



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Funds & finance

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar por el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

Para optar por el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

AUTOR(ES)

Alcalde Calderon, Juan Carlos Jose (0000-0003-2320-3815)

Arce Blas, Gianpierre Stefano (0000-0003-3193-0481)

Coyure Nuñez, Vilma Kioma (0000-0002-2943-836X)

Falcon Garcia, Ximena (0000-0002-1600-7848)

Garcia Herrera, Julio Alfonso (0000-0002-9194-5864)

ASESOR

Daneri Romero, Miguel Angel (0000-0001-8202-4783)

Lima, 29 de noviembre de 2021

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado primero y especialmente a nuestros padres, que con todos sus esfuerzos hicieron hasta lo imposible para poder darnos siempre lo mejor en cada paso que damos en nuestra vida y por permitirnos ser parte de esta alma mater, a nuestros profesores que nos brindaron todos los conocimientos a lo largo de la carrera profesional y a todas la personas que nos rodean y estuvieron con nosotros para apoyarnos moral y emocionalmente para ser mejores personas y como tal mejores profesionales.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarnos la fuerza necesaria para seguir adelante día a día, a nuestros padres, familiares y amigos quienes nos apoyaron moral y emocionalmente para cumplir nuestras metas y han estado con nosotros en cada paso a seguir en nuestra vida y formación profesional para poder conseguir el presente grado.

A la universidad y a todos nuestros docentes que nos ayudaron en nuestra formación profesional a lo largo de la carrera.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desenvuelve en la validación del modelo de negocio de la fintech “Funds & Finance”. Este aplicativo ofrece los servicios financieros de crowdfunding y crowdlending para otorgar a las personas que no tienen facilidad de acceder a créditos bancarios, la oportunidad de tener un financiamiento o préstamo para sus necesidades. Se puede dividir el segmento de cliente en dos grupos, el primero son los emprendedores que demandan el crédito para la materialización de sus ideas de negocio y el segundo son los inversionistas que son quienes financian los negocios y a cambio se les ofrece ganancias por el préstamo otorgado. Dentro de la plataforma de “Funds & Finance”, los emprendedores podrán mostrar sus proyectos y cuanto es el dinero que requieren como financiación. En cuanto a los inversionistas, con la paga de una suscripción tendrán acceso a ver estos proyectos y tendrán la seguridad que son proyectos que ya han sido validados por nosotros.

Después de realizar las validaciones a través de diferentes experimentos, se pudo comprobar que el presente proyecto tiene una buena proyección de desarrollo en el mercado debido a la alta demanda de créditos que existe en el país. Además contar con un canal online nos da la posibilidad de estar presente en todos lados y en cualquier momento. Se validó la propuesta de valor de Funds&Finance y su viabilidad de poder ofrecer soluciones a las necesidades de los consumidores.

Finalmente, con la realización del plan financiero se pudo identificar la inversión inicial, así como los distintos costos y gastos que son necesarios para realizar la idea de negocio. Se concluye que el proyecto es viable al obtener un VAN positivo y una TIR mayor a la tasa de descuento.

Palabras clave: financiamiento, emprendimiento, inversión, negocios, dinero

ABSTRACT

This study is developed for the validation of the business model of the fintech "Funds & Finance". This application offers the financial services of crowdfunding and crowdlending to give people who do not have easy access to bank loans, the opportunity to have a financing or loan for their needs. The customer segment can be divided into two groups, the first are entrepreneurs who demand credit for the materialization of their business ideas and the second are investors who are the ones who finance businesses and in return are offered profits for the loan granted. Within the "Funds & Finance" platform, entrepreneurs will be able to show their projects and how much money they require as financing. As for investors, with the payment of a subscription they will have access to see these projects and will have the assurance that they are projects that have already been validated by us.

After carrying out the validations through different experiments, it was possible to verify that this project has a good projection of development in the market due to the high demand for credit that exists in the country. In addition, having an online channel gives us the possibility of being present everywhere and at any time. Funds&Finance's value proposition was validated and its viability to offer solutions to consumers' needs was validated.

Finally, the financial plan was used to identify the initial investment, as well as the different costs and expenses necessary to implement the business idea. It is concluded that the project is viable by obtaining a positive NPV and an IRR greater than the discount rate.

Key words: financing, entrepreneurship, investment, business, money

TABLA DE CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS INICIALES	11
1.1 Equipo de trabajo	11
i. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante	11
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	12
2.1 Breve explicación del problema que se espera resolver	12
2.2 Diseño y guía de entrevistas de exploración	13
i. Entrevista a personas del público objetivo	16
ii. Entrevista a expertos	21
2.3 Resultados obtenidos	23
2.4 Análisis y aprendizajes	24
2.5 Sustentación de la validación del problema	24
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	25
3.1 Perfil del cliente	25
3.2 Mapa de valor	32
3.3 Encaje	35
3.4 Descripción de la propuesta de valor	37
3.5 Identificación de elementos diferenciales	37
4. BUSINESS MODEL CANVAS	39
4.1 BMC	39
4.2 Desarrollo y sustento de cuadrantes	40
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	42
5.1 Experimento 1	42
a. Objetivo	42
b. Diseño y desarrollo	43
c. Resultados	44
d. Análisis	45
e. Aprendizajes	46
f. Sustentación de la validación	47
5.2 Experimento 2	47
a. Objetivo	47
b. Diseño y desarrollo	47
c. Resultados	49
d. Análisis	49
e. Aprendizajes	50
f. Sustentación de la validación	50
5.3 Experimento 3	51
a. Objetivo	51
b. Diseño y desarrollo	51
c. Resultados	52

d. Análisis	54
e. Aprendizajes	54
f. Sustentación de la validación	55
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	56
6.1 Validación de canales, relación con el cliente, actividad clave, recursos clave	56
6.1.1 Experimento 1: Redes Sociales	56
a. Objetivo	56
b. Diseño y desarrollo	56
c. Resultados	57
d. Análisis	59
e. Aprendizajes	60
f. Sustentación de la validación	60
6.1.2 Experimento 2: Aplicación móvil	60
a. Objetivo	60
b. Diseño y desarrollo	60
c. Resultados	61
d. Análisis	62
e. Aprendizajes	63
f. Sustentación de la validación	63
6.2 Validación de estructura de costos	64
6.2.1 Experimento 3: Entrevista Ingeniero de Software	64
a. Objetivo	64
b. Diseño y desarrollo	64
c. Resultados	65
d. Análisis	66
e. Aprendizajes	66
f. Sustentación de la validación	66
6.2.2 Experimento 4: Costo de publicidad e implementación de la aplicación en tiendas virtuales	66
a. Objetivo	66
b. Diseño y desarrollo	67
c. Resultados	68
d. Análisis	69
e. Aprendizajes	69
f. Sustentación de la validación	69
6.3 Validación de socios clave	70
6.3.1 Experimento 5: Entrevista con experto	70
a. Objetivo	70
b. Diseño y desarrollo	71
c. Resultados	72
d. Análisis	72
e. Aprendizajes	72
f. Sustentación de la validación	73
6.3.2 Experimento 6: Fuentes Secundarias para socios clave	73
a. Objetivo del experimento	73
b. Diseño y desarrollo	73

c. Resultados	74
d. Análisis	75
e. Aprendizajes	75
f. Sustentación de la validación	76
6.4 Validación de ingresos	77
6.4.1 Experimento 7: Con la estructura de costos	77
a. Objetivo	77
b. Diseño y desarrollo	77
c. Resultados	78
d. Análisis	78
e. Aprendizajes	79
f. Sustentación de la validación	79
6.4.2 Experimento 8: Fuentes Secundarias para flujo de ingresos	79
a. Objetivo	79
b. Diseño y desarrollo	79
c. Resultados	80
d. Análisis	81
e. Aprendizajes	81
f. Sustentación de la validación	81
7. VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA	82
7.1 Experimento 1	87
a. Objetivo	87
b. Diseño y desarrollo	87
c. Resultados	90
d. Análisis	91
e. Aprendizajes	91
f. Sustentación de las validaciones	92
7.2 Experimento 2: Landing Page	94
a. Objetivo	94
b. Diseño y desarrollo	94
c. Resultados	96
d. Análisis	97
e. Aprendizajes	98
f. Sustentación de las validaciones	98
7.3 Experimento 3: Campaña de correo de Mailchimp	99
a. Objetivo	99
b. Diseño y desarrollo	99
c. Resultados	101
d. Análisis	102
e. Aprendizajes	103
f. Sustentación de las validaciones	103
7.4 Experimento 4: Simulación de ventas	105
a. Objetivo	105
b. Diseño y desarrollo	105
c. Resultados	107
d. Análisis	108
e. Aprendizajes	108

f. Sustentación de las validaciones	110
7.5 Interpretación de resultados del concierge	110
8. PLAN FINANCIERO	111
8.1 Proyección de Ventas (ingresos)	111
8.2 Inversión inicial y presupuestos (egresos)	112
8.3 Flujo de caja	117
8.4 Indicadores financieros	119
8.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto	120
8.6 Financiamiento de distintas etapas del proyecto	123
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
10. BIBLIOGRAFÍA	126
11. ANEXOS	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perfil emprendedor del cliente de Funds & Finance.....	25
Figura 2. Mapa de empatía del cliente de Funds & Finance.....	27
Figura 3. Mapa de valor de Funds & Finance.....	32
Figura 4. Encaje de Funds & Finance.....	36
Figura 5. Business Model Canvas de Funds & Finance	39
Figura 6. Estadísticas de la publicación	58
Figura 7. Estadísticas generales de la publicación.....	58
Figura 8. Resumen de la publicación.....	59
Figura 9. Crecimiento digital en Peru.....	63
Figura 10. Tráfico Web por dispositivo	64
Figura 11. Sociedad Agente de Bolsa en el Peru.....	76
Figura 12. Mercado de préstamos para el consumo en el Perú	82
Figura 13. Embudo de conversión del primer experimento	91
Figura 14. Anuncio de la campaña de Funds & Finance	92
Figura 15. Resumen de la campaña de Funds & Finance	93
Figura 16. Mensajes de potenciales clientes de Funds & Finance.....	93
Figura 17. Mensajes directos de potenciales clientes de Funds & Finance.....	94
Figura 18. Embudo de conversión del segundo experimento	97
Figura 19. Campaña de Landing Page y estadísticas de tráfico	98
Figura 20. Landing Page de Funds & Finance	99
Figura 21. Embudo de conversión del tercer experimento.....	102
Figura 22. Campaña de mailing de Funds & Finance	103
Figura 23. Estadísticas de la campaña de mailing de Funds & Finance	104
Figura 24. Contenido de la campaña de mailing de Funds & Finance	104
Figura 25. Embudo de conversion del cuarto experimento	108
Figura 26. Landing page de suscripción	110
Figura 27. Métricas del landing page de suscripción	110
Figura 28. Flujo de Caja para el proyecto Funds & Finance	118
Figura 29. Cálculo del VAN para el proyecto Funds & Finance	119
Figura 30. Cálculo del COK para el proyecto Funds & Finance.....	119
Figura 31. Cálculo del TIR para el proyecto Funds & Finance	120
Figura 32. Estado de Resultados de Funds & Finance	121
Figura 33. Estado de Situación Financiera de Funds & Finance.....	122
Figura 34. Financiamiento de accionistas de Funds & Finance	123

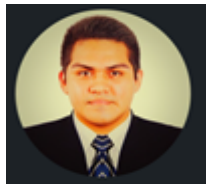
ÍNDICE DE TABLAS


Tabla 1. Bitácora de actividades del experimento 1.....	43
Tabla 2. Malla Receptora entrevista a usuarios.....	44
Tabla 3. Bitácora de actividades del experimento 2.....	48
Tabla 4. Malla receptora del experimento 2.....	49
Tabla 5. Bitácora de actividades del experimento 3.....	52
Tabla 6. Malla receptora del experimento 3.....	53
Tabla 7. Bitácora de actividades del experimento 1 de la Validación Modelo de Negocio.....	56
Tabla 8. Bitácora de actividades del experimento 2 Validación Modelo de Negocio.....	61
Tabla 9. Bitácora de actividades del experimento 3 Validación Modelo de Negocio.....	65
Tabla 10. Bitácora de actividades del experimento 4 Validación Modelo de Negocio.....	67
Tabla 11. Bitácora de actividades del experimento 5 Validación Modelo de Negocio.....	71
Tabla 12. Bitácora de actividades del experimento 6 Validación Modelo de Negocio.....	74
Tabla 13. Bitácora de actividades del experimento 7 Validación Modelo de Negocio.....	77
Tabla 14. Bitácora de actividades del experimento 8 Validación Modelo de Negocio.....	80
Tabla 15. Bitácora de actividades del experimento 1 Validación del interés de compra.....	89
Tabla 16. . Malla receptora del experimento 1 Validación del interés de compra.....	90
Tabla 17. Bitácora de actividades del experimento 2 Validación del interés de compra.....	95
Tabla 18. Malla receptora del experimento 2.....	96
Tabla 19. Bitácora de actividades del experimento 3 Descarga del aplicativo.....	101
Tabla 20. Malla receptora del experimento 3.....	101
Tabla 21. Bitácora de actividades del experimento 4 Simulación de ventas.....	106
Tabla 22. Malla receptora del experimento 4.....	107


1. FUNDAMENTOS INICIALES


1.1 Equipo de trabajo


i. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante

Juan Carlos Jose Alcalde Calderon	
Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Se encargó de realizar el plan financiero del proyecto y el sustento necesario para los datos.	

Gianpierre Stefano Arce Blas	
Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Se encargó de realizar los experimentos del interés de compra para realizar el concierto y hacer el posterior análisis.	

Vilma Kioma Coyure Nuñez	
Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Se encargó de realizar los experimentos del interés de compra para realizar el concierto y hacer el posterior análisis.	

Ximena Falcón García	
<p>Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Se encargó de realizar el plan financiero del proyecto y el sustento necesario para los datos.</p>	

Julio Alonso Garcia Herrera	
<p>Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Se encargó de realizar el plan financiero del proyecto y el sustento necesario para los datos.</p>	

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Breve explicación del problema que se espera resolver

El problema actual nace debido a la poca disponibilidad de financiamiento a los nuevos emprendedores del país, esto se debe principalmente a que, cada vez las personas buscan la independencia laboral a corta edad, sin embargo no cuentan con un historial crediticio adecuado para poder acceder al capital solicitado. Asimismo, las entidades financieras actuales cuentan con engorrosos procesos burocráticos en la gestión de préstamos que dificultan aún más la adquisición de capital. Todo esto, obliga a los emprendedores a buscar préstamos de dinero a entidades informales que no son reguladas por la SBS, arriesgándose en muchas ocasiones a altas tasas del mercado o inclusive a ser estafados.

2.2 Diseño y guía de entrevistas de exploración

2.2.1 Entrevistas generales

Muy buenas tardes, somos alumnos de la facultad de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), y nos encontramos cursando el décimo ciclo, llevando actualmente el curso de Emprendimiento de Negocios Sostenibles: Implementación. El objetivo principal de esta entrevista es conocer la percepción que tiene respecto a ciertos temas financieros y a su vez contarnos su experiencia en la solicitud de préstamos financieros. Antes de comenzar con las preguntas solicitamos su autorización para poder grabar esta entrevista con fines únicamente académicos.

Datos del entrevistado.

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿A qué se dedica?

Experiencia con Préstamos Financieros

3. ¿Qué entidades financieras conoce?
4. ¿Alguna vez ha solicitado un préstamo de capital en alguna entidad financiera?
¿Cuándo fue?
5. ¿Cuál fue el monto más alto que solicitó y el plazo de pago?
6. ¿Se presentó algún inconveniente a la hora de solicitar el préstamo?
7. ¿Cuál fue el motivo principal del préstamo?
8. ¿Consiguió el préstamo del monto solicitado?
Rpta Si ¿Consideras que la tasa de interés que te dio el banco es la adecuada?
Rpta No ¿Cuál fue el motivo del rechazo de tu solicitud?
9. ¿Ha figurado como moroso en alguna entidad financiera?

Percepción del Usuario

10. ¿Cuál es tu opinión general de los bancos?
11. ¿Ha tenido o pensado en tener un emprendimiento?
12. ¿Qué opinas sobre las tasas de interés que cobran las entidades financieras?
13. ¿Conoce alguna otra alternativa de financiamiento?
14. ¿Crees que las personas de tu entorno podrían ser una alternativa de solución?
15. ¿Consideras que una entidad te pueda ayudar a levantar capital para emprendedores?

Agradecimiento y Despedida

Muchas gracias (nombre del entrevistado) por su participación en este proyecto, toda información que nos pueda brindar en esta entrevista es muy valiosa para nosotros y el desarrollo de nuestro proyecto. Como fue mencionado al comienzo la información brindada será utilizada únicamente para fines académicos.

2.2.2 Entrevistas a expertos

Muy buenas tardes, somos alumnos de la facultad de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), y nos encontramos cursando el décimo ciclo, llevando actualmente el curso de Emprendimiento de Negocios Sostenibles: Implementación. El objetivo principal de esta entrevista es conocer la percepción que tiene respecto a ciertos temas financieros. Antes de comenzar con las preguntas solicitamos su autorización para poder grabar esta entrevista con fines únicamente académicos.

Datos del entrevistado.

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿A qué se dedica?

Conocimientos del Experto

3. ¿Qué entiende por crowdfunding y crowdlending?
4. ¿Conoce alguna empresa en el país que emplee una mecánica de este tipo?
5. ¿Qué aspectos legales y económicos se deben tener en cuenta?
6. ¿Cuáles son los plazos de pago otorgados que se manejan en esta modalidad de financiación?

Percepción del Experto

7. ¿Considera viable un sistema de financiamiento de este tipo en Perú?
8. ¿Cómo describiría el perfil de los usuarios en nuestro país?
9. ¿Podría representar una amenaza para las alternativas de financiación ya existentes?
10. ¿Crees que este tipo de financiamiento signifique una mayor oportunidad para los emprendedores?
11. ¿Cuáles serían los principales retos al querer impulsar un proyecto de este tipo en el país?
12. ¿El crowdfunding y crowdlending es un tipo de financiamiento común en el Perú?
13. ¿Existen proyectos que lograron ser exitosos por ser financiados por crowdfunding en el Perú?
14. ¿Qué medidas de seguridad se deberían de tener en cuenta con este sistema de crowdfunding y crowdlending?

Agradecimiento y Despedida

Muchas gracias (nombre del entrevistado) por su participación en este proyecto, toda información que nos pueda brindar en esta entrevista es muy valiosa para nosotros y el desarrollo de nuestro proyecto. Como fue mencionado al comienzo la información brindada será utilizada únicamente para fines académicos.

i. Entrevista a personas del público objetivo

1. Entrevista a Andrea Rodriguez

En la entrevista menciona que como emprendedora tuvo varios inconvenientes a la hora de presentar la solicitud de un préstamo en una entidad financiera, y el principal problema fue cumplir con los requisitos que le solicitaban. Uno de los que más se le complicó fue que no contaba con un empleo fijo y se sumaba la dificultad que era una persona joven. Ella considera que las tasas son altas y pueden convertirse en un problema al pagar las cuotas más adelante. A pesar de ello, piensa que el banco es una forma de financiamiento segura pero si hubiese otra forma más práctica, optaría por esa opción.

