cliente en Ecuador	95
Tabla 22 Costo de adquisición por de cliente en Colombia.....	96
Tabla 23 Costo de adquisición por de cliente en Perú	96

Tabla 24. P y G	97
Tabla 25 Costo de desarrollo de APP y sitio web.....	99
Tabla 26. Sueldos y Salarios	100
Tabla 27. Flujos proyectados	101
Tabla 28. Análisis para determinar la rentabilidad	102
Tabla 29. Dividendo por socios en cada uno de los países.....	104
Tabla 30. Escenarios pésimos	105
Tabla 31. Escenario esperado	106
Tabla 32. Escenario Óptimo	107
Tabla 33. Punto de equilibrio.....	108
Tabla 34. Balance general.....	110
Tabla 35. Índices de rentabilidad	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de las Fintech.	30
Figura 2. Fintech en Ecuador.....	36
Figura 3. Otras Fintech en Ecuador	36
Figura 4. Tipos de servicios financieros de acuerdo a su naturaleza.....	38
Figura 5. <i>Tipos de Transacciones y facturación de tarjetas</i>	38
Figura 6 TAM SAM SOM ECUADOR	54
Figura 7 TAM SAM SOM Acumulado	56
Figura 8 Composición de la población	69
Figura 9 Buyer persona.....	73
Figura 10. <i>Vista del posicionamiento de la marca</i>	77
Figura 11. <i>Marca de la empresa</i>	77
Figura 12. <i>Sitio Web</i>	78
Figura 13. <i>Portada en redes sociales 1</i>	79
Figura 14. <i>Portada en redes sociales 2</i>	79
Figura 15. <i>Estructura organizacional</i>	86
Figura 16. <i>Esquema de oficina</i>	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Anuncios en Página web sobre las inversiones.....	121
Anexo 2 Ley de Fintech.....	122
Anexo 3 Costo de email marketing	123
Anexo 4 Costo de vallas publicitarias	123
Anexo 5 Análisis de ingresos de Colombia.....	124
Anexo 6 Análisis de ingresos de precios Colombia	124
Anexo 7 Análisis de ingresos de Perú	125
Anexo 8 Análisis de ingresos de Perú	125
Anexo 9 Servicios que ofrecen las principales Fintech del Ecuador.....	126
Anexo 10 Nómina de Colombia	127
Anexo 11 Nómina Perú	127

RESUMEN

El presente trabajo investigativo nos conduce a conocer como en nuestro país y más países latinoamericanos y alrededor del mundo, los sistemas digitales de las empresas han ido actualizando, mejorando y ofreciendo servicios a los usuarios activos que cuentan con una cuentabancaria y se requieren hacer pagos, cancelaciones, compras, transacciones bancarias y otras situaciones de carácter económico.

Así mismo, es necesario resaltar que la investigación y el estudio de este tema como son las Fintech nos hace meditar de acuerdo a los requerimientos de negocios a nivel de Latinoamérica, iniciando primeramente en Ecuador, después de 3 años en Colombia y finalmente en Perú, misma que su objetivo trazado es realizar una Propuesta de un servicio digital, que amplíe el mercado existente mediante el reconocimiento social, mejorando el aparato económico de una empresa con un alto valor de calidad.

Entre los métodos y técnicas más propicios, se hace acopio de la investigación de campo, entrevistas, visitas insitu, para vivenciar las actividades empresariales, la observación que evidencia calidad y efectividad, recopilación documentada de su realidad productiva, apoyada en estatus legales y normativas de ley, mismas que además recolectan y registran datos referentes a costos de producción.

Al término de este proceso investigativo, se concluye que en Ecuador actualmente están funcionando 55 Fintech con servicios muy parecidos y, es importante generar, propiciar, inventar o crear más actividades sistemáticas en pro del adelanto empresarial, mostrando agilidad a diligencias engorrosas para los clientes.

Palabras Clave: Fintech. servicios, producción, proveedores.

ABSTRACT

The present investigative work leads us to know how in our country and more Latin American countries and around the world, the digital systems of companies have been updating, improving and offering services to active users who have a bank account and are required to make payments., cancellations, purchases, bank transactions and other situations of an economic nature.

Similarly, it's essential to emphasize that the investigation and study of this topic, such as Fintech, makes us meditate according to the business requirements at the level of Ecuador and the city of Guayaquil, which its purpose is to accomplish Proposal for a service digital, that expands the existing market through social recognition, improving the economic apparatus of a company with a high-quality value.

Among the most propitious methods and techniques, a collection of field research, interviews, on- site visits is made, to experience business activities, observation that evidences quality and effectiveness, documented compilation of its productive reality, supported by legal statutes and regulations of law, which also collect and record data regarding production costs.

Once this investigative process is completed, it is concluded that 55 Fintech are currently operating in Ecuador with very similar services, and it is important to generate, promote, invent or create more systematic activities in favor of business advancement, showing agility to cumbersome procedures for clients.

Keywords: Fintech. services, production, suppliers.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, una de las necesidades más latentes en el ámbito laboral es sin duda repotenciar las Pymes, a través de la construcción de oportunidades que vayan desde lo más sencillo a lo más complejo, en base a esta peculiaridad es importante resaltar que la presencia de un líder puede llevar a la mejora continua de una organización, por ello se considera importante analizar y mostrar hallazgos que ayuden a fomentar la educación financiero en las Pymes, en base a ello aportar de forma significativa en: **Investigación y Desarrollo de una Fintech accesible a la contratación y gestión de inversiones online 2023.**

Estudio que tengo la certeza entre sus páginas encontraremos un verdadero proceso, que permite direccionarnos y establecer consensos sobre su funcionamiento, convirtiendo este estudio en un referente para quienes se interesen en este importantísimo conocimiento del mejoramiento de servicios para los usuarios especialmente y, que, por otra parte, genere utilidad a una empresa.

Este trabajo investigativo, además, muestra con claridad y de forma contundente la naturaleza de la empresa, el propósito y el estado financiero según sea su realidad, con una investigación exhaustiva y pormenorizada de los servicios que ofertan, y los indicadores financieros de mayor relevancia.

Por otra parte, de acuerdo con las evidencias, en la empresa Paypal, que oferta pagos por transferencia o tarjetas de crédito, mismo que al recibir el cliente un enlace puede ingresar sus datos de su tarjeta para realizar pagos en las entidades financieras que están concatenadas a esta Fintech.

Nuestro estudio nos conduce a realizar un estudio de esta naturaleza, con estos

precedentes a nivel internacional, que confronte con otras investigaciones, razones por las cuales es importante este informe investigativo para sus personeros en sus diferentes funciones.

En este marco investigativo, es de fundamental importancia la presencia de nuestra universidad que forma profesionales en diversas disciplinas científicas, tecnológicas, investigativas entre otros, ya que permite que las pequeñas y grandes empresas tengan la oportunidad de conocer su realidad económica y funcional, y conducir a mejorar su escenario tecnológico.

De otra parte, como investigadora me permite demostrar mis capacidades en este extenso campo, cumpliendo con un requisito más para mi carrera y de una manera multiforme ampliar mis conocimientos.

Para la elaboración de esta investigación ha sido necesaria la implementación de recursos, como datos, costos, productos, pagos personales a entidades financieras como referentes, y más. En relación con ventas, mercados, capital invertido entre otros, también es muy importante, ya que todo ello genera un informe real. El apoyo de los empresarios que en este caso permitieron hacer el estudio facilitando la información solicitada siendo uno de los puntales para el éxito de este trabajo.

Es importante destacar que inicialmente se establecieron ciertos objetivos que se describen de manera detallada a continuación:

- Identificar los servicios los productos cuya finalidad sean financieros en Ecuador, a través de la observación, aplicación y utilización de los modelos establecidos al servicio de los usuarios, como referente de medición, análisis y valoración y con ello, conducirnos a proponer un ascenso tecnológico, que coadyuve a un mejor servicio fácil, accesible y eficaz.

- Definir los alcances de los servicios actuales, mediante un seguimiento, conducente a mejorar su oferta
- Precisar los servicios más útiles de los usuarios, que limitan tiempo y mejor atención a sus requerimientos
- Analizar la oferta digital existente, mediante la observación de tiempo y utilidad, para comprender los pros y contras de servicios proporcionados.

Estos objetivos tienen la finalidad de expresar los logros que la Fintech ha obtenido, dentro del ámbito bancario, administrativos e incluso financiero, mostrando a los usuarios en forma holística la realidad de su empresa, los cambios que se requieren y los servicios que ofrece mayor rentabilidad.

Finalmente, este informe a través de una investigación exhaustiva se mencionan en su primer capítulo información relevante para los lectores como el planteamiento del problema observado, la justificación y la delimitación de la realidad vivenciada y en trasladar más adelante la necesidad de proponer una mejora, es decir, el análisis situacional de las empresas para conocer su estado y potenciar en los aspectos que se requieran prestarles mayor afán.

Ya en el segundo capítulo el marco teórico, mismo que trata sobre las Fintech en otros países especialmente de Latinoamérica, así como el uso de aplicaciones que orientan a tomar decisiones de otros servicios en un corto plazo generen ingresos y más ganancias a los empresarios y, en el tercer capítulo los aspectos metodológicos, que se hicieron acopio para la investigación y finalmente en el cuarto capítulo una propuesta de negocio para ser aplicada en una empresa, basada en hechos, datos reales y sin lugar a sesgo.

Por lo antes expuesto, manifiesto la importancia de esta lectura para su posterior análisis y pueda ser considerado como un referente que amplíe sus saberes y le conduzca a

conocer una realidad empresarial desde la perspectiva financiera.

Planteamiento del problema

El desarrollo de una Fintech accesible para la contratación y gestión de inversiones online a nivel de Latinoamérica, en Ecuador plantea un desafío puntual en el actual en el área financiera y empresarial. A pesar de los avances tecnológicos a nivel global, en Ecuador en general, aún existe una brecha significativa en la oferta de estos servicios que ahora mismo se lo conoce bajo el nombre “servicios financieros digitales”, de forma puntal en la gestión de inversiones. Esto ha generado limitaciones para los inversores locales que desean acceder a opciones de inversión diversificadas y gestionar sus portafolios de manera eficiente.

Uno de los problemas clave que enfrenta esta iniciativa es la falta de acceso a plataformas tecnológicas que permitan a los inversores ecuatorianos realizar inversiones en línea de manera sencilla y segura. A menudo, los servicios tradicionales de gestión de inversiones en Ecuador están limitados por procesos manuales y burocráticos, lo que dificulta tomar decisiones de forma informadas y la diversificación de la inversión.

Además, existe una necesidad apremiante de educación financiera en Ecuador, muchos inversores potenciales carecen de los conocimientos necesarios para tomar decisiones informadas sobre inversiones, lo que los expone a riesgos innecesarios. El desconocimiento y el acceso oportuno a herramientas y recursos educativos en línea también contribuye a esta problemática.

Otro desafío importante es la regulación y la seguridad. La implementación de una Fintech en Ecuador debe cumplir con las regulaciones locales y garantizar que los datos y las transacciones financieras de los usuarios son debidamente resguardados, bajo altos estándares de seguridad. Esto requiere una cuidadosa planificación y colaboración con las

autoridades regulatorias.

En definitiva, el planteamiento del problema radica en la necesidad de desarrollar una Fintech accesible para la contratación y gestión de inversiones online en Ecuador que aborde las limitaciones actuales en cuanto a acceso, educación financiera, regulación y seguridad. La solución a estos desafíos podría no solo beneficiar a los inversores locales, sino también impulsar el crecimiento del sector financiero digital a nivel de Latinoamérica.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Establecer un plan de negocios de una Fintech accesible a la contratación y gestión de inversiones online.

Objetivos Específicos

Definir los alcances de los servicios actuales, mediante un seguimiento, conducente a mejorar su oferta.

Precisar los servicios más útiles de los usuarios, que limitan tiempo y mejor atención a sus requerimientos.

Analizar la oferta digital existente, mediante la observación de tiempo y utilidad, para comprender los pros y contras de servicios proporcionados.

Justificación

Actualmente estamos ante una situación en la que cada país trata de mejorar sus servicios bancarios y financieros, con la finalidad de posesionarse entre los más competitivos, en ese escenario, es menester crear desde los diferentes espacios económicos la mejor opción que coadyuve a mejorar la prestación de servicios, es por ello por lo que,

haciendo una analogía entre Ecuador en relación con otros países de Latinoamérica, se pueden establecer las siguientes consideraciones.

En países de América Latina, la falta de acceso a ofertas financieras es alta, dado que solamente el 54% de la población adulta en la región tenía una cuenta bancaria en 2017. (Bank,2021).

Este dato nos conlleva a meditar el porqué de este descuido si cabe el término, es evidente que en este tiempo mientras otros países en desarrollo se consideran ya a los menores de edad para aperturar una cuenta bancaria, en América latina incluido Ecuador se mantenía anclado en el tiempo, hoy comprendemos que incluso los niños pueden iniciar con el peque ahorro, encaminados a conocer, se organicen y desarrollen una visión de economía para su futuro.

En consecuencia, de acuerdo con él informa del Banco Mundial (2018), alrededor de 1.7 billones de adultos no tenían acceso a servicios bancarios y carecían de una cuenta básica para realizar transacciones financieras. Esta situación se debía a diversas razones, como falta de recursos económicos, altos costos asociados, falta de instituciones bancarias, exceso documentos solicitados y un déficit de confianza en los usuarios que brindan servicios de carácter financieros. (Zhang, 2020).

Por lo antes expuesto, dentro de la investigación se confirma que, si en Ecuador estábamos rezagados, otros países de Latinoamérica también tenían baja oferta de servicios bancarios debido a gran parte por la tecnología, y la falta de confianza de los sistemas financieros, es por ello que, este estudio nos conlleva a potenciar la participación ciudadana y que los usuarios conozcan que depositar su dinero recibe un rédito económico y que hay seguridad en la entidad.

Como resultado de estas circunstancias, limitaciones económicas, barreras

geográficas o historial crediticio, crea a la Fintech una oportunidad para ofrecer soluciones innovadoras y accesibles, impulsados por plataformas y canales digitales, que agilizan procesos y eliminan trámites burocráticos, haciendo posible un acceso amplio y transparente a la contratación y gestión de inversiones.

La praxis ha demostrado que brindar comodidad y buen servicio al cliente genera mejor atención, ganancias y actualizarnos digitalmente, potenciando este estudio donde nos dirigimos de lo que tenemos y nos proyectamos a crear un producto que sea aceptado en el mercado por su agilidad, comodidad y asertividad como es una Fintech con otros servicios de los existentes.

Por lo expuesto confirmo mi justificación aduciendo que estas empresas de tecnología financiera apuntan hacia la competitividad y expansión de la gestión de inversiones, "al impulsar la productividad en los países, se genera estabilidad económica y un aumento en la intermediación financiera" (Dorfleitner, 2017)

Delimitación o Alcance

La investigación es el medio de conocer el presente y proyectarnos a futuro, es la inducción que va desde lo indispensable al objeto en desarrollo, ante esta premisa, es necesario enfocarnos en las Fintech que ya tenemos en nuestro entorno, América, las formas operativas los alcances y las influencias a otros, no sin antes identificar las limitaciones, entonces conociendo la realidad es propicio el extender a clientes desde las diferentes entidades bancarias y más.

Por lo expuesto, es menester indicar que las empresas de tecnología financiera están atrayendo el interés de numerosos inversionistas a nivel mundial. Según Fintech Futures, informa que cerca del 50% de latinoamericanos no utiliza productos /o servicios de índole bancaria (Solis, 2018), lo que nos representa una excelente oportunidad para nuestra

expansión y oferta de gestión de inversiones en plataformas digitales de manera eficiente, recibir recomendaciones personalizadas y acceder a información actualizada del mercado.

El alcance consiste en generar una reflexión acerca de la relevancia que las Fintech tienen en el presente y explorar diversas vías para impulsar su desarrollo en conjunto con un enfoque en la inclusión financiera.

Las inversiones conocemos que es lo que aspira atraer no solamente las entidades bancarias, sino todas las empresas a nivel de país, generando empleo y progreso económico.

CAPITULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La realidad vivenciada y su trayectoria ha enseñado que, la era del conocimiento tecnológico es infinito, los avances surgen continuamente y la necesidad de priorizar mano de obra, tiempos y servicios operativos que generen ganancias a las empresas es lo ideal, desafortunadamente en nuestro país, seguimos imitando modelos de otras latitudes, por ello, sin desestimar nuestros saberes el momento es ahora, de crear y plasmar nuestros propios sistemas de acuerdo al número de habitantes, la cultura y la magnitud del sistema.

Se considera que el surgimiento de una sociedad depende fundamentalmente del sector financiero y productivo. Ha habido una disrupción considerable en las finanzas de índole digital aplicadas tanto a bienes como procesos en donde se pretende introducir la tecnología financiera (Fintech), que es el procedimiento que emplean las industrias financieras para llevar a cabo su negocio en el ámbito tecnológico. Por ello, la evolución y avances han sido imperativos en este sector, la conexión y el crecimiento explosivo de Internet han permitido facilitar el acceso a estos medios. El sector bancario ha estado a la vanguardia de todos estos desarrollos técnicos durante mucho tiempo, lo que les ha permitido experimentar con estos modelos de negocio (Rentería et al., 2018).

La frase "Fintech" se refiere a un fenómeno en el que las TI hacen posible las innovaciones financieras y conducen a nuevos productos, servicios y/o intermediarios financieros. Este nuevo modelo de negocio pone a prueba a los proveedores de servicios financieros porque presenta nuevas opciones para una clientela más joven y experta en tecnología, lo que da como resultado una rotación de clientes por nuevas alternativas y una participación de mercado compartida con estos actores. Nuevas formas de

desintermediación y nuevos rivales se aprecian en todas las funciones comerciales relacionadas con los servicios financieros, y las Fintech influyen en la evolución de los bancos y su necesidad de digitalizar estas tareas. En esta situación, los que lideran esta industria intentan proporcionar bienes y servicios financieros flexibles, rentables, personalizados e inteligentes en un esfuerzo por brindar niveles más altos de servicio al cliente (Barrera et al. 2021).

Ramírez, (2008), menciona que “se trata de una mentalidad administradora cuya finalidad de es proporcionar la excelencia en cada una las áreas que beneficien a los clientes sean estos productos o servicios”, de acuerdo a este autor son 2 puntos que se involucran y definen la excelencia de una organización, por un lado, la calidad debe ser extendida a toda la organización y a todos sus procesos internos y externo, y por otro lado, la calidad la define el cliente. (pág.136).

Hoy en día, el enfoque en la calidad se ha integrado de manera efectiva en las empresas, lo que ha llevado a mejorar la misión y visión de las organizaciones. Esto implica la renovación de sistemas, la mejora de procesos, la reorientación, la reestructuración e incluso la reingeniería cuando sea necesario. El objetivo principal es garantizar que lo que se planea hacer se cumpla de manera oportuna y satisfactoria para los clientes.

2.1.2. Definición de Fintech

Abrir este tema denominado Fintech, es conocer lo que gestiona o realiza este segmento, en donde se integra por medio de organizaciones Fintech se refiere a un sector en evolución que utiliza a su favor la tecnología como herramienta para la automatización de servicios cuyos procesos tengan finalidad financiera. En este ámbito, el enfoque está en satisfacer las necesidades tanto de quienes ofrecen estos servicios como de los clientes que

se benefician de ellos, ya sean individuos o empresas.

Puntualmente una Fintech, es relativamente parecida a una aplicación utilizada por el móvil, en otras palabras, una app móvil, que ha sido creado en base a diferentes estudios de inversión, hoy en día, el uso creciente de tecnología en el ámbito financiero ha dado paso a la conversión de esta industria, misma que se espera siga creciendo de forma acelerada en los próximos años según los reportes de finanzas, estos hacen aseguraciones indican que el sector bancario y financiero tomará decisiones colectivas sobre el uso de estas nuevas TI, por un lado, puede darse la adquisición y por otro lado, puede darse la asociación para obtener una nueva mentalidad a la hora de digitalizar sus procesos. (Maestre, 2022).

Por lo expuesto, abrir este campo del servicio y conocimiento digital nos traslada a estar en igualdad de condiciones con otros países, que ven de una forma holística los excelentes servicios que nos procuran las Fintech.

2.1.3. Objetivos de las Fintech

El mercado financiero enfrenta varios retos con la aparición de las TI y su constante evolución, por ende la reinención de este mercado es y será variable para esta y las futuras sociedades. La llegada de actores recientes en el mercado, como las empresas de tecnología financiera, ha motivado que las pymes actualicen sus para evitar su obsolescencia. De acuerdo con (Morales, 2019) en el contexto financiero actual, “la figura de las tecnologías financieras en las pymes, como las Fintech, ha impulsado a las compañías tradicionales a asumir nuevos desafíos”. Estos desafíos incluyen la necesidad de posicionarse como proveedores de servicios financieros innovadores, agregando valor a los servicios existentes y simplificando procesos que antes involucraban múltiples intermediarios. Asimismo, buscan lograr una mayor eficiencia en cuanto a los costos, hacer

que los productos financieros sean más accesibles y transparentes, y finalmente, proporcionar soluciones mejoradas a las personas aprovechando las oportunidades que brinda la tecnología.

En la siguiente figura, se puede ver la evolución del sector:

Figura 1. *Evolución de las Fintech.*



Fuente: Mastre, R. J. (2022). *El futuro de las finanzas.*

Autora.

2.1.3.1. *Qué son y por qué se consideran como el futuro de las finanzas Sectores Fintech*

De acuerdo con Noya (2016) esta industria está mostrando una creciente tendencia a forjar colaboraciones entre la banca y las Fintechs con el objetivo de transformar a estas nuevas compañías en socios en lugar de verlas como adversarios, como se realizaba con

anterioridad. Se ha comprendido que brindarles apoyo es crucial para su éxito, en contraposición a considerarlas como amenazas que, de lo contrario, estaban condenadas al fracaso.

