

Crediseed

“Sembrando Futuro”

“Corporación unificada Nacional”

Negocios Internacionales

Opción de Grado

Richard Hernández

Karen Estupiñan

Bogotá

2017

INDICE

Resumen	3
Introducción	4
Reflexión.....	5
Módulo 1.....	7
1.1 Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o el país.....	7
1.2 Marco Legal de Nuestro Negocio	9
1.3 Aspectos Ecológicos	12
1.4 Aspectos políticos y económicos	13
1.5 Aspecto Social.....	19
Módulo 2.....	20
1.1 Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del sector.	20
1.2 Estudio de competidores directos e indirectos.....	23
1.3 Segmentación Geográfica del Grupo Objetivo	26
1.4 Economía e ingresos grupo objetivo.....	28
1.5 Psicografía del Grupo Objetivo	29
1.6 Edad, Género y Ciclo de Vida.....	31
1.7 Diseño de Instrumento de Investigación de Mercado.....	32
1.8 Conclusiones y Recomendaciones (Cierre Investigación)	37
Módulo 3.....	53
1.1 Decisiones de Producto Sustentadas	53
1.2 Decisiones de Distribución Sustentadas	56
1.3 Decisiones de Promoción Sustentadas.....	57
1.4 Decisiones de Precio Sustentadas	58
1.5 Estrategia de Introducción de Precio en el Mercado:.....	60
1.6 Presupuesto General del Plan de Marketing.....	61
1.7 Paso a paso bocetos e imágenes finales de desarrollo del PMV	62
Nuestra Página Web.	63
Conclusiones.....	65
Bibliografía.....	66

Resumen

Este Proyecto abarca una posible ayuda a un comportamiento en el manejo financiero de los ingresos que reciben los jóvenes y una posible solución sustentada en una idea de negocio, brindando como ganancia a los jóvenes que sean parte del mercado objetivo de este negocio una educación financiera que les permita mejorar su calidad de vida usando de una manera más inteligente y organizada sus ingresos, la idea de negocio sustentada es una compañía de financiamiento con tasas de interés cómodas, diferentes a las que se manejan en el mercado es por ello que la tramitología para acceder a estas ayudas financieras es muy sencilla y el plus que tendrá la compañía hablando de educación financiera será totalmente gratuita garantizando de esta manera que las ayudas financieras se paguen a la entidad sin ningún contratiempo. La compañía se especializara en personas sin experiencia crediticia y en personas que se encuentren reportados en las centrales de riesgo esto para fidelizar a estos clientes ya que será la entidad que les permita tener su primera experiencia crediticia y así abrir nuevas puertas en el mercado financiero y en cuanto a las personas reportadas proporcionar una segunda oportunidad, pero esta con la diferencia que contar con una asesoría para no cometer los mismos errores del pasado.

Introducción

Los jóvenes entre 18 a 25 de la ciudad de Bogotá en un 60% trabajan y estudian tienen comportamientos compulsivos, un claro ejemplo pueden ser sus fascinación por comprar y cuando, hablamos de comprar nos referimos a todo lo que pase por el frente incluso cosas que no necesitan, tienen una fuerte tendencia a gastar el dinero que obtienen de su trabajo, razón por la cual presentan complicaciones con el manejo de sus finanzas, aplicando un instrumento de investigación se evidencia que en realidad sienten que les hace falta aprender a educarse financieramente esto para no tener la sensación de estar ajustados en su presupuesto mensual y tener la posibilidad de ahorrar ya que muchos no lo hacen. Hace algún tiempo un grupo de jóvenes decidió buscar una solución como idea de negocio pensando en un proyecto que puede ayudar otros jóvenes con esta situación y es por ello que diseñaron con un grupo de compañeros una empresa que se encargaría de facilitar ayudas monetarias a personas que se encuentren reportadas en centrales de riesgo precisamente por los desórdenes financieros anteriores, así mismo a jóvenes que no tengan experiencia en el mercado financiero, razón por la cual no tienen fácil acceso a este tipo de ayudas.

Este proyecto tiene algo adicional y es que también prestara educación financiera de calidad para las personas que hagan parte de dicha entidad

Reflexión

Los jóvenes de 18 a los 25 años en el manejo de sus ingresos para el 2017 cuántas veces han reflexionado y pensado, no era necesario haber gastado tanto dinero o ¿en qué me gasto su salario? Para ello se diseñó una entidad que brinde diferentes tipos de productos financieros como créditos estudiantiles, créditos de libre inversión, créditos rotativos, etc. Esto con el ánimo de volverse en aliados estratégicos de personas que se encuentren reportadas en data crédito o que aún no tengan experiencia crediticia, teniendo en cuenta que son personas que han presentado dificultades con sus finanzas, al definirse como aliados estratégicos lo decimos porque uno de nuestros objetivos es educar financieramente de manera gratuita a todos nuestros clientes.

Esta entidad pretende facilitar las ayudas financieras para que sus clientes tengan un apoyo en el cumplimiento de sus proyectos, pero ¿cómo garantizar que sus clientes podrán manejar sus obligaciones financieras con la entidad? Es por ello que le apostaron a la educación financiera que le ofrecen a sus clientes de manera gratuita para que realmente apliquen todo este conocimiento a lo largo de su camino y puedan mejorar su calidad de vida aprendiendo como distribuir sus ingresos, métodos para evitar deudas innecesarias, mejor utilización del dinero y cómo funcionan los créditos.

El presente proyecto se realiza con el fin de evaluar la viabilidad de una idea de negocio de gran importancia ya que es relacionado con la situación financiera del país y de sus habitantes, esta centrado en la vida crediticia y capacidad de endeudamiento de la población estrato 1, 2, y 3 con edades entre 18 y 25 años, que por diferentes causales no les es posible adquirir créditos por parte de las entidades bancarias o si las obtienen son a tasas de interés elevadas.

Para el año 2017 se consolida el proyecto partiendo de estudios donde se evidencia que el 60% de jóvenes entre 18 y 25 años en la ciudad de Bogotá, estudian y trabajan pero presentan dificultades para adquirir ayuda financiera por parte de los Bancos por dos causas principales, la primera es que no cuentan con experiencia crediticia y la segunda es que aun siendo personas jóvenes ya cometieron errores en el manejo de sus créditos y esto los llevo a ser reportados en las centrales de riesgo. Por ello nace un fondo de financiación directa, un fondo con verdadero sentido social que brinda oportunidades de financiación y préstamo a una población específica buscando así convertirse en un aliado estratégico en sus finanzas, este fondo además se encargara de educar a sus clientes financieramente para que lleguen a una estabilidad económica de acuerdo a sus ingresos.

Módulo 1

1.1 Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o el país

El mercado crediticio hasta 1.870 era dominado por la iglesia y los comerciantes, pero a partir de esa época se creó el primer banco en Colombia, tampoco había circulación de billetes por lo que se manejaban monedas de oro, plata, níquel y cobre. Por ende el sistema monetario y crediticio de la época era poco desarrollado.

En 1.870 se fundó el primer banco en Colombia que fue el banco de Bogotá pero su planeación inicio en 1.860 en cuya época se planificaron tres etapas.

Primera etapa: desamortización de los bienes de manos muertas por lo que se pusieron en el mercado propiedades eclesiásticas los cuales eran inajenables al igual que bienes raíces privados hipotecados a la iglesia y esto generaba que no pudieran ser comprados ni vendidos, esto se conocía como censo y se pretendía desmoronar este sistema de crédito hipotecario el cual controlaba la iglesia desde épocas de la colonia.

Segunda etapa: esta se dio por la promulgación en la época de 1.863 por la constitución de Rionegro, esta defendió los principios y libertad para una iniciativa de economía privada, y un sistema bancario para que hubiera una regulación.

Tercera etapa: esta se dio en 1.870 por la gran ola de exportaciones iniciada a mediados del siglo la cual amplió la economía nacional al igual que su recuperación económica que se había reducido drásticamente por causa de la independencia.

Antes de 1.870 existieron algunos intentos de bancos pero no influyeron en la vida económica del país y tuvieron una vida muy corta, hay poca información datada de estos pero se rumora que el banco colonial británico fue el primero de este tipo creado en 1.839.

El banco de Bogotá tuvo mucha influencia en empresarios y hacendados de la época en Bogotá.

A raíz del crecimiento e influencia del banco de Bogotá empezaron a crearse otros bancos privados en Bucaramanga, Medellín, Popayán, Cartagena, Barranquilla y en Bogotá. Esta etapa fue la más exitosa para la banca Colombiana ya que fue donde más bancos abrieron.

Mientras estuvo vigente la constitución de 1.863 esta regulo la actividad de los bancos por medio del gobierno y también se dio la banca libre la cual es la emisión de billetes por parte de cada banco.

De 1.870 a 1.886 se dio una etapa muy exitosa para la banca y se crearon 34 bancos y en gran parte a la banca libre la cual es la etapa donde más crecimiento en generación de bancos ha habido en el país.

En Colombia fue exitosa la banca libre solo hubo un pequeño problema en Medellín en 1.875 a causa de la guerra civil por lo que en esa época hubo estabilidad bancaria y monetaria, este fenómeno se dio también en Escocia pero hay países donde su connotación fue negativa como Estados Unidos donde la banca libre genero una sobre emisión de billetes y por ende una inflación.