2. Entrevista a Sofia Bermudez

En la entrevista nos comenta que cuando decidió emprender, uno de los mayores retos fue conseguir el financiamiento necesario para poder iniciar con su negocio, le fue muy difícil poder cumplir con todo lo que el banco le solicitaba. Con respecto a las tasas de interés, ella considera que es adecuado según el tipo de cliente que es y el riesgo que representa financieramente, no obstante, piensa que si fuesen un poco más bajas, le daría la oportunidad a más personas de poder emprender, además de no optar por los prestamistas informales que no son nada seguros.

3. Entrevista a Isabella Vasquez

En la entrevista ella nos dice que debido a que no tenía mucho tiempo en el mercado laboral, los bancos la consideraban como una persona riesgosa y no podían otorgarle todo el monto que estaba solicitando para un préstamo. Ella opina que los bancos son herramientas de financiamiento para emprendedores ya consolidados, ya que para los que desean empezar les es muy complicado y otra barrera son las altas

tasas de interés, considera que los bancos deben dar más facilidades para promover el emprendimiento.

4. Entrevista a Alexander Ochoa

El entrevistado resalta las ventajas y desventajas de buscar financiamiento en un banco y caja municipal, ya que se sacrifica rendimiento por seguridad. Sin embargo las tasas a favor de los bancos son mínimas y representan un costo de oportunidad muy alto en comparación a un financiamiento de terceros. Finalmente, se menciona también que considera que deberían existir mayores fuentes de financiamiento que permita a los emprendedores acceder a mayores oportunidades.

5. Entrevista a Jorge Benicio

El entrevistado nos comenta sobre el préstamo solicitado al banco por motivos de salud y que no obtuvo ningún inconveniente al momento de solicitarlo. Asimismo, mencionó que para poder iniciar tu historial crediticio en ocasiones el banco solicita una pequeña garantía de respaldo, que al pasar del tiempo será devuelta sin problemas.

6. Entrevista a Anghi Yucra

La entrevistada nos comentó sobre cómo el banco tiene más facilidades para otorgar préstamos pequeños, cuotas de pago constantes, siempre y cuando el usuario no presente indicio de mal pagador.

7. Entrevista a Nahomy Callao

La entrevistada nos comenta sobre el préstamo solicitado al banco fue por motivos de expandir su negocio para adquirir más mercadería la cual, presento algunos inconvenientes con los requisitos que le solicitaba el banco y por ello, le rechazaron su solicitud de préstamos. Por otro lado, menciona que las tasas que los

bancos ofrecen son muy altas, lo cual no ayuda mucho a las personas que recién empiezan a figurar en el sistema financiero.

8. Entrevista a Josue Diaz Caycho

El entrevistado nos comenta que no ha pedido aún un préstamo, pero tiene en mente el emprender algún negocio que tenga que ver con importar materiales que son muy comerciales en el país, por lo cual muy pronto estaría interesado en solicitarlo. Menciona que las tasas que cobran los bancos son bastantes altas en nuestro país con diferencia a los demás países latinoamericanos.

9. Entrevista a Eileen García Morales

La entrevistada menciona que si ha solicitado préstamos a las entidades bancarias y por un error de trámites terminó en la lista de infocorp, ya que sus papeles no fueron enviados correctamente al mudarse de una provincia a otra. Felizmente solo estuvo durante un año, ya que ella terminó de pagar todas sus deudas ya hace tiempo debido a que su negocio si prosperó, aún así cree que las tasas de interés de los bancos son demasiado alto, ya que al final terminas pagando más del doble del capital.

10. Entrevista a Alex Gomez Vega

El entrevistado nos comenta que a él le negaron un préstamo para emprendimiento, ya que pedían mucho papeleo los cuales fue presentando, pero al final no cumplía con el requisitos, entonces perdió mucho tiempo. Nos comenta que por ahora no va a solicitar otro préstamo hasta que tenga un mejor capital y el préstamo que solicite sea menor para que los intereses no sobrepasen.

11. Entrevista a Lucía Fuentes Carrazco

La entrevistada menciona que no está interesada en pedir un préstamo en este momento, incluso menciona que si tiene un tarjeta de crédito que solo usa por tema

financiero para obtener la línea crediticia si es que en algún momento lo necesite, pero prefiere adquirir presupuesto trabajando, más no involucrarse con el banco de esa manera, debido a que sabe que los intereses son muy altos al final cuando el emprendimiento ya toma su rumbo, son ellos los que más se benefician.

12. Entrevista a Tatiana Falcón García

La entrevistada menciona que por ahora está pensando en un emprendimiento de compra y venta de ropa para dama, pero que por el momento no está en las condiciones de pedir un crédito, así que sus planes de emprender tendrán que esperar. Debido a que sabe que los intereses son altos y al final no sabes si tu emprendimiento funciona, aunque esa es la finalidad, pero los factores externos son muy cruciales para ello.

13. Entrevista a Julieta Rosas

La entrevistada nos comenta que hace tres años solicitó un préstamo para iniciar junto a su madre un negocio de costura. Sin embargo, su madre estaba registrada en el sistema de infocorp, por lo que Julieta tuvo que ser la que saque el préstamo.

14. Entrevista a Marleni Rios

Durante esta entrevista, Marleni nos comentó que, a su criterio, las tasas de interés que le ofrecieron son muy altas, ya que en los primeros años son solo pago de intereses. Asimismo, ella prefiere no mezclar amigos y familia con los negocios, por eso es que no se prestaría dinero de dichas personas. La entrevistada indicó que a parte del sistema bancario puede acceder a las cajas rurales que te piden joyas de oro o activos a cambio de un préstamo, así como los prestamistas, pero que tienen tasas de interés muy altas y en ocasiones es dinero de dudosa procedencia.

15. Entrevista a Ricardo Sanchez

El joven Ricardo nos comentó que este año solicitó un préstamo y que no tuvo inconvenientes, ya que fue el banco quien le ofreció el préstamo por medio de una campaña. También, mencionó que otra opción a elegir diferente a los bancos serían las cajas rurales. Ricardo no tuvo inconvenientes mayores al usar el sistema bancario como medio de financiamiento.

16. Entrevista a Hugo Padilla

En la entrevista él nos indica que su solicitud de préstamo fue muy rápida y flexible, ya que presentó documentos sobre su negocio que posee, el cual cumplía con todos los requisitos que solicitaba el banco. Asimismo, mencionó que el banco es una ayuda para cualquier persona, pues nos brinda una solución cuando no nos alcanza el dinero, ya sea para pagar deudas o realizar una inversión.

17. Entrevista a Decsi Aranzana

La entrevistada nos comenta sobre el préstamo solicitado al banco fue por motivos de aperturar su propio negocio la cual, no presento ningún inconveniente con los documentos que le solicitaba el banco y por ende, le aprobaron su solicitud de préstamos. También, menciona que algunos bancos son un poco excesivos con sus tasas de interés y para empezar un emprendimiento no conviene obtener préstamos de dichas entidades financieras.

18. Entrevista a Luis Gonzales

En la entrevista él nos manifiesta que si ha figurado como moroso en una entidad financiera por avalar a otra persona, pero esta situación lo llegó a solucionar y hoy en día ya está limpio en el sistema financiero. Además, indica que algunos bancos suelen subir sus tasas de intereses y no cobran lo normal o justo, cuando te brindan los préstamos.

19. Entrevista a Mario Rutte

Mario nos comenta que si ha tenido la necesidad de pedir un préstamo para realizar una compra, pero que la tasa de interés que le dieron fue elevada. Asimismo, tiene pensado iniciar un negocio de venta de camu camu y que las únicas formas de recaudar dinero, aparte de los bancos son las polladas.

20. Entrevista a Maria López

La señora Maria nos comenta que la última vez que solicitó un préstamo, las tasas de interés que le dieron fue muy elevada, ya que luego de aceptado el préstamo y compararlo con otras entidades bancarias se dió cuenta de que la tasa que le dieron a ella era muy alta. Asimismo, indicó que el acudir a prestamistas puede impactar negativamente en una persona, ya que estas personas cobran un interés aún más alto. También, aclaró que si tiene intenciones de emprender con un negocio.

ii. Entrevista a expertos

1. Entrevista a Jose Paredes (BCP)

Según José este tipo de sistemas como el tiene que estar debidamente supervisados para poder evitar fraudes, según José este tipo de sistemas si funciona en el Perú. También, nos comentó que el perfil adecuado para este tipo de sistemas serían las mypes y personas con negocio, José opina que este tipo de sistemas no amenazaría al sistema financiero actual.

2. Entrevista a Shirley Sanchez (Interbank)

Durante la entrevista, Shirley nos comentó que este tipo de sistemas necesita un control muy elevado para así poder evitar fraudes y que todo sea legítimo, Shirley considera que este tipo de sistemas si funciona en el Perú y que sería dirigido a personas con negocio o emprendedores, ya que no necesitan mucha inversión de dinero. También, se debe considerar que este tipo de sistemas no serían una amenaza

para el sistema bancario ya que ayudaría principalmente a los usuarios que demanden un crédito. Y se debe tener una permanente supervisión de este tipo de sistema.

3. Entrevista a César Espinoza Rojas (BCP)

El experto César Espinoza menciona que estos sistemas aún no son implementados en nuestro País, porque en los diferentes países ha tenido un gran éxito y a permitido que los se obtengan buenos créditos entre las personas que solicitan préstamos y más aún cuando las personas tienen ganas de emprender proyectos que permitan que los usuarios sean más los beneficiarios, debido a que los intereses no son muy altos. Además que incluir este nuevo sistema no es una amenaza para ningún ente de financiamiento, al contrario, permitirá tener más variedad en este rubro.

4. Entrevista a Leonardo Castillo (Banco Pichincha)

Durante la entrevista Leonardo nos manifiesta que estos dos sistemas de financiamiento, ya sea el crowdfunding y el crowdlending si sería bueno para implementarlo en nuestro país, pues se enfocan mayormente en emprendedores y no se necesita tener una fuerte capital de dinero. Asimismo, se tiene que tener cuidado para no caer en estafas y tener un buen control interno por parte de la entidad financiera que ofrezca estos tipos de financiamiento.

5. Entrevista a Carlos Javier Ramaycuna (Asesor Financiero)

Carlos Ramaycuna indica que si sería viable en el Perú aplicar estos sistemas financieros, ya que son herramientas valiosas. También, manifiesta que hoy en día con la pandemia que atravesamos se ha demostrado que los trámites virtuales son más eficaces que cualquier otro presencial, pero eso sí manejando el riesgo y dando confianza a los clientes. Por último, las medidas de seguridad para implementar los sistemas financieros de Crowdfunding y Crowdlending es conseguir buenos

programadores para que estas plataformas estén lo más seguro posible, ya que la tecnología y los hackers han crecido actualmente.

2.3 Resultados obtenidos

Se ha podido verificar que existe una necesidad de obtener préstamos con bajas tasa de interés cobrada por los bancos, ya que esto a veces es una causal de que los futuros emprendedores tengan que retrasar sus proyectos o en su defecto de terminar pagando más de lo debido cuando su proyecto ya esté circulando de manera correcta, al final los más beneficiados son los bancos.

Se logró percibir que la mayoría de los entrevistados solicitan un préstamo al banco, ya sea para abrir un negocio o potenciar su emprendimiento. Asimismo, todos consideran que los bancos ayudan a levantar capital para los emprendedores, pues las entidades financieras otorgan el préstamos y el emprendedor tiene que saber manejar o invertir bien el dinero adquirido.

Según las entrevistas realizadas a los usuarios del público objetivo se identificó que la mayoría considera que las tasas del sistema bancario son muy altas y que el uso que le dieron al préstamo de dinero fue para invertirlo en sus negocios o compras para iniciar un negocio.

También, consideran que endeudarse con una entidad bancaria conlleva una gran responsabilidad, ya que las tasas son altas y si no pagas afecta tu récord crediticio e historial con el banco. Y qué recurrir a prestamistas es aún más perjudicial.

2.4 Análisis y aprendizajes

El principal análisis de esta investigación es que se logra confirmar la problemática, es por ello que la solución que brindamos, es la más lógica y va apoyar a las personas que realmente tienen el deseo de formar su propio negocio.

De acuerdo a la investigación realizada se logró identificar que la mayoría de los entrevistados buscan obtener préstamos con tasas de intereses bajas y accesibles para cualquier emprendedor que inicie con su negocio.

Los expertos sugirieron que este tipo de sistemas beneficiaría a los consumidores, es decir a los emprendedores que soliciten un crédito porque las tasas de interés serían más bajas.

Los expertos mencionan que es una gran idea que en el Perú se implemente estos sistemas debido a que es una gran idea para que los emprendedores puedan lograr sus objetivos de manera más fácil en cuanto a pago de intereses se trata, además que encontrar una financiación que no genere más gastos de lo que debería y que las ganancias sea para el usuario.

2.5 Sustentación de la validación del problema

Link de la entrevista a personas del público objetivo:

https://drive.google.com/drive/folders/1Dx9_7UqatuX8_xkuJHyc1BHmIKpswLmH?usp=sharing

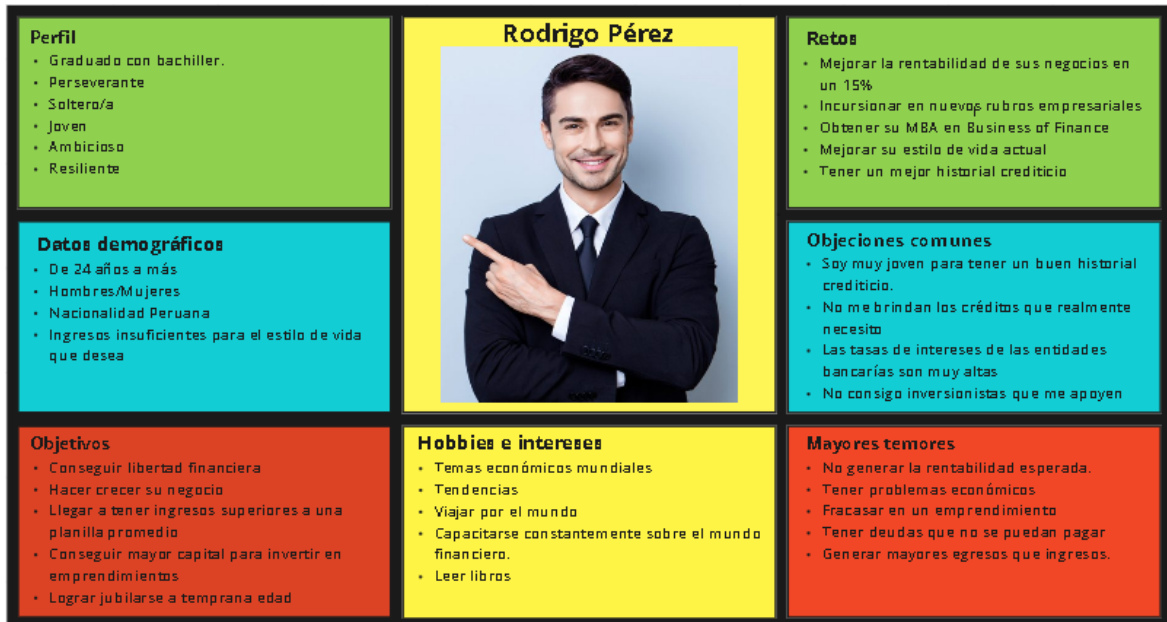
Link de entrevista a expertos:

<https://drive.google.com/drive/folders/1QRrNeQdB9B97jETmzXIdiQn9oj50kaId?usp=sharing>

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1 Perfil del cliente

Figura 1. Perfil emprendedor del cliente de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

El perfil del cliente nos ayuda a identificar las necesidades de nuestro público objetivo, asimismo, nos brinda una mejor idea sobre su situación actual, es decir, sus objetivos, retos, hobbies, temores, entre otros. A continuación se detallará con más profundidad cada segmento del perfil del cliente emprendedor.

- Perfil
 - Dentro del perfil principal del cliente, tenemos que usualmente son personas jóvenes, solteros y que se encuentran en la búsqueda de cumplir sus sueños, por ello se les considera ambiciosos y perseverantes.
- Datos demográficos
 - En cuanto a los datos demográficos, son personas que rondan los 24 años a más, son de nacionalidad peruana y consideran que sus ingresos son

insuficientes para el estilo de vida que desean tener, es por ello que deciden aventurarse al emprendimiento.

- **Objetivos**

- En base a los objetivos, los emprendedores se trazan metas ambiciosas a futuro que beneficien tanto su vida personal como profesional y las cuales son: hacer crecer su negocio, conseguir mayor capital para invertir en emprendimiento, libertad financiera, tener ingresos mayores a una planilla promedio y jubilarse a temprana edad.

- **Hobbies e intereses**

- Una persona que se interesa en temas y tendencias económicas, para tener un panorama general y específico de lo que desea emprender y conocer sobre diferentes rubros. Como hobby principal debe tener el gusto de capacitarse constantemente sobre el mundo financiero, mientras lee libros y viaja por el mundo, conociendo culturas.

- **Mayores temores**

- En cuanto a los mayores temores de un emprendedor tenemos, no poder generar la rentabilidad esperada en el proyecto, tener problemas económicos que impidan el progreso de su negocio, fracasar con el emprendimiento por falta de capital o ingresos, tener deudas que impidan el crecimiento o sean impagables y finalmente generar más egresos que ingresos.

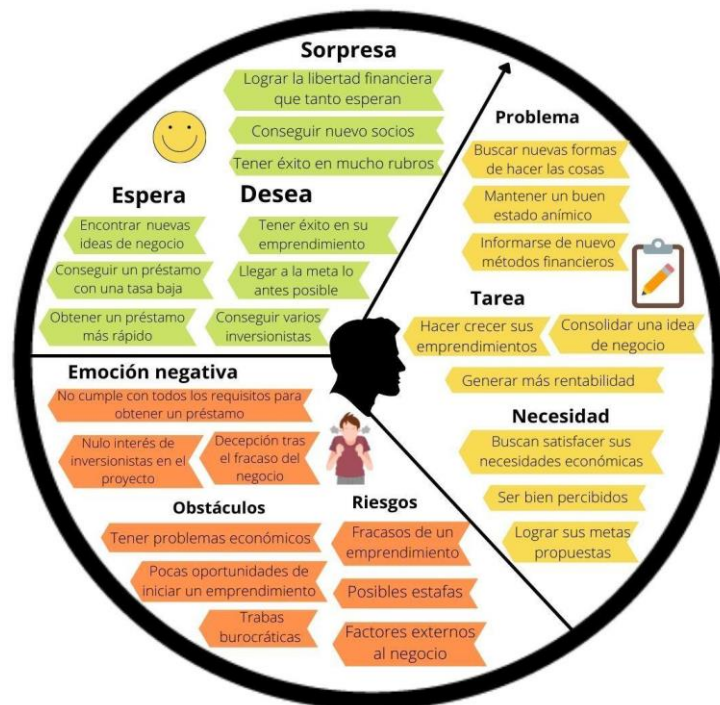
- **Retos**

- Dentro de los retos que se proponen los emprendedores a lograr para mejorar su estilo de vida actual y tener una mejor estabilidad financiera tenemos: poseer un buen historial crediticio, incursionar en nuevos rubros

empresariales, mejorar la rentabilidad de sus negocios en un 15% y obtener un MBA en Business of Finance.