Al tener un abanico de oportunidades para este nuevo sector lo hace atractivo para las personas que estén interesadas en sumergirse en el segmento de las finanzas digitales realizando un sin número de operaciones y asimismo ver el beneficio en tiempo real. De acuerdo con Rubaceti & Sepulveda (2022) “estos cambios tecnológicos han inducido a los usuarios a sumergirse con la tecnología financiera a fin de encontrar beneficios más accesibles”, como los “créditos en línea”, “crowdfunding”, “banca móvil”, “blockchain”, “compra – venta de criptomonedas”, pagos móviles”, “inversión”, etc., Es evidente los múltiples beneficios que las Fintech nos prestan permitiendo en cada usufructuario el interés por socializar los alcances de cada asistencia.

2.1.3.2.El futuro de este sector

Desde el 2008 se ha ido sumergiendo las nuevas tecnologías financieras, es decir que desde ese año ya se evidenciaba un nicho que manejaba cerca de 1,000,000,000 millones de dólares a escala mundial, para el 2013 estos valores se triplicaron según menciona Accenture. Para el 2018 el mercado Fintech sobrepasaba los 127,000,000,000 millones de dólares, finalmente, en 2022 se espera que aumente al menos en un 24.8%.

En lo que respecta al próspero futuro de la industria Fintech, hemos llevado a cabo un análisis exhaustivo de un sector que, solo en España, cuenta con más de 376 empresas para fines de 2021. De acuerdo con IEBS (2020) “esta industria se caracteriza por una creciente demanda, utilidad y un incremento constante en las oportunidades que ofrece”.

Por otra parte, podemos constatar que, uno de los desafíos más latente es la regulación de la captación de usuarios y dinero de éstas, al no tener una ley como tal en muchos países podría darse el caso que se utilicen para cometer algún tipo de delito financiero, por ello los países donde ya se usan Fintech empezaron a regularizar esta actividad, por ser una oportunidad para inversionista y emprendedores, en este sentido NGU (2020) manifiesta que: “tener la habilidad para desarrollarse en un sector nuevo financiero hace que estos empresarios tengan una postura más real y segura de la industria que cada día va en aumento”.

2.1.3.3.Principales empresas del sector Fintech

De pronto, no es el futuro sino el presente de las finanzas, que estas empresas han supuesto en el mercado, es evidente que su usabilidad ha permitido su subsistencia y por ende ser parte de millones de usuarios. La transformación digital ira dejando una huella sobre todas las áreas, incluido el manejo de las finanzas. Las startups que en sus inicios eran valientes emprendimientos, ahora mismo son consideradas modelos a seguir para la banca tradicional, quienes están enfocando sus esfuerzos en apoyar su desarrollo digital.

Según el estudio de MAESTRE, (2022) existen muchas, pero las que más resaltan son:

Finizens. – su especialización data en la gestión de patrimonios, donde su enfoque está direccionado al asesoramiento y la gestión de carteras automatizada se adapta a las circunstancias individuales de cada cliente.

Inbestme. - Proporcionan una variedad de servicios que incluyen inversiones digitales y automatizados, como carteras que incluyen FDI, ETFs y Planes para pensiones NBext, esta iniciativa es pionera en el mercado porque ofrece nuevas alternativas a este

sector con el objetivo de empoderar a las personas en la gestión más eficiente de su dinero.

Finanbest. - Una app que se usa como intermediación para fondos que serán de inversión, estos servicios se ofertan tanto a organizaciones como a usuarios particulares, como lo destaca un renombrado periódico económico.

Fintonic. - Mediante esta plataforma, se puede centralizar todas las cuentas en un único lugar y realizar un análisis integral de los ingresos y gastos, además de recibir alertas personalizadas para efectuar cobros y vencimiento de seguro.

2.3.1. Principales tipos de Fintech

En un estudio llevado a cabo en España por Rioja (2023), se revela que las empresas de tecnología financiera ofrecen una variedad de múltiples servicios a sus stakeholders. Según la Asociación FinTech de México, las verticales más significativas de esta industria son los "*Medios de pago y transferencias*", que abarcan las plataformas de pago y la facilidad para efectuar transferencias internacionales.

En el sector de servicios financieros, se destacan por tener varias áreas de importancia. Las empresas de infraestructura financiera ofrecen una variedad de múltiples servicios, como la evaluación de clientes y la gestión de riesgos hasta la ciberseguridad y la contratación electrónica. Además, de otorgar créditos de forma digital, disponibles a través de plataformas en línea, brindan a los usuarios acceso a préstamos. Por otro lado, las soluciones para empresas incluyen el desarrollo de software de contabilidad y herramientas de gestión financiera. Las finanzas personales y la asesoría financiera son esenciales, con entidades que ofrecen orientación en cuestiones financieras personales, incluyendo comparadores y asesores automatizados. Los mercados financieros digitales funcionan como intermediarios en transacciones de valores y divisas en entornos digitales.

Finalmente, el crowdfunding, o financiamiento colectivo, permite la recaudación de fondos mediante donaciones, ya sea de manera altruista o a cambio de recompensas relacionadas con proyectos específicos. Estos componentes abarcan un sin número de servicios y herramientas digitales en el área financiera.

InsurTech

Por un lado, está el servicio de criptomonedas, mismo que se vincula con la minería y la compra-venta - compra. Por otro lado, las instituciones financieras digitales. Para aclarar el término vertical o la verticalización en un negocio nos conlleva a expresar que es una estrategia empresarial con el fin de ser especialistas en ventas y comercialización, tanto por sectores o por funciones.

2.1.4. La nueva banca en Latinoamérica y las Fintech

De acuerdo con un análisis de investigación con datos reales. (Giler, 2023) nos indica que los startups en Fintech globalmente elevaron USD 79.000 millones en capital de riesgo en 2022, un 38% menos que el año anterior, pero el doble que antes de la pandemia. Durante el último trimestre de 2022, hubo 33 acuerdos de capital semilla para las Fintech en Latinoamérica.

En Ecuador, los corresponsales no bancarios (puntos de servicio) han ayudado a acrecentar nuestro bajo nivel de bancarización, especialmente en el área rural. Las Fintech y los bancos digitales pueden tener un rol aún mayor. Hace un año, NuBank, (Brasil), un banco digital, debutó en el New York Stock Exchange (NYSE), con un listado simultáneo en Brasil, para obtener USD 2.800 millones en capital de riesgo, vía una oferta pública de acciones (OPA). Esta OPA atrajo el récord de 800 mil inversionistas minoristas en Brasil para sus Brazilian Depository Receipts (BDRs) Ya por mucho tiempo

NuBank había atraído fuerte inversión privada, llegando a tener una ronda de financiamiento de capital de riesgo Serie G (la primera es la Serie A).

Parte de la razón detrás de la OPA era incrementar la valoración empresarial de NuBank para evitar convertirse en un blanco de adquisición por parte de un banco regional o de una empresa de tecnología global. Esto le ha permitido a NuBank conseguir expandirse como el financiamiento que tiene para ampliar su crédito en Colombia de USD 150 millones. Aunque Colombia representa medio millón de usuarios en su base de potenciales clientes de más de 70 millones de personas.

Las Fintech en Latinoamérica se desglosan por país en número así:

- Brasil: 689
- México: 486.
- Argentina: 273.
- Colombia: 270.
- Chile: 179.
- Ecuador 55

Las Fintech son consideradas como empresas que realizan actividades en el segmento financiero así lo describe el Banco Central. En Ecuador, según el Radar Tech Startup, hay un total de 55 empresas Fintech en operación.

2.1.5. ¿Cuántas Fintech hay en Ecuador?

En Ecuador, únicamente el 51 % de su población forma parte del sistema financiero, según menciona Caballero & Trivelli (2018). Hasta agosto de 2020, se han registrado 243 startups en el país, el 16% están relacionadas con Fintech y han contribuido a la creación de 484 puestos de trabajo, como se observa en la siguiente figura.

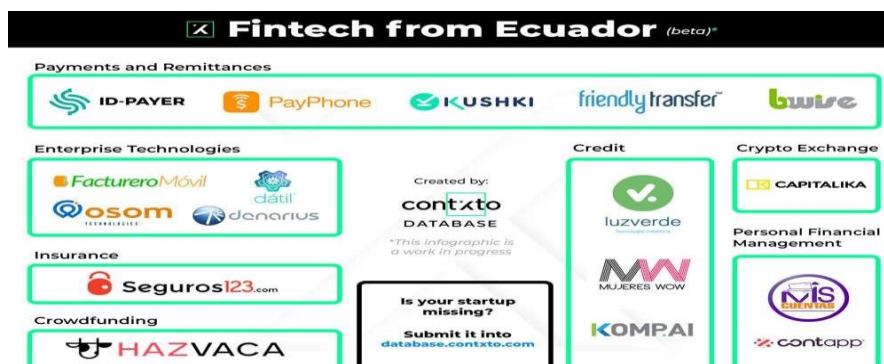
Figura 2. Fintech en Ecuador



Fuente: Mastre, R. J. (2022). *El futuro de las finanzas*.
Autora.

Como se denota, tenemos aquí algunas de las Fintech que operan actualmente en Ecuador, y por supuesto cuantas de ellas se desconoce su ubicación y los servicios que ofrece, porque la parte digital no la manejamos como se requiere, por ello, es conveniente robustecer la sabiduría del conocimiento tecnológico, mismo que brinde comodidad y prontitud en los procesos bancarios.

Figura 3. Otras Fintech en Ecuador



Fuente: Mastre, R. J. (2022). *El futuro de las finanzas*.
Autora.

Es evidente que nuestro país tiene el más bajo porcentaje, por lo que es

importante este estudio que viabiliza y fortalecer un servicio que en otros estados posee más cobertura. La mayoría de estas Fintech están en las secciones de cancelaciones y préstamos, en México, este crecimiento ha sido por el aumento de metodologías de pago en el ámbito del comercio electrónico o e-commerce.

Estos métodos de pago en Latinoamérica son:

- 36,5% tarjeta de crédito.
- 19,8% wallet (billetera) digital.
- 16,3% tarjeta de débito.
- 9,5% transferencia bancaria.
- 5.5% efectivo contra entrega.
- 12,4% otros.

En esta categoría se destaca PIX un sistema de pago digital que Colombia y Uruguay están considerando importar.

Esta investigación nos permite tener un conocimiento más amplio de las Fintech en el contexto ecuatoriano y su relación con otros países del mundo, confirmando que nos falta por crecer en tecnología estamos rezagados y, es importante prestarle afán, con la finalidad de mejorar la parte tecnológica en relación con servicios bancarios que permitan celeridad a los procesos y mejoras al usuario.

En Ecuador, las empresas Fintech operan en un entorno donde se realizan numerosas transacciones y transacciones por Internet mediante tarjetas de crédito, débito y prepago. Además, existe una regulación establecida por la entidad competente en la Resolución No. SB-2019-379, que aborda temas regentes a la seguridad que se debe de proporcionar a la información, así mismo para las sanciones que deben ser expuesta a las

distintas entidades que prestan servicios auxiliares dentro del sistema financiero. Sin embargo, es importante señalar que aún hace falta mayores regulaciones dentro de las Fintech, neobancos y bigtech en el país.

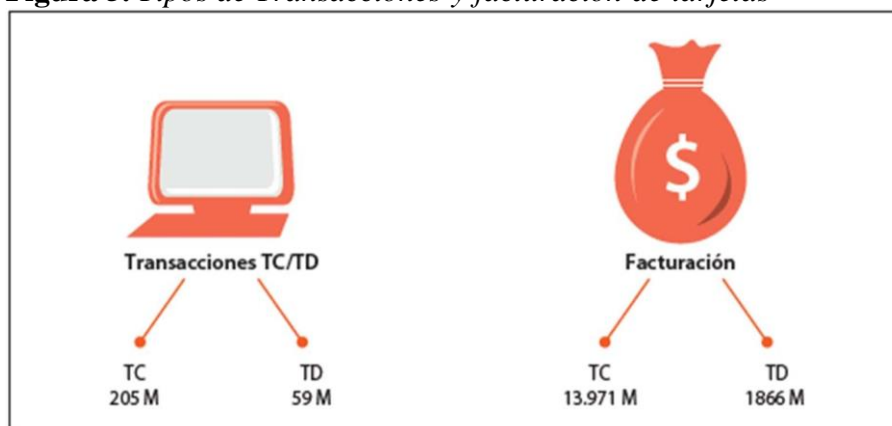
Figura 4. *Tipos de servicios financieros de acuerdo a su naturaleza*



Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador (2019).
Autora.

Es importante acotar observando la figura, que los servicios financieros existentes de alguna forma son limitados, he ahí la intensión de cubrir más productos en pro de la comodidad del cliente, permitiendo ampliar el abanico de vías de acceso tecnológico

Figura 5. *Tipos de Transacciones y facturación de tarjetas*



Fuente: Superintendencia de Bancos del Ecuador (2019).
Autora

En consecuencia, estas compañías están impulsando la economía del país y es fundamental continuar promoviéndolas, siempre y cuando se establezca una regulación adecuada que evite trámites con excesiva documentación.

Tabla 1. *Fintech y su regulación en Latinoamérica*

PAÍS	REGULADAS	APROXIMACIÓN REGULATORIA
Colombia	No	-
México	Si	La mayoría de las actividades se encuentran regulada en la Ley Fintech.
Ecuador	No	-
Brasil	No	La carga regulatoria recae en las Fintechs que empiezan sus actividades.
Colombia	No	-
Argentina	No	-
Chile	No	Ciertas modificaciones a las regulaciones sobre ciberseguridad.
Panamá	No	
Perú	No	-
Costa Rica	No	-

Fuente: Lloreda C. & Co. (2019).
Autoras

Es evidente que no todas las Fintech están reguladas en las jurisdicciones que funcionan y de alguna forma, es un limitante para quien las oferta y las utiliza, ya que conducen a la inestabilidad de decisión para considerarlas, lo que sí es acertado que al estartrabajando es debido a que son necesarias y se requieren.

Finalmente y no menos importante conforme lo establecido por (Rentería et al., 2018) la digitalización en sistema financiero fue desarrollado a través de enfoques estratégicos, organizacionales y sistemas, integrados por canales únicos para los clientes, acortando los procesos de comunicación e integración física y adaptándose a medios digitales, con sistemas de integración parciales e internos que facilitan el manejo y la

accesibilidad a las plataformas digitales, buscando el consumo online y búsqueda de las Fintech.

Además, estas apps ayudan a mejorar el servicio, pues al ser online los clientes pueden acceder a ellas en cualquier horario, asimismo tienen mayores niveles en donde se personalizan la adquisidor de estos productos y servicios \ y análisis de big data (gran volumen de datos), finanzas de inclusión, que son nuevas oportunidades para las personas, brindando transparencia, reducción de costes o recorte de intermediarios y, lo que es más importante, accesibilidad a la información, eliminación de restricciones geográficas y de tiempo, eliminación de la necesidad de intermediarios y posibilidad de aceptar pagos online(Barrera Rubaceti et al., 2021).

Debido a que las sucursales bancarias están diseñadas para servir como canales alternativos de comunicación de los clientes con el banco mediante la integración de sistemas de pago electrónico y herramientas como: banca en línea, banca móvil y aplicaciones, las Fintech tienen un impacto en el desarrollo bancario y su necesidad de digitalización (Rentería et al., 2018).

2.1.5.1.Cultura

Hoy en día, se reconoce que uno de los procesos más importantes es para la empresa es sin duda la forma en como gestionan la calidad y poder mantenerse competitivas en los mercados, tanto en lo local como internacional. La competitividad, la adopción de nuevas tecnologías y el talento humano son factores clave en esta filosofía de administración.

En este sentido, resulta relevante examinar las contribuciones de diversos autores

en lo que respecta a la Cultura de la Calidad Total, con el fin de obtener una clara e integral información respecto de este tema.

Para comenzar, "la cultura se define como un conjunto de valores y creencias que son generalmente compartidos, ya sea de manera consciente o inconsciente, por los miembros de una comunidad o sistema cultural". Un sistema cultural se refiere a un grupo de personas que comparten estos valores y creencias, y que se manifiestan de diversas maneras, como se describe por Mendoza (2000).

Continuando con esta breve historia de la administración de la calidad total, Gutiérrez (2005) aporta la idea de que, en los años 80, se consideró la importancia sobre la estrategia de calidad y la satisfacción del cliente. Fue en este periodo cuando las empresas comenzaron a implementar programas que permitían analizar y validar el cumplimiento de la gestión sobre la calidad como una estrategia que podría contribuir para mejorar su competitividad.

En consecuencia, con los aportes de importantes autores que hemos consultado, mismos que hacen presencia abriéndonos un espacio de conocimiento, es necesario tomar como base lo que tenemos y proyectarnos a un futuro promisorio, donde la tecnología y los avances en este universo digital nos prepara y, con la pericia de buenos emprendedores, hicieron estudio de mercado, fortalecer lo mejor y crear un sistema eficiente, y sea un referente que habrá la brecha a nuevos investigadores siendo un referente a seguir.

2.1.6. Marketing DD

Es una estrategia para trabajar en línea, lo que implica la comunicación directa y personalizada con los consumidores o clientes potenciales a través de los distintos canales

digitales, tales como las RRSS, emails, mensajes de texto, y otros medios digitales. Esta estrategia se centra en establecer una conexión uno a uno con la audiencia, entregando contenido, ofertas o mensajes específicos adaptados a las necesidades e intereses individuales de cada receptor. (Luque et. al. 2018). El marketing digital directo busca crear interacciones personalizadas con el fin de generar respuestas directas y medibles, como conversiones, ventas o participación del usuario, a menudo empleando técnicas como la segmentación de la audiencia, el email marketing, y la automatización de marketing para optimizar los resultados.

2.2. MARCO CONTEXTUAL

Hablar de contexto es puntualizar lo existente en tema de Fintech a nivel de nuestro país, es decir de las ciudades que están operando, por ello, como preámbulo es necesario acotar que. Se emitió una normativa que permite la libre regulación de las actividades para las Fintech que tengan sede en Ecuador por medio de la Resolución JPRM-2023-014-M el 7/08. Esto ocurrió después de la publicación de la Ley Fintech en la fecha 22 de diciembre de 2022, la cual fue aprobada por el legislativo (Universo, 2023).

En Ecuador ya coexisten sociedades que facilitan estos servicios los cuales se fundamentan en Fintech, su operación se basa de forma ilegal hasta cierto punto pues no había una normativa definida y entendida en la materia para su correcto funcionamiento.

Es pertinente conocer que esta ley fue publicada en el Registro Oficial, contribuyendo así a fortalecer el servicio y su funcionamiento paso a ser legal, en 2022, Ecuador ocupó el 7mo. lugar en Latinoamérica entre las naciones en términos de la cantidad de empresas Fintech en su territorio. En 2021, se registraron 60 Fintech operando en las ciudades principales del país. El 38 % se enfocan en gestionar finanzas dentro de las

pymes, principalmente en la transición de facturación física a electrónica. Las actividades de pagos digitales representan el 15 % del total, mientras que el crowdfunding o financiamiento colectivo abarca el 11 %. En el período entre 2017 y 2020, estas empresas en Ecuador experimentaron un impresionante crecimiento del 77 %.

Esto nos hace entrever que al haber pasado el filtro correspondiente y siendo aprobadas garantiza su presencia y funcionamiento.

La nueva norma asigna dentro del capítulo 3 a la descripción, servicios y el funcionamiento de las organizaciones de pagos (Sedpes), las cuales serán las encargadas de llevar a cabo las actividades en Ecuador.

La normativa establece que las diligencias de estas empresas se centran en la admisión de recursos con el único propósito de ser facilitadores de pagos y transferencias de valores a través de medios electrónicos autorizados de pagos, así como en el envío y recepción de giros financieros, según lo reportado por (Universo, 2023).

Es significativo saber que las compañías que desplieguen estas actividades estarán sujetas a la supervisión de varias entidades reguladoras, dependiendo de la naturaleza de la actividad. En particular, la Super de Bancos, la Super de Economía Popular y Solidaria, el Banco Central y la Supercia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) tendrán jurisdicción sobre ciertas áreas. Por otro lado, las actividades Fintech estarán reguladas por JPRF, excepto cuando estén relacionadas con el sistema de pagos, en cuyo caso la regulación corresponderá a la Junta de Política y Regulación Monetaria (JPRM). De esta manera, la JPRF y la JPRM elaborarán regulaciones específicas que deberán ser cumplidas y aplicadas por las demás autoridades mencionadas (Niubox, 2023).

Contextualizando la investigación es menester mencionar que en un concurso las

Fintech fue electa del “Digital Guayaquil”, de Acuerdo con Arenas (2020) “Ecuador es un país lleno de emprendedores” .

Comenzó en 2019 en respuesta a las continuas quejas de emprendedores y microempresarios que señalaban la escasez de financiamiento en sus sectores. En ese momento, el Global Entrepreneurship Monitor de Ecuador ya había sido publicado, y la encuesta revelaba que la falta de respaldo financiero era el principal obstáculo para el emprendimiento en el país (ESPAE, 2019).

Luego se generó la oportunidad de analizar una plataforma de crowdfunding chilena, y con esta idea regreso al país para agrupar a inversionistas que quieran invertir capital en emprendimientos que necesiten capital para su crecimiento y expansión (ESPAE, 2019).

Mediante nuestra plataforma en línea, brindamos a microempresarios y emprendedores de todo Ecuador la oportunidad de acceder a financiamiento. El proceso es sencillo, consta de cuatro pasos en los que los solicitantes proporcionan detalles sobre sus negocios y suministran información para su evaluación. Una vez que la solicitud es aprobada, su necesidad de fondos se publica en nuestro sitio web, donde personas de todo el país pueden visualizarla y contribuir en medida con una parte o todos los fondos que sean necesarios.

Nuestra labor se centra en asegurarnos de que las tasas de interés abonadas por quienes solicitan financiamiento se encuentren dentro de lo permisible, estipulado por la legislación vigente. Además, nos encargamos de la elaboración de la documentación necesaria para que la operación de financiamiento cumpla con los requisitos legales, y gestionamos la cobranza de los fondos en nombre de los inversores.

Adicionalmente, las estadísticas del año 2017 señalan que Ecuador ostenta la tasa más alta de startups de tal forma que se han tomado como referencia países de la región. En cierto sentido, las condiciones económicas del país han incentivado a las personas a explorar fuentes de ingresos distintas a empleos a tiempo completos.

