

Opción de Grado 1
Creación de Empresa
Final

Carlos Andrés Chacón Vargas
Cristian David Ramírez Peñaranda

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Administración de Empresas - Semestre III

Opción de Grado 1

Distancia – Grupo 40101

Bogotá D.C.

2018

Contenido

INTRODUCCION	4
JUSTIFICACION	5
DESCRIPCION GENERAL DEL NEGOCIO	6
BENEFICIARIOS	7
HIPOTESIS	8
NECESIDADES DE JOBS	9
¿Cuál es la necesidad que quiere resolver?	9
¿Bajo qué contexto se da?.....	9
INCONFORMIDADES/ FRUSTRACIONES / LIMITACIONES	11
MATRIZ DEL PROBLEMA	14
IDENTIFICACION DEL PRODUCTO	15
IDENTIFICACION DE RETOS	15
AGRUPACION DE RETOS	17
FUERZAS Opositoras del entorno de Financial Education	18
PESTEL	18
POLITICOS	18
ECONOMICOS	18
SOCIAL	18
TECNOLOGICOS	19
ECOLOGICO	19
LEGALES	20
ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	21
ANALISIS DE FUERZAS	22
FUERZAS INDUCTORAS	22
FUERZAS Opositoras	22
ESTRATEGIA COMPETITIVA	23
IDENTIFICACION DE VENTAJAS COMPETITIVAS	23

CADENA DE VALOR	24
PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA	25
IDENTIDAD ESTRATEGICA (MISION)	25
FUTURO PREFERIDO (VISION).....	25
VALORES CORPORATIVOS.....	25
SERVICIO:	25
RESPETO:	25
INNOVACION	26
RESPONSABILIDAD SOCIAL	26
DISCIPLINA DEL VALOR.....	26
DEFINICION DE OBJETIVOS	27
OBJETIVO GENERAL:.....	27
LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE NUESTRA COMPAÑÍA	27
BIBLIOGRAFIA	28

INTRODUCCION

En principio la idea de negocio surge de una observación previa en el sector bancario donde la mayoría de los clientes financieramente activos y no activos desconocen ciertos usos de los diferentes productos crediticios y de ahorro del sector donde realmente los bancos no se preocupan por asesorar bien al cliente si por el contrario solo se enfocan en colocación de producto nada más.

Escogimos este enfoque educativo dado que una persona con un conocimiento previo sobre estos temas puede tomar mejores decisiones a nivel personal en temas bancarios generando hábitos saludables para así poder cumplir sus objetivos.

JUSTIFICACION

La realización de este proyecto parte del hecho que a nivel social el desconocimiento del área bancaria es demasiado grande en estos momentos dado a la falta de desarrollo e implantación por parte de los entes educativos en cursos o programas de este tipo perjudicando cada vez más a los futuros clientes del sector bancario dado que llegan sin conocimiento alguno a estas entidades solicitar servicios financieros.

A nivel económico la idea recoge más fundamentos dado que al no estar preparadas las personas estas incurren en gastos innecesarios al momento tomar estos producto he ahí donde nuestra idea es fundamental para brindar conocimiento previo antes de ir a una entidad financiera dando una viabilidad inicial a nuestro negocio.

Nosotros como administradores vemos viable el servicio a largo plazo dado que las personas cada vez más desean obtener la información disponible de este tipo aspectos económicos de una forma creativa e innovadora buscando que se les faciliten tomar sus decisiones y es donde nosotros llegaremos a generar este tipo de contenido a cambio de una remuneración económica.

DESCRIPCION GENERAL DEL NEGOCIO

Nuestra empresa se dedicada a orientar desde diferentes puntos de vista el conocimiento de productos bancarios a través de nuestra plataforma virtual para cada uno de nuestro clientes que estén comenzando su vida financiera o deseen afianzar sus conocimientos en el área contando con la ayuda de nuestros asesores especializados.

BENEFICIARIOS

La población a la cual ira dirigida nuestra propuesta de valor serán personas de 15 a 35 años inicialmente de la ciudad de Bogotá dado que en este rango de edades se sitúa tanto el inicio de una vida financiera como la etapa de madurez crediticia siendo clave nuestro producto para brindar un buen asesoramiento para poder tomar decisiones acertadas en el momento de solicitar crédito a un banco.