- Objeciones comunes
 - Las objeciones comunes, en este caso, representadas por el personaje de Rodrigo Pérez, son el poco historial crediticio que tiene debido a su corta edad, por ello los bancos o entidades financieras no le brindan el crédito que solicita o los brinda con altas tasas de interés de por medio. Finalmente, también se consideró, en caso de optar por un financiamiento diferente, el no conseguir los inversionistas deseados para poder tener un capital e iniciar su negocio.

Figura 2. Mapa de empatía del cliente de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

El mapa de empatía del cliente nos ayuda a identificar las características más importantes de nuestro público objetivo. Se divide en tres categorías las cuales son: trabajo,

alegrías y frustraciones. A continuación, se realizará un análisis respectivo de cada categoría de acuerdo a nuestro público objetivo.

- **Trabajo**

- **Problema**

- Conseguir un financiamiento que no sea con condiciones complicadas de cumplir: es una necesidad que desean satisfacer de tipo funcional ya que está conectado a las tareas que realizan
- Tener nuevas formas de realizar actividades a través de distintas oportunidades: un problema que buscan arreglar porque al ser de perfil emprendedor, siempre planean innovar en sus proyectos
- Conservar un buen estado de ánimo: se debe tener un estado emocional óptimo para enfrentar los desafíos que significa tener un emprendimiento.

- **Tarea**

- Desarrollar los emprendimientos: es un trabajo que desean acabar porque de acuerdo al perfil de cliente es un objetivo primordial
- Fortalecer una idea de negocio: una tarea que buscan finalizar, es de tipo funcional porque al realizarla permitirá seguir con el modelo de negocio.
- Producir más ingresos: es la tarea final y así el negocio pueda generar más rentabilidad.

- **Necesidad**

- Satisfacer necesidades económicas: su tipo es funcional porque así serán capaces de cubrir los gastos requeridos para su vida rutinaria.
- Ser bien vistos: su tipo es social ya que desean ser vistos como una persona de éxito, demostrar una gran status y poder.

- Conseguir sus objetivos: Es una necesidad que puede completar las anteriormente mencionadas porque de lograr sus metas, ya podría satisfacer las que son funcionales y sociales.

- **Alegrías**

- **Espera**

- Obtener un préstamo con una tasa accesible: es una alegría necesaria porque brinda más facilidades de lograr un financiamiento.
- Descubrir nuevas formas de negocio: una alegría de tipo esperado ya que iniciaría todo lo que el cliente busca que es un emprendimiento
- Conseguir un préstamo más rápido: se podría decir que es básico pero también es esperado por parte de los que buscan conseguir un financiamiento.

- **Desea**

- Tener éxito en su emprendimiento: se puede considerar de tipo deseado porque va más allá de lo que se espera, y es también lo que el cliente quiere
- Conseguir varios inversionistas: si ya conseguir una persona que crea en el proyecto, poder tener más de una sería algo que los emprendedores desean mucho.
- Llegar a la meta lo más antes posible: el tiempo en los negocios tiene mucha importancia, ya que cumplir todo a tiempo permite por ejemplo pagar las deudas a tiempo y tener cosas que uno desea con anticipación.

- **Sorpresa**

- Alcanzar su libertad financiera: es de tipo inesperado porque con el éxito tendría mayores oportunidades de generar mayores ingresos y no depender de nadie.

- Asociarse con nuevas personas: Es más común iniciar sus emprendimientos de manera individual, por lo que sería una sorpresa que más personas se unan a su proyecto y puedan ayudar a crecer.
- Lograr el éxito en más de un rubro: un aspecto que superaría las expectativas es tener éxito en diferentes rubros, lo que significaba mucho un gran logro por parte del emprendedor.

- **Frustraciones**

- **Emoción negativa**

- Ningún inversionista está interesado en su proyecto: existe la posibilidad que a ningún inversionista le llame la atención la idea de negocio que propone y puede generar un sentimiento de decepción.
 - No cumplir con todos los requisitos que pide una entidad financiera: es un resultado no esperado por los estrictos requisitos que le es solicitado a los emprendedores, y esto abre la posibilidad de no calificar para ello.
 - Desilusión tras el fracaso de un emprendimiento: es una emociones negativas que con mayor probabilidad va a experimentar, esto se traduce como sentirse triste, sin embargo, es algo que puede suceder y se puede aprender de los errores.

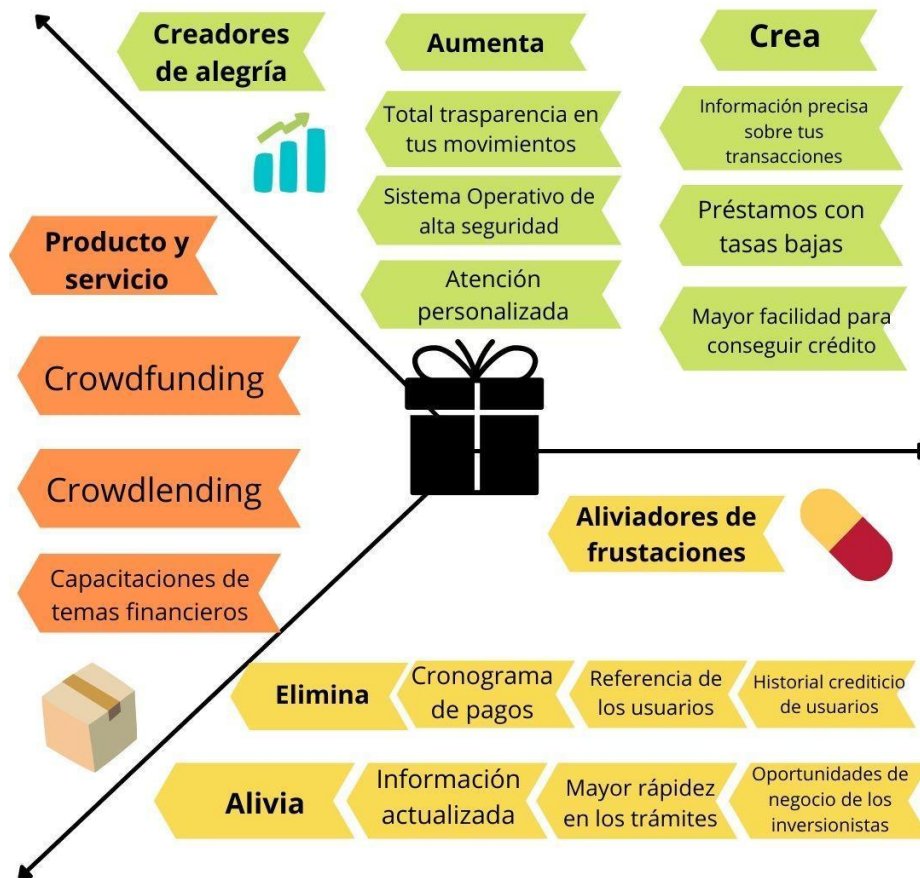
- **Obstáculos**

- Los problemas económicos: es un obstáculo o problema ya que no permite seguir adelante con los proyectos que tiene en mente o incluso no le permite empezarlos ya que es necesario contar un capital inicial.
 - Nulas oportunidades de emprender: la situación actual del país condiciona a los emprendedores que desean empezar un negocio, por lo que representa un obstáculo.

- Burocracia: es uno de los obstáculos más importantes con el que lidian varios emprendedores porque necesitan presentar muchos documentos para que sus negocios puedan funcionar, cuando en realidad podría ser más ágil.
- **Riesgos**
 - La posibilidad de ser estafados: existen personas que van por un camino más fácil y buscan beneficiarse de terceros perjudicándolos, se debe tener cuidado con quien se trabaja a fin de evitar las estafas
 - El emprendimiento no resulta como se pensó: a pesar de poner todos los esfuerzos posibles y contar con un plan para una idea de negocio, no garantiza que se tenga éxito, el fracaso es una posibilidad y un riesgo que toman todos los emprendedores al inicio.
 - Los factores externos: hechos ajenos a la empresas que el emprendedor no tiene forma de controlar, pueden afectar al negocio, como por ejemplo el alza del precio del dólar, es un riesgo que de todas formas debe afrontar.

3.2 Mapa de valor

Figura 3. Mapa de valor de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

El mapa de valor fue desarrollado en base a la idea de negocio planteada previamente, la cual se divide en 3 secciones, que son: producto y servicio, creadores de alegría y aliviadores de frustraciones. A continuación, se desarrollará el análisis respectivo de cada categoría en relación a nuestra fintech.

- **Producto y servicio**

- Servicio de crowdfunding: Servicio usado por personas que buscan algún tipo de préstamo o financiamiento para sus proyectos, asimismo, permite que

otros inversionistas puedan invertir en los proyectos en que se encuentren interesados.

- Servicio de crowdlending: Este servicio consiste en otorgar préstamos entre particulares, es decir que un tercero oferta a otro tercero el servicio de crédito sin la participación de una entidad financiera.
- Capacitación en temas financieros: Permite a nuestros usuarios acceder a boletines informativos para estar capacitados financieramente respecto a nuestras propuestas para que puedan optar por la que más le convenga

- **Creadores de alegría**

- **Aumenta:**

- Una mejor atención personalizada para el usuario con el manejo de la aplicación: Si en la interfaz de la aplicación es confusa o existe alguna duda con respecto al funcionamiento de la aplicación, el usuario tendrá la disponibilidad de ser atendido rápidamente a través de la aplicación para que pueda seguir con lo que estaba realizando
 - Se contará con un sistema operativo de alta seguridad: garantizando la seguridad frente a robo de información, ataques cibernéticos y hackeos de cuentas, por lo que el dinero depositado en la plataforma se encuentre seguro en todo momento.
 - Transparencia y verificación del servicio: se asegurará que el dinero que se encuentre circulando en la plataforma no sea de dudosa procedencia, así como evitar estafas y lavado de dinero.

Crea:

- Accesibilidad a mayores préstamos con tasas bajas: se ofrecerán préstamos a tasas más cómodas que las entidades informales, para que los usuarios tengan mayor oportunidad de obtenerlos
- Mayor accesibilidad para conseguir crédito: se brindará una plataforma que permitirá a los clientes obtener créditos con menos requisitos para poder seguir con sus emprendimientos
- Información constante sobre tus transacciones: se ofrece mostrar cada detalle de las operaciones que se van a realizar dentro de la aplicación y a su vez un sistema de monitoreo de las mismas.

● **Aliviadores del dolor**

Alivia:

- Mayor flujo de información entre los usuarios: Se proporcionará información detallada y pertinente para conocer la situación financiera y legal de ambas partes..
- Simplicidad de los trámites: Se ofrece un proceso eficiente para la verificación de los documentos solicitados que permitirá otorgar el crédito más rápido.
- Oportunidades de negocio: Se permitirá que los inversionistas inviertan en las oportunidades de negocio dentro del rubro que ellos decidan.

Elimina:

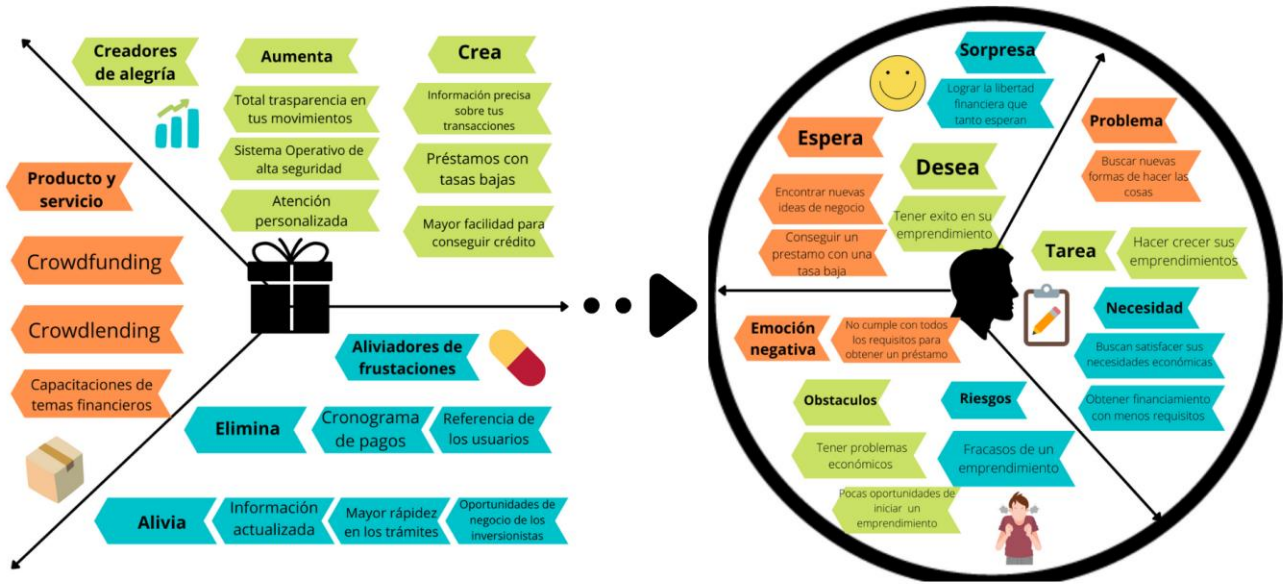
- Cronograma de pago físicos: Se implementará un cronograma de pagos virtual dentro de la plataforma y a su vez se enviarán notificaciones de alerta y recordatorios cuando esté la fecha de pago próxima a vencer.

- Referencia sobre los usuarios: Se habilitará un espacio en la aplicación para que los usuarios que tengan dudas observen los comentarios y experiencias de los usuarios tanto inversionistas como emprendedores.
- Historial crediticio de los usuarios: Se buscará proteger al inversionista para que sea capaz de ver el récord crediticio de la persona que está buscando el financiamiento y a su vez, comprobar las actividades económicas que aseguren el pago puntual de las cuotas que se pueda restituir el dinero prestado en el tiempo acordado.

3.3 Encaje

El objetivo principal del encaje es encontrar la mejor manera de relacionar nuestro mapa de valor y el perfil del cliente, de esta forma podremos crear soluciones de acuerdo a las características que presenta nuestro público objetivo. El tipo de encaje que relaciona mejor el mapa de valor y el perfil del cliente, es “Problema-Mercado”, por lo que a continuación realizaremos el respectivo análisis de acuerdo a los datos recolectados.

Figura 4. Encaje de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

El tipo de encaje mencionado fue elegido debido a que los aliviadores de frustraciones y creadores de alegría crean un valor adicional a nuestros clientes, y a su vez se encuentra en relación con lo que solicita el mercado. Por un lado, nuestro mapa de valor cuenta con aliviadores de frustraciones como lo es la información actualizada y pertinente de los usuarios, tanto para el emprendedor como los inversionistas, lo cual, genera una mayor confianza del servicio y a su vez representa la transparencia de la plataforma un algo bien visto para el cliente porque genera transparencia, por lo tanto generar mayor seguridad en las operaciones. Por otra lado, los creadores de alegría como la atención personalizada, representa una característica importante para nuestros usuarios, ya que, tener algún problema o duda con la navegación dentro de la app y recibir respuesta que le solucionará rápidamente ante cualquier inconveniente representa un atractivo en el mercado.

3.4 Descripción de la propuesta de valor

El principal atractivo y la propuesta de valor de nuestro proyecto es ofrecer préstamos con tasas y menor riesgo que las que se ofrecen en los bancos, cajas municipales, préstamos de terceros, entre otros. Además, se brindará mayor oportunidad y facilidad, respecto a la adquisición de préstamos financieros, en relación a las entidades anteriormente mencionadas. Finalmente, se buscará relacionar emprendedores con proyectos prometedores e inversionistas a través de plataformas digitales para que puedan hacer realidad sus metas.

3.5 Identificación de elementos diferenciales

Como ideas de negocio similares a Funds & Finance que es una fintech que brinda servicios financieros, se ha identificado principalmente a dos competidores. Por un lado tenemos a Presta Mype, que es una entidad que mediante la tecnología busca conectar a empresarios con inversionistas para que puedan conseguir un capital para sus negocios. Por otro lado, está CrediFace cuyo objetivo es dar ofertas crediticias con la ayuda de herramientas tecnológicas que son las redes sociales como Facebook para poder identificar si tiene el potencial adecuado para acceder a un financiamiento. A continuación se describirán los elementos diferenciales identificados con respecto a nuestra fintech

- Seguimiento de pagos: la aplicación cuenta con un calendario de pagos que le permite a nuestros usuarios la posibilidad de tener de forma organizada cuando debe realizar sus pagos para evitar la morosidad, además se puede visualizar cuando es el monto total a pagar.
- Fácil uso: Funds & Finance cuenta con una aplicación que es de un uso muy práctico ya que sus funciones están muy bien detalladas, las modalidades de financiamiento están debidamente separadas así como si eres un emprendedor o un inversionista, además permite ver la información necesaria de forma completa.