A pesar de los avances, aún existen diversos aspectos que deben mejorarse para que el espíritu emprendedor pueda florecer plenamente en el país. Algunas áreas de mejora incluyen la reducción de la burocracia requerida para iniciar un negocio, la ampliación de los incentivos fiscales para nuevas empresas, mejoras de las circunstancias laborales en el ámbito emprendedor y la promoción de alternativas de financiamiento. No obstante, estamos cerca de la implementación de una Ley de Emprendimiento que, con suerte, abordará algunos de estos desafíos que han estado frenando el progreso del sector emprendedor (Arenas, 2020).

Cuando les preguntaron acerca de la posibilidad de expandirse a otros países, mencionaron que ven la oportunidad de ingresar a mercados en la región donde la regulación de nuestra industria es más estable y el tamaño del mercado es considerablemente mayor. A pesar de ello, en el corto plazo, nuestra prioridad es consolidar nuestra presencia en Ecuador, acumular más experiencia y convertirnos en líderes en la industria Fintech de Ecuador (Arenas, 2020).

Además, Calderón et al. (2019) señalan que: “han facilitado la conexión de más de 20 emprendedores con inversores locales, quienes han aportado más de \$200 en proyectos de otros emprendedores ecuatorianos que requerían capital para expandirse. En la actualidad, contamos con aproximadamente 100 inversores registrados en nuestra plataforma”.

Cuando se les preguntó acerca del significado de haber ganado el premio Digital Bank Guayaquil 2020, expresaron que, más que un simple reconocimiento, lo consideran como una manifestación de la demanda del público por soluciones superiores para problemas persistentes, como la falta de financiamiento en los sectores emprendedor y microempresarial.

En última instancia, destacaron que la experiencia en el Digital Bank les impulsa a continuar innovando, y esperan seguir desempeñando un papel significativo en el crecimiento de muchos emprendedores y microempresarios en el país.

2.3. MARCO LEGAL

Para ejecutar el proyecto (a criterio del Tutor, en función de empresa existente o proyecto), toda empresa por pequeña o grande que parezca debe sujetarse a un Marco Legal, mismo que garantice la fiabilidad para los usuarios, pudiendo este enmarcarse en múltiples lineamientos como la ley lo considere, con la finalidad que exista un organismo colegiado que se responsabilice por los servicios, pasando por un exhaustivo sistema de seguridad de ley.

La regulación y su correcto funcionamiento sin duda es uno de los retos más importantes por los que pasa el sector financiero de las Fintech. Los expertos sostienen que, para el crecimiento de estas, las naciones deben fortalecer su infraestructura regulatoria. Debido a que aprobaron la Ley Fintech 17 de México en 2018, es un modelo para América Latina en términos de regulación. Ecuador carece de una ley específica que regule las Fintech; en cambio, se apoya en el marco legal y jurídico existente para los servicios financieros, que incluye el COMF, las Normativas sobre Supervisión y Control estipuladas por la Superintendencia de Bancos, así como las regulaciones necesarias.

El financiamiento de las Pymes es esencial para su supervivencia. De acuerdo con el estudio de Orueta et al. (2017, pág. 57) menciona que las Pymes se mueven dentro de un marco genérico que se basa en dos premisas fundamentales: garantizar su futuro funcionamiento y maximizar su rentabilidad. La gestión financiera y la organización administrativa son esenciales para tomar decisiones y lograr un equilibrio adecuado. Muchas empresas, especialmente microempresas, no superan la falta de información y esto dificulta su acceso al financiamiento.

Es importante manifestar que un esquema legal puede proporcionar una visión clara sobre el marco legal de la constitución de una empresa Fintech en Ecuador en un marco general.

1. Estructura empresarial:

Se elige una estructura legal adecuada para la empresa Fintech.

Seguir los trámites para el registro y constitución de la persona jurídica ante las entidades competentes.

2. Cumplimiento Normativo:

Familiarización con las reglamentaciones financieras pertinentes, incluidas las leyes que rigen los servicios financieros, los valores y la protección del consumidor.

Cumplir con las leyes referentes a la protección de información que incluyen datos, así como también los derechos de los clientes denominados como consumidor.

Adherirse a las normas contra el lavado de dinero y activos que pueden requerir que implemente procedimientos de debida diligencia apropiados.

3. Licencias y Permisos:

- Se determina si las actividades requieren licencias o permisos específicos de las autoridades reguladoras, como la Superintendencia u otras agencias relevantes.
- Cumplir con los requisitos, como el procesamiento de pagos o la transmisión de dinero.

4. Protección de Privacidad y datos

- Cumplir con las leyes, regulaciones y normativas referente a la protección.
- Implementar las medidas que sean necesarias para una correcta protección de información y datos.

5. Protección de propiedad intelectual(marca, apps)

- Procedemos al registro en el SENADI para garantizar su protección legal.

6. Contratos y Convenios:

- Desarrollo de contratos y acuerdos legalmente sólidos para las operaciones Fintech, incluidos los términos de servicio, las políticas de privacidad, los acuerdos de usuario y los acuerdos de asociación.
- Asegurar el cumplimiento de las leyes contractuales ecuatorianas e incluir disposiciones que aborden las consideraciones legales específicas relevantes para su negocio Fintech.

7. Cumplimiento e informes:

- Instituir procedimientos para el cumplimiento interno reglamentario y las obligaciones de presentación de informes.

CAPITULO 3

3.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Varias compañías emplean las redes sociales para pedir financiamiento online.

Analiza cómo la interacción entre los atributos SM (Servicios Financieros) y los atributos de inversión en línea influyen en las decisiones de inversión de los usuarios.(Bruckner, 2023) La industria financiera lidera en adoptar tecnología innovadora.

La revolución digital en este sector no debería tomarnos por sorpresa. No obstante, es necesario reconocer que la prontitud de este cambio en los servicios financieros es notable, si es rápida altera la economía en general, a diferencia de otras industrias. El hito que marca la conexión evidente define el cambio antes y después de este fenómeno. (Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), 2019)

La investigación nos permite un variado campo de métodos para una investigación, en este caso han sido pertinentes los siguientes mismos que a continuación se detallan y la forma como sirvieron en mi investigación

Investigación Documentada. - se enfoca en la recopilación y selección de información (cualitativa) por medio de la investigación de documentos. En este contexto se buscó las fuentes más fiables, seguras y que conduzcan la creación de un modelo de negocio

De acuerdo con Hernández et al. (2018) “la investigación cualitativa se debe considerar qué métodos resultarán más apropiados”, es por ello que hay varios que dependiendo el tipo de estudio se pueden aplicar, como entrevistas, observación etnográfica, archivos de registro, entre otros, en función de tus objetivos y el contexto de tu investigación.

Investigación de campo se realiza en el área de investigación directamente de fuentes que tengan propósitos específicos. Hernández et al. (2018) mencionan que “se trata de un método que permite recolectar datos específicamente no numéricos, su objetivo es comprender, interpretar las observaciones e interactuar con las personas involucradas en la investigación”. El término "en el campo", hace mención a estar en el lugar donde ocurren los acontecimientos. A veces, se utilizan términos para ciertas investigaciones orientadas a la antropología y otros en sociología. Este tipo de investigación abarca una amplia gama de diligencias que hacen los investigadores con el fin de recopilar datos, incluyendo la participación, la observación, entrevistas con personas observadas y el análisis tanto de documentos como de objetos relacionados con el estudio.

3.2. Características

Posee un gran poder, ya que proporciona la oportunidad de presenciar las acciones reales de las personas en lugar de depender exclusivamente de lo que declaran (D, Tomás 2023).

La recopilación de datos en investigaciones se realiza de forma directa de fuentes originales, lo que permite un mayor control de la información reunida. Este enfoque suele resultar en un conocimiento más sólido que las empresas pueden emplear para tomar decisiones empresariales más informadas y acertadas.

Metodología y procedimiento en la recolección de datos

Según Werth (2023) es primordial obtener información de los elementos que contribuyen al éxito de Fintechen a través de un análisis de contenido basado en

taxonomía.

Con la integración de conocimiento teórico (iteración deductiva) y evidencia empírica (iteración inductiva), este enfoque taxonómico se conecta a una naturaleza iterativa destinada a simplificar la complejidad de la información dispersa. Como resultado, es una buena estrategia para ayudar a nuestro estudio basado en la literatura a destilar hallazgos y organizar el conocimiento existente sobre el éxito de una Fintech. (NoorUl Aina, 2019)

Las PYMES son relevantes por tener la capacidad de generar empleo y su rol complementario a las grandes empresas, lo que resalta la importancia de aumentar su eficiencia. Simultáneamente, el mundo está experimentando una transformación digital con la aparición de nuevas empresas tecnológicas, conocidas como Fintech.

Estos modelos de negocio aprovechan las tecnologías que van apareciendo en el mercado ya que le dan competitividad a la hora de ofrecer productos y servicios, asegurando una nueva estrategia para conseguir clientes nuevos clientes y son más eficientes y disruptivos (Alvarado, 2023). Después de analizar el impacto de Fintech y su desarrollo de las microempresas el resultado obtenido es del 80% buscan aumentar ingresos y reducir costo, mientras que, el 75% han manipulado alguno de estos servicios y meditan que esto tiene un gran impacto en su negocio. Además, las PYMES ven la tecnología financiera como un aliado estratégico para su crecimiento. (Alvarado Quito, 2023)

Diseñar la investigación para obtener la información necesaria y responder al problema planteado. Enfoque cuantitativo: investigación experimental y no experimental endiseño longitudinal. Finalmente, es crucial establecer los límites conceptuales y metodológicos de la investigación al definir su alcance. Un estudio cuantitativo puede

tener alcances exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. (Hernández, 2021)

CAPÍTULO 4

4.1. Desarrollo de la propuesta de investigación

Tabla 2 *CANVAS BUSINESS*

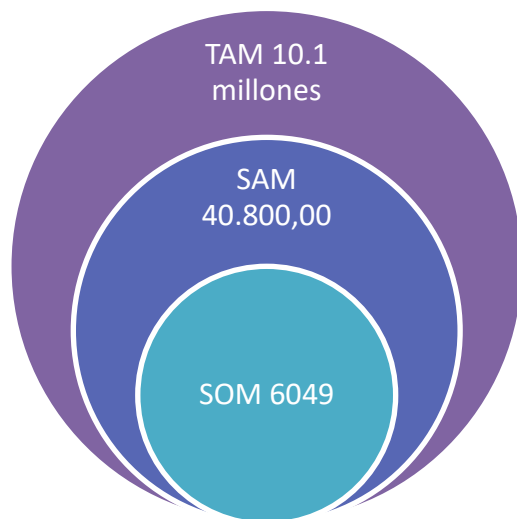
8. Red de Partners	6. Actividades Clave	2. Propuesta de valor	3. Relaciones con clientes	1. Segmentos de cliente
<ul style="list-style-type: none"> -Instituciones financieras. -Proveedores de seguridad cibernética. -Empresas tecnológicas para soluciones de software. -Gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo y mantenimiento de la plataforma tecnológica. -Análisis financiero y asesoramiento. - Marketing y adquisición de clientes. -Desarrollo de programas de educación financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Herramienta de gestión financiera personalizada. - Inversiones y asesoramiento financiero automatizado. - Facilitar el acceso a inversiones de forma segura, sencilla y ágil. -Ofertar las mejores tasas de interés en una sola plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> -Recompensas por fidelidad. -Servicios de planificación financiera. -Contenido educativo financiero. -Plan de inversión personalizada. -Programas de recomendación. <p style="text-align: center;">4. Canales de distribución y comunicaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plataforma web. -Aplicación móvil. -Alianzas con empresas tecnológicas y comerciales. -Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> -Personas o empresas a nivel de Latinoamérica que tengan la necesidad de aperturar una inversión. -Usuarios mayores de edad, que tengan posibilidad económica de realizar inversiones para consolidar sus riquezas financieras.
<p style="text-align: center;">9. Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sueldos y salarios. -Desarrollar y dar mantenimiento a la plataforma. -Gastos de marketing. -Costos de cumplimiento regulatorio. 			<p style="text-align: center;">5. Flujos de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gastos administrativos cobrados al cliente. -Tarifas por servicios de gestión de inversiones. -Tarifas a entidades financieras por alianzas. 	

AUTORA.

4.1.1. TAM SAM SOM

Uno de los propósitos de la Fintech es poder ampliarse a países vecinos como Perú y Colombia por ello se pretende realizar TAM SAM SOM de cada escenario, a continuación, se va a mostrar en el contexto ecuatoriano como está consolidado.

Figura 6 TAM SAM SOM ECUADOR



Fuente: Banco Central del Ecuador (2023). Indicadores de Uso de Personas del Sistema Financiero Nacional número y porcentajes 2019.IIT – 2023.IT. Pág. 9
Autora.

TAM (Total Addressable Market)

Es el mercado total en Ecuador que podría ser alcanzado por la Fintech, considerando que existen alrededor de 10.1 millones de usuarios que cuentan con al menos una cuenta bancaria. Esto representa el tamaño máximo del mercado al que la Fintech podría dirigirse en el año actual.

SAM (Serviceable Available Market)

El SAM es la parte del mercado que la Fintech puede atender con sus recursos y modelo de producción actual. En este sentido, el SAM es de 8.5 millones de personas que han aperturado cuentas de ahorros y corrientes, sin embargo, tan solo el 32% cuenta con al

menos un servicio financiero activo de inversión. Esto significa que, con los recursos actuales, se puede atender a esta cantidad de usuarios en Ecuador.

SOM (Serviceable Obtainable Market)

El SOM es la porción del nicho que ha logrado Fintech realmente ha adquirido en corto o mediano plazo. A partir de esto, la Fintech después de un año de funcionamiento ha obtenido 6,049 clientes.

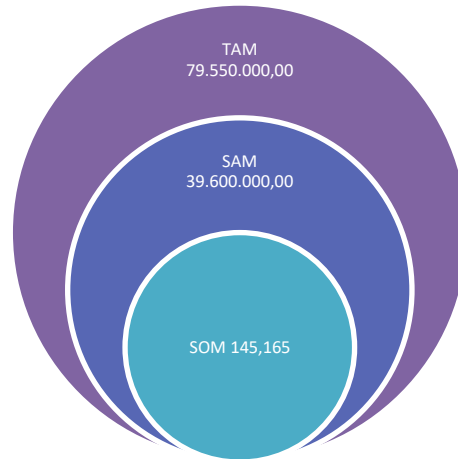
Para una mejor comprensión, se ha proyectado la tasa de penetración que se puede obtener en el mercado durante el primer año, como se ha expuesto con anterioridad también se pretende ampliarse Colombia y Perú, por ello se plantea los escenarios de forma acumulada:

Tabla 3 *Tasa proyectada de penetración en el mercado*

	ECUADOR	COLOMBIA	PERÚ	ACUMULADO
TAM	10.100.000,00	39.600.000,00	29.850.000,00	79.550.000,00
SAM	40.800,00	108.800,00	245.000,00	394.600,00
SOM	6.049	17.699.049	180.261	9.685
Tasa de penetración	14,82	16.267,51	73,58	2,45

Fuente: Datos de la investigación
Autora.

Figura 7 TAM SAM SOM Acumulado



Fuente: Datos de la investigación

4.1.2. Descripción de los servicios

El desarrollo de una Fintech orientada a la contratación y gestión de inversiones en línea, es crucial reconocer que existen múltiples segmentos en los que esta Fintech puede desempeñar un papel relevante. Estos segmentos comprenden:

Tabla 4. Segmentos

Segmento	Actividades
Banca Digital	Productos financieros siempre que sus distribuciones sean 100% digitales.
Pagos y Remesas	Pagos inmediatos en diferentes servicios, incluye envío
Crowdfunding	Plataformas para realizar inversiones
Gestión de Finanzas Personales	Asesoría financiera a personas naturales
Puntaje, Identidad y Fraude	Prevención de fraudes
Cryptomonedas & Blockchain	Soluciones blockchain e intercambio de criptomonedas
Gestión de Finanzas Empresariales	Asesoría financiera a empresas
Gestión Patrimonial	Asesorías financieras personalizadas
Préstamos	Plataformas de préstamos en línea
Seguros	Primas y seguros

Trading y Mercados de Capitales

Compraventa de divisas entre otros

Tecnologías Empresariales para

Sistemas financiero

Instituciones Financieras

Fuente: González et al. (2018). Milian et al. (2019). Lavallega(2020).
Autora.

4.1.2. Naturaleza del Negocio

En primera instancia la realización de replanificación de este tipo de plan de negocios tiene varios objetivos, sin embargo, el principal es impulsar la creación y desarrollo de una Fintech innovadora y accesible, diseñada para evolucionar el estilo en que se realizan las inversiones en línea. Pretendemos establecer una plataforma financiera líder que ofrezca a inversores y personas interesadas en hacer crecer su patrimonio, una experiencia sin complicaciones y eficiente para la contratación y gestión de inversiones a través de internet. Nuestro enfoque radica en la combinación de tecnología punta, análisis de datos y una interfaz de usuario intuitiva, con el fin de brindar a nuestros clientes las herramientas necesarias así como el conocimiento para tomar decisiones financieras informadas y exitosas en un mercado en constante evolución.

4.1.3. Misión

Ofrecer una opción de financiamiento accesible para personas mayores de edad con altas posibilidades económicas que busquen consolidar sus riquezas financieras en Ecuador y en América latina por medio del lanzamiento de su app virtual que es amigable y segura, garantizando la excelencia en las operaciones y respaldada por tecnología de vanguardia. Parte de la filosofía de "Simplificando" permite garantizar la invención y capacidad de manifestar la utilidad en nuestros servicios, estableciendo las premisas para la sostenibilidad en el desarrollo de las actividades. Esto refuerza la firmeza y el crecimiento

continuo que nuestros accionistas buscan en el negocio, al tiempo que promueve el desarrollo profesional y personal de nuestro talentoso equipo, enfocado en las experiencias de los clientes.

Tabla 5. *La misión y sus componentes*

Componentes	Análisis de la misión
Clientes	Personas o empresas a nivel de Latinoamérica que tengan la necesidad de aperturar una inversión y la posibilidad económica de realizar para consolidar sus riquezas.
Productos o servicios	Oportunidad de inversiones que permitan a los clientes obtener un rendimiento adecuado en sus inversiones, contribuyendo a su crecimiento financiero a largo plazo.
Mercados	En los próximos 7 años, nuestro mercado objetivo abarca los países de Ecuador, Perú y Colombia.
Tecnología	Tecnología innovadora para simplificar y mejorar la experiencia de la inversión, permitiendo a los usuarios que sea accesible y fácil de entender.
Supervivencia, crecimiento y rentabilidad	Sostener operaciones de alta calidad y una gestión eficaz que respalde la fortaleza y el desarrollo continuo del negocio.
Filosofía	Simplicidad que permita agilizar el desarrollo de las diligencias que se lleva a cabo en la plataforma.
Auto concepto	Operaciones financieras que se caractericen por su rapidez y efectividad tecnológica.
Preocupación por la imagen pública	Compromiso en la contribución de la inclusión social y financiera a nivel de Latinoamérica.
Inquietud con respecto a los empleados	Profesionales que se respalden en programas de capacitación y actualización, tener vocación para el servicio.

Fuente: Equipo investigador
Autora.

4.1.4. Visión

Ser líderes en América Latina en la transformación de la inversión y las finanzas, consolidando a los clientes en el control de su futuro económico, a través de un ecosistema financiero más inclusivo, accesible y transparente.

4.1.5. Valores de la empresa

Simplicidad: Simplificar las operaciones y ofrecer respuestas inmediatas con soluciones menos complejas.

Confianza: a través del desarrollo de tecnología para consolidar a los clientes y establecer conexiones sólidas.

Responsabilidad e integridad: Autenticidad en las relaciones con los clientes de manera responsable y correcta.

Orientación al cliente: basar en el cumplimiento de los procesos de tal forma que los colaboradores suplan las necesidades del cliente y en constante generación de valor para ellos.

4.1.6. Análisis situacional del proyecto. (Análisis PESTEL.)

Análisis Político

Ecuador, como país en desarrollo, enfrenta un desafío significativo en cuanto a su política pública de inclusión financiera, lo que limita el desarrollo de su economía financiera. La principal problemática radica en la inconstancia de las políticas gubernamentales, que cambian con cada nuevo gobierno, careciendo de planes a largo plazo. Además, persiste en mantener un sistema financiero que se basa en intermediarios institucionales en lugar de promover el financiamiento directo a través de los mercados financieros.

Es importante destacar que se encuentra en cambio presidencial en octubre de 2023

se eligiera nuevo gobernante, lo que podría potencialmente dar lugar a transformaciones en los sectores tecnológico y financiero, así como a la creación de un marco legal para la regulación de las empresas de tecnología financiera (Fintech). Actualmente, no existe una ley ni una entidad reguladora para este sector, lo que podría aumentar el riesgo de corrupción en la industria.

Adicionalmente, es relevante mencionar que Ecuador sufrió los estragos económicos dejados por la pandemia. Esta crisis dio lugar al cierre y suspensión de muchos negocios, lo que ha generado dificultades para que las empresas y las personas cumplan con sus obligaciones financieras. En este contexto, la prioridad del país será encontrar formas efectivas de hacer frente al impacto económico post pandemia.

Análisis Económico

Sáenz señaló en (2019) que la fortaleza del sector bancario en Ecuador, y en particular de pymes, les permite ofrecer numerosos beneficios a sus clientes, además de proporcionar productos y servicios innovadores a precios competitivos (pág.41). Sin embargo, al examinar detenidamente los datos, se puede notar que hay una mayor orientación hacia el financiamiento del consumo en lugar de la inversión, y que los depósitos superan a los préstamos otorgados.

Tabla 6. PIB del Ecuador

Años	% ahorro/PIB	% cobertura/inversión
1980	16%	77,80%
1990	20%	62,10%
2000	18%	36%
2010	17%	28%
2017	28%	23%
2018	29%	26%

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Además de lo mencionado, se debe considerar el impacto de la pandemia, que dejó a muchas personas sin ingresos, desencadenó una dificultad económica en el país. Por lo tanto, estos negocios denominados Fintech tendrá que enfrentar desafíos significativos. A inicios de la denominada pandemia, la agencia crediticia Fitch Group comunicó que Ecuador había bajado a una clasificación menor. Esto significa que el país es sensible a un incumplimiento de pago y depende de condiciones favorables en los negocios, la economía y las finanzas para cumplir con sus compromisos financieros (Ratings., 2018).