HIPOTESIS

Las personas de edad de 15 a 35 años que generalmente se mantienen activos educativamente tienden a tomar mejores decisiones a nivel económico que personas que no tiene ningún tipo de estudio o no están activas educativamente.

NECESIDADES DE JOBS

¿Cuál es la necesidad que quiere resolver?

La necesidad que se quiere resolver es la falta de conocimiento respecto a los diferentes productos financieros y demás temas relacionados en temas bancarios que existen en el mercado al momento de iniciar nuestra vida financiera para así poder cumplir nuestros objetivos personales.

¿Bajo qué contexto se da?

La necesidad se da en el momento en el que las personas quieren adquirir algún medio de financiamiento para invertir en algo a corto mediano o largo plazo, deseando tomar una buena decisión sin tener el conocimiento previo del tema.

SOLUCIONES ACTUALES

¿Qué soluciones que compran o contratan actualmente?

Actualmente las soluciones a las cuales acuden las personas en términos de conocimiento financiero o asesoramiento son video tutoriales o páginas de internet donde la información puede ser gratuita pero muy confusa, dado que utilizan terminología que no todos los usuarios pueden llegar a entender.

También existen empresas netamente enfocadas en ciertos ámbitos financieros para la asesoría personalizada que tratan temas muy avanzados como lo son embargos, soluciones crediticias de cartera entre otros, discriminando cierto porcentaje de la población que quiere adquirir algún tipo

de asesoramiento básico o conocimiento previo para tener una bases para una buena decisión económica en un futuro cercano

INCONFORMIDADES/ FRUSTRACIONES / LIMITACIONES

¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

Las soluciones actuales no son completas dado a la falta de claridad de términos o temas que ya dan por entendido estas páginas o empresas que uno tiene que saber para poder abordar o coger el hilo de la idea, adicional a esto la explicación o asesoramiento del tema es un poco desordenado no tiene un orden coherente y es poco didáctico al momento de entrar en el tema.

La mayoría de estos cursos no empiezan desde algo básico si no que ya se encuentra en temas demasiados avanzados donde toca pagar y no existe un previo que no genere costo donde se pueda enganchar al cliente para que pueda adquirir el servicio en un futuro

¿Cuánto dinero están invirtiendo en ellas?

Actualmente el monto de inversión que estas personas están gastando en estos temas es relativamente variable puede estar entre montos de cero pesos hasta más de 1 millón de pesos dependiendo si son paginas gratuitas como YouTube o páginas web donde se ofrece un asesoramiento personalizado por horas o conferencias de motivación financiera que pueden de ser 3 días o más donde se pagan inscripciones y se hacen diferente ejercicios vivenciales.

¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?

La inconformidad que se me presenta en este proyecto actualmente es la falta de conocimiento por parte mía dado que es una dificultad a corto plazo para poder generar el contenido básico del programa del cual quiero hacer llegar a mis futuros clientes.

¿Qué es limitado de la solución actual?

La solución que propongo en el momento es limitada en cuanto al alcance que quiero que tenga a nivel global dado que inicialmente se pretende tener un lanzamiento a través de página web y las pocas alianzas que se pueden tener en el momento pueden ser un obstáculo adicional para dar a conocer los programas de la empresa.

¿Qué es exagerado/demasiado de la solución actual? (“overserved”)

Lo exagerado de mi solución es pretender dar respuestas a todas las inquietudes de las personas en los diferentes escenarios laborales, educativos y cotidianos que se presenten en estos temas.

¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor?

Las objeciones más evidentes que se pueden dar al presentar la propuesta de valor es la falta de experiencia sobre el área, los precios a los cuales estoy ofreciendo mi servicio, que al principio pueda decir que no suena convincente por que no estoy certificado o lo suficientemente preparado para hablar sobre el tema

MERCADO

El segmento de mercado al cual estará dirigido la propuesta de valor será a partir de 15 años en adelante donde podría tener las condiciones para acceder al programa y a la asesoría financiera en producto crediticio y también a personas con edades desde 18 a 35 años con experiencia crediticia previa y que tengan dudas sobre sus productos.

¿Existen aspectos de comportamiento/contexto relevantes para calcular el tamaño del segmento?