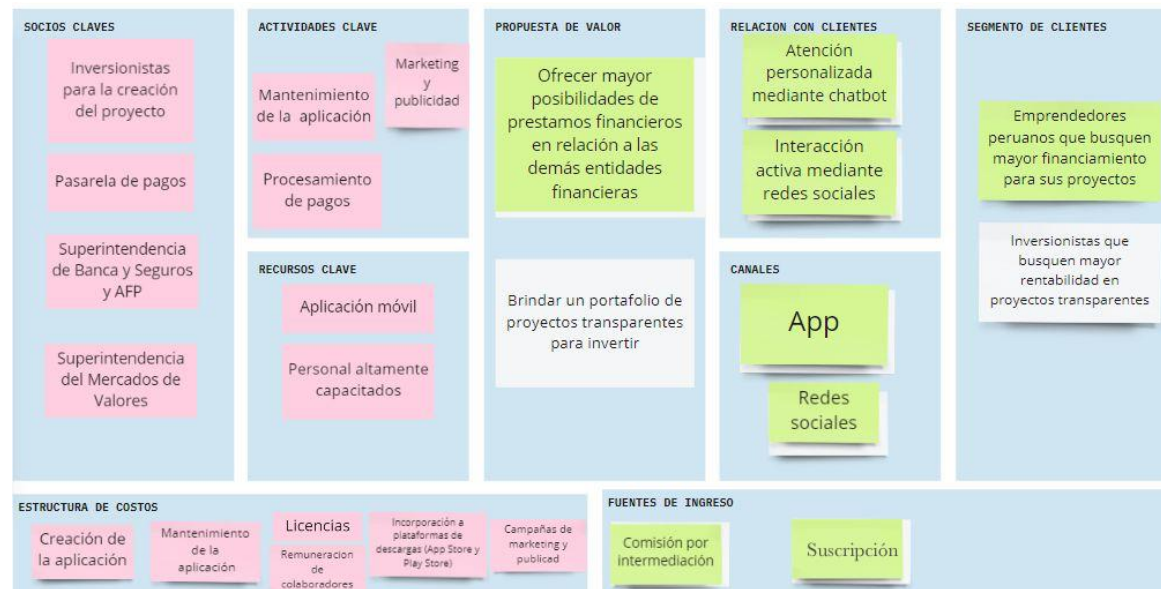
- Protección de tus transacciones: Todos los movimientos financieros que se realicen dentro de la aplicación estarán debidamente respaldados, evitando de esta forma que sucedan estafas o se pierda el dinero, todo eso gracias el óptimo sistema de seguridad con el que contamos.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1 BMC

Con el propósito de plasmar nuestro modelo de negocios y organizar la estructura para su creación se ha utilizado la herramienta del Business Model Canvas que se verá a continuación.

Figura 5. Business Model Canvas de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

4.2 Desarrollo y sustento de cuadrantes

4.2.1 Segmento de clientes

Los tipos de segmento de clientes encontrados dentro de nuestro análisis son los emprendedores que buscan un mayor financiamiento para sus proyectos, pero, debido a su historial crediticio no pueden acceder al capital solicitado. Asimismo, por la otra parte, contamos con el segmento de los inversionistas que buscan proyectos transparentes y con buena rentabilidad para invertir, esto se debe principalmente a que los depósitos a plaza fijo de las entidades bancarias poseen una rentabilidad mínima, lo cual genera que los inversionistas busquen por otros medios proyectos para invertir, teniendo en su mayoría una inseguridad por la veracidad y rentabilidad de la inversión.

4.2.2 Propuesta de valor

En cuanto a nuestra a la propuesta de valor del proyecto, se basa principalmente en brindar mayores oportunidades de financiamiento a los emprendedores y a su vez, presentar los proyectos de manera transparente para atraer a los inversionistas a un portafolio de proyectos en donde se pueda invertir.

4.2.3 Canales

Los canales determinados para nuestro proyecto, serán el aplicativo móvil (App) que se encontrarán dentro de la plataforma para poder resolver las dudas e inquietudes que tengan nuestros usuarios. Por otro lado, también contaremos con nuestra página en redes sociales que estará constantemente actualizada con las últimas novedades y sugerencias de la app. Finalmente, en ambos canales contaremos con un soporte al cliente especializado de libre disponibilidad para nuestros clientes.

4.2.4 Relación con los clientes

Nuestra relación con los clientes será en base a la atención personalizada individual de cada chatbot en la plataforma de la app y a su vez mediante la página en redes sociales.

4.2.5 Actividades clave

Las actividades claves que nos permitirán continuar con nuestras operaciones y a su vez mantenernos dentro del mercado son: el mantenimiento de la aplicación que permitirá tener una interfaz adecuada y actualizada, el marketing publicitario que nos ayudará a llegar a nuestros segmentos de clientes y el procesamiento de pagos de las transacciones realizadas a través de nuestras plataformas.

4.2.6 Recursos clave

Los recursos claves necesarios para el desarrollo de nuestro proyecto, será en primer lugar el personal altamente capacitado para la resolución de los problemas y dudas dentro de la aplicación y la aplicación móvil que es la plataforma principal de nuestras operaciones.

4.2.7 Socios clave

Los socios claves que tendremos en cuenta para poder desarrollar este proyecto serán, en primer lugar, los inversionistas para la creación de la plataforma virtual y el desarrollo de la app. En segundo lugar, la SBS y AFP que serán los reguladores de nuestras operaciones. En tercer lugar, el mercado de valores, como ente regulador. Finalmente, para la pasarela de pagos, será necesario tener como socios a las entidades bancarias para permitir las transacciones dentro de nuestra plataforma.

4.2.8 Estructura de costos

Nuestra estructura de costos estará conformada principalmente por el costo de la creación de nuestro aplicativo móvil, el mantenimiento constante del mismo y el costo que tendrá ponerlo en las plataformas de descarga como App Store y Play Store. Por otro lado, dentro de la operatividad de nuestro proyecto, debemos tener en cuenta el costo de las licencias necesarias y los permisos que se requerirán para llevar a cabo todo el proceso de transacción y cobro de comisiones. Finalmente, tendremos que tener en cuenta la remuneración de nuestros colaboradores y la inversión en las campañas de marketing.

4.2.9 Fuente de ingresos

La principal fuente de ingresos del proyecto en general provendrán de las comisiones de intermediación, ya que serán los mismos usuarios quienes decidan el monto, momento y dirección de su capital para invertir según la rentabilidad que desean adquirir, el proyecto a elegir y el perfil de riesgo de cada emprendedor. Asimismo, también se tendrá el ingreso por suscripción de los inversionistas que deseen ver la cartera de negocios que se ofrecen.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1 Experimento 1

a. Objetivo

El experimento busca validar que a través de la experiencia del usuario el diseño, funciones y características del aplicativo móvil son los adecuados para

transmitir nuestra propuesta de valor debido a que proporcionan una experiencia agradable y ágil para los emprendedores e inversionistas.

Cuadrantes que valida: Propuesta de valor, segmento de clientes

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para este experimento primero se elaboró y se diseñó un mock up de alta fidelidad para el aplicativo móvil. Una vez que se tiene el prototipo, podremos observar la reacción y experiencia del usuario que sentirán las personas que serán entrevistadas. Además, la interacción que se tendrá con los usuarios nos ayudará a recopilar información muy importante a través del feedback, las que serán usadas para poder ofrecer un mejor servicio.

Por lo tanto, la finalidad de este experimento es validar que la propuesta de valor es deseable para los segmentos de clientes y si el canal de aplicación móvil es el más idóneo para poder llegar al público objetivo.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 1. Bitácora de actividades del experimento 1

Actividad	Tarea	Resultado
	Diseño del prototipo	Se diseñó el mock up usando la página de Marvel como herramienta
Experimento	Seleccionar el segmento de clientes	Se buscaron personas que cumplan con el perfil de nuestro segmento de clientes

de Alta Fidelidad	Realizar las entrevistas	Se entrevistó a un total de 10 usuarios y también se realizó una entrevista grupal
	Escuchar las opiniones	Recibimos el feedback por parte de los entrevistados para poder saber en qué aspectos podemos mejorar la aplicación
	Resumir la información	Se sintetizó toda la información recibida y se realizó un análisis para encontrar los aprendizajes más resaltantes.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Tabla 2. Malla Receptora entrevista a usuarios

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Es una app innovadora y formal enfocado en temas financieros. ● Ayudaría a muchas personas a cumplir sus emprendimientos y tener salud financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar el diseño de la app como el color de la letra y los fondos de pantalla. ● Agregar la lista de contactos de los emprendedores, para así tener mejor comunicación entre ambas partes.

PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿ La aplicación tendrá un manual en PDF para que genere un mejor uso de la app? ● ¿La app en qué plataformas estará disponible Play Store o ios? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Detallar mejor la solicitud de los pagos. ● Agregar la opción de descarga del cronograma de pago respectivo. ● Implementar un seguro para así cubrir a emprendedores como inversionistas.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Los entrevistados nos comentaron que le preocupa que la información de los inversionistas sea muy detallada y pueda sufrir algunos robos o atentados. Asimismo, contar con un equipo de sistemas para evitar fraudes o robos cibernéticos.

Asimismo, indicó que su preocupación es como la app respalda al inversionista en caso de que un emprendedor no pague o muera. También, recomendó que se dé detalles de la comisión que la app recauda, quien lo asume y cómo se pagaría.

El entrevistado indica que le agrada la aplicación y que está dispuesto a usarlo, ya que las tasas de interés son llamativas y como él tiene una idea de negocio en mente pediría un monto aproximado de veinte mil soles.

Se sugirió que se agregue un botón para poder comunicarse directamente con el emprendedor o inversionista luego de que se haya pactado un préstamo, es decir el botón de llamada directa al celular de cada una de las partes.

Indican que la plataforma es una muy buena salida para poder obtener préstamos seguro y rápido, ya que es la oportunidad de que tanto el emprendedor como el inversionista puedan salir beneficiados. Teniendo un contacto directo y a la vez conocer cómo se maneja el negocio.

e. Aprendizajes

Durante las entrevistas pudimos detectar inquietudes y sugerencias de los usuarios que se mencionan a continuación:

- Recomendaron que se tenga un nivel de seguridad alto en la parte de sistemas, es decir tener personal capacitado para evitar fraudes cibernéticos.
- Asimismo, el contar con un seguro que cubra a inversionistas y emprendedores en caso de fallecimiento del emprendedor o de que no pague las cuotas acordadas.
- También, sugirieron que seamos más específicos con el procedimiento para el pago de cuotas, es decir explicar cómo es que el emprendedor pagará las cuotas del préstamo.
- Se sugiere que la aplicación tenga una opción dónde se pueda tener el menú completo y que la parte de calificación sea para calificar tanto el emprendimiento como a los inversionistas y no que esté en el menú principal.
- Se sugiere que la aplicación tenga un acceso donde subir los documentos que soliciten para adquirir el préstamo.
- Los colores de la aplicación son muy parecidos a las de facebook y linkedin, por lo cual sería bueno que se cambie a uno menos parecido, pero igual de sobrio.
- Se sugiere que la aplicación su diseño sea más llamativo, ya que se ve un poco opaco.

f. Sustentación de la validación

Link del prototipo de la aplicación móvil:

<https://marvelapp.com/prototype/15cdaehe>

Link de la entrevista a usuarios:

<https://drive.google.com/drive/folders/1hIzXb2YporRwgqZv7hgXObK1ejPFG3qz?usp=sharing>

Link de entrevista grupal:

https://drive.google.com/drive/folders/1UMvQD7uu48Z98LDW_ZXHdmrztgo8Fzrp?usp=sharing

5.2 Experimento 2

a. Objetivo

El objetivo de este segundo experimento es validar la percepción de los usuarios con respecto al aplicativo móvil que tiene un fácil uso y todas las funciones se entienden a la perfección. Asimismo, gracias a las entrevistas del experimento anterior, se analizaron los feedback que recibimos y eso nos permitió realizar mejoras a la aplicación para ofrecer un mejor servicio.

Cuadrantes que valida: Propuesta de valor, segmento de clientes

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para este experimento, tomando en cuenta las opiniones de los entrevistados, se procedió a realizar mejoras a la aplicación en los puntos de mejora que nos sugirieron. Una vez finalizado este proceso, nuevamente se entrevistó a personas que van con el perfil de nuestro segmento de clientes a fin de corroborar que las

correcciones que se hicieron fueron las adecuadas. Con el feedback, nos permitirá conocer la verdadera percepción del usuario y confirmar si el prototipo final ya está perfeccionado.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 3. Bitácora de actividades del experimento 2

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento 2 de Alta Fidelidad	Mejoras en el prototipo	Se realizaron correcciones en el mock up usando la página de Marvel como herramienta
	Seleccionar el segmento de clientes	Se buscaron personas que cumplan con el perfil de nuestro segmento de clientes
	Realizar las entrevistas	Se entrevistó a un total de 10 usuarios y también se realizó una entrevista grupal
	Escuchar las opiniones	Recibimos el feedback por parte de los entrevistados para poder saber en qué aspectos podemos mejorar la aplicación
	Resumir la información	Se sintetizó toda la información recibida y se realizó un análisis para encontrar los aprendizajes

más resaltantes.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Tabla 4. Malla receptora del experimento 2

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none">● Es una app que genera confianza y tiene un fácil manejo para cualquier persona que desee utilizar para fines de financiamiento virtual.● El diseño de la plataforma es perfecto, ya que está bien detallado cada paso para obtener el préstamo o solicitar la inversión.	<ul style="list-style-type: none">● Tener mucho cuidado con la información que se brinda, ya sea del emprendedor o inversionista.● Se recomendó mejorar la letra de la app como en su tamaño y color.● Introducir el logo de la app en todas las pantallas, como un sello de agua en el fondo.
PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none">● ¿La app estará disponible para Android y IOS?● ¿Cómo se garantiza que la información sea segura?	<ul style="list-style-type: none">● Tener un blog financiero para promocionar la app.● Buscar la manera de que la interacción sea mucho más rápida y fácil de aprender a usar.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Luego de realizar las entrevistas con los usuarios, ellos nos manifestaron lo siguiente:

- En base a nuestro diseño de la app, todos percibieron que el tipo y tamaño de letra es el apropiado. Además, la plataforma posee simplicidad de información para entender cómo invertir o adquirir financiamiento.
- Los entrevistados demostraron una buena respuesta a la app, ya que les gustó las mejoras, así como el diseño que les resultó amigable y muy fácil de manejar.
- Asimismo, solo se hicieron unas recomendaciones como el color de letra y el logo de la app, dichas recomendaciones se implementarán en las mejoras posteriores.

e. Aprendizajes

Luego de realizar las entrevistas a los usuarios, junto a la presentación de nuestro prototipo de nuestra plataforma virtual Funds & Finances, logramos cambiar ciertos detalles para abordar una versión final

Nuestros entrevistados nos sugirieron que sigamos detallando cada paso para obtener financiamiento, ya sea a través del crowdfunding y crowlending, pues ambos métodos de financiamiento mediante la plataforma virtual son innovadores y accesibles ante la coyuntura que estamos atravesando.

Que la aplicación tenga opción de modo oscuro, ya que actualmente las aplicaciones están teniendo esta opción para facilitar la interacción con la salud visual del usuario.

f. Sustentación de la validación

Link del prototipo de la aplicación móvil:

<https://marvelapp.com/prototype/15cdaehe>

Link de la entrevista a usuarios: https://drive.google.com/drive/folders/1mvcz-AS2VtDdYWWB8ad1QqWK7P_pjUpH?usp=sharing

Link de entrevista grupal:

https://drive.google.com/drive/folders/1GOo2RV8lhG_Ns62JY8N9E9JWnSSq-uJk?usp=sharing

5.3 Experimento 3

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es conocer y recibir sugerencias del experto, y lograr los objetivos y aplicar mejoras. La cual servirá para tener una versión ideal del prototipo, que será verificada mediante un experimento final.

Cuadrantes que valida: Propuesta de valor, segmento de clientes

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para la realización del experimento, se hizo la invitación a una entrevista al experto Gino Salguero, especialista en el área de desarrollo de aplicaciones y páginas web, Ingeniero de Software de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. La entrevista se realizó mediante la plataforma Zoom, en donde se compartió el prototipo y dio a conocer una versión mejorada, a raíz de las entrevistas pasadas con los futuros usuarios. Además se busca obtener feedback mucho más consistente, eficiente y profesional del usuario instruido en software para lograr un prototipo mejorado.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 5. Bitácora de actividades del experimento 3

Actividad	Tarea	Resultado
	Buscar a un “experto” en software conocedor de elaboración de aplicaciones.	Se logró contactar con un ingeniero de Software, especialista en el desarrollo de aplicaciones y páginas web.
Validación de la Solución de la evaluación técnica	Realizar las modificaciones obtenidas después de los primeros experimentos, para ser mostradas al experto.	Se elaboraron las mejoras proporcionadas por los usuarios, los primeros partícipes de los primeros experimentos realizados.
	Programar una entrevista con el experto, hora y fecha para que se realice el feedback de su parte.	Se pactó la reunión con el experto, con la hora y el día previsto.
	Presentar la aplicación al experto.	Se presentó al experto el prototipo y recibimos importantes acotaciones a mejorar en el prototipo.
	elaborar un resumen de los hallazgos y aprendizajes (feedback) de la reunión.	Analizar la información del experto y realizar los cambios adecuados y sugeridos.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Tabla 6. Malla receptora del experimento 3

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Evidentemente se tiene un estudio correcto de la aplicación, ya que se confirma que existe una necesidad en el mercado. ● Considera positiva la idea de negocio y la forma en la que se está presentado a los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se deben mejorar los colores y las interfaces que existen al pasar de una actividad a otra. ● Las imágenes deben ser acorde a la actividad a realizar. ● El tamaño y fuente de la letra debe ser mejorada a la vista del usuario. ● Poner un menú en forma hamburguesa, en vez de aplicaciones varias, ya que puede generar confusión.
PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo se va a validar que la información que se presenta es fidedigna? ● ¿Para qué sirve la opción de calificar la app, si al que se tiene que calificar es al inversionista o los proyectos? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Qué exista un conteo de pasos realizados y a llenar cuando vas avanzando con el registro. ● Que exista un pequeño internauta que nos indique y nos de la información necesaria para manipular la aplicación. ● Al inicio del App que haya una interfase que nos muestre que se

puede hacer la aplicación.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

El experto, desde una vista general, está de acuerdo con la aplicación que estamos lanzando al mercado, ya que ve la necesidad que existe y que sería de gran ayuda para la personas que en verdad necesitan de este apoyo financiero.

En cuanto a la aplicación, menciona que todavía hay cosas que mejorar, pero la idea de todo lo que esta app ofrece hasta el momento, es una muy buena iniciativa.

Se ha percatado ciertas deficiencias, por las cuales ha dado ideas innovadoras para poder añadir la aplicación y que pueda ser más viable en cuanto al uso e interacción con los usuarios.

e. Aprendizajes

El experto ha mencionado diferentes puntos de vista que podemos mejorar, en cuanto a letras y formas, tratar de que la letra capital sea en mayúsculas y las demás en minúsculas.

En cuanto a las palabras crowdfunding y crowdlending, menciona que no todos tienen un conocimiento de lo que significa, por lo cual sería adecuado tener una breve explicación antes del menú de la app, en todo caso añadir imágenes que hagan referencia lo que se hace en las actividades.

Añadir una leyenda a proyectos aprobado o no aprobados o en proceso de aprobación para conocer sobre como va la evaluación del proyecto,

Cuando intenten validar la información que se presenta, al poner el DNI que este sea validado por SUNAT. Asimismo, que los nombres de las personas sean añadidos de manera automática, y en cuanto al registro de la contraseña, también poner confirmación de contraseña, ya que puede haber el percance de olvido o teclear mal algún dígito.

Que exista un espacio entre cada actividad y a veces menos es mejor que más y que no se ve abultada la información, ya que algunos textos están demás y no brinda información concisa de lo que se realiza.