En el año 1.875 se fundó también el Banco de Colombia que junto al Banco de Bogotá influyeron en el éxito de la banca libre gracias a su administración ya que no manejaron actividades especulativas, por esto sus billetes siempre fueron aceptados y siempre mantuvieron su convertibilidad en oro, ya para 1.886 entre ambos bancos emitieron el 46% de todos los billetes de los bancos en Bogotá.

1.2 Marco Legal de Nuestro Negocio

Nuestro Fondo de oportunidades es una sociedad de actividades financieras, relacionadas con el manejo, aprovechamiento e inversión de recursos de captación, esta de naturaleza privada mediante la autorización del estado y el cumplimiento de la normativa aplicable. Dicha normativa es desarrollada por el Congreso y/o el Presidente de la República, conforme a las competencias otorgadas por los artículos 150 (numeral 19, literal d) y 189 (numerales 24 y 25) de la Constitución, respectivamente.

Vigilada y controlada por la superintendencia financiera Bancaria las actividades contractuales del fondo se rigen por el derecho privado, encontrándose en todo caso sometido a los principios rectores de la función administrativa, en virtud de lo consagrado en las siguientes normas:

- Constitución de la República

El marco legal del régimen financiero en Colombia se desarrolla a partir del artículo 335 de la Constitución Política de la República de Colombia. Conforme a éste artículo las actividades "financiera, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de los recursos de captación" se consideran de "interés público", por lo cual dichas actividades sólo pueden ser ejercidas mediante autorización del Estado y en cumplimiento de la normativa aplicable. Dicha normativa es desarrollada por el Congreso y/o el Presidente de la República, conforme a las competencias otorgadas por los artículos 150 (numeral 19, literal d) y 189 (numerales 24 y 25) de la Constitución, respectivamente.

- Ley 35 de 1993
- La Ley 35 de 1993 funciona como ley marco que regula intervención, inspección, vigilancia y control del Gobierno Nacional en las actividades financiera, bursátil y aseguradora. Mediante este instrumento se otorgó al Gobierno Nacional la facultad de

actualizar y reformar la normativa financiera, lo que permitió que posteriormente el Presidente de la República actualizara el Decreto 663 de 1993, actual Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

- El Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, este tiene fuerza de ley y es la regulación más importante en materia financiera en Colombia, toda vez que integra en un mismo cuerpo normativo la mayor parte de normas aplicables a ese sector. El Estatuto se ha mantenido actualizado a través del tiempo con la incorporación de las leyes que se han promulgado con posterioridad a su expedición.

- Este instrumento normativo crea y regula a la Superintendencia, principal ente supervisor del sector financiero. Igualmente establece toda la estructura del sistema financiero, incluyendo los tipos de entes y sus funciones, así como una serie de aspectos relacionados a la operatividad del sistema, incluyendo límites de reservas, sanciones, y regímenes de incompatibilidades e inhabilidades, entre otros.

- Ley 1328 de 2009

En el año 2009 el Gobierno introdujo una importante reforma parcial al sector financiero, con especial énfasis en materia de protección al consumidor. Así, mediante Ley 1328 de 2009 se incrementa la protección a los consumidores financieros mediante una serie de medidas, tales como: obligación de los bancos de informar al consumidor información detallada sobre el costo de los servicios ofrecidos, derecho del deudor para decidir si el pago parcial que realiza lo abonará a capital con disminución de plazo o a capital con disminución del valor de la cuota de la obligación. Asimismo, se prohíben acuerdos en los cuales los consumidores renuncian derechos o se reinvierte la carga de la prueba en su perjuicio. La reforma también obliga a los bancos a implementar un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) y designar un Defensor del Consumidor Financiero con el objeto de canalizar y resolver los reclamos de los consumidores.

- Decreto 1771 de 2012

Mediante este decreto el Gobierno Nacional definió los componentes del capital de los establecimientos de crédito (bancos, compañías de financiamiento y corporaciones financieras). Con esta regulación Colombia se acerca a estándares internacionales, manteniendo en 9% el nivel mínimo solvencia mínimo que deben cumplir los establecimientos de crédito, pero incorporando una nueva medición de solvencia básica del 4.5% para el Patrimonio Básico Ordinario, conformado por instrumentos con la más alta capacidad de absorción de pérdidas.

1.3 Aspectos Ecológicos

El sector financiero en el tema ecológico de manera directa no es muy incidente ni a favor ni en detrimento de este mismo, pero indirectamente si tiene una gran incidencia ya que sin la banca y sus préstamos no sería posible para muchos sectores de la economía el poder financiar sus proyectos de los cuales muchos no tienen una retribución social ni ambiental.

Algunos de los problemas que se generan son la emisión de gases de efecto invernadero, problemas en la inflación del costo de alimentos de primera necesidad lo que genera hambrunas y malnutrición, estos se causan en gran medida al financiar a entidades las cuales perjudican el medio ambiente. Si bien no se incide de manera directa si se es cómplice de algún modo del daño al medio ambiente.

Nuestra propuesta inicialmente se enfoca en créditos a personas jóvenes que están iniciando su vida crediticia, a personas que por algún motivo no pueden retomar su vida crediticia por causa de sus reportes negativos por lo que son personas a las cuales no se les prestara más de 12.000.000 por lo que no se prestara a grandes compañías, además para evitar la contaminación de nuestro ecosistema se harán estudios de los préstamos para que estos no tengan incidencias ni consecuencias con el medio ambiente, por medio de nuestra educación financiera se les darán inducciones de cómo invertir su dinero en proyectos ambientales o que no lo perjudiquen, también dándoles según sea el proyecto inversión o patrocinio.

Ya como tal en nuestras instalaciones se ayudara en la no emisión de papel para sus recibos, archivos, y demás para que todo sea de manera digitalizada en lo posible, también en reducción de gastos de luz manejando entradas de luz solar por ventanales y techo para tener una reducción del uso de luz eléctrica.

1.4 Aspectos políticos y económicos

El balance de la actividad financiera en Colombia es muy positivo y muestra claras señas de desarrollo y eficiencia. En la última década el patrimonio supervisado por las autoridades financieras se ha incrementado en cerca de un 50% del Producto Interno Bruto. Los bancos mantienen carteras de crédito rentables y de buena calidad. [1] El sector financiero se presenta sano con buenos niveles de liquidez, un sistema efectivo de garantía de depósitos y autoridades facultadas para implementar herramientas para la solución de los problemas del sector. A pesar de lo anterior, aún existen algunas áreas que pueden ser mejoradas.

El marco legal del sistema financiero se caracteriza por ser dinámico y en constante evolución hacia estándares internacionales. El mismo se encuentra integrado por instrumentos normativos de distinto rango, incluyendo la Constitución, leyes y normas de rango sub-legal. Sin embargo, Colombia cuenta con un Estatuto del Sistema Financiero que integra la mayor parte de esta normativa y se mantiene actualizado a través de múltiples reformas.

Desde el punto de vista estructural el sistema financiero colombiano está conformado por las instituciones financieras y las autoridades de supervisión. Entre las instituciones financieras destacan una serie de conglomerados financieros (bancos, aseguradoras, etc.) e instituciones intermediarias. La función de supervisión del sistema financiero recae principalmente en la Superintendencia Financiera de Colombia (La Superintendencia). Por su parte, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público conserva una importante función desde el punto de vista regulatorio, pero la Superintendencia participa activamente en la proposición de nuevas regulaciones y revisión de proyectos de normativa.

Evaluaremos para nuestro proyecto el Mercado Financiero e en País:

Es muy importante entender que son las Instituciones Financieras y Establecimientos de Crédito.

Son las instituciones financieras cuya función principal es captar en moneda legal recursos del público en depósitos a la vista (cuenta de ahorro o corriente) o a término, para colocarlos nuevamente a través de préstamos, descuentos, anticipos y demás operaciones activas de crédito. A su vez, los establecimientos de crédito se dividen en:

a. Establecimientos Bancarios

Son instituciones financieras cuya principal actividad es la captación de recursos en cuentas corrientes, otros depósitos a la vista o a término, con el principal objetivo de efectuar operaciones activas de crédito. Las operaciones autorizadas para un establecimiento bancario, entre otras, son:

1. Recibir depósitos en cuenta corriente, a término y de ahorros;
2. Otorgar créditos;
3. Emitir cartas de crédito;
4. Tomar préstamos dentro y fuera del país; con las limitaciones establecidas en la ley;
5. Descontar y negociar pagarés, giros, letras de cambio y otros títulos de deuda;
6. Otorgar avales y garantías;
7. Realizar operaciones de leasing habitacional;
8. Realizar operaciones de leasing y arrendamiento sin opción de compra.

A su vez, la ley establece que este tipo de establecimientos no puede llevar a cabo, entre otras, ninguna de las siguientes operaciones:

1. Tomar o poseer en cualquier momento más del diez por ciento del total de las acciones de otro establecimiento bancario como garantía adicional de créditos, o una cantidad de tales acciones que exceda del diez por ciento del capital pagado y reservas del primero.
2. Adquirir o poseer sus propias acciones.
3. Limitar o restringir en forma alguna la cuantía de los saldos provenientes de depósitos en cuentas corrientes.
4. Emitir obligaciones que puedan o deban circular como moneda.
5. Otorgar financiación a cualquier persona con el objeto de que ésta pueda adquirir acciones o bonos obligatoriamente.
6. Poseer o comprar productos, mercancías, semovientes, acciones de otras corporaciones o bonos de renta u otras seguridades semejantes, salvo que tales bienes hayan sido recibidas por él, como garantía de préstamos o para asegurar los que haya hecho previamente de buena fe.

b. Corporaciones Financieras

Son instituciones que tienen como principal actividad la captación de recursos a mediano y largo plazo, con el objetivo principal de realizar operaciones activas de crédito e inversiones, direccionadas a fomentar o promover la creación, reorganización, fusión, transformación y expansión de empresas.