Los aspectos relevantes que pude tener en cuenta para escoger el segmento de la población a la cual me quiero dirigir son la edad en la que se encuentran, el estrato socio económico en el cual viven y el nivel educativo que tiene en el momento por eso mi muestra de mercado serial inicialmente entre las edades desde 18 años a los 35 años de edad.

MATRIZ DEL PROBLEMA

PROBLEMAS	OPORTUNIDAD
Falta de conocimiento del cliente en productos financieros	Dar cursos en productos específicos para los clientes según sus necesidades
Demora en el asesoramiento en servicios bancarios presencialmente	Se dará asesoramiento en línea a los clientes que no tengan tiempo para ir hasta un banco
Información superficial de los productos en las páginas de los bancos	Descripción completa del producto en nuestra plataforma con sus pros y contras del mismo
Desconocimiento de los requisitos para poder aplicar a productos de las entidades financieras	Mediante nuestra página usted podrá saber qué requisitos mínimos puede solicitar estas entidades bancarias

El principal problema que se identifica en la actualidad es la falta de compromiso por parte de las entidades financieras al momento de asesorar a sus clientes cuando van a adquirir un producto crediticio sin tener en cuenta las necesidades reales del cliente, perjudicando al cliente y generando una mala experiencia en el mismo.

IDENTIFICACION DEL PRODUCTO

Nuestro producto es una plataforma y aplicación donde nuestros clientes podrán encontrar cursos en línea inicialmente sobre productos financieros donde se podrán adquirir conocimientos iniciales sobre el manejo, funcionamiento y buenas prácticas de uso de estos.

También a través de nuestros asesores nuestros usuarios podrán ser aconsejados para tomar el producto crediticio correcto según sus necesidades estos servicios inicialmente para nuestros clientes que estén

IDENTIFICACION DE RETOS

Nuestra idea de negocio consistirá en crear una plataforma donde se encontraran cursos e información detallada de cada uno de los productos crediticios existentes para nuestros clientes servicio que brindara unas bases al momento que ellos decidan adquirir un servicio financiero. La plataforma contara con diferentes opciones de aprendizaje como lo son cursos específicos como asesoría en línea por parte de nuestros colaboradores.

Nuestro negocio afrontara los siguientes retos:

- Conseguir recursos para dar inicio al emprendimiento
- Desarrollar contenido creativo e innovador que sea fácil de entender para nuestros usuarios
- Contratación de programadores para el montaje de la plataforma y su mantenimiento en línea

- Adquirir o arrendar un lugar donde se puedan desarrollar todas las operaciones de la plataforma
- Adquirir los equipos necesarios para el sostenimiento del servidor de la plataforma como herramientas tecnológicas para nuestros colaboradores para ejercer las funciones
- Dar a conocer nuestra plataforma financiera de manera que genere credibilidad
- Creación de alianzas estratégicas con diferentes entidades financieras como educativas para darle un mayor aval y certificación a la misma.
- Adquirir los clientes necesarios dar posicionamiento del negocio “ventas”
- Contratación de personal capacitado en el sector bancario
- Tener una área de contact center para resolver dudas e inquietudes en línea en horario específicos
- Ser la empresa líder a nivel nacional en educación de productos bancarios
- Adquirir gran valor en el mercado a través del tiempo calidad – precio - rentabilidad

El mayor reto de nuestra compañía será llegar ser reconocidos en el área financiera a nivel nacional como una de las plataformas más efectivas en el contenido de servicios financieros “cursos” destacándonos por nuestro servicio y asesoramiento en línea.

AGRUPACION DE RETOS

FINANCIACION

Conseguir la inversión necesaria para dar inicio a la idea de negocio

PRODUCCIÓN Y DISEÑO

Desarrollar contenido creativo e innovado

Contratación de programadores para la creación de la plataforma

Adquirir o arrendar infraestructura para el desarrollo de la actividad

Adquirir los equipos necesarios para la plataforma

MARKETING Y VENTAS

Dar a conocer nuestra plataforma financiera

Adquirir clientes fidelización "ventas"