En cuanto al menú de actividades, debe ponerse un símbolo de menú de hamburguesa en vez de aplicaciones varias, ya que dan sensación de que hay más por explorar, cuando digitalmente el símbolo de hamburguesa ya es conocido a nivel mundial por su función.

f. Sustentación de la validación

Link de la entrevista a experto:

https://drive.google.com/drive/folders/1CF-20DHxIR4mKQEqSrXaEb_uFwgNrJ2l?usp=sharing

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1 Validación de canales, relación con el cliente, actividad clave, recursos clave

6.1.1 Experimento 1: Redes Sociales

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es de crear cuentas en las red social de Facebook para validar que las personas con un perfil emprendedor o inversionistas estén interesadas en los servicios que ofrece la fintech de Funds&Finance de acuerdo a las interacciones que se tiene en las publicaciones.

Cuadrantes que valida: Segmento de clientes, canal, relación con el cliente, actividad clave

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Se crearon una cuenta de Funds&Finance en Facebook, después se procedió a crear anuncios a través de diversas publicaciones para tratar de llegar a nuestro público objetivo. La información que se ofrecía sirve para que las personas puedan conocer cuáles son las principales ventajas de adquirir un financiamiento con nuestra fintech.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 7. Bitácora de actividades del experimento 1 de la Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
	Creación de las cuentas en redes sociales	La red social elegida es Facebook

	Diseñar los anuncios	Con la ayuda de la herramienta Canva, se diseñaron diversos anuncios para mostrar los beneficios.
Publicidad en Redes Sociales	Segmentar el público	Se segmenta a las personas que residen en Perú. Además, se emplearon palabras claves como: préstamos, inversión, emprendedores, y microempresarios,
	Realizar el pago en las redes para la promoción	Se estableció un presupuesto aproximado de 10 soles diarios
	Analizar las estadísticas que se obtuvo	Con las estadísticas que brindan las redes, se interpretó cada gráfico y cuadro.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

En cuanto a los resultados obtenidos en este experimento, se recopilaron los siguientes gráficos estadísticos de Facebook:

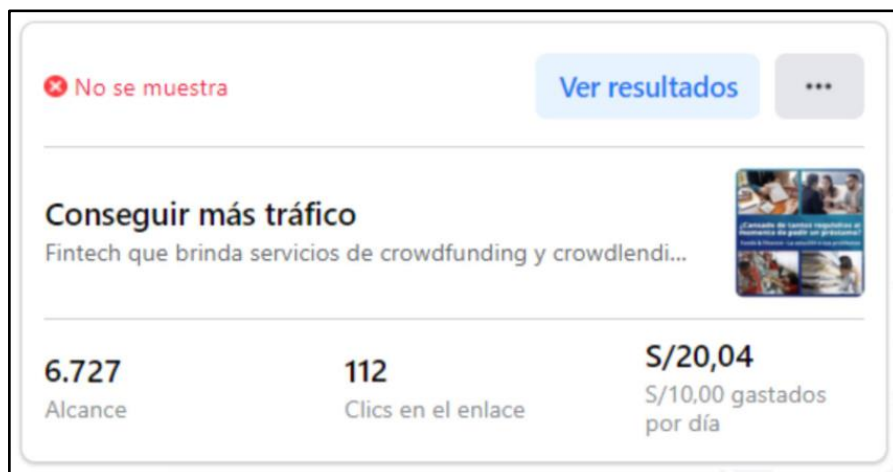
Figura 6. Estadísticas de la publicación



Fuente: Elaboración propia

El alcance general de la publicación fue de 13,436 personas, teniendo el primer día un alcance orgánico de solo 29 personas, esto se debe principalmente a que nuestra red de contacto es nueva, por lo que es normal que nuestro alcance pagado sea mucho mayor. Finalmente, el alcance pagado demuestra que, el mercado que tiene la publicidad es muy amplio, dado que estas se guían de las palabras clave puestas en la creación de esta.

Figura 7. Estadísticas generales de la publicación



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, a mitad de la publicación se notó el interés general de las personas mediante la intención de buscar más información, se puede decir que

el 1.66% de la población alcanzada por la publicación se encuentra interesada en el producto que se ofrece. Asimismo, cabe resaltar que el algoritmo de Facebook, va mejorando su rentabilidad a medida que va conociendo los perfiles más interesados en la publicación.

Figura 8. Resumen de la publicación

18/09/2021 11:54	 ¡Invierte y haz crecer tu			41		0 9		Promocionar publicación
18/09/2021 18:29	 			49		0 18		Promocionar publicación
18/09/2021 18:39	 			42		0 19		Promocionar publicación
18/09/2021 18:26	 Para todos los emprendedores,			2,6K		62 14		Ver promoción

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las publicaciones, en total se hicieron 4, pero solo promocionamos una, en un primer momento y debido al apego de nuestra página, varios usuarios también reaccionaron a las otras publicaciones no promocionadas. Como se puede ver en la figura, las publicaciones por sí solas alcanzaron un promedio de 44 vistas orgánicas.

d. Análisis

Para poder alcanzar más resultados orgánicos es necesario mantener nuestra red de contactos lo más amplia posible y enfocar las publicaciones en el contenido que los usuarios buscan. Por otro lado, debemos mantener nuestra página activa para demostrar mayor confianza a los usuarios. Asimismo, hay que tener en cuenta que los resultados son sólo una estimación inicial, y muestran el potencial atractivo de nuestra idea de negocio, ya que a medida que la publicación funcione más días, el algoritmo aprenderá los perfiles más potenciales para mostrar el anuncio.

e. Aprendizajes

Gracias a este experimento pudimos recopilar la eficiencia de la publicidad como impulsor de nuestra idea de negocio. Asimismo, la inversión para la misma es controlable por lo que podremos manejar la rentabilidad de este.

f. Sustentación de la validación

Link página de Facebook

<https://www.facebook.com/FundsnFinance>

6.1.2 Experimento 2: Aplicación móvil

a. Objetivo

El objetivo del presente experimento es validar la eficiencia y viabilidad de tener la capacidad de llegar al público objetivo a través de un aplicativo móvil. De esta forma, se investigará qué factores son necesarios para su desarrollo así que tanto desarrollo tecnológico existe en el Perú lo que permitirá saber qué tan probable será que los clientes descarguen nuestra app.

Cuadrantes que valida: Canales, Recursos Clave

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para validar los cuadrantes anteriormente mencionados con el presente experimento, se hará uso de las fuentes secundarias y de acuerdo a lo encontrado, se realizará un análisis que nos permitirá saber de qué manera la aplicación podrá estar disponible en las tiendas virtuales, y así

ii. Bitácora de actividades

Tabla 8. Bitácora de actividades del experimento 2 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de Validación de Aplicación Móvil	Investigar diversas fuentes que sean confiables	Encontrar fuentes con buena credibilidad
	Analizar los datos encontrados con respecto al rubro de negocio	Filtrar información de acuerdo a lo que necesita el sector
	Seleccionar las mejores fuentes	Quedarse con los mejores datos encontrados
	Revisar la información de acuerdo a lo que necesita el proyecto	Obtener la información más precisa y de más utilidad para el proyecto
	Validar el canal y recurso clave con lo investigado	Concluir que los cuadrantes ya están validados

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Con la finalidad de validar los cuadrantes del Business Model Canvas, específicamente los de canal y recursos clave se hizo uso de varias fuentes confiables de internet para entender mejor el panorama de las aplicaciones así como sus beneficios para poder llegar a los clientes en el Perú.

Primero para entender qué tan viable será el uso de una app, se debe medir las tendencias tecnológicas de nuestro país, por ello, según el Diario El Peruano, para

el 2021 gracias a la incorporación del 5G, las tendencias del mercado respecto a tecnología aumentará, sumado a la situación del covid-19 ha favorecido a que las personas opten por más vías virtuales antes que las presenciales y ha logrado cambiar el comportamiento de las personas para recibir muchos servicios.

Asimismo, de acuerdo a Andina, las aplicaciones móviles de pago han aumentado hasta 4 veces su uso en el Perú, ya que en las modalidades de pago un 22.7% lo hace a través de sus smartphones y un 11.5% usa apps de pago entre particulares.

Además, ha existido un incremento digital entre el 2020 y 2021 según un estudio de colaboración entre We Are Social y Hootsuite. El uso de aplicaciones a través de los teléfonos celulares es el predominante en el Perú que incluso viene con una tendencia en subida ya que aumentó un 66% en el presente año con respecto al 2020 en contraste con una reducción del 23% del uso en computadores y laptops.

Por último, los principales beneficios que te otorga estar presente a través de una aplicación móvil es la presencia que te da con el cliente, ya que al estar descargado en su smartphone, asimismo otra ventaja es la disposición ya que lo tendrá presente de forma continua y al alcance de su mano.

d. Análisis

Existe una gran cantidad de personas en el Perú que utiliza activamente las aplicaciones en su smartphones, con una tendencia que va en alza, lo que indicaría que contando con una aplicación móvil, estaría más cerca a gran número de usuarios. Para los pagos ha existido un incremento en el uso de aplicativos móviles, un punto positivo ya que en nuestra fintech se da un préstamo entre terceros, lo que claramente es un punto a favor nuestro. Los beneficios de contar con una aplicativo móvil le brinda a nuestro proyecto validar que es canal correcto para poder llegar al segmento

de clientes así como es un recurso clave que nos ayudará a difundir la propuesta de valor.

e. Aprendizajes

Las aplicaciones móviles son la forma más eficaz de llegar a tu público objetivo en el Perú debido al alto uso que tiene. Las aplicaciones móviles te otorgan presencia y disposición de la idea de negocio frente a tus usuarios, lo que te permite estar con ellos en cualquier momento para lo que necesiten.

f. Sustentación de la validación

Figura 9. Crecimiento digital en Peru



Fuente: We Are Social & Hootsuite

Figura 10. Tráfico Web por dispositivo



Fuente: We Are Social & HootSuite

6.2 Validación de estructura de costos

6.2.1 Experimento 3: Entrevista Ingeniero de Software

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es poder validar los costos que se incurrirán en la elaboración del proyecto, para ello, contactamos a un especialista que nos dará una visión más clara sobre el desarrollo de las aplicaciones y los recursos necesarios para poder mantener la plataforma en su correcto uso.

Cuadrantes que valida: Estructura de costos y actividades clave

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Se realizó una entrevista a un ingeniero de software profesional en donde se preguntó acerca del desarrollo en la creación de aplicaciones y el costo que esta tiene.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 9. Bitácora de actividades del experimento 3 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de Validación de la Estructura de Costos	Averiguar sobre el costo general de crear una aplicación	El ingeniero de software nos brindó un aproximado de inversión para el diseño y elaboración del aplicativo
	Averiguar sobre los recursos necesarios para mantener la aplicación	El ingeniero nos brindó mayor conocimiento sobre las posibles herramientas que debemos adquirir para el funcionamiento de la idea de negocio
	Averiguar sobre costos laterales a la creación del aplicativo	El ingeniero nos mencionó sobre posibles gastos que no se habían tomado en cuenta previamente.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

El principal resultado de la entrevista se dio a conocer como un aspecto general de inversión, que fue más que nada la creación y desarrollo de la App, un aproximado de 5 mil dólares. Por otro lado, también nos comentó sobre los gastos operativos que tendremos, incluyendo la adquisición de un programa para la gestión (ERP), la adquisición de servidores y la incorporación de personal capacitado para mantener la base de datos actualizada y los servidores funcionando.

d. Análisis

Al finalizar este experimento pudimos plasmar los costos de manera más profunda ya que no solo sería la creación de la plataforma, sino también la operatividad, y debido a que nuestra idea de negocio maneja información delicada como números de cuenta y fondos monetarios es necesario implementar todas las herramientas posibles para asegurar la información y manejarla de manera correcta.

e. Aprendizajes

Gracias al experimento realizado pudimos aprender sobre los costos operativos y de gestión que son incurridos en proyectos en donde se desarrolla una aplicación, así como los pasos necesarios para evitar un sobre costo. Finalmente, pudimos establecer un panorama de la inversión necesaria para emprender este negocio.

f. Sustentación de la validación

Link de la entrevista:

<https://drive.google.com/drive/folders/10bq5HugrSjLFqBW6WcIIJa8fEmT2sWI?usp=sharing>

6.2.2 Experimento 4: Costo de publicidad e implementación de la aplicación en tiendas virtuales

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es validar la estructura de costos de la fintech Funds&Finance particularmente en los apartados de lo que equivale al costo de publicidad y marketing en la red social de Facebook así como el costo que implica

poner la aplicación móvil en las tiendas virtuales más conocidas como son Play Store y AppStore

Cuadrantes que valida: Estructura de costos

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para comprobar cuánto dinero se necesitaría el proyecto, se hará uso de las fuentes secundarias respecto a la creación de la publicidad y marketing en redes sociales y también cuánto costaría ponerlo a disposición de los usuarios en las plataformas de AppStore y Play Store .

ii. Bitácora de actividades

Tabla 10. Bitácora de actividades del experimento 4 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de costos de publicidad en redes y costo de	Investigar acerca del costo de publicidad en redes	Determinar el costo de publicidad introductorio para llegar al mercado objetivo
de implementaci	Averiguar el costo de publicidad recurrente en redes	Determinar el presupuesto general de las publicaciones después de hacer la página conocida.
ón de app en tiendas de	Averiguar el costo de poner la aplicación en tiendas de descarga	Se encontró un costo único de 25 dólares, para poder tener la licencia de desarrollador y colgar la aplicación en Google Play Store

descarga	Analizar ambos costos y la viabilidad con el proyecto	Los costos son totalmente viables para la creación del proyecto
	Validar la estructura de costos	Concluir que ese cuadrante ya está validado

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Con la finalidad de validar los cuadrantes del Business Model Canvas, específicamente el de estructura de costos se hizo uso de varias fuentes confiables de internet para entender mejor el costo de publicidad en redes así como sus el costo de incluirlo en AppStore y Play Store.

Para poder tener nuestra aplicación en la disponibilidad de las tiendas virtuales, específicamente en la plataforma de Google Play Store para los dispositivos Android, es necesario. Por un lado, debemos tener una cuenta de desarrollador, que desbloquea una interfaz un profesional. Segundo, se debe adquirir una licencia de desarrollador, que es un único pago de 25 dólares, Finalmente, las aplicación antes de subirla deberá ser revisada y de cumplir con los parámetros establecidos estará disponible para la descarga.

En el Perú, de acuerdo al diario Gestión en su entrevista con Juan Manuel Cuya, consultor de IBM Sudamérica, menciona que el precio aproximado que tendría una aplicación es de un intervalo de 2,000 a 6,000 dólares. Además, el experto mencionó que para que un proyecto como este pueda recuperar su inversión sería necesario un par de meses y comenzar a tener ganancias en los próximos meses. Asimismo menciona que cuando alguien está por lanzar una nueva aplicación,

generalmente se hace primero para la plataforma Android ya que es más sencillo de desarrollar al no requerir una alta exigencia en su implementación.

d. Análisis

Se concluye que la inversión inicial debe ser aproximadamente de 100 soles semanales que permita a la página hacerse conocida en un primer momento y obtener la red de contactos necesaria para llegar al mercado objetivo. Por otro lado, la inversión para hacer que la aplicación se encuentre disponible al público es de 25 dólares, es decir, un aproximado de 102.5 soles.

En Funds&Finance, debido a que es la primera vez que lanzará una aplicación móvil contará con una que tenga todo lo básicamente necesario, por lo que según de acuerdo al intervalo que mencionó el experto, el precio para este proyecto sería de 4000 dólares, que al tipo de cambio actual con 4.10 sería de 16500 soles.

Por lo tanto, para el apartado de estructura de costos que incluye la publicidad en la red social en Facebook y la implementación de la aplicación en Play Store sumando costos llegaría a la suma de 16602.5 soles.

e. Aprendizajes

Gracias a este experimento pudimos averiguar el costo real que involucra poner a disponibilidad nuestra aplicación para el público. Asimismo, pudimos plantear el presupuesto inicial de la página de Facebook, teniendo en cuenta que este se reducirá cuando ya logre una red de contactos amplia.

f. Sustentación de la validación

Las fuentes consultadas para este experimento son:

Developers (s.f) *Licencias de apps.* Recuperado de: <https://developer.android.com/google/play/licensing?hl=es> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]

Gestión (2019) *¿Cuán rentable es hacer un app en el Perú?* Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/rentable-app-peru-114307-noticia/#:~:text=El%20precio%20de%20la%20aplicaci%C3%B3n,todos%20los%20costos%20de%20publicaci%C3%B3n.> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]

AulaCM (2021) *Cuánto cuesta desarrollar una app.* Recuperado de: <https://aulacm.com/precio-desarrollar-app-aplicacion-movil/> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]

Desarrollo de Aplicaciones (s.f) *¿Cuánto cuesta crear una aplicación móvil en el Perú?* Recuperado de: <https://desarrollodeaplicaciones.org/cuanto-cuesta-crear-una-aplicacion-movil-en-el-peru/> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]

6.3 Validación de socios clave

6.3.1 Experimento 5: Entrevista con experto

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es validar con un experto cuales son los socios clave de nuestro proyecto, así como los requisitos y permisos que este proyecto necesitaría para que se introduzca en el mercado. Asimismo, las recomendaciones y sugerencias que el experto otorgue acerca de la app para poder mejorarla.

Cuadrantes que valida: Socios Clave

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para comprobar que el proyecto será viable y que cumpla con las normas se procederá a entrevistar a una experta en el tema de la banca y las finanzas, dicha entrevista será realizada virtualmente usando la herramienta Zoom, en donde se le hará un serie de preguntas a la entrevistada, dichas preguntas se detallarán en la bitácora de actividades.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 11. Bitácora de actividades del experimento 5 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento de Validación de los Socios Clave	Elaborar las preguntas a realizar a la experta para que nos de su percepción sobre nuestro proyecto.	Con el equipo de trabajo se plantearon 2 preguntas principales, las cuales son: <ul style="list-style-type: none">- ¿Cuáles serían nuestros principales socios clave?- ¿Qué requisitos y/o permisos necesitaríamos para que nuestra app tenga éxito?
	Realizar la entrevista con la experta.	Esta parte del proceso consiste en contactar a la experta y hacer una video llamada por Zoom, en la que se le harán las preguntas y nos dará su opinión acerca del proyecto.

Realizar el análisis y redactar los aprendizajes de la llamada.	Durante esta parte del proceso se redactarán los aprendizajes y el análisis que se obtendrá de la entrevista con la experta en banca y finanzas.
---	--

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Con la finalidad de validar el cuadrante de Socios Clave se procedió a realizar una entrevista a una experta, la cual nos dió como resultado principal información detallada acerca de los requisitos que se necesitan para ser legalmente una sociedad en el sistema de los préstamos de dinero. Asimismo, nos dió sus opiniones sobre la app y el impacto que ésta generaría en el mercado.

d. Análisis

Se concluye que los fondos básicos de dinero que debe tener la empresa constan de por ejemplo: para empresas bancarias un mínimo de 14 '914,000 soles, empresas financieras 7' 500,000 soles y demás.