Las principales actividades que puede desarrollar este tipo de corporaciones son:

1. Suscribir y adquirir acciones o bonos obligatoriamente convertibles en acciones, bien sea de emisión primaria, o mercado secundario.
2. Expedir y otorgar cartas de crédito.
3. Otorgar préstamos a personas naturales para financiar la adquisición de nuevas emisiones de acciones, bonos obligatoriamente convertibles en acciones de empresas nacionales, mixtas o extranjeras.
4. Participar en la promoción y financiación de proyectos de inversión estatales, departamentales o municipales, siempre que correspondan al mejoramiento de infraestructura urbana, de servicios públicos o de saneamiento ambiental.
5. Celebrar operaciones de cualquier modalidad respecto de título emitidos por la Nación.
6. Captar ahorro mediante la emisión de certificado de depósito a término.
7. Obtener créditos del Banco de la República en los términos y condiciones que señale la Junta Directiva de dicha institución.

c. Compañías de Financiamiento Comercial

Son las instituciones que tienen como función principal la captación de recursos del público, con el propósito de financiar la comercialización de bienes y servicios y realizar operaciones de arrendamiento financiero o leasing. Estas instituciones están facultadas para realizar las siguientes operaciones:

1. Captar ahorro a través de depósitos a término.
2. Negociar títulos valores emitidos por terceros.
3. Otorgar préstamos.

4. Comprar y vender títulos representativos de obligaciones emitidas por entidades de derecho público.
5. Otorgar financiación mediante la aceptación de letras de cambio.
6. Efectuar operaciones de compra de cartera o sobre toda clase de títulos.
7. Efectuar, como intermediario del mercado, operaciones de compra y venta de divisas.
8. Realizar operaciones de leasing.
9. Captar recursos a través de depósitos de ahorro a la vista o mediante la expedición de certificados de depósito a término.

d. Cooperativas Financieras

Son entidades especializadas, organizadas como cooperativas, cuya principal función es captar depósitos, a la vista o a término, de sus asociados y/o terceros para colocarlos a través de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito.

Las siguientes son algunas de las operaciones que pueden realizar las cooperativas financieras:

1. Captar ahorro a través de depósitos a la vista o a término mediante expedición de Certificados de Depósito de Ahorro a Término y Certificados de Depósitos a Término.
2. Captar recursos a través de ahorro contractual.
3. Negociar títulos emitidos por terceros.
4. Otorgar préstamos y en general celebrar operaciones activas de crédito.
5. Efectuar operaciones de compra de cartera o sobre toda clase de títulos.
6. Emitir bonos;

7. Realizar operaciones de compra y venta de divisas y demás operaciones de cambio.

1.5 Aspecto Social

Trabajamos para brindar valor económico y social a nuestros grupos de interés, el fondo de oportunidades financieras tiene como razón social apoyar los proyectos que tengan nuestros clientes mediante créditos de fácil acceso, así mismo educar financieramente a nuestros aliados para que puedan alcanzar sus metas y mejorar su calidad de vida.

Además apoyamos de manera continua el desarrollo de nuestro colaboradores, mediante el bienestar de los mismos, la remuneración por las funciones que desempeñen en la compañía, programas de formación y capacitación.

Todo esto mediante alianzas y herramientas importantes como:

- Sena (Educativa)
- Página Web del Fondo (Educativa)

Módulo 2

1.1 Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del sector.

Sector Financiero y sus actividades. Las entidades de financiamiento encargan de actuar como intermediarias entre las personas que tienen recursos disponibles y las que solicitan esos recursos. Las instituciones de depósito es una de las tantas entidades financieras, de las cuales los bancos son el tipo más conocido.

El mercado financiero en donde se podría decir que se realizan las transacciones o intercambios de activos financieros y de dinero. Las instituciones del sistema financiero como Crediseed, al ser intermediarias, median entre las personas u organizaciones con recursos disponibles y aquellas que necesitan y solicitan estos recursos. De esta forma, cumplen con dos funciones fundamentales: la captación y la colocación.

La captación, como su nombre lo indica, es captar o recolectar los recursos de las personas. Estas personas pueden realizar depósitos en cuentas de bancos o comprar títulos, siendo posible, en ambos casos, obtener una ganancia, ganancia que muchas veces se da gracias al pago de intereses.

La colocación es lo contrario a la captación. La colocación permite poner dinero en circulación en la economía; es decir, las instituciones financieras toman el dinero o los recursos que obtienen a través de la captación y, con éstos, otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que los solicitan, o realizan inversiones.

El sistema financiero permite que el dinero circule en la economía, que pase por muchas personas y que se realicen transacciones con él, lo cual incentiva un sinnúmero de

actividades, como por ejemplo, la inversión en proyectos que, sin una cantidad mínima de recursos, no se podrían realizar, siendo esta la manera en que se alienta toda la economía.

Finalmente, el sistema financiero ayuda a que la política monetaria que se impone en el país tenga éxito, ello gracias a las modificaciones que constantemente se hacen al encaje bancario. El encaje bancario es una herramienta utilizada por la autoridad monetaria (el Banco de la República, en el caso de Colombia) para cumplir sus metas con respecto a la cantidad de dinero en circulación en la economía, las tasas de interés, la inflación, etc.

Cifras del Sector Financiero. Las ganancias de las compañías del sector entre enero y agosto superaron los 11,8 billones de pesos, que representan un incremento nominal de 24 por ciento.

Según los datos de la Superintendencia Financiera, los activos del sector llegaron a 1.357,9 billones de pesos, impulsados por las inversiones y la cartera. El grueso de los números corresponde a los establecimientos de crédito (bancos, corporaciones financieras y compañías de financiamiento).

En conjunto, estas entidades registraron utilidades de 9,18 billones de pesos en los ocho meses.

Las cinco compañías con los mayores resultados fueron Banco de Bogotá, Bancolombia, Davivienda, Banco de Occidente y el BBVA Colombia.

En cuanto al comportamiento del crédito, la actividad central de estas entidades, la Súper financiera informó que el saldo de cartera (incluyendo la del Fondo Nacional del Ahorro), cerró agosto en 404 billones de pesos. Dicho dato representa un crecimiento nominal de 8,9 por ciento anual (0,74 por ciento real), que muestra que el enfriamiento de la economía sí se ha visto reflejado en el crédito.

Como se recuerda, en años anteriores los préstamos crecían a tasas de dos dígitos, pero ahora, con menor confianza de los consumidores y empresas que por varias razones han limitado sus decisiones de inversión, la cartera se resiente. Y aunque los préstamos vencidos han aumentado, la calidad de cartera se mantiene en niveles sanos: por cada 100 pesos prestados, solo hay 3,2 pesos en mora.

Entre tanto, los préstamos para consumo tuvieron una leve aceleración, debido en su mayoría a que aumentaron los desembolsos para productos diferentes a las tarjetas de crédito. Al tiempo, el crédito hipotecario continúa en ascenso.

1.2 Estudio de competidores directos e indirectos

Competencia directa. Algunos de los más fuertes competidores directos que tenemos son las grandes entidades financieras como lo son:

- Bancolombia
- Colpatria
- Davivienda
- Corpbanca
- CITIBANK
- BBVA

Estas entidades tienen una gran captación de clientes, pero tienen muchos filtros para el poder hacer crecer o iniciar la vida crediticia de una persona, y nosotros somos conscientes que cada persona tiene su caso especial, ya que en Colombia hay muchos empleos informales los cuales son algo difíciles de justificar en ingresos para personas que no tienen una educación contable, financiera o de otra índole relacionada, por lo que estas grandes empresas descartan muy fácilmente a las personas a las cuales queremos llegar.

Al igual que las opciones para personas las cuales ya han tenido reportes en data crédito las cuales ya han quedado mal con alguno de ellos, se les hace más complicado tener una vida crediticia prospera y muy pocas veces pueden darle la vuelta a esta situación, por lo que también queremos darles la oportunidad para que puedan volver a retomar una buena vida crediticia y sacar adelante sus proyectos.

También vemos unos grandes costos al usar estas grandes entidades ya que sus tasas de interés son algo elevadas, por lo que queremos ofrecer tasas más bajas, por ejemplo esta tabla veremos las tasas comunes que se ofrecen en el mercado por uno de nuestros productos:

Créditos de Libre Inversión				
Banco	Tasa Competencia	Tasa Crediseed	Brecha	Brecha %
Bancolombia	1,39%	0,80%	0,59%	42,4%
Colpatría	1,35%	0,80%	0,55%	40,7%
Davivienda	1,30%	0,80%	0,50%	38,5%
Corpbanca	1,53%	0,80%	0,73%	47,7%
CITIBANK	1,10%	0,80%	0,30%	27,3%
BBVA	1,24%	0,80%	0,44%	35,5%

Como vemos sus tasas de interés son desde 1.10% hasta 1.53% y nosotros ofrecemos un tasa de 0.80%

Por lo que frente a los competidores directos tenemos una gran oportunidad de competir y suplir las necesidades del mercado objetivo que tenemos.