Creación de alianzas estratégicas con entidades financieras

SERVICIO

Contratación de personal capacitado en producto bancario para la asesoría

Tener un área de contact center para resolver dudas e inquietudes o dar soporte

TOMA DE DECISIONES

Ser la empresa líder en el mercado en educación de productos bancarios

Adquirir valor en el mercado a través del tiempo calidad – precio - rentabilidad

FUERZAS Opositoras DEL ENTORNO DE FINANCIAL EDUCATION

PESTEL

POLITICOS

<p>En el gobierno la educación es primordial para todos los ciudadanos del territorio nacional por eso la creación las TICS las cuales tiene como foco primordial que la información esté al alcance de todos</p>	<p>Dentro del análisis del sector financiero se puede evidenciar que hay demasiados medios en donde se brinda información de productos crediticios pero es una información superficial en el momento.</p>
---	---

ECONOMICOS

<p>La economía actual de nuestro país está en un constante crecimiento actualmente y la inversión por parte de las personas es cada vez mayor para adquirir bienes y servicios lo cual facilitara el lanzamiento de nuestra plataforma</p>	<p>A pesar de del crecimiento económico del país parte de la población no pueda tener acceso a la plataforma por temas de cobertura en cuanto a tecnología por temas de ingresos a nivel familiar, estratos socioeconómicos 1 y 2</p>
--	---

SOCIAL

<p>A nivel social lo positivo que se puede encontrar es que la educación y comunicación se está trasladando a nivel</p>	<p>En temas negativos a lo que nos podemos enfrentar es el acceso de los sectores más vulnerables a este tipo de</p>
---	--

<p>virtual lo cual facilitara el conocimiento de la plataforma sea en medios como celulares, tabletas y computadores de escritorio a cortando la brecha geográfica en la sociedad</p>	<p>educación dado que no cuenta con los dispositivos para el acceso a la misma adicionalmente a esto las personas que desconocen el uso de la tecnología tampoco podrán tener acceso a ella.</p>
---	--

TECNOLOGICOS

<p>Los recursos tecnológicos actuales son bastantes para poder dar la a conocer la plataforma como redes sociales, páginas web, aplicaciones para dispositivos móviles por medio de publicidad dentro de ellas que dan a conocer el producto dado que hoy en día son medios demasiado utilizados.</p>	<p>El factor tecnológico negativo llegara a ser inicialmente la creación de las aplicación para los dispositivos móviles actuales como andorid y ios dado que manejan una decodificación diferente en cada uno de ellos, adicional a esto solo se encontrara disponible la información a nivel virtual lo cual no estará al acceso para personas que no tengan el factor tecnológico. disponible</p>
---	--

ECOLOGICO

<p>En cuanto factores ecológicos nuestro producto será amigable con el planeta dado que no será un producto que tenga que utilizar ningún tipo de papel para</p>	<p>Se podría llegar a decir que el factor ecológico que nuestro proyecto podría llegar a causar en el medio ambiente seria la utilización den energía suficiente</p>
--	--

<p>tener acceso a el dado que lo manejaremos de forma virtual.</p>	<p>para el sostenimiento de la plataforma dado que seria las 24 del día los 7 días de la semana.</p>
--	--

LEGALES

<p>Actualmente existen varias entidades donde podemos registrar nuestra marca la cual nos diferenciara de la competencia así el producto sea similar pero nuestra marca nos diferenciara en términos de calidad e innovación</p>	<p>Se llegar a generar competencia desleal por parte de nuestros competidores en términos de imitación de marca y contenido o difamación de nuestro servicio prestado a nuestros clientes.</p>
--	--

ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

AMENZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Por medio de la diferenciación del contenido que vamos a brindar.

Innovación en la forma de brindar el contenido al momento de acceder a él.

Diferenciación de costos dependiente del país desde donde se oferte el servicio

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

Precios cómodos para tener acceso al contenido

Prueba gratuita inicial para que el cliente conozca el servicio

Alianzas estratégicas con empresas o instituciones educativas para descuentos especiales

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

Manejar relaciones estratégicas entre empresas similares para lanzamiento de productos especiales.

Mejora continua de los producto nuestro frente al de la competencia.

Precios accesibles dependiente el sector donde se esté manejando el servicio

PODER DE NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES

Negociación en las la actualizaciones de la información del producto, dando exclusividad a la alianza en cierto servicio de la compañía

Mirar varias alternativas a adicionales para general baja de costos frente al proveedor existente

AMENZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Pueden existir productos similares como universidades, asesores personalizados, documentos en la web.