Asimismo, los permisos necesarios para fundar la empresa deben reportarse a la SBS y a ASBANC

e. Aprendizajes

A consecuencia de la entrevista otorgada por Romina, pudimos aprender acerca de los recursos económicos necesarios para un banco, así como los permisos legales para iniciar un proyecto bancario. Por otro lado, dichos requisitos no son

indispensables para nuestro proyecto porque nuestra app no será un banco, ni una caja rural, sino una plataforma de apoyo financiero para lo que los permisos necesarios se limitan a registrarse en SUNAT como una empresa y tributar acorde a las ganancias de un periodo, así como los permisos que conlleva la app en google play y/o ios.

f. Sustentación de la validación

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1uOBGRRBNicRa4Fnc1IL1spo--2a8TKed>

6.3.2 Experimento 6: Fuentes Secundarias para socios clave

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar las fuentes secundarias para socios clave del proyecto Funds&Finance lo que nos ayudará a perdurar una conservabilidad, asimismo, de ser una propuesta factible y útil para nuestra plataforma virtual.

Cuadrantes que valida: Socios Claves

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para el desarrollo de la validación lo primordial fue realizar una investigación profunda con fuentes confiables, datos reales y siendo eficaces para que genere una mayor optimización a nuestra idea de negocio cuando sea implementado. De esta manera se examinará toda información recopilada de distintas fuentes con ello se podrá validar que las fuentes secundarias de socios claves proporcionará que el proyecto esté más potenciado y genere confianza al momento de brindar el servicio.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 12. Bitácora de actividades del experimento 6 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
	Buscar fuentes confiables de investigación para la validación	Se decide seleccionar a la Superintendencia de Mercado de Valores como fuente confiable
Experimento de fuentes secundarias para validar socios claves	Desarrollar una investigación Superintendencia Mercado de Valores	Se busca información que será de utilidad para nuestra app. de
	Examinar la información encontrada en función del proyecto	El análisis cooperará para entender mejor cómo funcionan las fuentes secundarias de socios claves y ver la viabilidad en el proyecto.
	Validar el cuadrante de socios claves	Confirmar la validación del Socios claves

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Para lograr validar los cuadrantes del Business Model Canvas, primordialmente el de socios claves se buscó diversas fuentes confiables de internet para ver la importancia del mercado financiero en el Perú y ver que tan viable pueda ser para nuestra idea de negocio.

Entonces, los puntos más relevantes que se encontró en la investigación fue la finalidad de promover el mercado de valores y velar por el adecuado manejo de las empresas. Asimismo, se detalló que permite la canalización de capital a medio y largo plazo de los inversores a los usuarios, con ello hace referencia a nuestra aplicación móvil, ya que nuestro sistema de financiamiento Crowdlending es la atracción de inversores de forma virtual. Además, es de vital importancia poseer fuentes secundarias de socios claves para estar atento y actualizados con cualquier dato sobre el mercado financiero y así fortalezca nuestro proyecto.

d. Análisis

Como principal hallazgo podemos resaltar la importancia que posee la Superintendencia de Mercado de Valores para el mercado financiero en donde nos brinda datos generales de empresas, Sociedad Agente de Bolsas y grupos económicos y vinculados que van a potenciar nuestro proyecto innovador llamado Funds & Finance.

e. Aprendizajes

Hoy en día, el mercado financiero en el Perú ha aumentado, ya sea para mejorar una empresa o potenciar cualquier idea de negocio basado en el sistema financiero. Entonces, para nuestro rubro es de suma importancia tener contacto con la Superintendencia de Mercado de Valores, así como la consideración de los inversores en el proyecto.

f. Sustentación de la validación

Figura 11. Sociedad Agente de Bolsa en el Peru



Fuente: Superintendencia del Mercado de Valores

Las fuentes consultadas para este experimento son:

SMV (2021) *Sociedad Agente de Bolsa*. Recuperado de:
https://www.smv.gob.pe/Frm_LisDatosGenerales?data=53A5FD4ACD33EB58B512B79701C66543C2EB807DF1 [Fecha de Consulta: 25 de Setiembre de 2021]

SMV (2021) *Sociedad Administradora de Fondos de Inversión*. Recuperado de:
https://www.smv.gob.pe/Frm_LisDatosGenerales?data=1526C9A15B544F0B1C7C30E69D8118B7F01CEC39E0 [Fecha de Consulta: 25 de Setiembre de 2021]

6.4 Validación de ingresos

6.4.1 Experimento 7: Con la estructura de costos

a. Objetivo

El objetivo de este experimento, es validar los ingresos que generarán las operaciones de nuestro aplicativo. Para ello, se usará como base nuestro costo general, para poder sacar un aproximado de tasa que nos permita seguir en el mercado.

Cuadrantes que valida: Fuente de ingresos

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para este experimento lo primero que se realizó fue armar la estructura de costos en base a lo ya validado en experimentos anteriores y verificar cada uno de los costos que involucra la creación y funcionamiento de la idea de negocio. Luego de eso se procedió a estimar los ingresos de acuerdo a lo que se conversó previamente con entrevistados que usan este tipo de servicios. Ello involucró estimar la tasa correcta que nos permita mantener viable el proyecto.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 13. Bitácora de actividades del experimento 7 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
Experimento	Armado de costos mensuales aproximados	Se estructuran los costos de acuerdo a la naturaleza del mismo
		De acuerdo a los recopilado por los

para validación de fuente de ingresos	Estimación de ingresos	profesionales y al mercado se estableció un tráfico de flujo de dinero aproximado en la plataforma.
	Determinación de tasas rentables	La tasa de intermediación es de 6% y la tasa de préstamo es 6%
	Verificar la viabilidad y rentabilidad del proyecto	Se confirma la validación del cuadrante de ingresos.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Como resultado principal, tenemos que de acuerdo a las tasas verificadas en las páginas de financiamiento, y a su vez uniendolo a nuestro flujo proyectado, tenemos que las posibles tasas que nos permitan mantener en el mercado y a su vez asegurarnos una rentabilidad sería un aproximado de 6% para la tasa de préstamos y 6% como tasa de intermediación.

d. Análisis

Debemos tener en cuenta que, nuestra tasa es referencial, ya que no tenemos aún la estructura final de todo el flujo del negocio, aun así, cabe destacar que nuestra tasa será un mayor a la de un banco pero menor a la de un prestamista externo que genera mayor riesgo.

e. Aprendizajes

Al final de este experimento entendimos mejor que las tasas a determinar tienen que ser atractivas al mercado y a su vez deben generar la rentabilidad necesaria para poder seguir en el mismo, por ello, debemos garantizar los montos que vayan a invertirse o solicitarse en nuestra plataforma.

f. Sustentación de la validación

Link de los ingresos del proyecto:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1T2Hw8dunCUZhTL8f1EqTyYXZe8TJtHIp_ZqE2Oauvt0/edit?usp=sharing

6.4.2 Experimento 8: Fuentes Secundarias para flujo de ingresos

a. Objetivo

El objetivo del presente experimento es validar las fuentes de ingreso del proyecto Funds&Finance lo que le permitirá mantener una sostenibilidad además de ser una propuesta viable y rentable en el tiempo.

Cuadrantes que valida: Fuentes de ingreso

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para este experimento lo primero que se debe hacer es realizar una investigación exhaustiva con fuentes confiables y que tengan ejemplos basados en hechos reales para que nos de una mejor idea de cómo será cuando este sea implantando en nuestra idea de negocio. Una vez analizado toda la información que se pudo encontrar a través de diversos autores, se podrá validar que el flujo de

ingresos permitirán que el proyecto no presente problemas de liquidez y de esta forma se pueda garantizar la solidez del mismo.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 14. Bitácora de actividades del experimento 8 Validación Modelo de Negocio

Actividad	Tarea	Resultado
	Buscar fuentes confiables de investigación para la validación	Se decide seleccionar a Euromonitor como fuente confiable
Experimento de fuentes secundarias para validar la flujo de ingresos	Realizar una investigación con Euromonitor	Se busca información que será de utilidad para el proyecto
	Analizar la información encontrada en función del proyecto	El análisis ayuda a entender mejor cómo funciona el flujo de ingreso y ver la viabilidad en el proyecto
	Validar el cuadrante de fuente de ingresos	Confirmar la validación del flujo de ingreso

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Con la finalidad de validar los cuadrantes del Business Model Canvas, específicamente el de fuente de ingresos se hizo uso de varias fuentes confiables de internet para entender el panorama de los préstamos de consumo en el Perú y ver que tan viable puede hacer eso nuestra idea de negocio.

Entre los puntos más resaltantes que se encontró en la investigación fue que ha existido un incremento de la demanda de préstamos personales. Por otro lado, se pudo identificar las tasas que se aplicarán a las transacciones realizadas en la aplicación móvil no pueden ser precisadas por la empresa que hace el crowdlending o la persona que está pidiendo un préstamo, debido a que también es posible que el mismo inversionista pueda pedir una tasa a su gusto o lo pida como requisito para otorgar el préstamo. Asimismo, es de vital importancia tener un tiempo para poder captar fondos que nos permitan solventar los costos preoperativos del proyecto.

d. Análisis

Como principal hallazgo podemos resaltar la importancia de buscar nuevos mecanismos que permitan a los inversionistas o emprendedores optar por un financiamiento menos restrictivo. Además, comprendimos sobre la importancia de captar inversionistas al inicio de nuestro proyecto, ya que, nuestros costos preoperativos son muy altos sin incluir en fondo monetario de emergencia que deberíamos tener como ente financiero.

e. Aprendizajes

Los préstamos personales en el Perú se han incrementado con el pasar de los años y esto abre una gran oportunidad a todas las ideas de negocio que buscan establecerse en este rubro. Asimismo, mantener una tasa variada permitirá la flexibilidad de la negociación entre el emprendedor y el inversionista.

f. Sustentación de la validación

Figura 12. Mercado de préstamos para el consumo en el Perú



Fuente: Euromonitor

7. VALIDACIÓN DEL INTERÉS DE COMPRA

Mercado Meta

El público al que está dirigido la fintech Funds & Finance son personas entre 25 y 50 años que tengan residencia en Perú que tengan interés en conseguir mejores oportunidades para un financiamiento que le permita desarrollar sus emprendimientos y poder generar rentabilidad con ellos así como invertir en ideas de negocio rentables que les puedan producir ingresos a largo plazo.

Por un lado, uno de los principales objetivos de nuestra fintech, es poder captar al usuario emprendedor, que por motivos de historial crediticio, no puede cubrir el capital solicitado de préstamo; según un estudio realizado por Ernst & Young Global Limited (EYG) del total de préstamos personales solicitados en las entidades financieras en el Perú durante la pandemia, sólo el 42% fueron aceptados. Asimismo, se sabe que, actualmente el 43% de los peruanos tienen en planes iniciar un emprendimiento (IPSOS 2021), sin embargo, uno de los principales motivos por el cual no empiezan son las grandes barreras

que existen en el proceso de financiamiento. Por otro lado, en cuanto a los inversionistas de nuestra plataforma, estaría conformada por superavitarios que busquen una mayor rentabilidad para su capital que las que ofrecen las entidades financieras. Finalmente, nuestro principal mecanismo de funcionamiento sería la conexión de ambas partes bajo una plataforma monitoreada que brindará mayor seguridad y oportunidades para ambos usuarios.

Objetivos:

Objetivo principal:

- Validar que las personas entre 25 y 50 años con intereses en conseguir financiamiento de forma más rápida y menos rigurosa, así como de tener la posibilidad de ver proyectos en los cuales invertir y estén dispuestos a adquirir los servicios financieros de Funds & Finance.

Objetivos secundarias:

- Comprobar la necesidad de los usuarios en obtener un financiamiento fuera de los canales tradicionales.
- Comprobar el interés de los usuarios con superávit económico en querer invertir dentro de la plataforma.
- Lograr más de 100 “me gusta” en la página de Facebook como resultado final de los 4 experimentos.
- Logra más de 100 interacciones en las publicaciones que se realizan en las redes sociales de Funds & Finance.

Establecer estrategias con las 4P:

Producto o servicio:

En el caso Funds & Finance no es precisamente un producto lo que se ofrece, sino que es un servicio financiero el que se ofrece a todo el público segmentado y la estrategia que se planea utilizar es la diferenciación debido a que se busca ofrecer un servicio de de

financiamiento distinto al que actualmente cuenta el mercado. Para acceder a un crédito, una persona tiene que incurrir en rigurosos requerimientos que solicitan tanto los bancos como las cajas municipales, algunos de ellos son difíciles de cumplir para jóvenes emprendedores. En el proyecto se busca simplificar los trámites para acceder a un financiamiento, así los emprendedores pueden iniciar de forma más rápida sus ideas de negocios y con ello generar los ingresos necesarios para poder pagar el dinero prestado. Asimismo, se busca ofrecer interesantes proyectos para las personas que deseen invertir su dinero y tengan la seguridad de que se ha hecho un estudio previo para ver la viabilidad de los mismos y así asegurar la rentabilidad y que no va a malgastar su inversión. En Funds & Finance se conecta a ambas partes para que cada una de ellas pueda obtener lo que busca de forma rápida y eficiente, el emprendedor obtendrá el capital necesario para iniciar su negocio mientras que el inversionista podrá conseguir márgenes de ganancia sobre el dinero que invirtió. De esta forma se ofrece un servicio de financiamiento distinto y sin tantos requerimientos, facilitando así la creación de los emprendimientos en el país.

Precio:

El precio del servicio que ofrece Funds & Finance es un porcentaje de intermediación que se recoge del monto de transacción que se da en la operación. La tasa es de 6%, por lo que por ejemplo, si el total de dinero es de 20 000 soles, el costo de intermediación será de 1200 soles. Asimismo, se tiene un pago de suscripción exclusiva para los inversionistas de 50 soles mensuales donde tendrán como beneficio principal acceder a los proyectos ya válidos por el proyecto y poder invertir. Siendo la tasa como el pago de la suscripción a precios bajos, es posible decir que la estrategia utilizada para esta idea de negocios es la de penetración de mercado.

Plaza:

Con respecto a la plaza, la estrategia que usará Funds & Finance para ser capaz de llegar al consumidor final será a través de enlaces que se podrán encontrar en las redes sociales del proyecto, que los dirigirán a la tienda virtual Google Play Store para que puedan descargar el aplicativo móvil. Además, en las páginas de Facebook e Instagram de la idea de negocio se podrán visualizar publicaciones donde se muestran las instrucciones para poder descargar la app en sus dispositivos móviles. De esta forma, la estrategia podrá darle beneficios a los consumidores porque podrán obtener el aplicativo móvil desde cualquier lugar donde se encuentren y en cualquier momento del día.

Promoción:

Las principales estrategias de promoción que utilizará Funds & Finance para dar a conocer sus servicios serán con publicidad a través de las redes sociales de Facebook e Instagram con las que cuenta el proyecto. En ellas, se realizará diversas publicaciones resaltando los principales servicios que se ofrece, las cuales son las de crowdfunding y crowdlending, indicando los beneficios y aspectos diferenciadores que realzan la calidad que brinda el proyecto. Asimismo, otra estrategia que se aplicará será la de marketing directo, es decir, promover el servicio a los potenciales clientes de forma individual a través de canales que nos permitan conectar directamente con ellos. Esto permitirá una mejor prestación del servicio por parte de los consumidores, y los canales usados serán por correos personalizados para enganchar la atención de las personas.

Evidencia Física:

Si bien el proyecto, no será un producto, sino más bien un servicio intangible, tendremos atención al cliente y la parte operacional del servicio será un lugar tangible, para ello, consideramos que los ordenadores, oficina de operación y primera sede, será un local medianamente pequeño. Este local, estará conformado por una área operacional, una sala para recepción y una oficina administrativa, asimismo, los colores usando en la decoración

del mismo, serán los referentes al logo de Funds & Finance y en un ambiente limpio y ordenado.

Proceso:

Los principales procesos de Funds & Finance que garanticen el correcto funcionamiento y promoción de la plataforma serán las siguientes:

- Mantenimiento y verificación de la plataforma, que será desarrollado por un ingeniero de sistemas y de data, para verificar los posibles errores de uso u sobrecalentamiento de los sistemas y herramientas usadas en las operaciones.
- El diseño y producción de las campañas del proyecto para poder alcanzar al mercado objetivo, que será desarrollada por el área de marketing y promoción de la empresa.
- Verificación y análisis de los proyectos en cuestión, detección de estafas o lavado de dinero. Este proceso será dirigido por el área de contabilidad y finanzas de la empresa.

Personal:

En cuanto al personal necesario para cumplir con todas las funciones del proyecto, tenemos en un inicio la participación activa de los 5 accionistas del proyecto, en el área de planeamiento, finanzas, contabilidad y marketing. Sin embargo para una correcta operación del proyecto, necesitaremos la participación de ingenieros profesionales y un financista experimentado que nos brinde el apoyo necesario en el análisis de proyectos y evaluación de los mismos. Asimismo, contaremos con las capacitaciones necesarias para poder aprender cada vez más sobre el negocio y su funcionamiento en cuestión. Por último, con respecto al área de finanzas, la persona que esté en esa posición deberá asumir también la función de validación de los emprendimientos, con el objetivo de reducir la cantidad de estafas y/o robos. Dicha validación deberá hacerse cruzando información de SUNAT, SUNARP,

entidades bancarias, SBS y demás organismos del estado que ayuden a validar la información otorgada por ambas partes, es decir tanto emprendedor como inversionista.

7.1 Experimento 1

a. Objetivo

El objetivo de este experimento es verificar la intención de compra respecto a los servicios que ofrece Funds & Finance por parte de los potenciales consumidores, asimismo se busca captar y conservar nuevos clientes para la fintech. Las métricas para el presente experimento fueron las interacciones y alcance de las publicaciones realizadas en las redes sociales del proyecto así como las reacciones y comentarios que las personas hicieron. Asimismo se pudo evidenciar la intención de compra a través de los mensajes directos que nos enviaron preguntando por más información debido a que se mostraron interesados en lo que se ofrece.