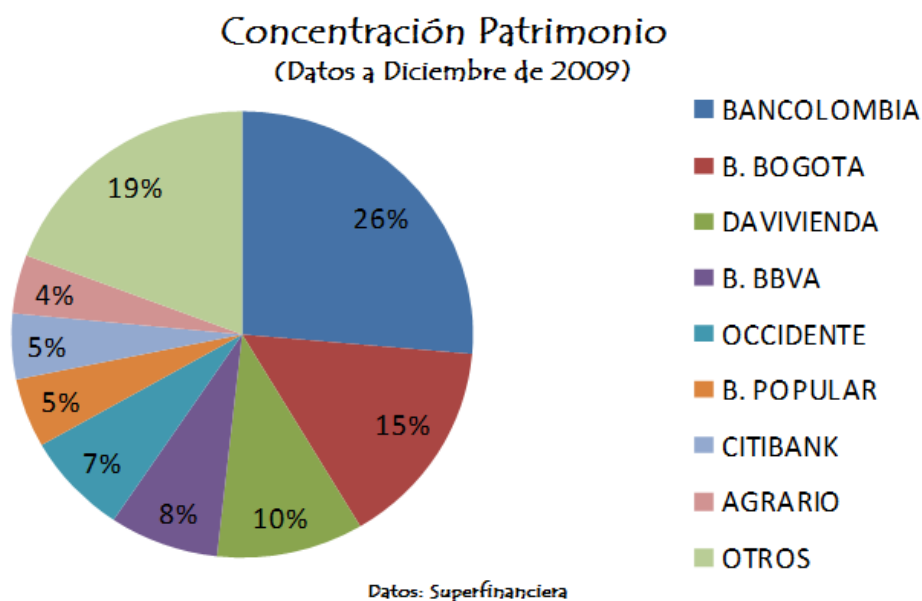
Competencia indirecta. Hay muy poca competencia bancaria en Colombia ya que esta está posicionada como un oligopolio pero hay algunas alternativas nuevas de crédito que indirectamente pueden estar en nuestra competencia ya que prestan pero en su mayoría para pymes, estos préstamos se dan por personas particulares o por ayuda de internet el cual funciona como un tercero, hay fanpage las cuales hacen contacto entre la persona que requiere el crédito como con las posibles personas prestamista.

En estos sistemas se maneja la transparencia, por ende no hay lo que encontramos en los bancos grandes como letras pequeñas o cobras por otras razones, sencillamente es un crédito claro con tasas más bajas y con grandes beneficios ya que por lo general los bancos prestan

más dinero a quien mayor liquidez tenga, pero estos nuevos créditos por internet se enfocan en ayudar a las empresas chicas.

Alguno de estos servidores es crowdeling de origen español que intermedia pero como tal no son ellos quienes dan el crédito, es la tendencia actual los créditos particulares.

Como tal el mercado bancario en un 80% está controlado por 4 corporaciones y estas se enfocan en grandes préstamos, los créditos particulares prestan a un rango menor pero sigue siendo para pymes y nosotros queremos prestarles a personas que realmente requieren una necesidad de un crédito poco elevado.



1.3 Segmentación Geográfica del Grupo Objetivo

Empresa y Consumidores. Nuestro Fondo de oportunidades financieras es de naturaleza B2C, contamos con productos que están dirigidos para clientes de estrato 1, 2, 3 ya que son parte de la población menos favorecida en nuestro país, así mismo son personas interesadas en cumplir sus metas, es por ello que nos enfocamos en personas emprendedoras, principalmente el estudiantes para que con nuestros productos financieros les sea más fácil alcanzar sus objetivos.

Geografía. Inicialmente nuestro fondo de oportunidades financieras estará funcionando para clientes de la ciudad de Bogotá- Colombia, pero el objetivo a largo plazo como compañía es estar posicionados en el país en su totalidad.

TAM – Total Addressable Market (Mercado total o direccionable). Para empezar podemos decir que según nuestras investigaciones de cada 100 colombianos, 74 manejan un producto financiero, para el cierre del año 2016, 23.7 millones de colombianos tenían un producto financiero y 700.000 de ellos ya se encuentran reportados en las centrales de riesgo.

SAM – Serviceable Available Market (Mercado que podemos servir). 15.342 adultos que ingresaron por primera vez al sistema financiero a través de estas entidades de financiación esto corresponden al 0,07% de personas que hacen uso de productos financieros en el país.

SOM – Serviceable Obtainable Market (Mercado que podemos conseguir)

TAM	Usuarios de Productos Financieros	23.700.000
SAM	Ingresan al Mercado	15.342
	Deudores	700.000
	Serviremos/ Deudores	7.000
SOM	1 Año	200
	2 Año	500
	3 Año	900

1.4 Economía e ingresos grupo objetivo

Uno de nuestros enfoques es en los jóvenes que tienen de cero ingresos a un salario mínimo legal vigente \$737.717 algunos de los beneficios que ellos tienen son el pago de 0 % en créditos icetex y jóvenes en acción aunque los que quieren acceder a estudios universitarios no los cubre, en jóvenes hasta 28 años hay una tasa de desempleo de 17,5% el cual ha disminuido un poco gracias al programa mi primer empleo, por otro lado tenemos a las personas con reportes en data crédito, estas personas al no tener para el pago de su deuda asumimos que devengan máximo dos salarios mínimos 1.474.342, la tasa de morosos ha incrementado para 2.017 en gran medida por la reforma tributaria impuesta y por la elevación del cobro de interés el año 2.016, por lo que realmente nuestro crédito sirve para suplir esa deuda y tener un mejor manejo de ella con nosotros sin arriesgarse a perder por completo su vida crediticia.

1.5 Psicografía del Grupo Objetivo

Nuestro mercado objetivo son personas que inicialmente tengan proyección para cumplir sus metas a corto, mediano y largo plazo, emprendedores, personas decididas a mejorar su calidad de vida y aprender como lo pueden lograr mejorando sus manejos financieros.

Queremos ser aliados de estas personas que por cuestiones laborales y económicas tal vez no tengan los recursos suficientes para llegar a estos objetivos, nos enfocaremos en personas de estrato 1, 2 y 3 ya que son las personas que deseamos apoyar financieramente, así como personas que por alguna razón estén reportadas en las centrales de riesgo ya que crememos en la idea de brinda nuevas oportunidades.

1.6 Edad, Género y Ciclo de Vida

La edad para la cual enfocamos nuestros productos es de 18 a 25 años, en cuanto al género no tenemos preferencia por ninguno en especial sin embargo tenemos en cuenta que el número de mujeres con al menos un producto financiero activo fue de 8,1 millones mientras que el número de hombres fue de 7,2 millones para el cierre del año 2015, según el estudio realizado por Portafolio.

Al segmentar la tenencia de productos activos o vigentes por rango de edad sobresale una mayor tenencia en la población con edades entre 26 y 50 años. Esto podríamos decir que se debe a la tendencia de las entidades financieras por limitar sus productos a personas con experiencia financiera y con determinados ingresos, razón por la cual nos enfocamos en el resto de la población.

1.7 Diseño de Instrumento de Investigación de Mercado

Diseñamos una encuesta como método para la recolección de datos importantes que nos permitirán conocer preferencias y posibles experiencias en nuestro mercado objetivo y con estos mejorar nuestros productos y facilitar la toma de decisiones al momento de hacerlo.

Consta de 16 preguntas de selección múltiple aplicadas a 60 personas entre 18 a 25 años de edad, principalmente captadas en instituciones de educación y lugares de afluencia de público de estrato 1, 2, 3.

A continuación presentamos el instrumento de investigación aplicado:

“Buen día, nos presentamos nuestros nombres son Richard Hernández y Karen Estupiñan, el objetivo de la entrevista de hoy es conocer un poco sobre los créditos para personas sin vida crediticia o con reportes, al igual que la educación financiera ya que son de gran importancia para nuestro estudio el cual tendrá como fin el posible lanzamiento de un nuevo producto. Garantizamos a la confidencialidad de su información”.

Escala Likert: “Para cada una de las siguientes situaciones, por favor seleccione la respuesta que describa el grado en que usted está de acuerdo o desacuerdo: 1. Muy de Acuerdo – 2. Un poco de acuerdo – 3. Ni acuerdo ni en desacuerdo – 4. Un poco en desacuerdo – 5. Muy en desacuerdo”

Escalas ordinales por rangos: Nos gustaría conocer sus experiencias respecto a los servicios bancarios. Por favor ordene los siguientes servicios colocando sobre la línea ‘1’ junto al servicio que más prefiera, un ‘2’ para su segunda preferencia y así sucesivamente”.

1. Ha solicitado alguna vez un crédito?

- A. Si, con una entidad bancaria
- B. Si, con un prestamista independiente

C. No

2. Le interesaría adquirir créditos estando reportado o para iniciar vida crediticia?

A. Si, ya que he estado reportado

B. Si, para iniciar vida crediticia

C. No

3. Ordenar de mayor (1) a menor (5) ¿cuál es la razón por la que necesita un crédito?

A. Vivienda _____

B. Estudio _____

C. Vehículo _____

D. Negocio _____

E. Otra razón, cuál? _____

4. ¿Cuántos salarios mínimos legales vigentes (SMLV) gana mensualmente?

A. 1 SMLV

B. 2SMLV

C. Más de 2 SMLV

D. Menos de 1 SMLV

5. Ordenar de mayor (1) a menor (5) ¿qué tiene en cuenta a la hora de solicitar un crédito?

A. Interés más bajo _____

B. Rapidez de aprobación y desembolso _____

C. Que pidan pocos requisitos _____

D. Adquirir otros servicios adicionales _____

E. Otra razón, cuál? _____

6. Ordenar de mayor (1) a menor (5) que inconformidad tiene actualmente con su entidad prestamista ?

- A. Piden muchos requisitos _____
- B. Aprueban un monto bajo _____
- C. Cobran intereses muy elevados _____
- D. Es complicado iniciar una vida crediticia _____
- E. Dan créditos a un largo tiempo _____

7. Si se le ofrece una opción de crédito con menos requisitos, más rápido y con una rentabilidad menor estaría interesado?