Pero la uniforma de diferenciarse es en servicio, facilidad de acceso a la información y precios cómodos

ANALISIS DE FUERZAS**FUERZAS INDUCTORAS**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Innovación	Financiamiento de futuros proyectos
Creatividad en contenido	Crecimiento a nivel geográfico
Servicio	Desarrollo del producto existe o nuevo
Disponibilidad	Mejorar en requerimientos del cliente

FUERZAS OPOSITORAS

DEBILIDADES	AMENZAS
Tiempos de respuesta en requerimientos de clientes existente	Competidores con mejor contenido
Aumentar más el nivel de servicio aunque ya se a bueno.	Políticas del país, restricciones de contenido
	Nuevas tecnologías de alto costo no disponibles en el país origen

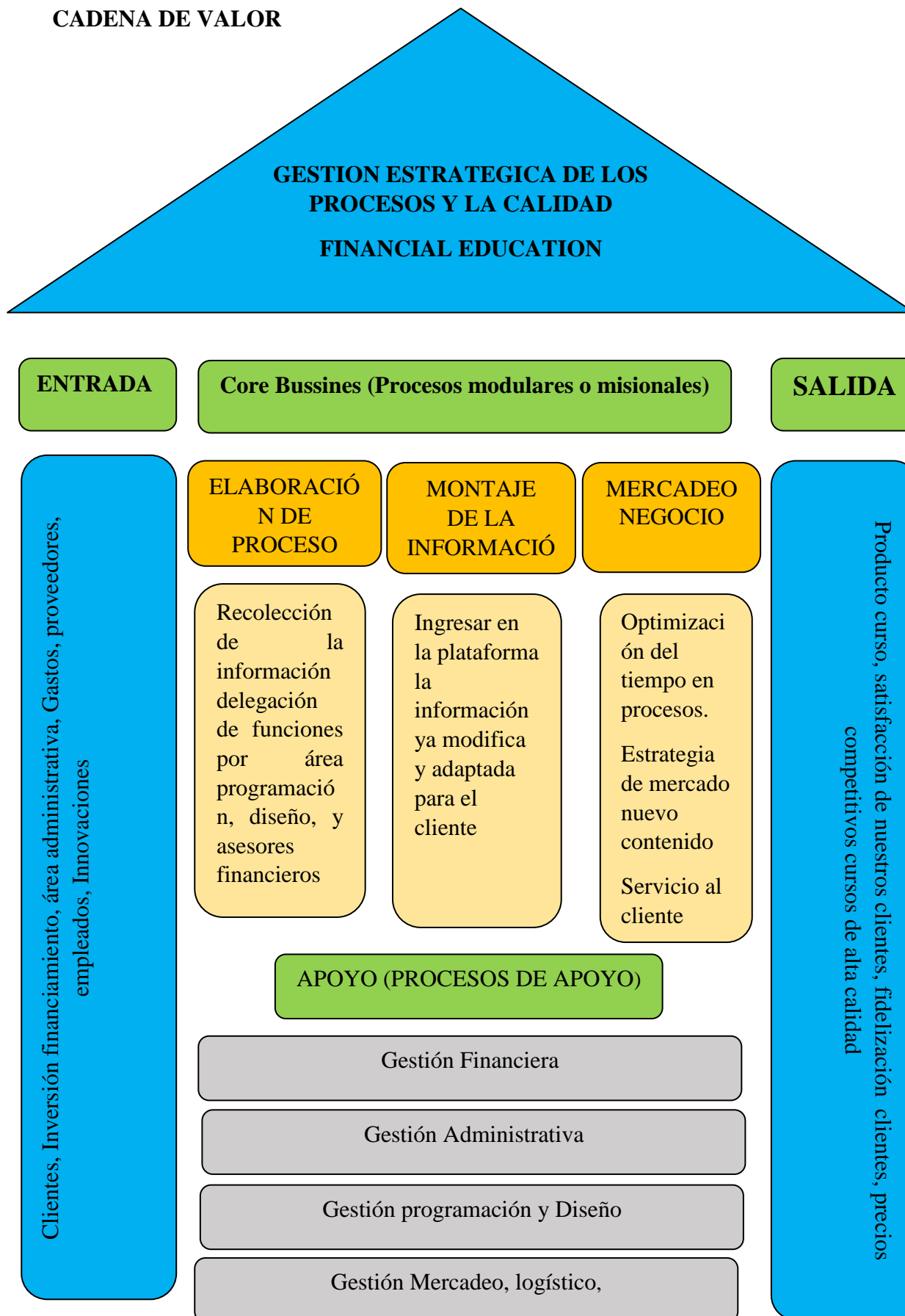
ESTRATEGIA COMPETITIVA

Basándonos en las fuerzas inductoras y opositoras de nuestra plataforma educativa utilizaremos medios gráficos donde la visualización de todo nuestro producto se resalte y sea muy comprensible para nuestro cliente, facilitando el aprendizaje cada vez más para ellos contando a su vez con una asesoría en línea para resolver cualquier duda e inquietud que se presente en su momento.

IDENTIFICACION DE VENTAJAS COMPETITIVAS

- Mejorar de los procesos de producción de contenido para la plataforma, montaje de la misma y distribución de ella
- Mediante la utilización de nuestra herramientas de opinión del usuario a través de nuestra página podremos mejorar día a día el servicio de la misma
- Lo que nos diferenciara cada vez más en el mercado es la calidad de los contenidos frente a los de nuestro competidores y esto es posible gracias a la temática visual de la compañía.
- Estar actualizados siempre en las tendencias y estudios de mercado nos mantendrá delante de los demás competidores gracias a estar al día con lo que se maneja en el medio crediticio.

CADENA DE VALOR



PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

IDENTIDAD ESTRATEGICA (MISION)

La identidad estratégica de Financial Education será crear una plataforma educativa financiera innovadora de alta calidad para que todas las personas que deseen mejorar sus conocimientos en producto bancarios puedan tener las herramientas necesarias para desarrollar su potencial fomentando una educación de alto valor desde las familias hasta en el sector público y privado.

FUTURO PREFERIDO (VISION)

Financial education para el año 2022 llegara a ser una plataforma reconocida a nivel nacional por su excelente aporte a la educación crediticia contando con el mejor personal humano que nos permita ser más competitivos en el mercado.