Análisis social

Se hace evidente la falta de soluciones en este tipo de servicios en el nicho financieros, y como resultado, aquellos ciudadanos que cuentan con la capacidad de acceder a dichos servicios y para ello han tenido que utilizar recursos propios para hacer frente a estas necesidades que han afectado el sector financiero y este no ha podido satisfacer completamente. Sin embargo, más allá de esta limitada diversificación, uno de los desafíos más significativos en términos de inclusión financiera es la pobreza. En el año 2019, un 38,1% de los ecuatorianos experimentaron situaciones de pobreza con múltiples carencias Ayala (2021). En base a este índice de pobreza, la confianza en algunas personas podría reducirse el interés en productos o servicios financieros.

Asimismo, el Banco Mundial estimó que un alto índices personas en todo el mundo, de pequeñas y medianas empresas carecen de acceso a servicios financieros esenciales y opciones de crédito. Este problema es tan significativo que se incluye como una prioridad, y es abordado como una prioridad por parte de gobiernos, reguladores y organismos internacionales de desarrollo (Banco Mundial, 2023).

Un desafío adicional comprende que la población carece de educación en el ámbito financiera, a pesar de que en 2018 algunos bancos implementaron programas de capacitación en este ámbito.

Análisis Tecnológico

La introducción de la industria Fintech representa un desafío significativo para el estado, empezando por la infraestructura que se encuentra en un estado precario, y la falta de apps digitales adecuadas para respaldar el desarrollo de las Fintech plantea obstáculos para lograr una inclusión digital efectiva.

Además, se está evaluando el uso de móviles con acceso a Internet y las plataformas que permiten llevar a cabo diversas actividades financieras. La tendencia a realizar transacciones a través de dispositivos móviles ha ido en aumento con el tiempo. En base al informe colaborativo de We Are Social y Hootsuite (Social & Hootsuite., 2020) hasta enero del presente año, el país contaba con un 89% de usuarios con conectividad móvil de la población total. Además, el número de usuarios de Internet en Ecuador al comienzo de ese año alcanzaba el 69% de penetración, es decir, alrededor de 12 millones de ecuatorianos. sin duda esta crisis hizo manifiesto la necesidad de la adopción de tecnologías avanzadas.

Análisis Ecológico

Las empresas Fintech contribuyen de alguna manera al sistema específicamente el financiero ecuatoriano más respetuoso con el medio ambiente, ya que aprovechan las herramientas tecnológicas para ofrecer servicios financieros más eficientes, reduciendo así la necesidad de utilizar los recursos propios del país. En otras palabras, al realizar trámites o solicitudes en línea, ya no se requiere el uso del papeleo tradicional ni desplazamientos a instituciones financieras.

La situación actual, marcada por el aislamiento que ha forzado a las pymes a realizar una constante innovación en la forma en que prestan sus productos o servicios, ha resaltado el impacto ambiental que generaban los diferentes sectores. Por lo tanto, esta es una oportunidad para adoptar nuevas herramientas que contribuyan al medio ambiente y su conservación.

Análisis Legal

El avance y la implementación de estas tecnologías han marcado de forma positiva en diversas industrias, pese a ello este sector no ha sido explotado. Las autoridades comprenden la importancia de establecer regulaciones que ayuden a respaldar la solidez y el crecimiento de este segmento. Conforme a lo indicado por Simone & Crespo (2018), en el año 2017 se promulgó una regulación de carácter general que aborda la definición, clasificación y medidas relacionadas con las actividades realizadas por entidades de servicios auxiliares en los sectores financieros tanto públicos como privados. Esta regulación fue promulgada por la máxima entidad reguladora en asuntos financieros y monetarios del país. Estas normativas permiten que los startups Fintech tengan la oportunidad de obtener la aprobación correspondiente por parte del organismo de supervisión y control bancario.

A pesar de la falta de una ley específica en el país que regule esta actividad, existen diversas facilidades que ayudarán en el crecimiento de estas compañías Fintech. Con miras hacia el futuro, es importante que la regulación evolucione en consonancia con el desarrollo de estas empresas.

En el contexto internacional, es importante tener en cuenta las Normas ISO 27001,

las cuales están diseñadas para asegurar la seguridad, confidencialidad e integridad de los datos, así como de los sistemas encargados de su procesamiento.

4.1.7. Análisis FODA

Considerando los beneficios y limitaciones que se identificaron a partir de los resultados previamente expuestos en relación con la opinión de los usuarios frente a estas nuevas organizaciones denominadas Fintech en el sistema financiero de Ecuador.

Tabla 7. Matriz FODA

OPORTUNIDADES	FORTALEZAS Servicio enfocado a la inclusión financiera. Moderniza la infraestructura Optimiza tiempo al atender requerimientos de los usuarios. Ofrece una variedad de servicios financieros.	DEBILIDADES Falta de confianza para algunos usuarios. Lento crecimiento por desconocimiento. Injerencia fuerte del sistema tradicional
Usuarios familiarizados con la tecnología. Permite aumentar la fidelidad de sus usuarios. No existen intermediarios.	Aprovechar las Fintech y sus innovaciones digitales para impulsar un cambio en el sistema bancario tradicional (nuevas formas de interacción económica y financiera).	La innovación para mejorar la experiencia del servicio al cliente por medio la banca digital.
AMENAZAS Riesgo por “delito cibernético” Falta de regulación puede generar comportamientos riesgosos	Internet una excelente máquina para la desintermediación, encontrar un enlace concreto de la cadena de valor.	Fomentar o elevar los niveles de alfabetización financiera entre la población de Ecuador

Fuente. Equipo investigador Autora.

4.1.8. Análisis de Mercadotecnia

El análisis de las 4Ps de una Fintech centrada en la accesibilidad para la contratación y gestión de inversiones en línea ayudará a comprender cómo esta empresa desarrolla su estrategia de marketing y se relaciona con su mercado objetivo.

Producto

- **Plataforma de Inversión en Línea:** El producto central es una app de uso en línea que permite a los usuarios acceder a una variedad de opciones de inversión, como acciones, bonos, fondos de inversión, y más. La plataforma es fácil de usar, segura y ofrece herramientas de análisis e información de mercado.
- **Accesibilidad y Usabilidad:** La Fintech se enfoca en hacer que la inversión en línea sea accesible para un público amplio, lo que puede incluir inversores novatos y experimentados. La usabilidad de la plataforma es fundamental para asegurar que los clientes puedan navegar y realizar transacciones de manera eficiente.
- **Educación Financiera:** Además de la plataforma, la Fintech puede ofrecer recursos educativos, como tutoriales, webinars y contenido informativo, que permita capacitar a los clientes acerca de sus inversiones.

Precio

La Fintech se compromete a ofrecer una política de precios transparente y altamente competitiva para brindar a los inversores un acceso accesible y eficiente a la plataforma. Los inversores pueden elegir algunas opciones de suscripción basadas en su nivel de

inversión. Esto incluye una suscripción que abarcan un amplio rango, desde un costo inicial de \$25, ideal para inversores de menor capital, hasta suscripciones proporcionales a montos mayores de inversión, lo que brinda flexibilidad y opciones a una amplia gama de inversores. La transparencia en la estructura de precios es fundamental para garantizar que los usuarios puedan tomar decisiones informadas y maximizar su rentabilidad.

Modelo de suscripciones

El modelo de suscripción ofrece a los inversores un enfoque flexible y escalable para acceder a los servicios, adaptándonos a diversas necesidades y capacidades financieras. A continuación, presentamos la tabla detallada de comisiones de suscripción, que abarca diferentes rangos de inversión, desde montos más modestos hasta inversiones considerables. Este enfoque proporciona a nuestros clientes la posibilidad de escoger la opción de suscripción que mejor se ajuste a sus objetivos de inversión y a sus capacidades financieras, garantizando transparencia y accesibilidad en nuestra oferta.

La opción "Al Toque" está diseñada pensando en los inversores que desean ingresar al mundo de las inversiones con un capital inicial más accesible, sin requerir un historial crediticio elevado. Esta alternativa ha sido concebida para que desean comenzar con un monto inicial relativamente bajo.

Tabla 8. Servicios y precios

PRODUCTOS/SERVICIOS	RANGO	COMISIÓN
Comisión de suscripción N1	1000-5000	100,00
Comisión de suscripción N2	50001-25000	350,00
Comisión de suscripción N3	25001-55000	600,00
Comisión de suscripción N4	55001-100000	900,00
Comisión de suscripción N5	1000001-500000	1.500,00
Comisión de suscripción N6	500001 en adelante	2.000,00
Al toque	10-999	25,00

Fuente: Análisis de mercado
Autora.

Plaza

- Sitio Web
- App Móvil
- Oficina
- Alianzas estratégicas con instituciones financieras para ofrecer sus servicios

Promoción

La empresa Ágil está actualmente en la etapa inicial de lanzamiento de su servicio al mercado objetivo. En este sentido, según Kotler & Keller (2012) su principal objetivo es “lograr un rápido reconocimiento y aceptación por parte de los usuarios”, alineándose a las estrategias que permitan una inducción a ese mercado.

Definición de Mercado Objetivo

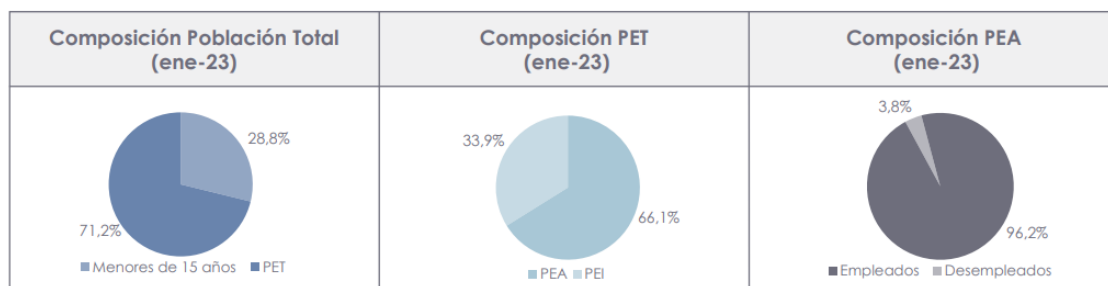
La Encuesta Nacional de Mercado nos brinda valiosa información para comprender y definir nuestro mercado objetivo. Si bien el buyer persona de "Ágil" se enfoca en características específicas del cliente, como Fintech, tenemos en cuenta que el mercado es diverso y dinámico.

Según datos informados por el INEC (2023), se observa que el 71,2% de la población se encuentra en edad de trabajar. De este grupo, el 66,1% participan en actividades económicas. Más aún, que son parte de la población que económicamente se encuentra activa, el 96,2% tiene empleo. Este panorama nos indica que una parte muy significativa de esta población que puede ser considerada económicamente activa y, por ende, forma parte de nuestro mercado objetivo.

Nuestros criterios para definir este mercado objetivo incluyen no solo la capacidad económica, sino también la condición de estar empleados. Entendemos que este grupo de personas puede estar interesado en nuestras soluciones financieras, y estamos comprometidos en ofrecerles servicios que se adapten a sus necesidades y expectativas.

Este enfoque en el mercado objetivo nos permite ser más precisos en nuestras estrategias de marketing y nos ayuda a proporcionar soluciones financieras relevantes para aquellos que forman parte de esta población económicamente activa.

Figura 8 *Composición de la población*



Fuente: INEC 2023.Indicadores Laborales.
Autora.

Plan de Adquisición y Retención

Como parte del plan de adquisición y retención de cliente se han definidos varios beneficios:

Beneficios para el usuario que paga la suscripción

- Cuando un usuario recomienda con éxito nuestra plataforma a otros, puede obtener descuentos en sus propias suscripciones, reduciendo así sus costos de inversión.
- Los usuarios que refieran con éxito a otros pueden desbloquear acceso a características premium o servicios exclusivos que mejoran su experiencia de inversión.
- Los inversores que son referidos por otros usuarios pueden recibir bonificaciones o incentivos adicionales en sus inversiones, lo que aumenta su potencial de ganancias.

Los inversores referidos pueden recibir asesoramiento financiero personalizado o acceso a análisis de mercado especializados para ayudarles a tomar decisiones informadas

Relaciones Públicas

- Establecer relaciones con medios financieros y blogs especializados para obtener cobertura en artículos y noticias.
- Participar en conferencias y ferias comerciales relacionadas con inversiones.

Servicio al Cliente de Calidad

- Ofrecer un excelente servicio al cliente para mantener la satisfacción de los

suscriptores de N3 a N6.

- Responder de forma oportuna las solicitudes de los clientes.
- Establece parámetros que garanticen una comunicación activa con los clientes a treves de los distintos medios de Ágil.

Programas de Lealtad

Pretendemos implementar programas de lealtad que ofrezcan ventajas exclusivas a los suscriptores de N3 a N6, como análisis de mercado personalizados o acceso a inversiones exclusivas, esta información se ha detallado como beneficios.

Plan de Marketing

Es importante manifestar que parte del triunfo de una empresa, depende de su capacidad para llegar a su audiencia de manera efectiva y persuasiva. Un plan de marketing bien estructurado se convierte en la hoja de ruta que guía a la empresa en la conquista de nuevos mercados, el fortalecimiento de relaciones con clientes existentes y, en última instancia, en la maximización de su crecimiento y rentabilidad.

En este plan de marketing, exploraremos las estrategias y tácticas que impulsarán el crecimiento y el éxito de “Ágil”, se ha establecido objetivos claros, identificando las oportunidades clave y delinearemos las acciones concretas que nos llevarán a alcanzar nuestros objetivos. Nuestro compromiso es lograr una conexión significativa con nuestros clientes, anticipar sus necesidades y superar sus expectativas.

Buyer persona

El buyer persona, o perfil de cliente ideal, es una herramienta esencial en otras palabra permite representar de forma ficticia el típico cliente, basada en datos

demográficos, comportamientos, necesidades y preferencias reales de la audiencia objetivo.

El objetivo del buyer persona es comprender a profundidad quiénes son los clientes ideales y cómo se relacionan con el servicio de Fintech.

Figura 9 Buyer persona



Fuente: Equipo investigador
Autora.

Competencia

En Ecuador, según el SRI, se encuentran legalmente registradas un total de 40 empresas Fintech. No obstante, de entre estas, destacan 8 que están especialmente relacionadas con la actividad llevada a cabo por Ágil.

Tabla 9 *Competencia directa*

STARTUP FINTECH	INICIO ACTIVIDADES	ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL
Kushki	10/4/2015	Actividades financieras y cobranzas.
Hazvaca	30/7/2015	Servicios de la recaudación
Mis cuentas	25/4/2016	Actividades de recopilación de información crediticia
Datil	22/3/2017	Actividades relacionadas en el ámbito financiero
Capitalika	20/6/2018	Actividades relacionada a casas de subastas exclusivamente al por menor
Crece Ecuador	30/8/2018	Actividades de carteras
Id-payer	16/1/2019	Transacciones financieras
Aval	28/1/2019	Actividades de recopilación de información crediticia

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Estrategias de Marketing

En primera instancia es importante segmentar el nicho de mercado al cual nos apuntamos:

Segmentación

Tabla 10. *Segmentación*

INFORMACIÓN	VARIABLE	SEGMENTOS
Geografía	Lugar de residencia	Ecuador
	Edad	Personas mayores de edad.
	Ingresos	Individuos de alto poder adquisitivo.
Demografía	Educación	Nivel superior
	Estilo de vida	Poseen redessociales y un alto nivel de confianza en el comercio online
Psicografía	Personalidad	Consolidar sus riquezas financieras.
Mercado objetivo	Rangos de suscripción	Centrarse en los usuarios interesados en las suscripciones N3 a N6.

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Posicionamiento

La estrategia se fundamenta en los atributos únicos que permitirán que la empresa se perciba como la opción preferida por parte de los consumidores:

- Especialización en suscripciones de N3 a N6
- Distribución de contenido para la educación financiera de mis clientes
- Mostrar la reputación y testimonios de mis clientes
- Diversificar el catálogo de productos
- Manejar precio competitivo
- Trabajar en conjunto para una Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

- Marketing Dirigido para suscriptores de N3 a N6
- Seguridad: Garantizando la seguridad en todas las transacciones y la protección de todos los datos de los usuarios.
- Agilidad: Brindando respuestas rápidas a las solicitudes de los usuarios, con un tiempo promedio de 20 minutos.
- Facilidad: Simplificando el proceso de registro, la cumplimentación de solicitudes y garantizando la accesibilidad a través de la web y dispositivos móviles.

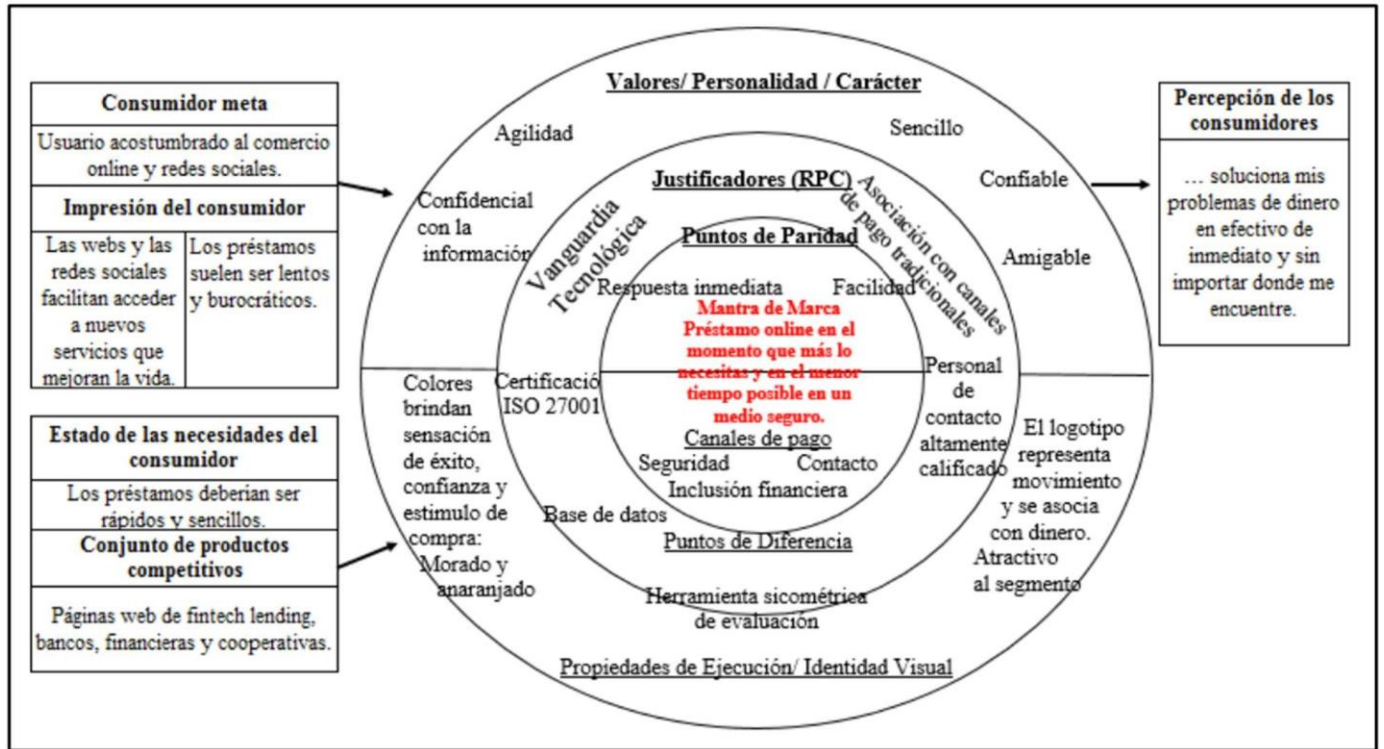
Los atributos de agilidad y facilidad colaboran en la creación del valor

"simplicidad", en todas las operaciones de la empresa

Marca

La marca "Ágil" se encuentra intrínsecamente ligada al servicio que presta y a las necesidades de sus usuarios. El diseño de su logotipo refleja de manera fiel sus valores y su carácter distintivo, mientras que su lema "Rápido y seguro" está orientado a satisfacer a su audiencia objetivo: personas mayores de edad con un sólido respaldo financiero. Ágil se esfuerza por brindar varios servicios que se adapten a las preferencias y necesidades de este segmento de la población.

Figura 10. Vista del posicionamiento de la marca



Fuente: Equipo investigador
 Autora.

Figura 11. Marca de la empresa



Fuente: Equipo investigador
 Autora.

Sitio Web de marca

Figura 12. *Sitio Web*



Fuente: Equipo investigador
Autora.

Portada en redes sociales

Figura 13. *Portada en redes sociales 1*



Fuente: Equipo investigador
Autora.

Figura 14. *Portada en redes sociales 2*



Fuente: Equipo investigador
Autora.

Objetivos del plan de marketing

Atraer a inversores con un alto estatus económico.

Promover las suscripciones de N3 a N6.

Aumentar la visibilidad de la Fintech en el mercado.

Presupuesto de marketing

El presupuesto que se ha establecido para el marketing está dividido en 3 secciones, mismas que están consideradas como parte de la inversión.

Tabla 11 *Inversión Marketing 1*

Inversión en Marketing	Anual
Contratación de influencers	\$ 7.200,00
Anuncios en Google ADS	\$ 800,00
Anuncios en Redes sociales	\$ 600,00
Vayas publicitarias	\$ 6.000,00
Servicios Profesionales financieros para foros y blog	\$ 4.000,00
	\$ 18.600,00

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Esta tabla detalla los costos asociados con nuestra estrategia de marketing, que abarca tanto el marketing directo como el digital. Como parte de nuestros esfuerzos para optimizar nuestra presencia en línea, estamos comprometidos a invertir \$5400 en servicios de marketing digital proporcionados por una empresa especializada.

Además, destinaremos \$6500 a la obtención de permisos y patentes necesarios para nuestros anuncios, asegurando que nuestras campañas de marketing cumplan con las regulaciones vigentes y lleguen a nuestro público de manera efectiva.

Como parte de nuestra visión a largo plazo, después del primer año, estamos considerando la contratación de un community manager. Este profesional será fundamental en la creación de contenido de valor directo de la empresa, permitiéndonos comunicarnos de manera efectiva con nuestra audiencia y mantener una presencia activa y comprometida en nuestras plataformas en línea.