- A. Si
- B. No

8. Que le parece el sistema financiero a la hora de solicitar un crédito?

- A. Excelente
- B. Bueno
- C. Aceptable
- D. Regular
- E. Malo

9. Qué tasa de interés mes vencido, estaría dispuesto a pagar por un crédito rápido y sin tanto papeleo?

- A. 3.5%
- B. 5.0%
- C. 7.0%
- D. Más de 7%

10. Cuál es el requisito por el cual no le han aprobado un crédito?

- A. No tener vida crediticia
- B. Pocos ingresos
- C. Ser persona independiente
- D. Haber estado reportado
- E. Por la edad

11. Que le parecería recibir una educación financiera a la par de su solicitud de crédito?

- A. Excelente
- B. Bueno
- C. Aceptable
- D. Regular
- E. Malo

12. Ordenar de mayor (1) a menor (5) que inconformidad tiene actualmente con su entidad prestamista? por qué medio le gustaría informarse de nuevas opciones de crédito para jóvenes, personas sin vida crediticia y reportados?

- A. Televisión _____
- B. Radio _____
- C. Prensa _____
- D. Internet _____

13. Esta o ha estado reportado en data crédito?

- A. Si, actualmente
- B. Si, anteriormente
- C. Nunca

14. Cuántas veces ha estado reportado en data crédito?

- A. 0
- B. 1
- C. 2
- D. Más de 2 veces

15. Ha tenido educación financiera?

- A. Si, de alto nivel
- B. Si, de bajo nivel
- C. Nunca

16. En qué tema quisieras tener un mayor conocimiento crediticio?

- A. Como distribuir el dinero
- B. Métodos para evitar endeudamiento
- C. Mejor utilización del dinero
- D. Cómo funcionan los créditos

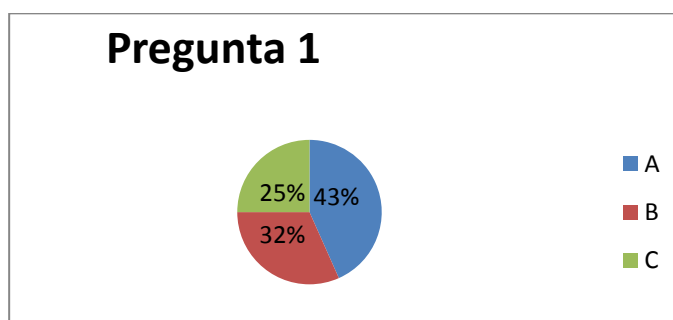
“Mil gracias por su tiempo y colaboración, todas sus respuestas serán de gran ayuda para nuestra investigación”

1.8 Conclusiones y Recomendaciones (Cierre Investigación)

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada fueron:

1. ¿Ha solicitado alguna vez un crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Si, con una entidad bancaria	26
B. Si, con un prestamista independiente	19
C. No	15
Total	60



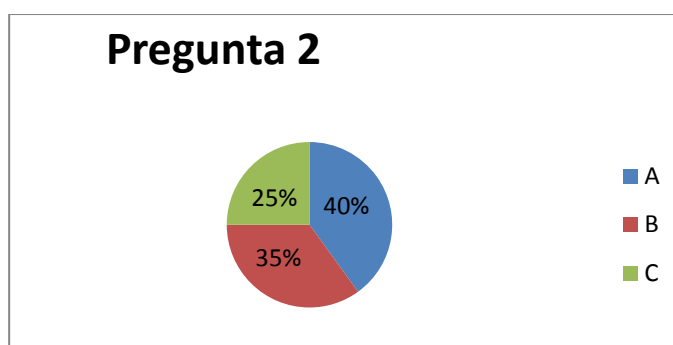
Del 100% de los encuestados, evidenciamos que el 43% si ha solicitado créditos con entidades financieras y un 32% lo ha realizado de manera informal con prestamistas independientes, en este caso la respuesta con menor participación es que No han solicitado créditos con un 25%.

La conclusión a la que llegamos es que el público objetivo si tiene un interés importante en adquirir productos financieros y en su gran mayoría han intentado adquirir créditos bien sea con entidades financieras o de manera informal.

Es importante tener en cuenta el número de personas que se encuentran interesadas en el producto lo cual nos indica que puede tener viabilidad nuestro proyecto.

2. ¿Le interesaría adquirir créditos estando reportado o para iniciar vida crediticia?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Si, ya que he estado reportado	24
B. Si, para iniciar vida crediticia	21
C. No	15
Total	60

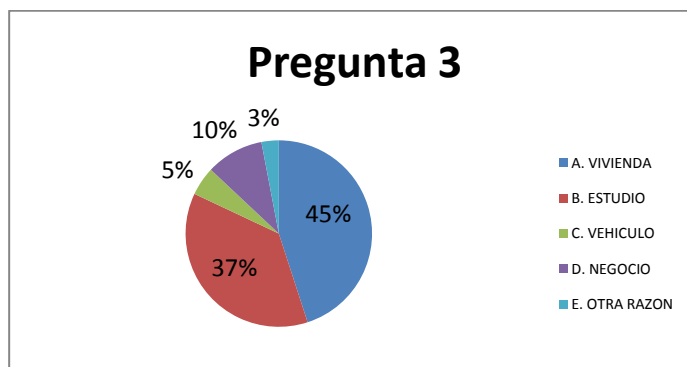


En esta pregunta del 100% de los encuestados evidenciamos que el 40% si han estado reportados alguna vez en las centrales de riesgo y les interesa adquirir préstamos o créditos de nuevo, la segunda participación más alta es los interesados en iniciar vida crediticia con una participación de 35%, el 25% restante no se encuentra interesado en este tipo de productos.

La conclusión a las que llegamos es que a pesar de existir personas reportadas en centrales de riesgo y personas que no tienen vida crediticia , en un 75% se encuentran interesados en adquirir préstamos o ayudas financieras.

3. ¿Ordenar de mayor (1) a menor (5) cuál es la razón por la que necesita un crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Vivienda	45%
B. Estudio	37%
C. Vehículo	5%
D. Negocio	10%
E. Otra Razón	3%



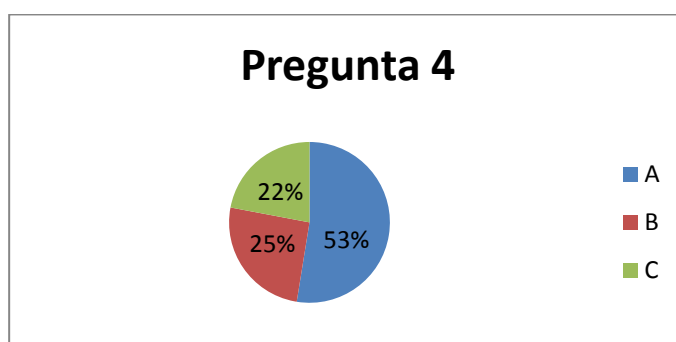
Del 100% de los encuestados evidenciamos que el interés mas alto por el cual necesitarían un crédito es en primer lugar Vivienda, en segundo lugar estudio, en tercer lugar vehículo, cuarto lugar inversión en negocio.

Es importante entender las mayores necesidades de los clientes y cuáles son sus proyectos, por esto podemos enfocar nuestros productos ofrecer créditos de vivienda, créditos estudiantiles y libre inversión.

El sentido social del proyecto del proyecto es claro y es ayudar a nuestros posibles clientes a cumplir sus sueños y metas con ayudas financieras que nosotros les prestaremos.

4. ¿Cuántos salarios mínimos legales vigentes (SMLV) gana mensualmente?

Opción de Respuesta	Resultado
A. 1 SMLV	31
B. 2SMLV	15
C. Más de 2 SMLV	13
D. Menos de 1 SMLV	1
Total:	60



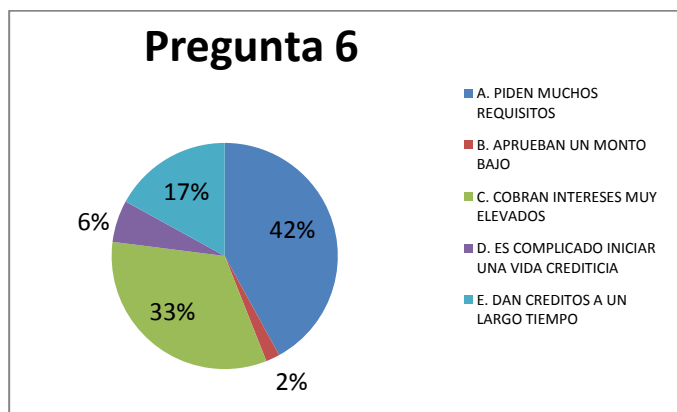
Del 100% de los encuestados el 53% devenga el SMLV, el 25 % dos SMLV, y el 25% más de dos SMLV.

En conclusión nuestro nicho de mercado inicialmente comprende el 53% ya que son los clientes que queremos impactar en nuestro proyecto.

En conclusión conociendo los ingresos con los que cuenta nuestro target ya podemos enfocar mejor nuestro plus que es la educación financiera para estas personas.