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para el primer experimento se hizo uso de la red social Facebook del proyecto, que también es uno de los principales canales con los que se cuenta. Con la finalidad de validar el interés de compra de los potenciales clientes se procedió a realizar una campaña publicitaria para lo que se realizó diversas publicaciones ofreciendo los servicios financieros de Funds & Finance, con un público objetivo segmentado de acuerdo a los intereses que deben tener para mostrar interés en el proyecto. Por lo tanto, el contenido mostrado en nuestra página fue todo lo relacionado a aspectos como financiamiento, crowdfunding, crowdlending, inversiones, para poder captar la intención de las personas a la cual buscamos

dirigirnos. El tiempo de la campaña fue de 8 días, empezó el 28 de octubre del presente año y terminó el 4 de noviembre. Este experimento tuvo una inversión de 40 soles.

ii. Estrategia de promoción, fidelización y precio

En el experimento número 1, se utilizará la estrategia de marketing digital, específicamente dos de ellas las cuales son el marketing de contenidos y el marketing en redes sociales. Con respecto al marketing de contenidos, la idea es crear contenido de buena calidad y distribuirlo a las personas que potencialmente puedan estar interesados en lo que nosotros estamos ofreciendo. De esta forma, será posible atraer a esa audiencia que forma parte de nuestro público objetivo y poder entablar una relación más cercana con ellos. Cabe resaltar que decir que un contenido tiene alta calidad se basa en que este tenga información exacta en como nuestra idea de negocio es capaz de brindarle soluciones a los clientes, y que ellos sean capaces de entenderlo claramente. Por ello, cuando se realizó lo que iría en las publicaciones, se priorizo a los clientes y que es lo que buscan. Con respecto al marketing en redes sociales, lo que principalmente se buscó fue promover la fintech a través de Facebook, y así poder difundir nuestra propuesta de valor y atraer a más clientes.

Para conseguir la fidelización de los clientes es necesario seguir distintos pasos que se aplicaran en el presente experimento. Primero en el ámbito de monitorear de manera continua el comportamiento de los consumidores, Funds & Finance buscará conocer las principales características de cada uno de ellos, saber cuáles son sus gustos y preferencias, asimismo conocer el nivel de satisfacción que tienen con respecto al servicio ofrecido, estas métricas nos permitirán mantener los clientes en un largo plazo y tener en ellos una forma de consumidores constantes. Después en brindar una supervivencia superior, se busca que con la propuesta de

valor ofrecida los clientes tengan una experiencia única en el sistema financiero, estando atento a resolver cualquier duda que tenga. En la identificación de la marca, consideramos que es necesario llegar a Top of Mind como muestra de que se le da reconocimiento en este caso, el rubro de los servicios financieros.

Con respecto a la estrategia de precios para el primer experimento de la validación del interés de compra, esta tiene una conexión con la estrategia de marketing que se explicó anteriormente. Naturalmente al ofrecer un servicio el cual se cobra un porcentaje por una intermediación, no se cuenta con un precio fijo como tal, pero sí con una tasa que equivale al 6% de la operación realizada, siendo así que tuvo una buena aceptación por parte del público.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 15. Bitácora de actividades del experimento 1 Validación del interés de compra

Actividad	Tareas	Resultados
Planeación de los banners	Lluvia de ideas Creación de los avisos publicitarios	Se utilizó la idea de invitación al crowdfunding,
Diseño y creación de los banners	Se hicieron bocetos de como serian las imagenes Se crearon los banners en la plataforma Canva	Las publicaciones ya se encuentran aptas para ser publicadas
Creación de la campaña publicitaria	Elección de mejores propuestas	Se determinó el tiempo una semana introductoria y del presupuesto del anuncio.
	Definición del presupuesto y cantidad de días de la campaña	Se crearon mensajes automáticos para las personas interesadas en la campaña
	Se recopilaron todas las	

Análisis de los resultados	métricas que arrojó la red social	Después del análisis se establecieron puntos de mejora para la idea de negocio
	Se procedió a realizar un profundo análisis de las mismas	

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

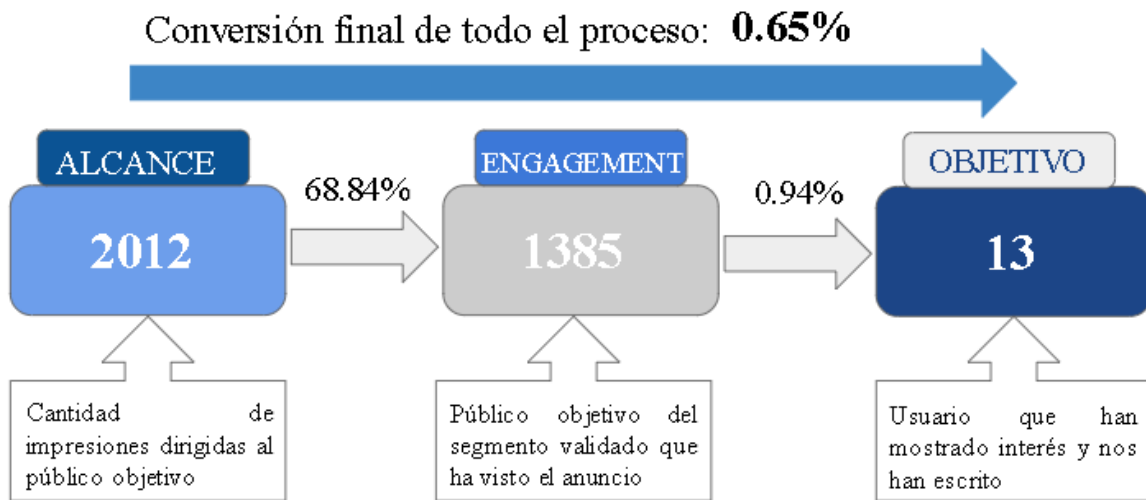
Tabla 16. . Malla receptora del experimento 1 Validación del interés de compra

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Facebook es una red en donde se promociona el financiamiento informal. ● Se capta de manera más segmentada al público objetivo del emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar publicaciones más interactivas con el usuario. ● Crear contenido diferenciado a las publicaciones normales del rubro. ● Crear una landing page para recopilar los datos de los interesados.
PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿ Deberíamos mantener la publicación por más tiempo? ● ¿Si aumentamos el presupuesto mejorará el rendimiento del anuncio? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incluir videos del funcionamiento del prototipo ● Añadir hashtags a las publicaciones. ● Crear mayor contenido para la página para que se vea más confiable.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Figura 13. Embudo de conversión del primer experimento



Fuente: Elaboración propia

Al concluir el periodo de la campaña, los resultados arrojados por la plataforma permitieron analizar el éxito de la misma. En cuanto a los resultados obtenidos por la campaña, se gastó el presupuesto total de 40 soles, teniendo un alcance total de 1385 personas con una impresión en anuncios de 2012 veces. Asimismo, las tendencias dentro de la página de Facebook creada previamente, demostró una visita de 1400 usuarios y 13 conversaciones iniciadas por parte de usuarios en búsqueda de mayor información de la plataforma. Por un lado, y debido a la configuración de los mensajes automáticos de la página, pudimos comprobar que el 23% de los mensajes corresponden al perfil del cliente que busca invertir su dinero y generar mayor rentabilidad que un banco, mientras que por otro lado, el 77% son emprendedores que nos comentaron un poco más de sus proyectos que necesitan financiamiento.

e. Aprendizajes

Los principales aprendizajes y cambios a realizar identificados a partir de este experimento fueron los siguientes:

- Realizar un landing page para la recopilación de datos de potenciales clientes y brindarles mayor información de la plataforma a fin de obtener un perfil más detallado del usuario y su interés de compra.
- Buscar mayor interés por parte del usuario inversionista para cubrir la mayor demanda en financiamiento de los usuarios.
- Crear mayor interacción con los usuarios a través de las redes para mostrar mayor confianza y a su vez mayor tráfico en los mensajes de usuarios.

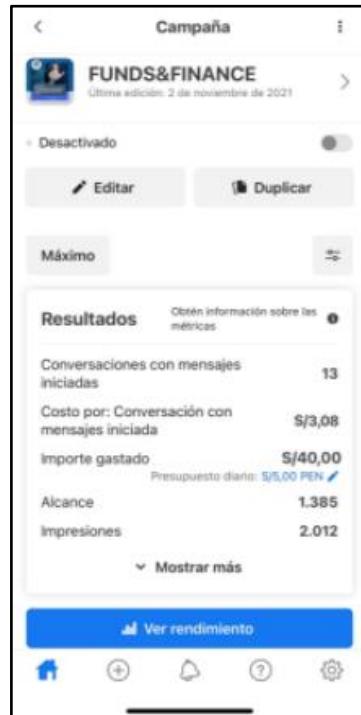
f. Sustentación de las validaciones

Figura 14. Anuncio de la campaña de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Resumen de la campaña de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Mensajes de potenciales clientes de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Mensajes directos de potenciales clientes de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

7.2 Experimento 2: Landing Page

a. Objetivo

El objetivo principal de este experimento es mostrar el interés del usuario en recibir mayor información acerca de la idea de negocio. Asimismo, también se convalida la necesidad del usuario en los servicios ofrecidos por la plataforma.

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para desarrollar este experimento, se utilizó la plataforma de MailChimp, para la cual, en la opción de Landing Page se diseñó el prototipo de la misma, con una opción a suscribirse para mayor información.

ii. Estrategia de promoción, fidelización y precio

Para el segundo experimento, la estrategia de marketing utilizada es la de marketing en redes sociales ya que se utilizara la principal red social de Funds & Finance la cual es Facebook para dar a conocer el landing page. Para llevar a cabo, primero se necesita realizar una planificación, donde se verá cuál será el contenido que se mostrará en el landing, debe ser conciso y eficaz para enganchar rápidamente al cliente y tenga más interés en el servicio que se ofrece. Después sigue la ejecución donde se vio dónde publicar el landing page y posteriormente evaluar los resultados obtenidos. Además, se busca generar una base de datos de los correos obtenido de potencial personas interesadas que nos permitirá realizar otros experimentos con para la intención de compra.

En la estrategia de fidelización, en primer lugar en hacerle un seguimiento al comportamiento de los clientes, es relevante saber los rasgos distintos de los clientes que se registran en la landing page, ya que son personas que ya conocen la idea de negocio y de cierta forma han mostrado un interés en el servicio. En brindar una vivencia superior, se busca ofrecer una grata experiencia en la adquisición de capital para iniciar un emprendimiento, algo diferente a lo difícil que puede ser presentar la solicitud a un banco y lo largo que este puede llegar a ser.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 17. Bitácora de actividades del experimento 2 Validación del interés de compra

Actividad	Tareas	Resultados
-----------	--------	------------

Creación de Landing Page	Creación de una cuenta en MailChimp	Se creó el Landing Page acorde a las métricas utilizadas en diferentes negocios del mismo rubro. Se usaron colores referentes al logo y al negocio.
	Lluvia de ideas para el landing page	
	Desarrollo del landing page	
	Publicación del landing page	
Promoción del Landing Page	En un inicio se envió el Landing Page a una base de datos del círculo social	Ampliamos el networking de la página de Facebook en grupo del mismo interés..
	Posteriormente se publicó el Landing Page en la página de Facebook para los interesados.	
	Se publicó el Landing Page en grupos de intereses financieros.	
Análisis de los resultados	Se recopilaron las métricas del Landing Page y se percibió las suscripciones al mismo como necesidad del servicio.	Se descargó la base de datos del Landing Page y el interés recopilado en la página,

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Tabla 18. Malla receptora del experimento 2

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios encontrados en grupos de interés financiero representan a los clientes potenciales de la plataforma. Facebook es una muy buena red 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar mayor publicaciones a los correos registrados en el Landing Page. Mayor interacción con nuestro público objetivo.

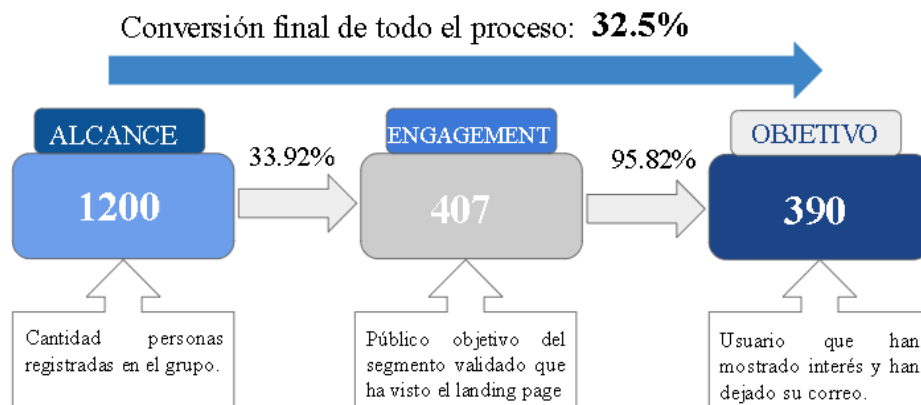
para conectar con los usuarios interesados.

PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none">• ¿Deberíamos crear un Landing Page para el sector inversionista en específico?• ¿Deberíamos crear un wordpress que explique mejor la idea de negocio?	<ul style="list-style-type: none">• Incluir videos introductorios para los nuevos usuarios• Utilizar los correos de suscriptores para un nuevo experimento.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Figura 18. Embudo de conversión del segundo experimento



Fuente: Elaboración propia

Después del desarrollo de este experimento pudimos encontrar un público realmente interesado en nuestro servicio. Teniendo en cuenta que el landing page, así como la idea de negocio fue publicada en grupos de interés de aproximadamente un poco más de 1200 usuarios registrados, tuvimos una visualización aproximada

del 33.92% y un registro de 390 suscriptores al Landing Page es decir, el 32.5% de la población elegida.. Asimismo, sentamos la idea de hacer pública la página en grupos de interés financiero para el desarrollo y promoción de la idea de negocio.

e. Aprendizajes

Al concluir el experimento 2, se registró los siguientes aprendizajes y mejoras.

- Se debe segmentar el tipo de promoción y campaña según los intereses de inversionistas y emprendedores para obtener el mayor rendimiento de las mismas..
- Diseñar mayor información que ayude a los usuarios adaptarse a la operatividad de la plataforma.o
- Diseñar contenido en la página que permita visualizar las operaciones de manera transparente y poder tener mayor confianza del usuario.
- Crear contenido más interactivo para obtener especificaciones sobre las necesidades de los usuarios.

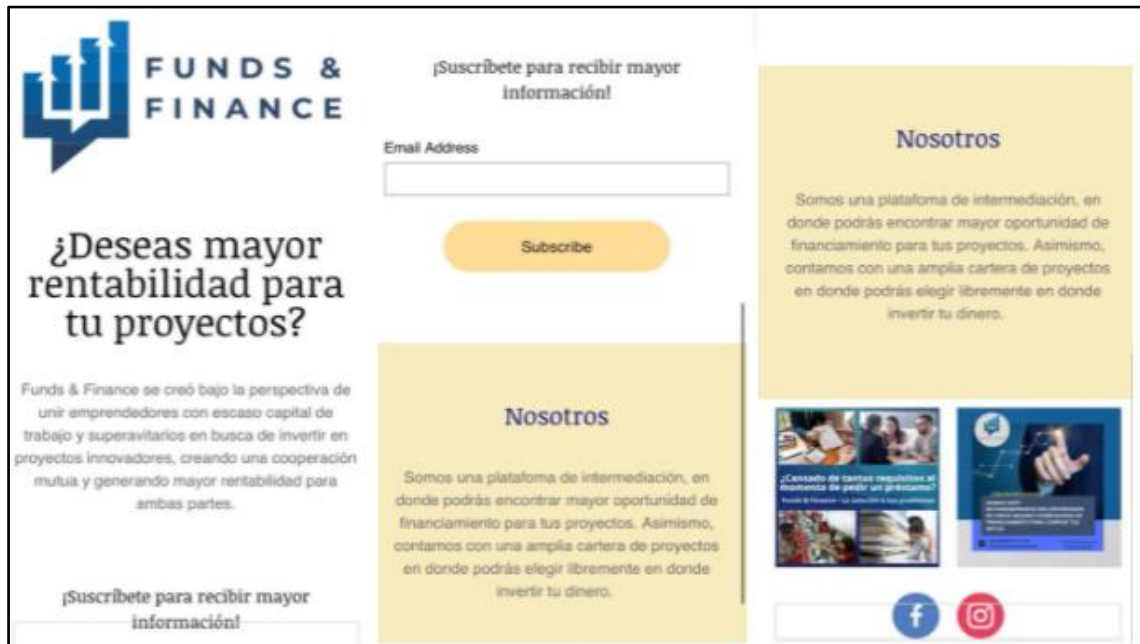
f. Sustentación de las validaciones

Figura 19. Campaña de Landing Page y estadísticas de tráfico



Fuente: Elaboración propia

Figura 20. Landing Page de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

7.3 Experimento 3: Campaña de correo de Mailchimp

a. Objetivo

El objetivo principal de este experimento es validar el interés de descargar y probar el aplicativo creado para el proyecto Para ello, dentro de la campaña incorporaremos un botón de descarga del aplicativo para medir las estadísticas de posible descarga y uso del aplicativo.

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para el desarrollo del tercer experimento, se utilizó la plataforma de MailChimp, en donde se creó una campaña de introducción a la idea de negocio, junto con la opción de descargar la app. Si bien, la aplicación no se encuentra

disponible para la descarga, se agregó el link del prototipo creado en la primera parte del trabajo. Asimismo, dentro de la campaña, se utilizó los banners creados previamente por la plataforma Canva. Finalmente, se decidió realizar el experimento en esta plataforma ya que, nos permite registrar no solo el recibimiento de nuestro mensaje al público, sino también la apertura de este y los click dentro del mismo. Cabe destacar que, el público seleccionado para este experimento fue el mismo que se suscribió previamente en el landing page.

ii. Estrategia de promoción, fidelización y precio

Para el tercer experimento, la estrategia de marketing utilizada es la de marketing email marketing, por lo que se buscará iniciar una relación directa con cada cliente al que se le contacte via correo electrónico, y puede ser considerada como estrategia integral ya se puede conseguir más aspectos que solo clientes. Para este caso, primero se ideó cual será el contenido del correo, es decir, ver la forma en que el mensaje sea claro y conciso, expresar una solución eficiente para que los clientes que lo lean, rápidamente tengan interés en que se les está enviando. Después se usó los correos electrónicos obtenidos en el landing page ya que estas personas previamente han mostrado interés en los servicios que ofrece la fintech, por lo tanto, existe una mayor probabilidad que tengan interacción con el mensaje.

Para la estrategia de fidelización, en el primer aspecto de observar la conducta de los clientes, conocer los datos de las personas que interactúan con el correo es relevante ya que nos permitirá saber más a profundidad cuál es el tipo de perfil de nuestros potenciales clientes.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 19. Bitácora de actividades del experimento 3 Descarga del aplicativo

Actividad	Tareas	Resultados
Creación y desarrollo de la campaña	Se crea la campaña dentro de la plataforma de MailChimp, dentro de esta, añadimos nuestro mensaje de presentación, así como una invitación al usuario de probar nuestro aplicativo.	Se creó la campaña de correo, invitando a los usuarios a probar nuestro aplicativo.
Incorporación de destinatarios	Se seleccionó la base de datos recopilada anteriormente en el landing page.	Se descargó la base de datos de los suscriptores para ser añadidos a los destinatarios de la campaña
Análisis de resultados	Se evaluaron las métricas obtenidas por la plataforma de MailChimp, así como la apertura del mensaje y la descarga del aplicativo.	Se evaluaron las tendencias de descarga y apertura de los mensajes. Así como las visitas a la página a través del hipervínculo.