Nuestra estrategia integral de marketing combina enfoques tradicionales y digitales para garantizar una presencia sólida en el mercado, y estamos comprometidos en evolucionar constantemente para satisfacer a nuestros clientes y mantenernos a la vanguardia de la industria.

Flujos de ventas

Como parte de las estrategias de marketing a continuación mostramos a detalle el presupuesto de venta en el primer año en el mercado:

Tabla 12 Ingresos proyectado según categoría

INGRESOS	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Comisiones por inversiones	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98	574,33	603,04	633,20	664,85	698,10	733,00	769,65	7.162,71
Comisiones por pago de servicios	14,40	15,12	15,88	16,67	17,50	18,38	19,30	20,26	21,28	22,34	23,46	24,63	229,21
Compra/Venta de acciones	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65	3,83	4,02	4,22	4,43	4,65	4,89	5,13	47,75
Comisión de suscripción N1	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52	3.828,84	4.020,29	4.221,30	4.432,37	4.653,98	4.886,68	5.131,02	47.751,38
Comisión de suscripción N2	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06	12.762,82	13.400,96	14.071,00	14.774,55	15.513,28	16.288,95	17.103,39	17.958,56	167.129,83
Comisión de suscripción N3	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38	16.081,15	16.885,21	17.729,47	18.615,94	19.546,74	20.524,07	191.005,52
Comisión de suscripción N4	18.000,00	18.900,00	19.845,00	20.837,25	21.879,11	22.973,07	24.121,72	25.327,81	26.594,20	27.923,91	29.320,10	30.786,11	286.508,28
Comisión de suscripción N5	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19	38.288,45	40.202,87	42.213,01	44.323,66	46.539,85	48.866,84	51.310,18	477.513,80
Comisión de suscripción N6	40.000,00	42.000,00	44.100,00	46.305,00	48.620,25	51.051,26	53.603,83	56.284,02	59.098,22	62.053,13	65.155,79	68.413,57	636.685,06
Al toque	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75	638,14	670,05	703,55	738,73	775,66	814,45	855,17	7.958,56
Total de ingresos	114.467,40	120.190,77	126.200,3	132.510,3	139.135,8	146.092,6	153.397,2	161.067,1	169.120,4	177.576,5	186.455,3	195.778,1	1.821.992,09

Fuente: Equipo investigador
Autora.

En la tabla anterior se puede observar los movimientos de ingresos por cada una de las categorías, en donde el aumento de mes a mes es del 5%, estos flujos en el capítulo financiero se analizarán de forma más detallada.

Recursos

En Ágil, nuestra misión es proporcionar a nuestros usuarios contenido de calidad que refleje nuestro profundo conocimiento y experiencia en el mercado financiero. Nos comprometemos a ofrecer artículos, guías y análisis de inversiones que aporten un valor significativo a nuestros inversores. Esta información detallada y bien fundamentada está diseñada para capacitar a nuestros usuarios y ayudarles a tomar decisiones financieras informadas.

Nuestro compromiso con el contenido de calidad no se detiene en la creación. Planeamos compartir este contenido en nuestro sitio web y redes sociales de Ágil para alcanzar la audiencia objetivo de manera efectiva. Además, utilizaremos anuncios de plataformas como Google Ads y redes sociales para llegar al buyer establecido. Estos anuncios estarán enfocados en las suscripciones de Nivel 3 a Nivel 6, destacando los beneficios exclusivos que estas ofrecen.

Para incentivar la adquisición de nuevos inversores de alto poder adquisitivo, hemos establecido un programa de referidos. Los usuarios que atraigan con éxito a nuevos inversores serán recompensados con descuentos en comisiones y recompensas financieras, lo que crea un ambiente de colaboración y crecimiento compartido.

Además, como parte de nuestros esfuerzos de educación financiera, organizaremos seminarios web y eventos exclusivos en línea para suscriptores de Nivel 3 a Nivel 6. Estos eventos proporcionarán información actualizada sobre las últimas oportunidades de inversión, brindando a nuestros suscriptores acceso a conocimientos exclusivos y la posibilidad de tomar decisiones financieras más acertadas.

Tabla 13. Acciones de marketing

MEZCLA DE MARKETING	DESCRIPCIÓN	BENEFICIOS
Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas publicitarias en RRSS: "Resuelve tus obligaciones financieras al instante", dirigidas preferentemente a usuarios de banca en línea, comunidades educativas y plataformas de comercio electrónico. • Entrega de publicidad impresa en las diferentes instituciones enfocadas al público objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Breve video animado de menos de 50 segundos que destaca las ventajas del servicio, con un enlace que redirige a una landingpage.
Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de influencers ecuatorianos probando el servicio de Ágil. • Se integra la publicidad en espacios concurridos para las personas que no están muy familiarizadas con las redes sociales. • Se crean convenios con las empresas que forman parte de la aplicación para la presentación de información a los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los influencers seleccionados cuentan con una sólida base de seguidores en redes sociales, especialmente en X (Twitter), que coincide con nuestro mercado objetivo. • Su experiencia personal ayudará a consolidar la confianza de los seguidores en nuestra marca, ya que estos usuarios los admiran. • Las instituciones pasan a ser los influencers para aquellos usuarios que no tienen mayor interacción con las redes sociales, creando vínculos directamente con la utilización de servicios al mismo tiempo que promueven el nuevo proyecto.
Marketing interactivo	<ul style="list-style-type: none"> • Blog de Ágil: contenido exclusivo para los usuarios y expertos financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción directa con el público objetivo
Marketing de boca en boca	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad virtual: En el sitio web y blog, se incluirá una sección de foros en la que los miembros podrán intercambiar experiencias, consejos y relatos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor tráfico web
Referencias y Programas de Recompensas	<ul style="list-style-type: none"> • Está diseñado para recompensar a los usuarios que comparten su experiencia positiva con amigos, familiares y colegas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos en Suscripciones • Acceso a Características Premium • Bonificaciones por Referencias

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Métricas de Éxito

Hemos identificado una serie de indicadores clave de éxito que nos guiarán en nuestro viaje. Estos indicadores representan pilares fundamentales que reflejan nuestro compromiso con la excelencia y el crecimiento sostenible.

Nuestros indicadores de éxito incluyen un aumento en el número de suscriptores en los niveles N3 a N6, lo que demuestra un mayor interés en nuestras ofertas de inversión de alta gama. Además, buscamos incrementar la inversión promedio de nuestros usuarios, lo que fortalecerá aún más nuestro ecosistema financiero.

La retención de suscriptores de alto estatus económico es otro foco de importancia para nosotros, ya que refleja la calidad y relevancia de nuestros servicios para un público sofisticado. Por último, estamos comprometidos en mejorar continuamente la visibilidad y reconocimiento de nuestra Fintech en el mercado financiero, consolidando nuestra posición como líderes en la industria.

Conclusiones del plan de marketing

- Hemos establecido estrategias y tácticas específicas para llegar a nuestra audiencia objetivo, centrándonos en sus necesidades y preferencias. Esto nos permite maximizar la efectividad de nuestras campañas de marketing.
- Al combinar estrategias de marketing directo y digital, estamos garantizando una presencia sólida en múltiples plataformas, lo que nos permite alcanzar a un público más amplio y adaptarnos a las tendencias cambiantes del mercado.
- Nuestra inversión en contenido de calidad, tanto a través de servicios de marketing digital como de un community manager, demuestra nuestro compromiso con brindar información valiosa a nuestros usuarios y mantenernos relevantes en la industria financiera.
- A través de programas de referidos y beneficios para la retención de suscriptores de alto estatus económico, estamos reforzando la lealtad de nuestros usuarios y estimulando un crecimiento orgánico a largo plazo.

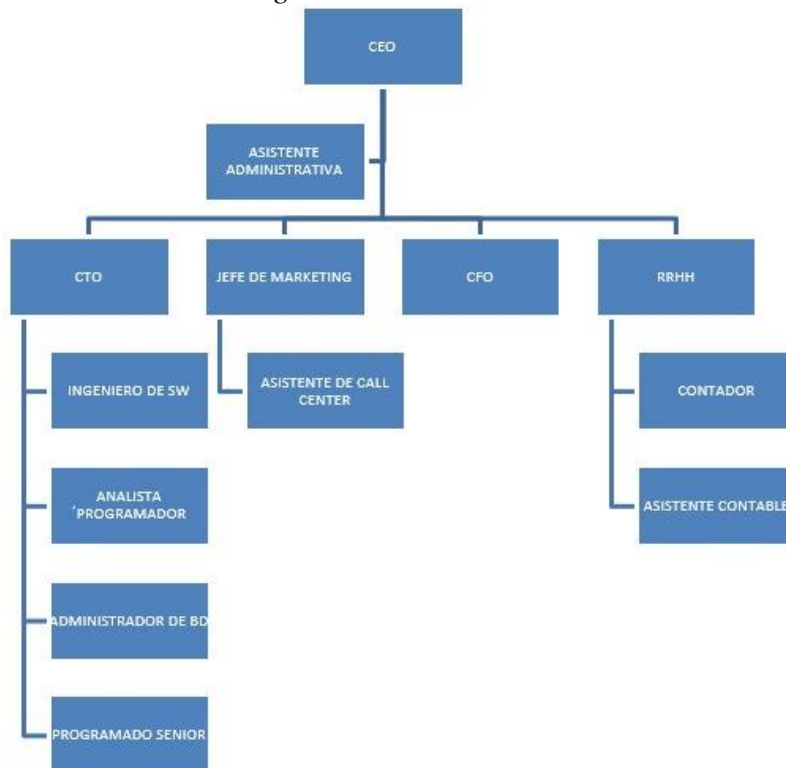
- Hemos implementado un sistema sólido para que realice el seguimiento y el respectivo análisis de datos que permita la evaluación sobre el rendimiento de las estrategias y ajustarlas según convenga. Esto nos permitirá adaptarnos a las cambiantes condiciones del mercado y optimizar nuestros esfuerzos de marketing.

4.1.9. Análisis Técnico, Tecnológico y Operativo del proyecto:

Estructura organizacional

En la empresa Ágil, se fomentará una comunicación abierta y una continua búsqueda de innovación. Dado el tamaño reducido de la plantilla de empleados, la organización operará de manera horizontal, donde los empleados disfrutarán de mayor libertad y autonomía, y las responsabilidades se distribuirán de manera transversal. Esto requerirá un mayor compromiso por parte de toda la organización.

Figura 15. Estructura organizacional



Fuente: Equipo investigador
Autora.

Estrategias para la administración RRHH

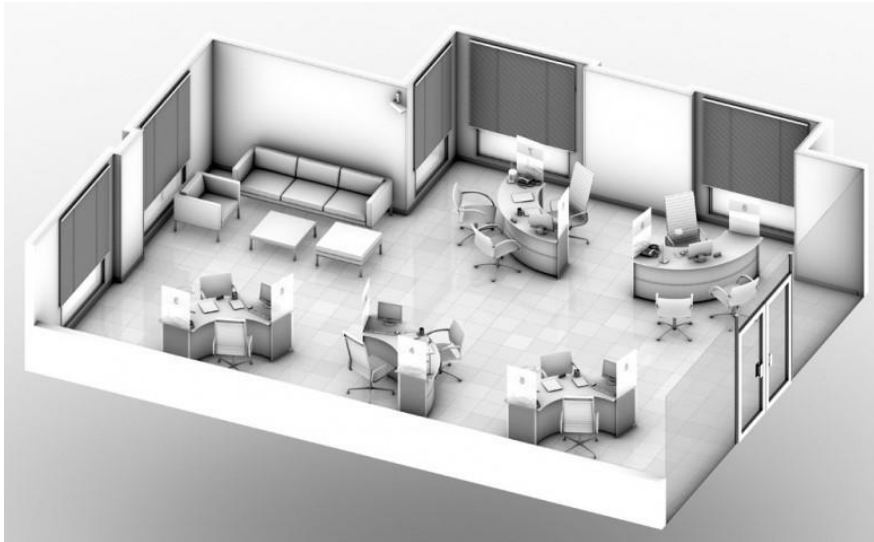
Existen dos enfoques para establecer estrategias direccionada a los recursos humanos: por un lado, el control y por otro lado, el compromiso, que están relacionados con las estrategias de alto liderazgo en costos y diferenciación, respectivamente. Cada una de estas estrategias genéricas puede ser implementada en un segmento de mercado particular, que se conoce como estrategia de enfoque. Para el caso de la empresa Ágil, su estrategia genérica es la implementación de "enfoque mejor valor," y se ha optado por la estrategia de compromiso en la gestión del personal. No obstante, existe otro modelo para la arquitectura de recursos humanos también se centra en el potencial de contribución de los empleados en dos dimensiones clave: especificidad y valor estratégico, de acuerdo con Rivero & Davos (2017).

Diseño de la oficina

Ágil estará ubicado en un solo nivel de un edificio situado en el centro de la ciudad de Guayaquil. La distribución de las áreas de trabajo será predominantemente abierta y horizontal. Habrá puestos destinados a los directivos, que incluyen al CEO y el CFO, contando con un espacio amplio de trabajo abierto para todo el grupo de empleados. La empresa también dispondrá de una sala de espera y baños separados para mujeres y hombres.

Esquema de la oficina

Figura 16. *Esquema de oficina*



Fuente: Equipo investigador
Autora.

4.1.10. Análisis Financiero

En este capítulo, se pretende explorar en detalle la faceta financiera de Fintech, examinando cómo se han adoptado en tecnología punta para democratizar el acceso a estos servicios, optimizar la gestión de riesgos y crear soluciones adaptadas a las necesidades cambiantes de nuestros usuarios, resaltando la parte financiera desde la inversión inicial hasta el análisis de las pérdidas o ganancias producidas.

Inversión inicial

Fintech a través de inversionistas ángeles, las inversiones ángeles son un tipo de financiamiento que se proporciona a las empresas emergentes, generalmente en las etapas iniciales de su desarrollo. En este sentido, una Fintech es una empresa tecnológica dedicada a servicios financieros, las inversiones ángeles pueden desempeñar un papel crucial para ayudar a la empresa a crecer y expandirse, por ello el valor a invertir por parte de estos

inversores es de \$ 741.026,58 y la diferencia será un prestamos bancario que se pretende realizar. En este sentido, en la siguiente tabla se analiza en detalle sobre cómo está compuesto y distribuido el capital de trabajo en Ecuador.

Tabla 14. Inversión inicial

INFORMACIÓN GENERAL DE STARTUP	ECUADOR	COLOMBIA	PERÚ
Inversión	791.026,58	308.057,86	336.356,04
Ubicación y oficina	16.320,00	23.141,40	1.036,64
Marketing	348.960,26	12.794,91	109.909,48
Adquisición de equipos informáticos	103.169,00	3.356,26	61.903,21
Nómina	199.300,16	127.960,96	105.233,56
Desarrollo del App y sitio web	123.277,16	140.804,33	58.273,14
Financiación total	791.026,58	308.057,86	336.356,04
Inversores	741.026,58	283.057,86	301.356,04
Préstamos	50.000,00	25.000,00	35.000,00

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla muestra que se planea invertir un total de \$791.026,58 dólares en varios aspectos del negocio. La mayor parte de esta inversión se destinará al capital de trabajo, con un enfoque significativo en el desarrollo del App y sitio web (\$123.277,16) y la nómina (\$199.300,16). Además, se asignarán recursos a la ubicación y oficina (\$16.320,00), marketing (\$348.960,26) y equipos informáticos (\$103.169,00). Para financiar estas inversiones, se planea obtener un total de \$741.026,58, proveniente de inversores ángeles y el resto a través de préstamo bancario (\$50.000,00).

Como parte de nuestro plan de expansión, después del tercer año de presencia en el mercado ecuatoriano, tenemos la intención de ampliar nuestras operaciones en los países de Colombia y Perú. Dado que nuestros inversionistas no esperan obtener ganancias en los primeros años, destinaremos la inversión inicial principalmente a Colombia y, después de un período de tres años, ampliaremos nuestra presencia al mercado peruano.

Tabla 15. Distribución de socios

INVERSORES ÁNGELES	ECUADOR	COLOMBIA	PERU
Socio 1	175.000,00	83.057,86	70.000,00
Socio 2	150.000,00	65.000,00	72.000,00
Socio 3	130.000,00	50.000,00	64.500,00
Socio 4	120.000,00	45.000,00	45.000,00
Socio 5	91.000,00	25.000,00	30.000,00
Socio 6	75.026,58	15.000,00	19.856,04
Total	741.026,58	283.057,86	301.356,04
Préstamos			
Préstamo bancario	50.000,00	25.000,00	35.000,00
Total	50.000,00	25.000,00	35.000,00
Financiación total para la puesta en marcha	791.026,58	308.057,86	336.356,04

Fuente: Equipo investigador
Autora.

En la tabla anterior, se destaca la distribución de los socios y el valor que cada uno aporta a este proyecto. Como se mencionó previamente, hemos seleccionado inversores ángeles, además de considerar un préstamo bancario de \$50,000 para Ecuador, \$25,000 para Colombia y \$35,000 para Perú. Esta estrategia tiene como objetivo establecer sólidas relaciones financieras a medida que avanzamos en nuestro proyecto de ampliación.

Los valores presentados están expresados en dólares para una mayor claridad, no obstante, hemos llevado a cabo una investigación completa en cada uno de los países con el fin de obtener valores relativos y competitivos que reflejen las condiciones del mercado local en cada caso.

Tabla 16. Ingresos vs gastos

ECUADOR													
INGRESOS	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Comisiones por inversiones	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98	574,33	603,04	633,20	664,85	698,10	733,00	769,65	7.162,71
Comisiones por pago de servicios	14,40	15,12	15,88	16,67	17,50	18,38	19,30	20,26	21,28	22,34	23,46	24,63	229,21
Compra/Venta de acciones	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65	3,83	4,02	4,22	4,43	4,65	4,89	5,13	47,75
Comisión de suscripción N1	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52	3.828,84	4.020,29	4.221,30	4.432,37	4.653,98	4.886,68	5.131,02	47.751,38
Comisión de suscripción N2	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06	12.762,82	13.400,96	14.071,00	14.774,55	15.513,28	16.288,95	17.103,39	17.958,56	167.129,83
Comisión de suscripción N3	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	15.315,38	16.081,15	16.885,21	17.729,47	18.615,94	19.546,74	20.524,07	191.005,52
Comisión de suscripción N4	18.000,00	18.900,00	19.845,00	20.837,25	21.879,11	22.973,07	24.121,72	25.327,81	26.594,20	27.923,91	29.320,10	30.786,11	286.508,28
Comisión de suscripción N5	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19	38.288,45	40.202,87	42.213,01	44.323,66	46.539,85	48.866,84	51.310,18	477.513,80
Comisión de suscripción N6	40.000,00	42.000,00	44.100,00	46.305,00	48.620,25	51.051,26	53.603,83	56.284,02	59.098,22	62.053,13	65.155,79	68.413,57	636.685,06
Al toque	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75	638,14	670,05	703,55	738,73	775,66	814,45	855,17	7.958,56
Total de ingresos	114.467,40	120.190,77	126.200,31	132.510,32	139.135,84	146.092,63	153.397,26	161.067,13	169.120,48	177.576,51	186.455,33	195.778,10	1.821.992,09
GASTOS													
Nómina	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	15.500,00	186.000,00
Gasos de of.	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	1.360,00	16.320,00
Marketing	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	30.867,92	370.414,99
Depreciación	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	1.895,36	22.744,29
Amortización	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	250,00
Pago Préstamo	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,59	1.217,57	14.611,06
Gastos totales	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,70	50.861,68	610.340,35
Utilidad antes del cálculo de IR	(10.861,70)	(8.861,70)	(6.761,70)	(4.556,70)	(2.241,45)	189,57	2.742,13	5.422,32	8.236,52	11.191,43	14.294,09	17.551,90	26.344,71
Impuesto a la Renta													
Beneficio Neta	(10.861,70)	(8.861,70)	(6.761,70)	(4.556,70)	(2.241,45)	189,57	2.742,13	5.422,32	8.236,52	11.191,43	14.294,09	17.551,90	26.344,71

Fuente: Equipo investigador
 Ahora.

Ingresos

Los ingresos de la Fintech esta distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 17. *Precio y comisiones en Ecuador*

PRODUCTOS/SERVICIOS	RANGO	COMISIÓN
Comisiones por inversiones		4,5%
Comisiones por pago de servicios básicos		0,54 12,0%
Compra/Venta de acciones		3,0%
Comisión de suscripción N1	1000-5000	100,00
Comisión de suscripción N2	50001-25000	350,00
Comisión de suscripción N3	25001-55000	600,00
Comisión de suscripción N4	55001-100000	900,00
Comisión de suscripción N5	1000001-500000	1.500,00
Comisión de suscripción N6	500001 en adelante	2.000,00
Al toque	10-999	25,00

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla muestra como esta Fintech obtiene sus ganancias, si bien es cierto cuenta con varias formas de ingresos, sin duda las suscripciones e inversiones son las que le producirían mayores ganancias.

La Fintech gana dinero a través de una variedad de fuentes, como se muestra en la tabla. En primer lugar, obtiene comisiones por las inversiones que los usuarios realizan a través de su plataforma, cobrando un porcentaje del 4,5% sobre el monto invertido. También genera ingresos mediante las comisiones por el pago de servicios, donde cobra el 12% sobre una comisión base de 0,54.

Además, se puede realizar por un lado, la compra y por otro lado, la venta de acciones es otra fuente de ingresos para la Fintech, cobrando una comisión del 3% sobre el valor de las transacciones. La empresa también obtiene ingresos a través de comisiones de suscripción, donde cobra tarifas según el nivel de inversión del usuario, que varían desde

\$100 hasta más de \$501,000, dependiendo de la categoría de suscripción.

Finalmente, la Fintech cobra tarifas por el servicio "Al Toque" a los usuarios, donde se cobra una tarifa fija de \$25 por suscripción anual para aquellos con un rango de inversión entre 10 y 999, y que no estén bien en el buró de crédito.

En cada uno de los países la economía se mueve de forma diferente y los precios para Colombia y Perú, son diferentes a los que se maneja localmente.