5. ¿Ordenar de mayor (1) a menor (5) que tiene en cuenta a la hora de solicitar un crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. INTERES MÁS BAJO	15%
B. RAPIDEZ DE APROBACIÓN Y DESEMBOLSO	31%
C. QUE PIDAN POCOS REQUISITOS	53%
D. ADQUIRIR OTROS SERVICIOS ADICIONALES	1%
E. OTRA RAZON	0%



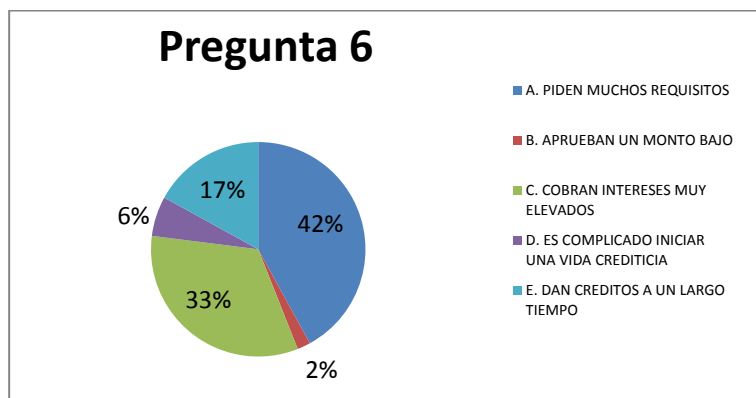
Evidenciamos que los clientes tienen en cuenta en mayor proporción que tantos requisitos exigen las entidades de financiación, en segundo lugar encontramos que se fijan en la rapidez con que aprueban los créditos, como última medida se fijan en los intereses que pagan por estos créditos.

Podemos decir que a nuestros clientes les interesa más a la hora de solicitar créditos que las entidades pidan pocos requisitos y que los créditos o ayudas financieras se aprueben lo más rápido posible.

Estos resultados que arrojan las encuestas son muy bueno ya que en esto se centra nuestro producto, facilidad en traites para la aprobación de créditos. Podríamos trabajar en la velocidad con la que aprobemos las ayudas financieras.

6. ¿Ordenar de mayor (1) a menor (5) que inconformidad tiene actualmente con su entidad prestamista?

Opción de Respuesta	Resultado
A. PIDEN MUCHOS REQUISITOS	42%
B. APRUEBAN UN MONTO BAJO	2%
C. COBRAN INTERESES MUY ELEVADOS	33%
D. ES COMPLICADO INICIAR UNA VIDA CREDITICIA	6%
E. DAN CREDITOS A UN LARGO TIEMPO	17%



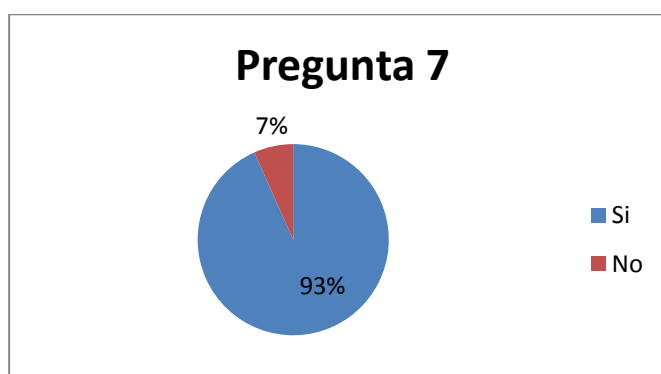
Del 100% de los encuestados el 42% de los encuestados presentan inconformidad en sus entidades financieras por l cantidad de requisitos que deben tramitar, en segundo lugar encontramos el cobro de los intereses ya que les parecen elevados con una participación del 33% y para finalizar manifiestan que es complicado iniciar una vida crediticia en un 6%.

Podemos definir por las respuestas de nuestros encuestados que a molestia más grande con las entidades financieras se dan por la cantidad de requisitos que deben tramitar para sus solicitudes y así mismo los altos costos en intereses.

Para nuestra propuesta podemos trabajar en minimizar los trámites y facilitar los procesos.

7. ¿Si se le ofrece una opción de crédito con menos requisitos, más rápido y con una rentabilidad menor estaría interesado?

opción de Respuesta	Resultado
Si	56
No	4
Total	60



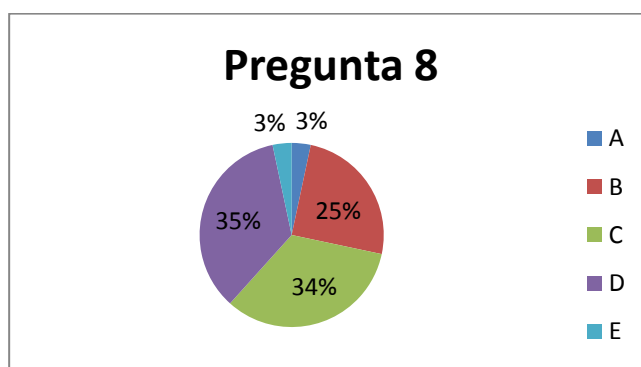
Del 100% de los encuestados el 93% manifiesta que de poder adquirir un crédito con menos requisitos y más rápido lo tomarían o estarían interesados y tan solo el 7% no se encuentra interesado.

Legamos a la conclusión que de ofrecer facilidades para adquirir créditos seria alto el porcentaje de personas con interés por adquirirlos.

Se puede generar una campaña de publicidad agresiva para que la entidad sea reconocida como entidad de fácil acceso y poca tramitología.

8. ¿Qué le parece el sistema financiero a la hora de solicitar un crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Excelente	2
B. Bueno	15
C. Aceptable	20
D. Regular	21
E. Malo	2
Total:	60



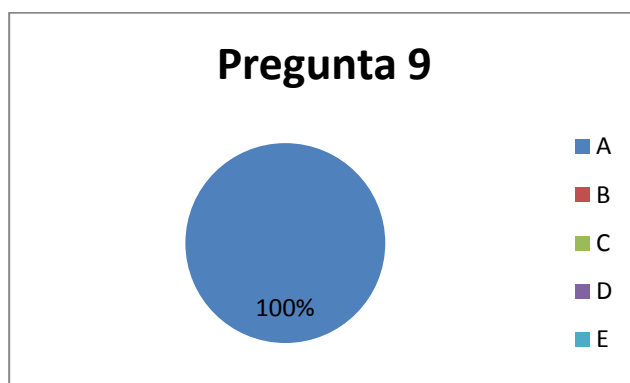
Del 100% de los encuestados manifiestan que el sistema financiero les parece en un 35% regular, en un 34% aceptable, en un 25% bueno y el 6% restante se divide entre regular y malo.

En conclusión la cantidad de personas encuestadas manifiestan en su gran mayoría inconformidad con las entidades financieras.

Esto nos sugiere una alerta para encontrar oportunidades de mejora en cuanto a servicio, productos, etc.

9. ¿Qué tasa de interés mes vencido, estaría dispuesto a pagar por un crédito rápido y sin tanto papeleo?

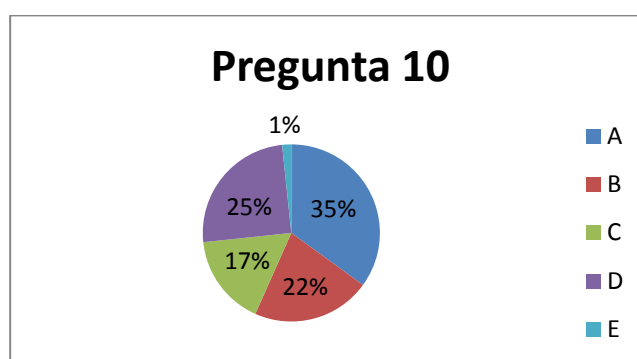
Opción de Respuesta	Resultado
A. 3.5%	60
B. 5.0%	0
C. 7.0%	0
D. Más de 7%	0
Total	60



El 100% de los encuestados indican que quieren la tasa más baja, esto nos indica los valores con los cuales podemos trabajar la mayoría sin importar si es un servicio más eficiente no están dispuestos a pagar más por este servicio.

10. ¿Cuál es el requisito por el cual no le han aprobado un crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. No tener vida crediticia	21
B. Pocos ingresos	13
C. Ser persona independiente	10
D. Haber estado reportado	15
E. Por la edad	1
Total	60

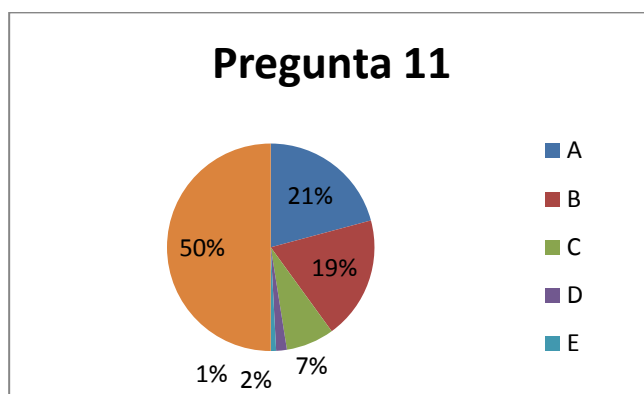


La mayoría de personas que han solicitado un crédito y no han tenido aprobación es por no tener vida crediticia con un 35%, seguido del haber estado reportados en data crédito con un 25%, muy a la par se encuentran con 22% las personas con pocos ingresos, otro inconveniente es el ser una persona independiente con 17% y un 1% por la edad.