VALORES CORPORATIVOS

SERVICIO:

Disposición permanente por parte de nuestros colaboradores ante las necesidades y requerimientos que presente nuestros clientes prestando la mejor atención del mercado

RESPECTO:

Compromiso al trato justo de todos los clientes y trabajadores nuestra compañía

INNOVACION

Buscamos la innovación continua en cada uno de nuestros servicios para ser los mejores en el mercado brindando soluciones creativas y soporte tecnológico de alta calidad para todos nuestros servicios.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Comprometidos con el desarrollo de la sociedad buscaremos cerrar la brecha existente entre el cliente y las entidades financieras referente al conocimiento de cada uno de los productos crediticios creando así una educación financiera más sana cada día.

DISCIPLINA DEL VALOR

La bandera de nuestra compañía Financial Education será siempre la **mejora continua de nuestro producto** para que logremos una comprensión sencilla, creativa e innovadora para nuestros clientes lográndolo mediante investigaciones, grupos focales y análisis de tendencias del mercado para así poder fidelizar al cliente día a día.

DEFINICION DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Generar y mantener contenido de gran calidad que dé una solución a las inquietudes de nuestros clientes a nivel de servicios bancarios dando como resultado una cultura financiera de buena toma de decisiones.

LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE NUESTRA COMPAÑÍA

- Asesoramiento a nuestros clientes en la forma de poder aprovechar al máximo todos nuestros materiales en la plataforma virtual con el fin de rentabilizarlos al máximo
- Garantizar gran calidad – precio en cada uno de nuestros servicios de la plataforma para así garantizar la satisfacción de nuestros clientes
- Crear un equipo de trabajo profesional con la experiencia necesaria para que en cada asesoramiento logremos tal impacto positivo que siempre seamos la primera opción
- Crear una plataforma amigable para nuestros usuarios donde puedan acceder a los contenidos sin ninguna dificultad
- Lograr gran cobertura a nivel nacional como en colegios, universidades, empresas donde se pueda fomentar una educación financiera responsable.

BIBLIOGRAFIA

<http://www.pymerang.com/administracion-de-empresas/legal/funciones-legales-en-una-empresa/mercantil/584-los-derechos-de-propiedad-industrial-en-espana>