Tabla 18 *Crecimiento en Ecuador, Colombia y Perú*

Anual %	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por inversiones	71%	15%	17%	19%	20%
Comisiones por pago de servicios	71%	15%	17%	19%	20%
Compra/Venta de acciones	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N1	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N2	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N3	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N4	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N5	71%	15%	17%	19%	20%
Comisión de suscripción N6	71%	15%	17%	19%	20%
Al toque	71%	15%	17%	19%	20%

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tasa de crecimiento proyectada para los ingresos mensuales es del 10%, mientras que para las comisiones por suscripción de N3 a N6 se estima un aumento del 12% mensual. Sin embargo, en una perspectiva anual, se espera un crecimiento del 15% a partir del segundo año, seguido de incrementos del 2% cada año hasta alcanzar un aumento del 20% en el quinto año, para los 3 países en donde se pretende colocar las Fintechs.

Tabla 19 Tasa de crecimiento en dólares Ecuador

Anual \$	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por inversiones	6.712,71	1.074,41	1.400,31	1.831,11	2.293,71
Comisiones por pago de servicios	214,81	34,38	44,81	58,60	73,40
Compra/Venta de acciones	44,75	7,16	9,34	12,21	15,29
Comisión de suscripción N1	44.751,38	7.162,71	9.335,39	12.207,40	15.291,38
Comisión de suscripción N2	156.629,83	25.069,47	32.673,88	42.725,90	53.519,82
Comisión de suscripción N3	179.005,52	28.650,83	37.341,58	48.829,61	61.165,51
Comisión de suscripción N4	268.508,28	42.976,24	56.012,37	73.244,41	91.748,26
Comisión de suscripción N5	447.513,80	71.627,07	93.353,95	122.074,01	152.913,77
Comisión de suscripción N6	596.685,06	95.502,76	124.471,93	162.765,35	203.885,02
Al toque	7.458,56	1.193,78	1.555,90	2.034,57	2.548,56

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Los resultados reflejan un crecimiento constante en las comisiones y los ingresos a lo largo de los años, lo que puede ser un indicativo de una plataforma financiera en crecimiento y una mayor participación de los usuarios. Este análisis sugiere un panorama positivo en términos de ingresos y demanda de servicios financieros ofrecidos por la Fintech. Ahora a nivel de cliente la proyección de usuarios obtenida es:

Tabla 20 Números de usuarios y/o transacciones en Ecuador

Tipo de servicios	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por pago de servicios	1910	2197	2570	3058	3670
Compra/Venta de acciones	1592	1830	2142	2549	3058
Comisión de suscripción N1	478	549	642	765	917
Comisión de suscripción N2	478	549	642	765	917
Comisión de suscripción N3	318	366	428	510	612
Comisión de suscripción N4	318	366	428	510	612
Comisión de suscripción N5	318	366	428	510	612
Comisión de suscripción N6	318	366	428	510	612
Al toque	318	366	428	510	612
Total	6049	6956	8138	9685	11621

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Los resultados han demostrado que iría en un aumento constante en el número de

usuarios y transacciones en diversas categorías, lo que sugiere un crecimiento saludable y una mayor participación de los usuarios en la plataforma de la Fintech a lo largo de los cinco años. Esto es un indicativo positivo de la creciente demanda de servicios financieros y de inversión ofrecidos por la Fintech.

Nuestro objetivo es lograr un aumento de forma progresiva y se evidencie en el número de clientes, y para fomentar su lealtad, hemos implementado un sistema de bonificaciones. Estas bonificaciones se otorgan a clientes que se mantienen fieles a nuestra plataforma, a aquellos que refieren nuevos usuarios que realizan inversiones y a quienes continúan utilizando nuestros servicios durante más de un año. Además, ofrecemos a los clientes que permanecen con nosotros por un período prolongado acceso a las mejores tasas de inversión y descuentos en acciones, recompensando así su compromiso continuo con nuestra Fintech.

Tabla 21 *Costo de adquisición por de cliente en Ecuador*

COSTO	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Costo para el desarrollo:	\$190.903,02	\$200.448,17	\$210.470,58	\$220.994,11	\$232.043,81
Inversión en Marketing	\$370.414,99	\$388.935,74	\$408.382,53	\$428.801,66	\$450.241,74
CAC	\$561.318,01	\$589.383,91	\$618.853,11	\$649.795,77	\$682.285,55
	\$92,80	\$84,73	\$76,04	\$67,10	\$58,71

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla muestra los CAC para cada uno de los cinco años, que indican cuánto costó adquirir un nuevo cliente en cada período. Como se puede observar, el CAC disminuye a lo largo de los años, lo que sugiere una mayor eficiencia en las estrategias de adquisición de clientes con el tiempo. Esto es un buen indicador de la mejora de la eficacia de la inversión en marketing y ventas.

Tabla 22 *Costo de adquisición por de cliente en Colombia*

COSTO DEL CLIENTE	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Costo para el desarrollo:	561.702.247,96	589.787.360,36	619.276.728,37	650.240.564,79	682.752.593,03
Inversión en Marketing	51.041.956,00	53.594.053,80	56.273.756,49	59.087.444,31	62.041.816,53
CAC	612.744.203,96	643.381.414,16	675.550.484,86	709.328.009,11	744.794.409,56
PESOS	138.108,20	126.098,79	113.165,58	99.851,98	87.370,48
DÓLAR	\$ 34,62	\$ 31,61	\$ 28,37	\$ 25,03	\$ 21,90

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla anterior muestra la conducta del costo por cliente, en pesos bordea 138.108.20 mientras que en dólares ese valor representa 34.62 dólares.

Tabla 23 *Costo de adquisición por de cliente en Perú*

COSTO DEL CLIENTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo del desarrollo:	217.941,56	228.838,64	240.280,57	252.294,60	264.909,33
Inversión en Marketing	193.119,90	202.775,90	212.914,69	223.560,42	234.738,45
CAC	411.061,46	431.614,53	453.195,26	475.855,02	499.647,77
SOLES	8,53	7,79	6,99	6,17	5,40
DÓLAR	\$ 2,28	\$ 2,08	\$ 1,87	\$ 1,65	\$ 1,44

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla anterior muestra el comportamiento del precio del cliente en el mercado peruano, que si bien es cierto es más bajo comparado con el precio de Ecuador y Colombia.

Tabla 24. P y G

Proyección de Ingresos	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por inversiones	\$ 7.162,71	\$ 8.237,11	\$ 9.637,42	\$ 11.468,53	\$ 13.762,24
Comisiones por pago de servicios	\$ 229,21	\$ 263,59	\$ 308,40	\$ 366,99	\$ 440,39
Compra/Venta de acciones	\$ 47,75	\$ 54,91	\$ 64,25	\$ 76,46	\$ 91,75
Comisión de suscripción N1	\$ 47.751,38	\$ 54.914,09	\$ 64.249,48	\$ 76.456,88	\$ 91.748,26
Comisión de suscripción N2	\$ 167.129,83	\$ 192.199,30	\$ 224.873,18	\$ 267.599,09	\$ 321.118,91
Comisión de suscripción N3	\$ 191.005,52	\$ 219.656,35	\$ 256.997,92	\$ 305.827,53	\$ 366.993,04
Comisión de suscripción N4	\$ 286.508,28	\$ 329.484,52	\$ 385.496,89	\$ 458.741,30	\$ 550.489,55
Comisión de suscripción N5	\$ 477.513,80	\$ 549.140,86	\$ 642.494,81	\$ 764.568,83	\$ 917.482,59
Comisión de suscripción N6	\$ 636.685,06	\$ 732.187,82	\$ 856.659,75	\$ 1.019.425,10	\$ 1.223.310,12
Al toque	\$ 7.958,56	\$ 9.152,35	\$ 10.708,25	\$ 12.742,81	\$ 15.291,38
Total de ingresos	\$ 1.821.992,09	\$ 2.095.290,90	\$ 2.451.490,35	\$ 2.917.273,52	\$ 3.500.728,23
Gastos Variables					
Gastos de Ventas	\$ 561.318,01	\$ 469.466,50	\$ 492.939,83	\$ 517.586,82	\$ 543.466,16
Otros Gastos	\$ 103.169,00	\$ 108.327,45	\$ 113.743,82	\$ 119.431,01	\$ 125.402,56
Total de gastos variables	\$ 664.487,01	\$ 577.793,95	\$ 606.683,65	\$ 637.017,83	\$ 668.868,73
Gastos Fijos					
Depreciaciones	\$ 22.744,29	\$ 22.744,29	\$ 22.744,29	\$ 38.213,38	\$ 38.213,38
Amortización	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Sueldos	\$ 168.237,00	\$ 168.237,00	\$ 168.237,00	\$ 176.648,85	\$ 185.481,29
Servicios básicos	\$ 16.320,00	\$ 17.136,00	\$ 17.992,80	\$ 18.892,44	\$ 19.837,06
Intereses bancarios	\$ 7.524,94	\$ 6.798,62	\$ 5.273,00	\$ 3.461,41	\$ 1.310,75
Cuota bancaria	\$ 7.086,12	\$ 8.140,78	\$ 9.666,40	\$ 11.477,99	\$ 13.628,71
Total Gastos Fijos	\$ 886.649,37	\$ 801.100,65	\$ 830.847,14	\$ 885.961,90	\$ 927.589,92
Utilidad Operativa	\$ 270.855,71	\$ 716.396,30	\$ 1.013.959,56	\$ 1.394.293,79	\$ 1.904.269,58
Utilidad					
Utilidad Bruta	\$ 270.855,71	\$ 716.396,30	\$ 1.013.959,56	\$ 1.394.293,79	\$ 1.904.269,58
Utilidades empleadas	\$ 40.628,36	\$ 107.459,45	\$ 152.093,93	\$ 209.144,07	\$ 285.640,44
Utilidad Grabable	\$ 230.227,35	\$ 608.936,86	\$ 861.865,63	\$ 1.185.149,72	\$ 1.618.629,15
Impuesto a la renta	\$ 57.556,84	\$ 152.234,21	\$ 215.466,41	\$ 296.287,43	\$ 404.657,29
Resultado Neto	\$ 172.670,51	\$ 456.702,64	\$ 646.399,22	\$ 888.862,29	\$ 1.213.971,86

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La Tabla anterior, muestra el estado de resultados donde se refleja el crecimiento de la Fintech a lo largo de cinco años, proporcionando una visión general de su rendimiento

financiero.

En cuanto a los ingresos, se observa un crecimiento constante en los ingresos totales durante los cinco años. Los ingresos provienen principalmente de diversas fuentes, como comisiones por inversiones, comisiones por pago de servicios, compra/venta de acciones y comisiones de suscripción en diferentes niveles. Los ingresos totales aumentan de \$ \$1.821.992,09 en el primer año, lo que muestra un crecimiento sólido y constante de los ingresos de la Fintech.

En el lado de los gastos, se dividen en gastos variables y fijos. Los gastos variables son relativamente bajos si se compara con los ingresos, lo que indica una creciente eficiencia operativa en términos de control de costos. Los gastos fijos, por otro lado, incluyen depreciaciones, amortización, sueldos, servicios básicos, intereses bancarios y cuotas anuales. Estos gastos fijos aumentan con el tiempo, reflejando un aumento en las operaciones de la empresa.

La utilidad operativa muestra una tendencia positiva a lo largo de los cinco años, en el primer año a una ganancia de \$ \$172.670,51 mientras que en el quinto año es de \$1.213.971,86. Esto indica que la empresa logra volverse rentable y generar ganancias operativas significativas a medida que crece. Costo del desarrollo del sitio web y la app

En la sección siguiente, se proporcionará un desglose detallado de los gastos asociados con la creación tanto del sitio web como de la aplicación móvil. Es importante tener en cuenta que la Fintech dispone de un equipo interno capacitado para llevar a cabo el desarrollo de ambas plataformas.

Tabla 25 *Costo de desarrollo de APP y sitio web*

COSTO DEL DESARROLLO:		ANUAL
Hosting	\$	345,60
Dominio	\$	309,12
Certificado SSL/TLS	\$	2.222,44
Certificado SSL con IONOS	\$	3.760,00
Sistema de seguridad	\$	60.000,00
Servicios de seguridad en la nube	\$	21.600,00
Protección contra ataques DDoS	\$	20.000,00
Seguridad en las APIs	\$	4.800,00
Certificado Autenticación sólida	\$	10.240,00
Sueldos del Equipo de desarrollo	\$	67.625,86
Total	\$	190.903,02

Fuente: Cotizaciones en Anexos
Autora.

Por otra parte, el gasto de marketing implica la contratación de una empresa para gestionar nuestras estrategias de contenido. Aunque algunos costos asociados a la creación de recursos para redes sociales, sitio web, aplicación y blog están incluidos en el costo de desarrollo, después del primer año, hemos previsto la contratación de un personal que se encargue de forma directa la gestión de estas plataformas. Por lo tanto, se han tenido en cuenta otros valores para la creación de dicho contenido

Sueldos y salarios

A continuación se muestra a detalle cómo está compuesta la nómina de la empresa, esta tabla incluye de forma general hasta los beneficios sociales que los colaboradores podrán hacer en el periodo de un año incluidas las vacaciones

Tabla 26. Sueldos y Salarios

NOMINA	SUELDO	IESS	SUELDO BRUTO	IESS PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVAS	VACACIONES	TOTAL ANUAL
CEO	4.200,00	401,10	3.798,90	468,30	4.200,00	450,00	349,86	2.107,78	52.694,44
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	500,00	47,75	452,25	55,75	500,00	450,00	41,65	267,44	6.686,09
CTO	1.050,00	100,28	949,73	117,08	1.050,00	450,00	87,47	541,01	13.525,17
ING DE SW	1.200,00	114,60	1.085,40	133,80	1.200,00	450,00	99,96	615,62	15.390,38
ANALISTA/PROGRAMADOR	1.100,00	105,05	994,95	122,65	1.100,00	450,00	91,63	565,88	14.146,91
ADMINISTRADOR DE BD	1.000,00	95,50	904,50	111,50	1.000,00	450,00	83,30	516,14	12.903,44
PROGRAMADOR SENIOR	900,00	85,95	814,05	100,35	900,00	450,00	74,97	466,40	11.659,97
JEFE DE MARKETING	1.200,00	114,60	1.085,40	133,80	1.200,00	450,00	99,96	615,62	15.390,38
PERSONAL CALL CENTER	450,00	42,98	407,03	50,18	450,00	450,00	37,49	242,57	6.064,36
CFO	650,00	62,08	587,93	72,48	650,00	450,00	54,15	342,05	8.551,30
JEFE DE RIESGOS	1.200,00	114,60	1.085,40	133,80	1.200,00	450,00	99,96	615,62	15.390,38
RRHH	750,00	71,63	678,38	83,63	750,00	450,00	62,48	391,79	9.794,77
CONTADOR	800,00	76,40	723,60	89,20	800,00	450,00	66,64	416,66	10.416,50
ASIS. CONTABLE	500,00	47,75	452,25	55,75	500,00	450,00	41,65	267,44	6.686,09
TOTAL	15.500,00	1.480,25	14.019,75	1.728,25	15.500,00	6.300,00	1.291,15	7.972,01	199.300,16

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La Tabla anterior, hace referencia a un análisis de la nómina muestra una visión detallada de la compensación de los empleados en la empresa, mostrando una estructura de salarios equitativos y cumplimiento de las obligaciones legales en cuanto a seguridad social y beneficios adicionales.

Cabe manifestar que estos valores están considerados como parte del capital de trabajo de la Fintech.

Tabla 27. Flujos proyectados

	Año 0	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Utilidad		270.855,71	456.702,64	646.399,22	888.862,29	1.213.971,86
Depreciación		22.744,29	22.744,29	22.744,29	38.213,38	38.213,38
Amortización	50000	(7.086,12)	(8.140,75)	(9.666,40)	(1.147,99)	(13.628,71)
Inversión	741.026,58					
CASHFLOW	(791.026,58)	286.513,88	471.306,18	659.477,11	925.927,68	1.238.556,53

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La Tabla anterior muestra una evolución de la empresa desde pérdidas en el año 0 hasta ganancias y un flujo de efectivo positivo en los años posteriores. Esto indica que la empresa ha logrado mejorar su situación financiera y está generando efectivo que le permite crecer y cubrir sus obligaciones financieras. Sin embargo, no son los resultados que se esperan.

Análisis de rentabilidad

Como se manifestó con anterioridad los resultados no son los esperados, si bien es cierto proporciona márgenes brutos de ganancias, para los inversionistas anglos los valores serían relativamente bajo, a continuación, veamos un análisis de rentabilidad bajo estos valores:

Tabla 28. *Análisis para determinar la rentabilidad*

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD EFECTIVO	ACUMULADO	
Valores invertidos	\$ -791.026,58	
Año 1	\$ 286.513,88	\$ 286.513,88
Año 2	\$ 471.306,18	\$ 757.820,06
Año 3	\$ 659.477,11	\$ 1.417.297,18
Año 4	\$ 925.927,68	\$ 2.343.224,85
Año 5	\$ 1.238.556,53	\$ 3.581.781,38
VAN	\$3.337.945,12	
TIR	71%	
PR	3	Años

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla 28, proporciona información crucial sobre la inversión y su capacidad para generar un retorno financiero.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN de \$3.337.945,12 indica que, en el momento actual, el proyecto o inversión tiene un valor neto positivo. Esto significa que, en términos financieros, se espera que el proyecto genere un retorno que excede el costo de la inversión inicial de \$791.026,58. En otras palabras, el proyecto es potencialmente rentable y se espera que genere un beneficio neto después de tener en cuenta los flujos de efectivo y la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

El 71% es bastante alta y significa que el proyecto tiene un rendimiento atractivo. Una TIR del 71% supera las tasas de rendimiento típicas de inversiones menos arriesgadas, lo que sugiere que este proyecto podría ser una oportunidad atractiva.

Período de Recuperación (PR)

La inversión después de analizar dio como resultado que en 3 años se podría recuperar, es un indicador positivo. Esto significa que se espera que los inversores

recuperen su inversión inicial en un plazo relativamente corto de tres años.

Distribución de Dividendos

Durante los primeros cuatro años, se ha optado por reinvertir los beneficios en lugar de pagar dividendos a los accionistas. Esto indica una estrategia de reinversión de beneficios para fomentar el crecimiento continuo y la expansión de la empresa.

Impacto en los Accionistas

Los accionistas han aceptado la estrategia de reinversión de dividendos, lo que implica que no recibirán ingresos en efectivo durante esos cuatro años. En cambio, verán aumentar su participación en la empresa a medida que se reinvierten las ganancias.

Impacto en la Empresa

La estrategia de reinversión de beneficios durante los primeros cuatro años puede tener un crecimiento de la empresa de forma positiva. Al no pagar dividendos en efectivo, la empresa tiene más capital para financiar proyectos, adquisiciones o expansiones, lo que puede aumentar su valor a largo plazo.

Año 5 y Adelante

A partir del quinto año, la empresa planea comenzar a pagar dividendos a los accionistas. Esto puede ser beneficioso para los accionistas que deseen recibir un flujo de efectivo de sus inversiones en la empresa.

Tabla 29. Dividendo por socios en cada uno de los países

Ecuador					
ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN	DIVIDENDO AÑO 2	DIVIDENDO AÑO 3	DIVIDENDO AÑO 4	DIVIDENDO AÑO 5
Socio 1	24%	40.777,67	152.652,91	209.912,71	286.690,22
Socio 2	20%	34.952,29	130.845,35	179.925,18	245.734,48
Socio 3	18%	30.291,99	113.399,30	155.935,16	212.969,88
Socio 4	16%	27.961,83	104.676,28	143.940,15	196.587,58
Socio 5	12%	21.204,39	79.379,51	109.154,61	149.078,92
Socio 6	10%	17.482,34	65.445,86	89.994,47	122.910,78
	100%	172.670,51	646.399,22	888.862,29	1.213.971,86
Colombia					
Socio 1	29%	490.345.164,40	605.275.435,77	753.295.757,12	941.066.377,97
Socio 2	23%	383.737.742,41	473.680.676,64	589.519.453,22	736.466.296,72
Socio 3	18%	295.182.878,78	364.369.751,26	453.476.502,48	566.512.535,94
Socio 4	16%	265.664.590,90	327.932.776,13	408.128.852,23	509.861.282,35
Socio 5	9%	147.591.439,39	182.184.875,63	226.738.251,24	283.256.267,97
Socio 6	5%	88.554.863,63	109.310.925,38	136.042.950,74	169.953.760,78
	100%	1.671.076.679,51	2.062.754.440,80	2.567.201.767,04	3.207.116.521,73
Perú					
Socio 1	23%	812.510,22	971.472,40	1.181.135,33	1.445.249,27
Socio 2	24%	835.724,80	999.228,76	1.214.882,06	1.486.542,11
Socio 3	21%	748.670,13	895.142,43	1.088.331,84	1.331.693,97
Socio 4	15%	522.328,00	624.517,97	759.301,28	929.088,82
Socio 5	10%	348.218,67	416.345,32	506.200,86	619.392,55
Socio 6	7%	230.474,79	275.565,64	335.038,15	409.956,11
	100%	3.497.926,62	4.182.272,52	5.084.889,52	6.221.922,82

Fuente: Equipo investigador
Autora.

En la tabla anterior se muestra cómo serán repartidos los dividendos en cada uno de

los países donde serán ejecutados los proyectos, adicional los valores corresponde a la moneda local de cada uno

Escenarios

Tabla 30. *Escenarios pésimos*

INGRESOS	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones en inversiones	225	258,75	297,5625	342,196875	393,5264063
Comisiones por pago de servicios	0,648	0,7452	0,85698	0,985527	1,13335605
Compra/Venta de acciones	0,75	0,8625	0,991875	1,14065625	1,311754688
Comisión de suscripción N1	500	575	661,25	760,4375	874,503125
Comisión de suscripción N2	1750	2012,5	2314,375	2661,53125	3060,760938
Comisión de suscripción N3	3000	3450	3967,5	4562,625	5247,01875
Comisión de suscripción N4	4500	5175	5951,25	6843,9375	7870,528125
Comisión de suscripción N5	7500	8625	9918,75	11406,5625	13117,54688
Comisión de suscripción N6	10000	11500	13225	15208,75	17490,0625
Al toque	27476,398	31597,8577	36337,53636	41788,16681	48056,39183
Total de ingresos	54.952,80	63.195,72	72.675,07	83.576,33	96.112,78
Total Gastos Fijos	1.551.136,38	1.378.894,60	1.437.530,80	1.522.979,74	1.596.458,64
Utilidad Operativa	\$-1.496.183,58	\$-1.315.698,88	\$-1.364.855,72	\$-1.439.403,40	\$ -1.500.345,86

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla anterior, el escenario presentado es preocupante, ya que muestra pérdidas operativas continuas a lo largo de los cinco años. En este escenario el proyecto en Ecuador no es viable.