Los mayores factores de desaprobación para un crédito se dieron por no tener vida crediticia y por haber estado reportados por lo que tenemos una evidencia de la problemática actual

11. ¿Qué le parecería recibir una educación financiera a la par de su solicitud de crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Excelente	25
B. Bueno	23
C. Aceptable	9
D. Regular	2
E. Malo	1
Total	60

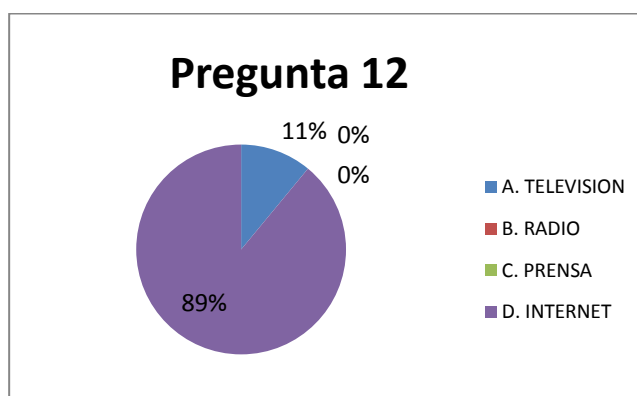


Las personas encuestadas indican que al recibir junto a sus créditos, educación financiera les parece excelente con un 21 %, a un 19% les parecería bueno, para el 7% sería aceptable, regular 2% y considerarían malo el 1%.

Esto nos indica que a la mayoría de las personas les parece atractivo el poder acceder a educación financiera, lo cual nos indica buena aceptación para el valor agregado de nuestros productos.

12. Ordenar de mayor (1) a menor (5) ¿Que inconformidad tiene actualmente con su entidad prestamista? por qué medio le gustaría informarse de nuevas opciones de crédito para jóvenes, personas sin vida crediticia y reportados?

Opción de Respuesta	Resultado
A. TELEVISION	11%
B. RADIO	0%
C. PRENSA	0%
D. INTERNET	89%



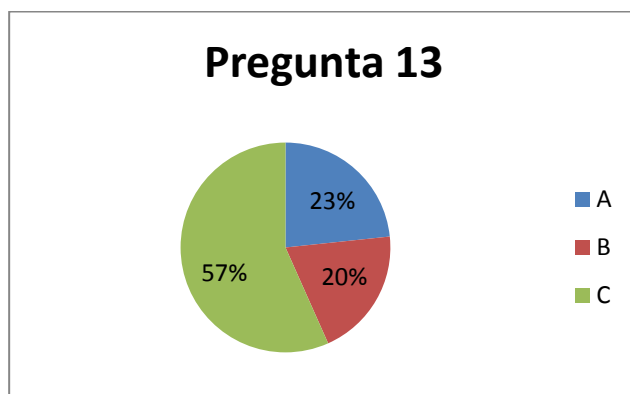
Al 89% de los encuestados les gustaría informarse de nuevas opciones de crédito y actualizaciones por medio de internet, tan solo el 11% por medio de la televisión, por prensa y radio nadie manifestó estar interesado 0%.

Concluimos que ya hay medios por los cuales muy pocas personas se informan y que el mayor medio de información es internet por un amplio margen de favorabilidad, como segunda opción que podríamos usar sería la televisión para comunicarse con las personas

Datos importantes ya evidenciamos que la tecnología en cuantas redes sociales y comunicados electrónicos serian de gran ayuda para promocionar nuestras líneas de financiación.

13. ¿Esta o ha estado reportado en data crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Si, actualmente	14
B. Si, anteriormente	12
C. Nunca	34
Total	60

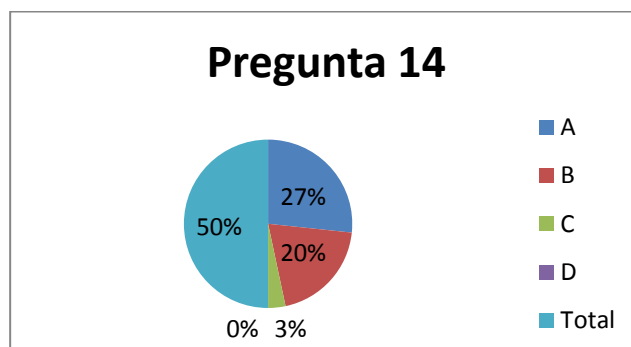


Las personas que nunca han estado reportadas en centrales de riesgo son el 57%, están reportadas actualmente 23% y han estado reportadas en data crédito el 20%.

Nos favorecen estos resultados en un 43% ya que realizaríamos préstamo a este segmento de personas que han o están reportadas en centrales de riesgo, es importante tener en cuenta que el parte de este 57% que nunca han estado reportadas en data crédito es porque no cuentan con vida crediticia por lo cual también podemos brindar esta primera oportunidad y fidelizarlos con nuestra entidad.

14. ¿Cuántas veces ha estado reportado en data crédito?

Opción de Respuesta	Resultado
A. 0	14
B. 1	12
C. 2	34
D. Más de 2 veces	60

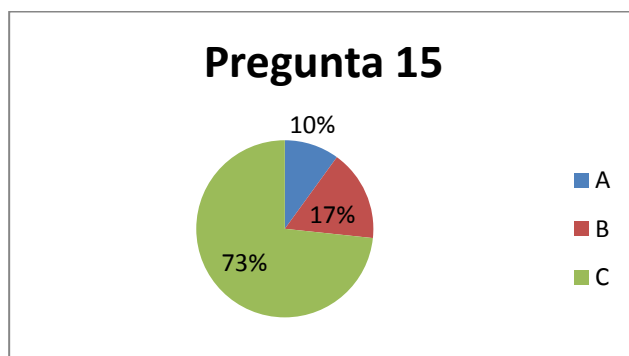


Las ocasiones que las personas han estado reportadas en data crédito son en un 27% para 0 veces, 20% una sola vez, 3% dos veces y un 0% más de dos veces.

El 50% de las personas encuestadas han estado reportadas una o más veces, este sería el segmento de personas en las cuales nos enfocaríamos para hacer más llamativa nuestra oferta comercial.

15. ¿Ha tenido educación financiera?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Si, de alto nivel	6
B. Si, de bajo nivel	10
C. Nunca	44
Total:	60



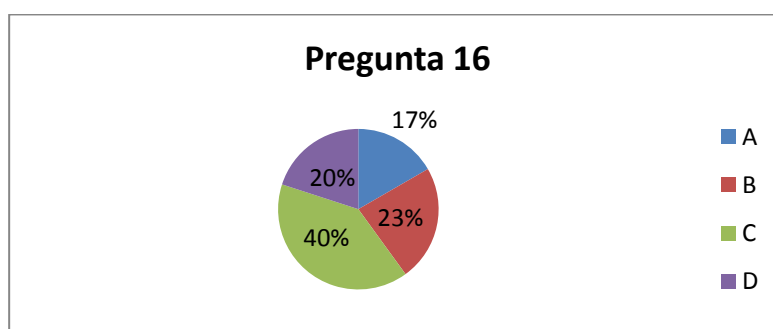
Las personas encuestadas que nunca han tenido educación financiera representan un 73% en un 17% evidenciamos que la han tenido pero de bajo nivel y un 10% ha tenido educación financiera de alto nivel.

Nos enfocaremos en este 73% ya somos conscientes de la importancia que se le debe brindar a la educación financiera, pues de ello dependen toma de decisiones y desarrollo de aspectos fundamentales en la vida de todas las personas.

Concluimos que la mayoría de personas encuestadas nunca han tenido educación financiera dándonos la ventaja de poderles aportar conocimiento financiero.

16. ¿En qué tema quisieras tener un mayor conocimiento crediticio?

Opción de Respuesta	Resultado
A. Como distribuir el dinero	10
B. Métodos para evitar endeudamiento	14
C. Mejor utilización del dinero	24
D. Cómo funcionan los créditos	12
Total:	60



Las personas encuestadas manifestaron que quisieran tener un mayor conocimiento crediticio en 40% en la mejor utilización del dinero, un 23% en métodos para evitar endeudamiento, un 20% cómo funcionan los créditos y un 17% en cómo distribuir el dinero.

Podemos determinar el agrado de las personas por los diferentes temas de educación financiera, dando una visión clara de los temas que debemos abordar en nuestros planes de educación.

Módulo 3

1.1 Decisiones de Producto Sustentadas

Tasa: Teniendo en cuenta la información recaudada con el instrumento de investigación usado en nuestro plan de negocio se formularon las siguientes decisiones de producto sustentadas en el análisis de la competencia evidenciamos que las tasas de interés manejadas en el mercado financiero oscilan entre el 1% al 2% y teniendo en cuenta las respuestas arrojadas por las encuestas previas en nuestra investigación de mercado nuestros posibles clientes tienen fuertes inconformidades con las entidades financieras a causa de las tasas elevadas que estas manejan, ya que según lo dicho por los usuarios así halla un mejor servicio siempre van encaminados a la tasa más baja.

Es por ello que la estrategia de introducción de precio en el mercado para nuestro proyecto será de penetración ya que bajamos la tasa de interés en más del 20% de las tasas actuales en el mercado.