Un VAN negativo de esta magnitud indica que, en este escenario pesimista, el proyecto estaría generando pérdidas significativas, lo que es una señal preocupante. En otras palabras, los costos y gastos superarían en gran medida los ingresos esperados.

Este escenario sugiere que el proyecto enfrenta riesgos importantes y desafíos financieros en un escenario negativo.

Tabla 31. Escenario esperado

INGRESOS	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por inversiones	7.162,71	8.237,11	9.472,68	10.893,58	12.527,62
Comisiones por pago de servicios	229,21	263,59	303,13	348,59	400,88
Compra/Venta de acciones	47,75	54,91	63,15	72,62	83,52
Comisión de suscripción N1	47.751,38	54.914,09	63.151,20	72.623,88	83.517,46
Comisión de suscripción N2	167.129,83	192.199,30	221.029,20	254.183,58	292.311,11
Comisión de suscripción N3	191.005,52	219.656,35	252.604,80	290.495,52	334.069,85
Comisión de suscripción N4	286.508,28	329.484,52	378.907,20	435.743,28	501.104,77
Comisión de suscripción N5	477.513,80	549.140,86	631.511,99	726.238,79	835.174,61
Comisión de suscripción N6	636.685,06	732.187,82	842.015,99	968.318,39	1.113.566,15
Al toque	7.958,56	9.152,35	10.525,20	12.103,98	13.919,58
Total de ingresos	1.821.992,09	2.095.290,90	2.409.584,54	2.771.022,22	3.186.675,55
Total Gastos Fijos	1.562.556,05	1.390.314,27	1.448.950,47	1.534.399,41	1.607.878,32
Utilidad Operativa	259.436,04	704.976,63	960.634,07	1.236.622,81	1.578.797,23

Fuente: Equipo investigador Autora.

El escenario esperado es muy positivo, con ingresos crecientes y una utilidad operativa sólida. La empresa está en una posición financiera sólida y tiene margen para reinvertir en el negocio o distribuir ganancias a los accionistas. Este escenario es deseable y sugiere un futuro prometedor para la empresa.

Tabla 32. Escenario Óptimo

Ingresos	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
Comisiones por inversiones	135.000,00	155.250,00	178.537,50	205.318,13	236.115,84
Comisiones por pago de servicios	2.332,80	2.682,72	3.085,13	3.547,90	4.080,08
Compra/Venta de acciones	2.700,00	3.105,00	3.570,75	4.106,36	4.722,32
Comisión de suscripción N1	360.000,00	414.000,00	476.100,00	547.515,00	629.642,25
Comisión de suscripción N2	840.000,00	966.000,00	1.110.900,00	1.277.535,00	1.469.165,25
Comisión de suscripción N3	1.440.000,00	1.656.000,00	1.904.400,00	2.190.060,00	2.518.569,00
Comisión de suscripción N4	2.160.000,00	2.484.000,00	2.856.600,00	3.285.090,00	3.777.853,50
Comisión de suscripción N5	3.600.000,00	4.140.000,00	4.761.000,00	5.475.150,00	6.296.422,50
Comisión de suscripción N6	4.800.000,00	5.520.000,00	6.348.000,00	7.300.200,00	8.395.230,00
Al toque	30.000,00	34.500,00	39.675,00	45.626,25	52.470,19
Total de ingresos	13.370.032,80	15.375.537,72	17.681.868,38	20.334.148,63	23.384.270,93
T. Gastos Fijos	1.551.136,38	1.378.894,60	1.437.530,80	1.522.979,74	1.596.458,64
Utilidad Bruta	11.818.896,42	13.996.643,12	16.244.337,58	18.811.168,90	21.787.812,29
Utilidad					
Utilidad antes de impuestos	\$11.818.896,42	\$13.996.643,12	\$16.244.337,58	\$18.811.168,90	\$21.787.812,29
Utilidades empleadas	\$ 1.772.834,46	\$ 2.099.496,47	\$ 2.436.650,64	\$ 2.821.675,33	\$ 3.268.171,84
Utilidad después de impuestos	\$10.046.061,96	\$11.897.146,65	\$13.807.686,95	\$15.989.493,56	\$18.519.640,44
Impuesto a la renta	\$ 2.511.515,49	\$ 2.974.286,66	\$ 3.451.921,74	\$ 3.997.373,39	\$ 4.629.910,11
Resultado Neto	\$ 7.534.546,47	\$ 8.922.859,99	\$10.355.765,21	\$11.992.120,17	\$13.889.730,33

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La Tabla anterior muestra un crecimiento sostenible en la Utilidad Operativa, lo que indica una gestión financiera efectiva, eficiencia operativa y una perspectiva positiva para la empresa en los próximos años. Este escenario es un indicio de que la empresa está en camino de alcanzar sus objetivos financieros y de ofrecer un rendimiento atractivo para sus inversores y accionistas, este escenario sería que el ayudaría a que los socios quieran

invertir en nuevos servicios para la Fintech.

Punto de equilibrio

Es un concepto importante en la gestión financiera que indica las ventas necesarias para cubrir todos los costos y alcanzar un resultado financiero neutro, es decir, ni ganancias ni pérdidas.

Tabla 33. *Punto de equilibrio*

Servicio	PVP	COSTO		PE
		VARIABLE	FIJO	
Comisión de suscripción N1	100,00	1.983,33	28.352,82	15
Comisión de suscripción N2	350,00	1.983,33	28.352,82	17
Comisión de suscripción N3	600,00	1.983,33	28.352,82	20
Comisión de suscripción N4	900,00	1.983,33	28.352,82	26
Comisión de suscripción N5	1.500,00	1.983,33	28.352,82	59
Comisión de suscripción N6	2.000,00	1.983,33	28.352,82	(1.701)
Al toque	25,00	1.983,33	28.352,82	14

Fuente: Equipo investigador
Autora.

La tabla anterior muestra el análisis presentado, se muestran varios servicios junto con sus precios de venta pública (PVP), costos variables y costos fijos, así como el punto de equilibrio asociado a cada uno.

Comisión de suscripción N1

Para este servicio, el precio de \$100.00, el costo variable es de \$1,983.33 y los costos fijos ascienden a \$28,352.82. El punto de equilibrio (PE) es de 15, lo que significa que se deben vender 15 unidades de este servicio a \$100.00 cada una para cubrir los costos y alcanzar el equilibrio financiero.

Comisión de suscripción N2

En este caso, el PVP es de \$350.00, el costo variable es el mismo que en el servicio anterior, \$1,983.33, y los costos fijos son idénticos a los del servicio N1, es decir, \$28,352.82. El PE es de \$17, lo que indica que se deben vender 17 unidades de este servicio a \$350.00 cada una para alcanzar el punto de equilibrio.

Comisión de suscripción N3 a N6

Los servicios N3 a N6 siguen un patrón similar en términos de costos variables y costos fijos. Sin embargo, debido a los diferentes precios de venta, el punto de equilibrio varía. Por ejemplo, para el servicio N3 con un PVP de \$600.00, el PE es de 20 a 56 unidades.

Al toque

Este servicio se diferencia de los demás, con un precio equivalente a los \$25.00. Su costo variable ha dado como resultado \$1,983.33 mientras que los costos fijos son de \$28,352.82. Dando como resultado un punto de equilibrio de 14 suscripciones, lo que significa que se deben vender 14 unidades de este servicio a \$25.00 cada una para alcanzar el equilibrio financiero.

Tabla 34. Balance general

ACTIVOS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Activos					
Efectivo	\$1.275.394,46	\$1.466.703,63	\$1.716.043,25	\$2.042.091,47	\$2.450.509,76
Ctas y Doc. por Cobrar	\$182.199,21	\$209.529,09	\$245.149,04	\$291.727,35	\$350.072,82
Bancos	\$1.155.424,99	\$419.058,18	\$490.298,07	\$583.454,70	\$700.145,65
Total Activos Corriente	\$2.613.018,66	\$2.095.290,90	\$2.451.490,35	\$2.917.273,52	\$3.500.728,23
Activos NCTE					
PPE	\$294.072,02	\$294.072,02	\$294.072,02	\$294.072,02	\$294.072,02
ID	\$29.407,20	\$29.407,20	\$29.407,20	\$29.407,20	\$29.407,20
Total Activo No Corriente	\$323.479,22	\$323.479,22	\$323.479,22	\$323.479,22	\$323.479,22
Total Activos	\$2.936.497,89	\$2.418.770,12	\$2.774.969,58	\$3.240.752,74	\$3.824.207,45
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Ctas. y Doc. por pagar	886.649,4	443.324,68	443.324,68	443.324,68	443.324,69
Provisiones por pagar	798.183,42	279.364,19	312.058,36	364.630,84	421.832,95
Total Pasivo Corriente	\$1.684.832,78	\$722.688,87	\$755.383,04	\$807.955,52	\$865.157,64
Pasivos No Corrientes					
Obligaciones con empleados	\$208.865,36	\$282.236,45	\$320.330,93	\$385.792,92	\$471.121,73
Total Pasivos No Corrientes	\$208.865,36	\$282.236,45	\$320.330,93	\$385.792,92	\$471.121,73
Total Pasivo	\$1.893.698,14	\$1.004.925,32	\$1.075.713,97	\$1.193.748,44	\$1.336.279,37
PATRIMONIO					
Capital	\$791.026,58	\$870.129,24	\$957.142,16	\$1.052.856,38	\$1.158.142,02
Reserva	\$79.102,66	\$87.012,92	\$95.714,22	\$105.285,64	\$115.814,20
Resultado del Ejercicio	\$172.670,51	\$456.702,64	\$646.399,22	\$888.862,29	\$1.213.971,86
Total Patrimonio	\$1.042.799,75	\$1.413.844,80	\$1.699.255,60	\$2.047.004,30	\$2.487.928,08
Total Pasivo y Patrimonio	\$2.936.497,88	\$2.418.770,12	\$2.774.969,57	\$3.240.752,74	\$3.824.207,45

Fuente. Estado financiero
Autora.

La tabla 34, muestra la evolución de los activos y pasivos durante un período de cinco años. En términos de activos, se observa un aumento constante en los activos corrientes, especialmente en los efectivos, bancos y ctas. x cobrar. Los activos no corrientes, como propiedad, planta y equipos, muestran una tendencia estable y relativamente baja en comparación con los activos corrientes, lo que podría indicar una

estrategia de inversión más conservadora.

En cuanto a los pasivos, se aprecia que los pasivos corrientes se han mantenido relativamente bajos si se hace comparación con los activos ctes, lo que es una señal positiva sobre la capacidad de cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Los pasivos no corrientes también muestran una estabilidad a lo largo de los años. El patrimonio de la empresa ha experimentado de forma significativa un aumento, con un aumento en el capital social y en el resultado neto del ejercicio, lo que indica un rendimiento financiero sólido. En general, la empresa ha mantenido una estructura financiera equilibrada y sólida a lo largo del período analizado, con un aumento constante en el patrimonio que refleja un buen desempeño operativo y financiero.

Sin embargo, es importante destacar que, a medida que la empresa ha crecido, el porcentaje de activos no corrientes con respecto al total de activos ha disminuido, lo que podría ser una señal de una menor inversión en activos a largo plazo en comparación con los activos corrientes. Esto podría requerir una evaluación más profunda para determinar si la estrategia de inversión es adecuada para el crecimiento de la pyme. Además, el aumento en el porcentaje del resultado neto del ejercicio con respecto al patrimonio podría indicar que la empresa está reteniendo los dividendos en lugar de distribuirlos a los accionistas, lo que podría tener implicaciones para la política de dividendos y la inversión en el negocio.

Índices de rentabilidad

Tabla 35. Índices de rentabilidad

INDICES FINANCIEROS					
RAZÓN CORRIENTE	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
$\frac{\text{ACTE}}{\text{PCTE}}$	1,55	2,90	3,25	3,61	4,05
ROTACIÓN DE ACTIVOS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
$\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$	0,62	0,87	0,88	0,90	0,92
APALANCAMIENTO					
ESTRUCTURA DE CAPITAL	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
$\frac{\text{PASIVO TT}}{\text{PATRIMONIO}}$	1,82	0,71	0,63	0,58	0,54
ENDEUDAMINETO	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	0,64	0,42	0,39	0,37	0,35
GASTOS FIJOS	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
$\frac{\text{UTILIDAD B}}{\text{GASTOS F}}$	1,22	3,21	4,52	5,60	7,36
SOLVENCIA					
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
$\frac{\text{UTILIDAD N}}{\text{PATRIMONIO N}}$	0,17	0,32	0,38	0,43	0,49
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS TOTALES	1er. año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año
$\frac{\text{UTILIDAD N}}{\text{ACTIVOS TT}}$	0,06	0,19	0,23	0,27	0,32

Fuente: Equipo investigador
Autora.

Estos índices muestran la proyección que la Fintech podría mostrar de la empresa a lo largo de cinco años:

Razón Corriente

A lo largo de los cinco años, la razón cte ha mejorado de forma significativamente, pasando de 1.55 a 4.55. Esto muestra que la empresa es capaz de cumplir con sus obligaciones en un corto plazo, lo que es una señal positiva de solidez financiera, en el escenario óptimo.

Apalancamiento - Estructura de Capital

Este índice compara el pasivo total con el patrimonio de la empresa. La disminución de este índice a lo largo de los años (de 1.82 a 0.54) sugiere una reducción de la dependencia de la deuda para financiar las operaciones. La empresa se está volviendo menos apalancada y depende más de su patrimonio.

Endeudamiento

Este índice compara el pasivo total con el activo total. La disminución a lo largo de los años (de 0,65 a 0,35) indica una reducción en la deuda en relación con el total de activos. Esto sugiere una menor carga de deuda y un menor riesgo financiero.

Cobertura para Gastos Fijos

Este índice muestra cuántas veces la empresa puede cubrir sus gastos fijos con la utilidad bruta. A lo largo de los años, la empresa puede cubrir los gastos fijos ha mejorado, lo que indica una mayor rentabilidad y solvencia.

Solvencia - Rentabilidad sobre Patrimonio

La rentabilidad sobre el patrimonio muestra el ganancia de la empresa en relación con su patrimonio neto. A lo largo de los años, la rentabilidad sobre el patrimonio ha aumentado ligeramente, lo que indica una mayor eficiencia en la generación de ganancias con el capital propio.

Solvencia - Rentabilidad sobre Activos Totales

A lo largo de los años, este índice ha mejorado, lo que sugiere una mayor eficiencia en el uso de los activos para generar ganancias.

Margen Neto sobre Ventas

Este índice muestra el porcentaje de ganancia neta en relación con las ventas netas.

A lo largo de los años, el margen neto sobre ventas ha mejorado, lo que indica una mayor rentabilidad operativa.

Cronograma de Ejecución

El cronograma de actividades de nuestra Fintech se divide en tres fases clave para la creación y lanzamiento de nuestra plataforma de inversión en línea.

FASE 1 Planificación y Conceptualización (3-6 meses)	Mes 1-2: Definición del Concepto	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación de mercado y análisis de competidores. -Identificación de las necesidades del mercado y del público objetivo. -Desarrollo de una propuesta de valor única.
	Mes 2-3: Plan de Negocios y Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> -Formulación del plan de negocio, incluyendo la estrategia de ingresos y modelo de precios. -Establecimiento de objetivos financieros y métricas clave de desempeño. -Identificación de fuentes de financiamiento.
	Mes 4-6: Desarrollo del Equipo y Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> -Contratación de personal clave, como desarrolladores, diseñadores y expertos en finanzas. -Evaluación y selección de tecnologías y herramientas de desarrollo. -Creación de un prototipo de la plataforma de inversión en línea
FASE 2 Desarrollo de la Plataforma (6-12 meses)	Mes 7-9: Diseño y Desarrollo de la Plataforma	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño de la interfaz de usuario (UI) y la experiencia del usuario (UX). -Desarrollo de la plataforma, incluyendo la funcionalidad de inversión, seguridad y cumplimiento normativo. -Pruebas beta internas para identificar errores y problemas de usabilidad.
	Mes 10-12: Pruebas Piloto y Refinamiento	<ul style="list-style-type: none"> -Lanzamiento de una versión de prueba limitada de la plataforma para un grupo selecto de usuarios. -Recopilación de comentarios y retroalimentación de los usuarios para realizar mejoras. -Testeo de la plataforma y verificación de que cumpla con todas las regulaciones financieras aplicables.
Fase 3 Lanzamiento (12-18 meses)	Mes 13-15: Lanzamiento Completo	<ul style="list-style-type: none"> -Lanzamiento público de la plataforma de inversión en línea. -Implementación de estrategias de marketing y adquisición de clientes. -Monitoreo de la plataforma para resolver problemas inmediatos.

Fuente: Equipo investigador
Autora.

CONCLUSIONES

- El escenario óptimo muestra un crecimiento constante en la utilidad operativa a lo largo de los cinco años. Esta predisposición positiva sugiere que la empresa ha implementado estrategias efectivas que le permiten generar beneficios de manera consistente, por lo consiguiente los inversores ángeles podrían reinvertir sus ganancias en la implementación de nuevos servicios.
- El aumento constante en la utilidad operativa indica una mejora en la eficiencia operativa de la empresa. Esto podría ser el resultado de una gestión efectiva de costos, un mejor control de gastos y una optimización de los procesos.
- La solidez de efectivos de la empresa se refleja en la capacidad de mantener un crecimiento sostenible de la utilidad operativa. Esto indica que la empresa está en una posición financiera estable y tiene la capacidad de enfrentar desafíos económicos siempre y cuando se analice desde la perspectiva óptima.
- En cambio, el escenario pesimista subraya la importancia de realizar una planificación previa para enfrentar desafíos financieros. La empresa deberá ser ágil y proactiva para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y proteger su rentabilidad y estabilidad financiera.
- Los dividendos distribuidos podrían no proporcionar un retorno inmediato o sustancial a los inversionistas ángeles. Esto sugiere que la inversión se base en una perspectiva a más largo plazo y no en la obtención de beneficios significativos en el corto plazo.
- Los inversionistas ángeles deben evaluar cuidadosamente el nivel de riesgo asumido en relación con los dividendos y la perspectiva de crecimiento de la Fintech. Es importante que comprendan que la transformación en una empresa emergente conlleva riesgos y recompensas, y que la rentabilidad puede ser modesta en las etapas iniciales.

- Los inversores ángeles a menudo aportan experiencia, conocimientos y conexiones valiosas a la mesa. Pueden brindar orientación estratégica y asesoramiento a los fundadores de la Fintech, lo que puede acelerar el crecimiento de la empresa.
- La participación de inversores ángeles puede alinear los intereses de las partes interesadas en el éxito de la empresa en un largo plazo. Cuando los inversores tienen una participación en el negocio, están motivados para contribuir al crecimiento y la rentabilidad.
- El éxito en Ecuador reviste una importancia crítica en nuestra estrategia de expansión hacia Colombia y Perú. El logro de nuestros objetivos en Ecuador no solo nos permite consolidar nuestra posición en el país, sino que también nos brinda la base financiera y la confianza necesaria para entablar conversaciones con inversionistas, invitándolos a reinvertir sus beneficios en la expansión de nuestros servicios en estos mercados vecinos. Así, el crecimiento sostenido en Ecuador no solo es un fin en sí mismo, sino también el trampolín para futuras oportunidades en la región.

RECOMENDACIONES

- Discutir la ampliación de productos y servicios que ofrecen para llegar a un público más amplio. Esto podría incluir servicios de inversión adicionales, productos financieros innovadores o la expansión a nuevas áreas geográficas.
- Enfocarse en mejorar la atención del cliente, tanto en la plataforma en línea como en el trato del cliente. Es por ello que se ha manifestado que la satisfacción del cliente es fundamental en la industria Fintech.
- Desarrollar una estrategia sólida para adquirir y retener clientes. Esto podría incluir la implementación de programas de referidos, campañas de marketing digital efectivas y estrategias de fidelización.
- Reforzar las medidas de seguridad para proteger toda la información de los clientes. Por

ello se ha hecho hincapié sobre la importancia del cuidado de datos en el sector financiero.

- Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones y requerimientos normativos en el sector financiero. Mantenerse al tanto de los cambios regulatorios y ajustar las prácticas comerciales en consecuencia.
- Desarrollar un sólido plan de gestión de riesgos que aborde los posibles riesgos financieros, operativos y cibernéticos. La mitigación de riesgos es esencial para la estabilidad del negocio.
- Mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas y financieras. La innovación constante es clave para mantener la competitividad en la industria Fintech.
- Mantener una comunicación abierta y transparente con los inversores, accionistas y clientes. La confianza es un activo valioso en el sector financiero.
- Realizar una revisión periódica de los costos y buscar oportunidades para reducir gastos innecesarios y mejorar la eficiencia operativa.
- Desarrollar una estrategia a largo plazo que complemente un crecimiento de la empresa. Esto puede incluir la exploración de nuevos mercados, alianzas estratégicas o fusiones y adquisiciones con otras empresas.
- Establecer KPIs claros y medibles que permitan la evaluación del desempeño financiero, la adquisición de clientes y la retención, entre otros aspectos. El seguimiento constante de estos indicadores ayuda en la toma de decisiones informadas.
- Actualizar periódicamente las tendencias financieras en la Fintech para que los usuarios se beneficien del crecimiento financiero.

REFERENCIAS

- Alvarado Q., K. (2023). Análisis de las Fintech y su contribución al desarrollo de las pymes en Guayaquil-Ecuador. *Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil, Ecuador*.
- Banco Central del Ecuador (2023). Indicadores de Uso de Personas del Sistema Financiero Nacional número y porcentajes 2019.IIT – 2023.IT. Pág. 9
- Banco Central del Ecuador (2021). Acceso al sistema financiero.
- Banco Nacional De Comercio Exterior (Bancomext), F. (2019). Fintech En El Mundo. LaRevolución Digital De Las Finanzas Ha Llegado.
- Bank, T. W. (2021). *The World Bank*.
- Barrera Rubaceti, N. A., Robledo Giraldo, S., & Zarela Sepulveda, M. (2021). Una revisión bibliográfica del Fintech y sus principales subáreas de estudio. *ECONÓMICAS CUC*, 43(1), 83–100.
- Bruckner, M. S. (2023). El Efecto Del Bloqueo Y La Persuasión En Las Decisiones De InversiónEn Línea: Un Estudio Experimental En Ico. *Mercados Electrónicos*, 1-10.
- El Universo. (08 de 2023). Las actividades fintech ya tienen una normativa que las regule, que tendrá sureglamento en los próximos siete meses. *El Universo*.
- Dorfleitner, L. H. (2017). *Fintech In Germany*.
- Giler, J. O. (26 de agosto de 2023). La nueva banca en Latinoamérica y las fintech. *Primicias* , págs. 1,2.
- MAESTRE, R. J. (2022). *El futuro de las finanzas*. Madrid: IEBS Business School.
- Hernández, R. F. (2021). Metodología De La Investigación. *México D.F.: Mc Graw Hill*.
- INEC 2023. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Indicadores Laborales.

Jourdan, Z., Corley, J. K., Valentine, R., & Tran, A. M. (2023). Fintech: A content analysis of the finance and information systems literature.

Luque, F. V., Lozano, L. A. H., & Quiroz, A. F. B. (2018). Importancia de las técnicas del marketing digital. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 764-783.

MAESTRE, R. J. (2022). *El futuro de las finanzas*. Madrid: IEBS Business School.

Niubox. (2023). Ley Fintech en Ecuador. *Niubox*.

Noorul Ain A, G. V. (2019). Dos Décadas De Investigación Sobre La Adopción, Utilización Y Éxito De Sistemas De Inteligencia Empresarial: Una Revisión Sistemática De La Literatura. *Department Of Management, Università Ca' Foscari Venezia, S. Giobbe, 873,30121, Italy*.

Oliver Werth, R. (2023). *¿Qué Determina El Éxito De Fintech?—Un Análisis Basado En Taxonomía De Los Factores De Éxito De Fintech*. Mercados Electrónicos.

Rentería, D., Vélez, I., Giraldo, L. M., & Villa, L. F. (2018). *Las fintech, una revolución para la banca tradicional*.

Rioja, U. -U. (2023). *FINTECH Características, tipos y funcionamiento*. EEspaña.

Salas Quenta, Anapierina Andrea, Miranda López, José Gerardo, Saldaña Pacheco, Raphael Angel, & Diaz Nishizaka, Rulman Arturo. (2022). Las fintech y el proceso de inclusión financiera en Perú. *Quipukamayoc*, 30(63), 69-79.

Schiavone, F. Y. (2018). Metodologías De Investigación En Fintech: Una Revisión Sistemática De La Literatura. *Revista Internacional De Economía, Comercio Y*

Gestión, 120-127.

Solis, J. J. (2018). *Cobistopaz*.

Superintendencia de Bancos y Seguros y AFT. (2023). Evolución del sistema financiero. Perú

Trelles Chamba, J. E. (2022). Marketing digital y captación de clientes en la Empresa Fintech Créditos Ayni, Sechura 2022.




Vera, A. & Tamayo, Inclusión Financiera En Colombia C.E. (2022). *Puntoaparte Editores*. Vol 1.

Xiaoting Wang A, S. H. (S.F.). *Sciencedirect*.

Zhang, M. H. (2020). *Sciencedirect*. Obtenido De Sciencedirect

ANEXOS

Anexo 1 Anuncios en Página web sobre las inversiones

 <p>AUTOMATIZACIÓN DE SUBESTACIONES ELÉCTRICAS PARA LA GENERACIÓN E INDUSTRIA</p> <p>Global Pro</p>	 <p>Lebensmitteltrend: INNOVATION</p> <p>FANCY BY NATURE</p> <p>Executive</p>	 <p>Wavey Ice</p> <p>Executive</p>
<h3>Ingeniero en Electrónica</h3> <p>📍 Ecuador, Ecuador</p> <p>Venta de equipos para control, protección y automatización de sistemas de potencia (energía e industria). Servicios y comisionamiento por puesta en marcha de equipos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Actual deuda vigente• Crecimiento esperado de un 40%• Posicionamiento de mercado ya establecido <p>\$100.000 Total requerido</p> <p>\$10.000 Mínimo por inversor</p> <p>Más Información</p>	<h3>Fancy by Nature</h3> <p>📍 Steiermark, Austria</p> <p>Fancy by Nature sind weltweit einzigartige fermentierte Früchte und haben eine Alleinstellung am Markt! Das fast geheime Rezept stammt aus Vietnam und dieses Wissen haben wir nun nach Europa gebracht, wo wir die gesunden Lebensmittel produzieren.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fancy by Nature - ausgezeichnet als Lebensmittelinnovation in Europa!• Einzigartige fermentierte Früchte – Alleinstellung, weil uraltes Rezept!• Fermentierte Früchte zählen zu den gesündesten Lebensmitteln der Gegenwart. <p>\$850.000 Total requerido</p> <p>\$55.000 Mínimo por inversor</p> <p>Más Información</p>	<h3>Wavey Ice - Now on Seedrs</h3> <p>📍 Greater London, Reino Unido</p> <p>Wavey Ice - Refreshing, Fun and Flavourful. Headquartered in Hillsborough, Northern Ireland. Ready-to-go alcoholic ice pops, cocktails and non-alcoholic cocktails. We do the mixing, so all you have to do is enjoy. Profitable. Already raised £400k</p> <ul style="list-style-type: none">• Profitable• £600K In Revenue• Seasoned Team <p>\$600.000 Total requerido</p> <p>\$10.000 Mínimo por inversor</p> <p>Más Información</p>

CAPÍTULO I DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.- Objeto. La presente Ley tiene por objeto regular las Actividades *Fintech* efectuadas por las iniciativas de tecnología relacionadas con todas las actividades financieras, lo que incluye el mercado financiero, de valores y seguros.

Artículo 2.- Finalidad. La finalidad de la presente Ley es fomentar la innovación y el desarrollo, adopción y uso de nuevas tecnologías en productos y servicios financieros para mejorar la inclusión financiera, la productividad nacional y contribuir a la reducción de brechas de desigualdad socioeconómica en un contexto de plena competencia y brindar la protección a las y los usuarios y consumidores de los servicios.

Artículo 3.- Ámbito de aplicación material. Las disposiciones de la presente Ley se aplicarán al desarrollo, prestación, uso y oferta de Actividades *Fintech* conforme lo definido en la presente Ley y su reglamento.

Artículo 4.- Ámbito de aplicación territorial. Se aplicará la presente Ley cuando las Actividades *Fintech* se desarrollen en cualquier parte del territorio nacional.

Artículo 5.- Actividades *Fintech*. Para efectos de esta Ley se entenderá que las Actividades *Fintech* implican el desarrollo, prestación, uso u oferta de:

- i) Infraestructuras tecnológicas para canalizar medios de pago;
- ii) Servicios financieros tecnológicos;
- iii) Sociedades especializadas de depósitos y pagos electrónicos;
- iv) Servicios tecnológicos del mercado de valores; y,
- v) Servicios tecnológicos de seguros.

Artículo 6.- Principios. La presente Ley se regirá por los siguientes principios:

1. **Autonomía de la Voluntad:** La ejecución de Actividades *Fintech*, salvo prohibición expresa de la Ley, gozarán de plena validez legal y sus términos y condiciones podrán ser libremente configurados observando las limitaciones y las prohibiciones establecidas expresamente en el ordenamiento jurídico. En lo no previsto por las partes o resuelto por esta Ley, se aplicará de manera supletoria la costumbre comercial, el Código de Comercio, la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos y el Código Civil.

Anexo 3 Costo de email marketing

 **ENTERPRISE**

Obtén todas las máximas y avanzadas funciones que necesitan las grandes empresas

Elige el tamaño de tu lista

500.001 - 600.000 ▼

SUSD 1.346,69 /mes

~~SUSD 1.683,36 /mes~~

SUSD 4.040,06 ahorrado
SUSD 16.160,26 precio por año

Anexo 4 Costo de vallas publicitarias



Teléfono: 987236858
Email: info@puntoprintvallas.com

Cant.	Descripción	PU	Ptotal
9	Base tubular de 52 cm. de diámetro y 5 mm. de espesor; doble cara en V, con dimensión de 10x4 mts y con una altura libre de 9 mts. - Incluye mantenimiento e iluminación	\$9.500,00	\$85.500,00

FORMA DE PAGO

50% ANTICIPO Y 50% CONTRAENTREGA

TIEMPO DE ENTREGA

120 DIAS

DURACIÓN 6 MESES

Anexo 5 Análisis de ingresos de Colombia

COLOMBIA													
	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
INGRESOS													
Comisiones por inversiones	25.000,00	26.250,00	27.562,50	28.940,63	30.387,66	31.907,04	33.502,39	35.177,51	36.936,39	38.783,21	40.722,37	42.758,48	397.928,16
Comisiones por pago de servicios	19.000,00	19.950,00	20.947,50	21.994,88	23.094,62	24.249,35	25.461,82	26.734,91	28.071,65	29.475,24	30.949,00	32.496,45	302.425,40
Compra/Venta de acciones	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33	191,44	201,01	211,07	221,62	232,70	244,33	256,55	2.387,57
Comisión de suscripción N1	7.500.000,00	7.875.000,00	8.268.750,00	8.682.187,50	9.116.296,88	9.572.111,72	10.050.717,30	10.553.253,17	11.080.915,83	11.634.961,62	12.216.709,70	12.827.545,19	119.378.448,90
Comisión de suscripción N2	10.500.000,00	11.025.000,00	11.576.250,00	12.155.062,50	12.762.815,63	13.400.956,41	14.071.004,23	14.774.554,44	15.513.282,16	16.288.946,27	17.103.393,58	17.958.563,26	167.129.828,46
Comisión de suscripción N3	18.000.000,00	18.900.000,00	19.845.000,00	20.837.250,00	21.879.112,50	22.973.068,13	24.121.721,53	25.327.807,61	26.594.197,99	27.923.907,89	29.320.103,28	30.786.108,45	286.508.277,37
Comisión de suscripción N4	35.000.000,00	36.750.000,00	38.587.500,00	40.516.875,00	42.542.718,75	44.669.854,69	46.903.347,42	49.248.514,79	51.710.340,53	54.296.487,56	57.011.311,94	59.861.877,53	557.099.428,22
Comisión de suscripción N5	52.500.000,00	55.125.000,00	57.881.250,00	60.775.312,50	63.814.078,13	67.004.782,03	70.355.021,13	73.872.772,19	77.566.410,80	81.444.731,34	85.516.967,91	89.792.816,30	835.649.142,32
Comisión de suscripción N6	70.000.000,00	73.500.000,00	77.175.000,00	81.033.750,00	85.085.437,50	89.339.709,38	93.806.694,84	98.497.029,59	103.421.881,07	108.592.975,12	114.022.623,87	119.723.755,07	1.114.198.856,43
Al toque	50.000.000,00	52.500.000,00	55.125.000,00	57.881.250,00	60.775.312,50	63.814.078,13	67.004.782,03	70.355.021,13	73.872.772,19	77.566.410,80	81.444.731,34	85.516.967,91	795.856.326,02
Total de ingresos	243.544.150,00	255.721.357,50	268.507.425,38	281.932.796,64	296.029.436,48	310.830.908,30	326.372.453,71	342.691.076,40	359.825.630,22	377.816.911,73	396.707.757,32	416.543.145,18	3.876.523.048,86
GASTOS													
Administrativos Generales	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	38.302.928,00	459.635.136,00
Ubicación y oficina	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	4.719.404,80	56.632.857,60
Marketing	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	51.041.956,00	612.503.472,00
Depreciación	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	1.131.882,88	13.582.594,57
Pago Préstamo	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,43	1.663.014,41	19.956.173,08
Gastos totales	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,11	96.859.186,09	1.162.310.233,25
Utilidad antes de impuestos	(26.859.186,11)	(23.359.186,11)	(19.684.186,11)	(15.825.436,11)	(11.773.748,61)	(7.519.476,73)	(3.052.491,26)	1.637.843,48	6.562.694,96	11.733.789,01	17.163.437,77	22.864.568,98	(48.111.376,82)
Impuesto a la Renta													
Utilidad Neta	(26.859.186,11)	(23.359.186,11)	(19.684.186,11)	(15.825.436,11)	(11.773.748,61)	(7.519.476,73)	(3.052.491,26)	1.637.843,48	6.562.694,96	11.733.789,01	17.163.437,77	22.864.568,98	(48.111.376,82)

Anexo 6 Análisis de ingresos de precios Colombia

COLOMBIA		
Productos/Servicios	rango	Comisión
Comisiones por inversiones		2,5%
Comisiones por pago de servicios b	10000	19,0%
Compra/Venta de acciones		1,5%
Comision de suscripción N1	10001-50000	25.000,00
Comision de suscripción N2	500001-250000	35.000,00
Comision de suscripción N3	250001-550000	60.000,00
Comision de suscripción N4	550001-1000000	100.000,00
Comision de suscripción N5	10000001-5000000	150.000,00
Comision de suscripción N6	50000001 en adelante	200.000,00
Altoque	100-10000	10.000,00

Anexo 7 Análisis de ingresos de Perú

PERÚ													
INGRESOS	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Comisiones por inversiones	175,00	183,75	192,94	202,58	212,71	223,35	234,52	246,24	258,55	271,48	285,06	299,31	2.785,50
Compra/Venta de acciones	37,50	39,38	41,34	43,41	45,58	47,66	50,25	52,77	55,40	58,17	61,08	64,14	596,89
Comisión de suscripción N1	20.000,00	21.000,00	22.050,00	23.152,50	24.310,13	25.525,63	26.801,91	28.142,01	29.549,11	31.026,56	32.577,89	34.206,79	318.342,53
Comisión de suscripción N2	15.000,00	15.750,00	16.537,50	17.364,38	18.232,59	19.144,22	20.101,43	21.106,51	22.161,83	23.269,92	24.433,42	25.655,09	238.756,90
Comisión de suscripción N3	22.500,00	23.625,00	24.806,25	26.046,56	27.348,89	28.716,34	30.152,15	31.659,76	33.242,75	34.904,88	36.650,13	38.482,64	358.135,35
Comisión de suscripción N4	37.500,00	39.375,00	41.343,75	43.410,94	45.581,48	47.860,56	50.253,59	52.766,27	55.404,58	58.174,81	61.083,55	64.137,73	596.892,24
Comisión de suscripción N5	90.000,00	94.500,00	99.225,00	104.186,25	109.395,56	114.865,34	120.608,61	126.639,04	132.970,99	139.619,54	146.600,52	153.930,54	1.432.541,39
Comisión de suscripción N6	150.000,00	157.500,00	165.375,00	173.643,75	182.325,94	191.442,23	201.014,35	211.065,06	221.618,32	232.699,23	244.334,19	256.550,90	2.387.568,98
Al toque	10.000,00	10.500,00	11.025,00	11.576,25	12.155,06	12.762,82	13.400,96	14.071,00	14.774,55	15.513,28	16.288,95	17.103,39	159.171,27
Total de ingresos	345.212,50	362.473,13	380.596,78	399.626,62	419.607,95	440.588,35	462.617,77	485.748,65	510.036,09	535.537,89	562.314,79	590.430,53	5.494.791,04
GASTOS	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Administrativos Generales	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	27.222,17	326.666,03
Ubicación y oficina	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	3.877,03	46.524,36
Marketing	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	12.709,00	152.508,00
Depreciación	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	4.287,37	51.448,44
Amortización	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	6.545,00	78.540,00
Pago Préstamo	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,67	2.181,65	26.179,98
Gastos totales	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,24	56.822,22	681.866,81
Utilidad antes de impuestos	93.177,76	100.677,76	108.552,76	116.821,51	125.503,70	134.620,00	144.192,11	154.242,83	164.796,08	175.877,00	187.511,96	199.728,69	1.705.702,16
Impuesto a la Renta													
Utilidad Neta	93.177,76	100.677,76	108.552,76	116.821,51	125.503,70	134.620,00	144.192,11	154.242,83	164.796,08	175.877,00	187.511,96	199.728,69	1.705.702,16

Anexo 8 Análisis de ingresos de Perú

PERÚ		
Productos/Servicios	rango	Comisión
Comisiones por inversiones		1,75%
Compra/Venta de acciones		3,75%
Comision de suscripción N1	1000-5000	400,00
Comision de suscripción N2	50001-25000	600,00
Comision de suscripción N3	25001-55000	900,00
Comision de suscripción N4	55001-100000	1.500,00
Comision de suscripción N5	1000001-500000	1.800,00
Comision de suscripción N6	500001 en adelante	3.000,00
Altoque	10-999	100,00

Anexo 9 Servicios que ofrecen las principales Fintech del Ecuador

Servicio	Kushki	Place to pay	Payphone	Paymentez	Pagomedios	Pay-agile	Pagaresfácil
Monitoreo antifraude				x			
Soluciones optimizadas para visualizarse en aparatos móviles			x	x			
Soluciones de integración fácil para apps				x			
Certificado de seguridad PCI DSS	x	x	x	x	x		x
Tokenización para datos del cliente	x	x	x	x	x	x	x
Billetera virtual	x	x	x				x
Programa para pagos recurrentes	x	x		x	x		x
Reporte mensual de ventas		x		x		x	
Pago con tarjeta de crédito con intereses	x	x	x	x	x	x	x
Pago con tarjeta de crédito sin intereses	x		x	x	x	x	x
Pago con tarjeta de débito	x		x	x	x	x	x
Pago con tarjeta prepago				x			
Pago en efectivo			x				
Implementación para pagos recurrentes		x		x			
Pagos mixtos (2 o más formas de pago)	x	x					
Optimizado para la conversión de ventas	x	x		x			
Botón de pago para sitio web	x	x		x	x	x	
Micrositios (sin sitio web)		x				x	
IVR, Venta por teléfono		x					
Link de pago	x	x	x		x	x	x
Análisis de datos		x					
Dispersión de los pagos en diferentes cuentas bancarias		x					
Pasarela de pagos certificada por el Banco Central del Ecuador	x						
Sin comisiones por transacción por parte de la plataforma			x		x		
Sin montos mínimo de venta mensual		x	x	x	x		
Facturación electrónica					x	x	
Permite integración con sistema contable						x	
Marketplace propio						x	x

Fuente: León A., & Medina C. (2022). *Fintech de pago: análisis de aceptación basado en el modelo TAM*

Anexo 10 Nómina de Colombia

NOMINA COLOMBIA	SUELDO	SEGURO	PENSION	SUBSIDIO	Fondo de Solidaridad Pensional	SUELDO BRUTO
CEO	8.500.000,00	340.000,00	340.000,00	140.606,00	85.000,00	91.132.728,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1.160.000,00	46.400,00	46.400,00	140.606,00	-	11.119.128,00
CTO	4.500.000,00	180.000,00	180.000,00	140.606,00	-	47.992.728,00
ING DE SW	3.750.000,00	150.000,00	150.000,00	140.606,00	-	39.712.728,00
ANALISTA/PROGRAMADOR	3.550.000,00	142.000,00	142.000,00	140.606,00	-	37.504.728,00
ADMINISTRADOR DE BD	3.400.000,00	136.000,00	136.000,00	140.606,00	-	35.848.728,00
PROGRMADOR SENIOR	3.000.000,00	120.000,00	120.000,00	140.606,00	-	31.432.728,00
JEFE DE MARKETING	3.750.000,00	150.000,00	150.000,00	140.606,00	-	39.712.728,00
ASISTENTE DE CALL CENTER	1.160.000,00	46.400,00	46.400,00	140.606,00	-	11.119.128,00
CFO	2.890.000,00	115.600,00	115.600,00	140.606,00	-	30.218.328,00
JEFE DE RIESGOS	3.750.000,00	150.000,00	150.000,00	140.606,00	-	39.712.728,00
RRHH	3.850.000,00	154.000,00	154.000,00	140.606,00	-	40.816.728,00
CONTADOR	4.050.000,00	162.000,00	162.000,00	140.606,00	-	43.024.728,00
ASISTENTE CONTABLE	1.160.000,00	46.400,00	46.400,00	140.606,00	-	11.119.128,00
TOTAL	48.470.000,00	1.938.800,00	1.938.800,00	1.968.484,00		510.466.992,00

Anexo 11 Nómina Perú

NOMINA PERÚ	Remuneración Mínima Vital	Asignación Familiar	Movilidad Condición de Trabajo	salud	Renta Neta de Trabajo	TOTAL ANUAL
CEO	6.000,00	600,00	100,00	603,00	536,00	66.732,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1.100,00	110,00	100,00	117,90	104,80	13.047,60
CTO	2.500,00	250,00	100,00	256,50	228,00	28.386,00
ING DE SW	2.400,00	240,00	100,00	246,60	219,20	27.290,40
ANALISTA/PROGRAMADOR	2.350,00	235,00	100,00	241,65	214,80	26.742,60
ADMINISTRADOR DE BD	2.000,00	200,00	100,00	207,00	184,00	22.908,00
PROGRMADOR SENIOR	1.900,00	190,00	100,00	197,10	175,20	21.812,40
JEFE DE MARKETING	2.500,00	250,00	100,00	256,50	228,00	28.386,00
ASISTENTE DE CALL CENTER	1.025,00	102,50	100,00	110,48	98,20	12.225,90
CFO	668,45	66,84	100,00	75,18	66,82	8.319,53
JEFE DE RIESGOS	2.000,00	200,00	100,00	207,00	184,00	22.908,00
RRHH	1.400,00	140,00	100,00	147,60	131,20	16.334,40
CONTADOR	1.600,00	160,00	100,00	167,40	148,80	18.525,60
ASISTENTE CONTABLE	1.100,00	110,00	100,00	117,90	104,80	13.047,60
TOTAL	28.543,45	2.854,34	1.400,00	2.951,80	2.623,82	326.666,03