Productos: En el estudio externo que realizamos de la competencia evidenciamos que otras entidades de financiación ofrecen un portafolio muy extenso ya que se enfocan en distintos tipos de personas clasificados según distintos tipos de segmentación como ingresos, estrato etc. Ofrecen distintos tipos de producto de financiación con variación de tasas según los criterios de segmentación ya mencionados, normalmente lo que se maneja en estas entidades es que a personas de escasos recursos les cobran una tasa de interés más alta que a las personas que presenten ingresos más altos, esto sin contar con las limitaciones que tienen estas personas en cuanto a beneficios que prestan las entidades.

En nuestro caso manejaremos un portafolio más enfocado a nuestro mercado objetivo es decir a jóvenes, personas que no tengan ingresos muy altos, personas sin vida crediticia y

personas con reportes negativos en centrales de riesgo, para ellos los productos que ofreceremos en Crediseed serán:

- **Créditos para Compra de Cartera:** Capital disponible para pago directo de obligaciones o endeudamientos que nuestros clientes tengan con otras entidades financieras a un plazo más cómodo y con una tasa de interés más baja.
- **Créditos de Libre Inversión:** Son créditos que como su nombre lo indica el cliente lo puede usar para lo que quiera, para cualquier necesidad u oportunidad que se le presente.
- **Créditos Estudiantiles:** Financiación directa para financiar las necesidades educativas, realizando pagos a entidades de educación superior.
- **Plan semilla (Ahorro Programado):** Este producto para nuestros clientes es la oportunidad de guardar de manera segura una parte de sus ingresos que sea cómoda y de acuerdo a sus ingresos y para nosotros es la garantía de recaudo en caso de presentar morosidad.
- **Educación y asesoría financiera (Gratuita):** Este será el plus que ofreceremos en nuestro portafolio ya que será el acompañamiento que brindaremos a nuestros clientes para que aprendan cómo manejar sus finanzas de una manera responsable y organizada, esto se realizara mediante comunicados, talleres, y capacitaciones directas.

En el estudio externo que realizamos de la competencia evidenciamos que otras entidades de financiación ofrecen distintos tipos de producto de financiación con tasas elevadas de interés que oscilan entre 1.10% y el 2.00%. Es por ello que para penetrar el mercado nuestros

créditos de libre inversión, estudiantiles, libre inversión y compra de cartera, manejaran la excelente tasa fija hasta pagar la totalidad de la obligación del **0,80%**.

Como condiciones y requisitos:

- Soporte de ingresos
- Hacer parte del plan Semilla
- Recibir la asesoría del grupo semilla antes de recibir alguno de los productos.

El monto mínimo aprobado es de 200.000 pesos y el máximo será de 12.000.000, esto teniendo en cuenta el perfil de nuestros clientes ya que no deseamos que su endeudamiento sea más amplio por el contrario queremos apoyar sus proyectos como estudio he ideas de negocio etc. Todos nuestros productos aplican para trabajadores asalariados he independientes.

1.2 Decisiones de Distribución Sustentadas

Diseño y selección del canal de distribución: Al ser productos intangibles los que manejamos en Crediseed, la distribución se realizara mediante información contemplada en el plan de marketing para dar a conocer los servicios financieros que ofrecemos.

Localización y dimensión de los puntos de venta : Manejaremos inicialmente una sucursal en la ciudad de Bogotá – Colombia, esto el sector del centro ya que es un lugar concurrido de jóvenes y de fácil acceso y conocimiento de las personas que residen en la ciudad.

1.3 Decisiones de Promoción Sustentadas

Se tomaron las decisiones de promoción para los productos que ofrecemos en Crediseed sustentadas en las encuestas que se realizaron ya que de estas se pudo identificar que los medios por donde nuestro mercado objetivo prefiere recibir información acerca que nuestros los financieros que ofrecemos son por medio de internet y medios televisivos, por ello iniciaremos con una estrategia de promoción inicial en las redes sociales y mediante página web.

Para la promoción de nuestros productos será mediante redes sociales ya que nuestro mercado objetivo son personas jóvenes

1.4 Decisiones de Precio Sustentadas

	Detalle:	Valores		Detalle:	Valores
	Costos:	Publicidad		\$ 166.667	Gatos:
Equipos de Computo		\$ 16.000.000	Instalaciones	100.000	
Personal de asesoría		\$ 400.000	Inversión Inicial	\$ 26.666.667	
Sub Total:		\$ 16.566.667	Sub Total:	\$ 26.766.667	
Utilidad:		0,80%	Utilidad:	0,80%	
	Total:	\$ 43.333.333			
	Utilidad:	\$ 346.667			

Estudio Externo de Precio:

Créditos de Libre Inversión				
Banco	Tasa Competencia	Tasa Crediseed	Brecha	Brecha %
Bancolombia	1,39%	0,80%	0,59%	42,4%
Colpatria	1,35%	0,80%	0,55%	40,7%
Davivienda	1,30%	0,80%	0,50%	38,5%
Corpbanca	1,53%	0,80%	0,73%	47,7%
CITIBANK	1,10%	0,80%	0,30%	27,3%
BBVA	1,24%	0,80%	0,44%	35,5%

1.5 Estrategia de Introducción de Precio en el Mercado:

Penetración en el mercado, será la estrategia que aplicaremos para la introducción de precio en el mercado, esto lo realizaremos bajando la tasa de interés que normalmente se maneja en el mercado financiero.

La tasa que se manejara para los productos financieros en nuestro fondo de oportunidades financieras será del (0,8%).

1.6 Presupuesto General del Plan de Marketing

Para nuestro plan de Marketing manejaremos el siguiente presupuesto:

Presupuesto Plan de Marketing			
Inversión:	Tiempo:	Valor:	Alcance/ Personas
Fan Page (Facebook)	Mensual	\$ 250.000	15.000 a 22.000
Merchandising	Mensual	\$ 500.000	200

1.7 Paso a paso bocetos e imágenes finales de desarrollo del PMV

Para la creación de nuestro PMV el cual es el medio de comunicación y promoción a la vez, el cual es una fan page generada en Facebook y una página web tomamos los siguientes pasos:

- Crear un correo corporativo el cual se generó por crediseed@gmail.com
- Tener una línea telefónica corporativa “3108007070 – 8007070 en Bogotá”
- Creamos una cuenta en redes sociales como Facebook e instagram
“crediseed / @crediseed”
- Después creamos la página web www.crediseed.bgta.co
- La página se enlaza a las diferentes cuentas de redes sociales.
- En la página web esta nuestra información de contacto y los servicios que prestamos.

Nuestro Logo - Nuestra Identidad.



Nuestro Lema: “Sembrando Futuro”, está enfocado en ser un grupo financiero que promueve la transformación social mediante el apoyo a sus clientes y la educación financiera para un mejor futuro.

El los colores Corporativos que usamos para nuestra marca son:

Naranja: Tramite Energía, es el color de las personas que asumen retos

Verde: Simboliza crecimiento, renovación y renacimiento.

Nuestra Página Web.

www.crediseed.co

CREDISEED
SEMBRANDO FUTUROS

INICIA TU VIDA CREDITICIA
Créditos para jóvenes y personas sin experiencia financiera

MEJORA TU VIDA CREDITICIA
Créditos para que retomes tu vida crediticia y dejes atrás los reportes negativos

NO SABES MANEJAR TUS FINANZAS?
Te brindamos todo el acompañamiento para que mejores tu vida financiera

Teléfono 3108007070
8007070
Correo crediseed@gmail.com

Nuestra Fan Page.

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Crediseed'. The page header includes the Facebook logo, the name 'Crediseed', and navigation links for 'Inicio +20', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main cover image features a hand holding a small green plant with the text 'Cred see' and a bar chart with a silhouette of a person. Below the cover image are buttons for 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', and 'Enviar mensaje'. The left sidebar contains the page name 'Crediseed @crediseed' and a menu with options: 'Inicio', 'Publicaciones', 'Opiniones', 'Videos', 'Fotos', 'Información', 'Me gusta', 'Grupos', and 'Crear anuncio'. The main content area has a text input field 'Escribe algo...' and four action buttons: 'Compartir una foto o un video', 'Anunciar tu negocio', 'Iniciar un video en vivo', and 'Recibir mensajes'. On the right, there is a section titled '¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?' with a search box 'Busca amigos para invitar' and a button 'Invitar' next to a user profile 'Duvan Ramirez'.

Conclusiones

Como sabemos la economía para el 2017 denota un considerable crecimiento, si bien es cierto que la economía colombiana avanza, no podemos obviar que este crecimiento se vea reflejado en todas las clases y estratos sociales de nuestro país. Según el periódico el tiempo en su artículo “colombianos los más endeudados de Latinoamérica” Seguimos siendo la región con mayores obligaciones crediticias, las principales razones para tener deudas son electrodomésticos y educación. Nos enfocaremos específicamente en personas de recursos limitados como ciudadanos que día a día solventan sus gastos con un salario mínimo, donde sus opciones de crecimiento personal, social, y profesional son limitados. Se diseña un sistema financiero directo pensado en personas de estrato 1, 2 y 3, que pretende brindar alternativas para consolidar sueños y entablar proyectos a corto, mediano y largo plazo. Lo que nos identifica y diferencia en el mercado crediticio es la preocupación y el sentido social para brindar posibles soluciones, recursos para nuestros clientes estén un paso más cerca de sus metas.

Bibliografía

2017 www.superfinanciera.gov.co

2017 www.portafolio.co

2017 <http://www.banrepcultural.org> (Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango)

2017 <http://www.compromisoempresarial.com>

2017 <http://www.cid.unal.edu.co/>

2017 <http://www.eempleo.com>

2017 <http://www.todostartups.com>