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

Tabla 20. Malla receptora del experimento 3

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> La recopilación de la base de datos en el experimento pasado servirá como base inicial para la obtención de los primeros clientes de la plataforma. MailChimp es una herramienta bastante útil en la creación de 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar mayores suscriptores por canales más tradicionales como una página de wordpress Evitar publicar contenido de spam.

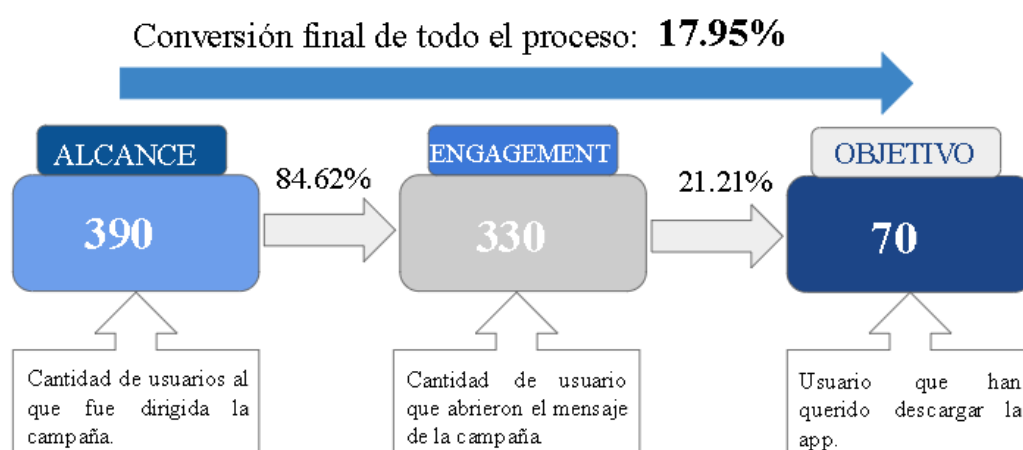
campañas por correo,

PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none">• ¿Deberíamos enviar contenido de la página cada semana?• ¿Debemos de segmentar el público destinatario?	<ul style="list-style-type: none">• Crear campañas diferentes para inversionistas y emprendedores• Invitar a los usuarios a un video tutorial del uso de la App.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Figura 21. Embudo de conversión del tercer experimento



Fuente: Elaboración propia

Luego del desarrollo del tercer experimento, pudimos observar que, del total de suscriptores a los que fueron enviados los correos, obtenemos como tasa de apertura un 84.6%, es decir, 330 suscriptores. Sin embargo, sólo el 17.9% de estos, le dieron click a descargar y probar la app. Finalmente, podemos decir que 70 personas estuvieron realmente dispuestas a utilizar nuestra app como un servicio ya sea de financiamiento o inversión.

e. Aprendizajes

Al culminar el experimento número tres sobre la validación de descarga y uso de la app, se registraron los siguiente puntos de mejora y aprendizaje.

- Segmentar nuestra base de datos nos permitirá llegar de manera más eficiente a nuestro público objetivo. Asimismo, podremos crear campañas específicas a inversiones o emprendimientos que permitan obtener una mayor tasa de apertura y clicks de descarga de la plataforma.
- Determinar de qué forma podremos llegar a la bandeja de nuestros usuarios potenciales sin caer en la categoría de spam.
- Mejorar la carta de invitación a los usuarios a probar nuestro servicio, para que parezca un servicio transparente y confiable.
- Demostrar a los usuarios las medidas de seguridad que ofrecemos dentro de la plataforma para redimir una posible alerta de estafa.

f. Sustentación de las validaciones

Figura 22. Campaña de mailing de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Estadísticas de la campaña de mailing de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

Figura 24. Contenido de la campaña de mailing de Funds & Finance



Fuente: Elaboración propia

7.4 Experimento 4: Simulación de ventas

a. Objetivo

El principal objetivo de este experimento es validar el precio de venta de las suscripciones a la plataforma de Funds & Finance dirigido principalmente a los inversionistas, es decir, personas con una cantidad de dinero ahorrado y que tienen deseos de obtener ganancias a través de poner su capital en diferentes ideas de negocio. El precio para suscribirse es de S/. 50 soles para tener acceso a diversos proyectos con los que cuenta la plataforma por lo que se busca saber si el público objetivo está dispuesto a pagar dicho precio.

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Para el desarrollo del cuarto experimento se creó un landing page donde el objetivo era mostrarle a los potenciales clientes cuáles son los beneficios que obtendría si aceptaba suscribirse, dentro de ellos y el más resaltante de todos era que por un precio cómodo se puede tener acceso a una gran variedad de proyectos donde la persona tendrá la disponibilidad de invertir. Cabe destacar que como previamente se ha mencionado, la plataforma tendrá filtros para aceptar las ideas de negocio por parte de los inversionistas, es decir, los inversionistas tendrán plena seguridad que lo que visualizan son proyectos serios y con esto reducimos la posibilidad de pérdida de dinero. Después de observar las métricas obtenidas, se verá la validación del precio de suscripción y evaluar potenciales ofertas que nos permitan tener un mayor número de suscriptores.

ii. Estrategia de promoción, fidelización y precio

La estrategia de promoción utilizada es la de marketing en redes ya que para tener un mayor alcance, a través de Facebook, se compartió el landing page donde se muestra los atributos principales que se ofrece si es que una persona toma la opción de suscribirse en la plataforma de Funds & Finance.

Con respecto a la estrategia de fidelización, en el aspecto de monitorear de forma continua el comportamiento de los consumidores, identificar las principales características de quienes optan por suscribirse, ya que nos permitirá conocerlos más a profundidad y evaluar que tipo de promociones estarían dispuestos a aceptar.

La estrategia de precios que se utilizó fue un precio bajo considerando otras plataformas donde se puede saber de actualidad financiera. Para este caso, el potencial cliente previamente ya puede visualizar el precio de la suscripción la cual es de S/. 50 soles por lo que no tiene necesidad de preguntar por él. Por lo tanto, se valida el precio ya que puede deducir que está de acuerdo con el y acepta suscribirse.

iii. Bitácora de actividades

Tabla 21. Bitácora de actividades del experimento 4 Simulación de ventas

Actividad	Tareas	Resultados
Creación de Landing Page	Lluvia de ideas para el landing	Se creó el nuevo landing page acorde al nuevo objetivo del experimento, que es captar a los inversionistas del mercado.
	Desarrollo del landing page	
	Publicación del landing page	
Promoción del Landing Page	Se envió el landing page a la misma base previamente registrada .	Ampliamos nuevamente el networking de la página de facebook, así como nuevos usuarios interesados en el servicio.
	Asimismo, también se hizo la publicación en grupos de intereses de inversión en redes sociales.	
	Se recopilaron los	Se obtuvo un nuevo

Análisis de los resultados	resultados de las visitas y suscripciones del nuevo experimentos	porcentaje para la simulación de ventas del proyecto.
----------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia

c. Resultados

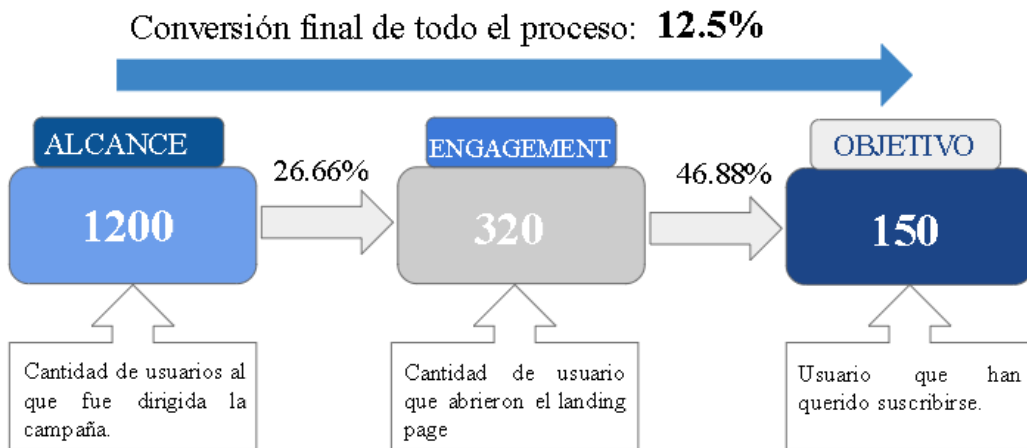
Tabla 22. Malla receptora del experimento 4

IDEA INTERESANTE	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Facebook abarca un gran potencial de mercado de acuerdo a la segmentación de los anuncios. ● Las suscripciones de la plataforma deben ser representadas por precios asequibles acorde al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incorporar promociones de suscripción con descuento. ● Promocionar nuestra campaña para inversionistas en forma de anuncio en Facebook.
PREGUNTAS NUEVAS	IDEAS NUEVAS
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Deberíamos crear promociones por pago anual o trimestral? ● ¿Deberíamos mostrar previsualizaciones de los negocios? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promocionar al usuario inversor por redes ● Hipervincular una zona de pago seguro con tarjeta.

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis

Figura 25. Embudo de conversión del cuarto experimento



Fuente: Elaboración propia

Luego del desarrollo del cuarto experimento se observó que del total de destinatarios, conformados por los destinatarios recopilados previamente en los anteriores experimentos, así como la población encontrada en las página de las redes sociales en relación con inversiones, obtuvimos 320 visitas a la página, de los cuales 150 usuarios hicieron clic al botón de suscripción. Es decir, que el 46.9% de los usuarios pasarón la brecha de compra en el experimento. Asimismo, se validó que el precio seleccionado para la suscripción mensual, es aceptado por el público, ya que, es el aproximado a una suscripción de cualquier tipo, como la del Diario gestión, y es competitivo con otros servicios. Finalmente, cabe destacar, que en esta simulación de ventas aplicaría únicamente al usuario inversionista, más no al emprendedor.

e. Aprendizajes

Al culminar el cuarto experimento sobre la simulación de ventas del usuario inversionista se registraron los siguientes puntos de mejora y aprendizaje.

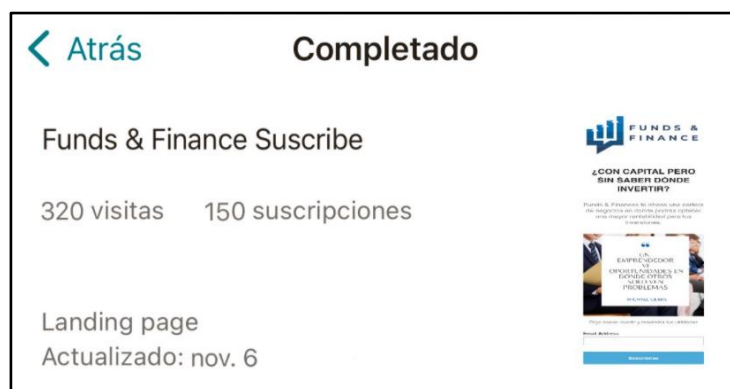
- .Debemos ofrecer un precio competitivo al menos en la introducción del servicio.
- Las promociones de descuento deben abarcar un tiempo promedió de 6 meses a 1 año, para enganchar a los usuarios con la plataforma.
- El formato de pago debe mostrarse de forma segura y estar reforzada con medidas anti-robo.
- Debemos promocionar la cartera de negocios dentro de la plataforma para que se vea atractivo ante los ojos del inversionista y optar por la suscripción.

f. Sustentación de las validaciones

Figura 26. Landing page de suscripción



Figura 27. Métricas del landing page de suscripción



7.5 Interpretación de resultados del concierto

Los experimentos realizados del concierto están mayormente enfatizados en hacer un análisis acerca de la intención de compra de nuestro segmento de clientes,

es importante aclarar que no se realizó ningún servicio con alguna transacción económica verdadera. Con respecto a los resultados, se pudo evidenciar que la intención de compra sobre los servicios financieros que ofrece Funds & Finance es real, de acuerdo a los experimentos anteriormente realizados, donde se demuestra, a través de distintos mecánicos, la intención por parte de potenciales clientes de utilizar la plataforma de la idea de negocio. Asimismo, en más de una ocasión, existieron personas que insistieron para poder hacer uso de la plataforma, lo que demuestra un alto interés en la fintech y utilizar el servicio que nosotros estamos proponiendo. Además, se pudo comprobar que tanto emprendedores como inversionistas tienen aceptación por este tipo de servicios que son de mucha utilidad para ellos, y ambos se pusieron en contacto con nosotros a través de canales como las redes sociales y mailing.

8. PLAN FINANCIERO

8.1 Proyección de Ventas (ingresos)

Para los pronósticos de ventas se usó el método concierge, se tomó como referencia las intenciones de compra de las entrevistas realizadas y se estableció un 90% de probabilidades de ventas reales. Este porcentaje se debe a que durante los experimentos de validación los usuarios entrevistados demostraron mucho interés en la información como en los medios para hacer uso de este servicio y poder empezar a invertir y/o solicitar préstamos.

Asimismo, con respecto a la estimación mensual de las ventas hemos considerado que durante los tres primeros meses no se tendrán ingresos ya que durante ese periodo de tiempo la marca se estará dando a conocer, empezando en el 4 mes con un monto de 50,000 soles para posteriormente pasar a 80,000 y 95,000 soles en los meses 5 y 6, respectivamente.

Estos préstamos irán aumentando conforme la app se haga más conocida y con las mejoras que se implementarán a partir del año 4.

- **Ingresos:**

Comisión por operación que gana FUNDS & FINANCE:

Por los préstamos otorgados se estará cobrando 6% de comisión para el primer año, mientras que para el segundo y tercer año una comisión de 8% y finalmente para el año cuatro y cinco una comisión de 10%. Hay que resaltar que para la comisión de 6% se está teniendo como referencia las comisiones cobradas por la empresa Afluenta, donde realizamos la cotización de dicho porcentaje mencionado, de acuerdo con la página de referencia <https://www.afluenta.pe/solicitar-credito/gad/>.

Comisión fija a inversionista por suscripción:

Se está cobrando una suscripción a los inversionistas de 50 soles para el primer año, mientras que para el segundo y tercer año la suscripción equivale a 75 soles y finalmente para el tercer y cuarto año el valor será de 100 soles.

8.2 Inversión inicial y presupuestos (egresos)

- **Inversión inicial:**

Activos Fijos:

La empresa va a realizar la compra de un escritorio Lapa Castaño de madera, el cual tiene un precio de 149 soles y será destinado a la oficina para gestionar las operaciones financieras de los clientes. También, se desarrollará la compra de dos computadoras marca Lenovo, el cual posee un precio de 2 499 soles cada una y serán utilizadas de la siguiente manera: una computadora para administrar los préstamos a los emprendedores (*Crowdfunding*) y la otra enfocada en los inversionistas (*Crowdlending*).

- **Activos intangibles:**

Aplicativo móvil:

Para el costo del desarrollo de la aplicación se ha tomado como referencia el monto de 5000 dólares de acuerdo al asesoramiento del Ing. Néstor Nuñez, el cual entrevistamos al inicio de la investigación.

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/10bq5HugrSjLFqBW6WcIIJa8fEmT2sWl>

Registro en iOS y Android:

La aplicación Funds & Finance para inscribirse en las plataformas iOS y Android tiene los siguientes precios 99 dólares y 25 dólares respectivamente, las cuales dichos montos fueron obtenidos en la página: <https://kevinmelgarejo.com/cuanto-cuesta-subir-una-app-a-play-store-google/>.

Software de Seguridad - Anti robo:

Contaremos con este sistema de seguridad Kaspersky Endpoint Security for Business protege empresas de todos los tamaños frente a cualquier tipo de ciberamenaza, en todos los dispositivos y en cualquier plataforma. De esta forma, le daremos confianza y tercerizaremos el riesgo que puedan tener nuestros clientes en sus respectivas operaciones financieras y tiene como precio 2 072 soles de acuerdo a la página web <https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-429994301-kaspersky-endpoint-security-select-100-nodos-empresas>.

Constitución de la Empresa:

Según la página Formaliza-t Perú, la constitución de la empresa tiene un precio de 840 soles, debido a que nuestro capital es 47,374.08 soles, página de referencia <https://www.formaliza-tperu.org/constitucionenlinea/> .

Alquiler de servidor en nube:

Según el servicio Cloud Backup, al adquirir un alquiler en nube para mantener la app, este servidor tendría un total de 1841 soles mensuales, lo cual formarían parte de los gastos preoperativos, puesto que se podrán pagar antes de comenzar con el negocio, página web de referencia <https://www.arubacloud.es/cloud-backup/lista-de-precios.aspx>.

Licencia de funcionamiento Distrito:

Se investigó que la licencia de funcionamiento es de acuerdo al distrito y tamaño del local, por ende, tendríamos un precio de 650 soles de acuerdo a la página:

<https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/licencia-de-funcionamiento-requisito-para-operar-legalmente/>.

Registro de la marca y logo en Indecopi:

Realizamos una cotización para el registro en Indecopi mediante la página web del sitio, en el cual se consultó si el nombre “Funds & Finance” estaba disponible y sí lo está, el registro de la marca y el logo, tiene un precio es de 534.99 soles, de acuerdo a la página:

<https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio>

- **Egresos:**

Planilla de la empresa

La empresa se registrará como una microempresa, ya que tiene menos de 10 trabajadores en planilla. Asimismo, bajo este régimen no se realizará el pago de Gratificación y CTS, únicamente se considerará el seguro de salud.

Gasto de marketing y publicidad en redes sociales

Se plantea invertir 80 soles mensuales aproximadamente por el marketing en Facebook e Instagram, ya que tenemos como referencia el dato de la validación de interés de compras desarrollada para la publicidad de atracción de nuestros clientes en plataformas digitales.

Mantenimientos de las computadoras

Realizaremos un mantenimiento constante a las computadoras para optimizar el tiempo de arranque, mejorando su capacidad y funcionamiento, por esto, se pagará 100 soles mensuales por ambas computadoras.

Servicios Básicos

Está compuesto por el servicio de luz y agua, las cuales son esenciales para el funcionamiento de nuestra empresa. Por ello, los 300 soles se pagarán mensualmente de forma constante.

Actualización de la app

Desarrollaremos una actualización de la app en el año 4, para agregar nuevas tendencias y estar actualizados con el sistema financiero del país. De acuerdo, a la página web Pixelgrafía se pagaría 900 dólares por este servicio.

http://www.pixelgrafia.com/post/96_cuanto-costara-mantener-una-app-movil-para-el-2020

Servicio de Internet y telefonía

Contaremos con un servicio de Movistar Empresas para el desarrollo de nuestro negocio, la cual es un dúo que está incluido internet más telefonía y posee un precio de 150.90 soles mensuales conforme lo indica en su página web <https://movistarempresas.pe/negocios-duo>

8.3 Flujo de caja

El siguiente flujo de caja muestra un cuadro detallado de los ingresos y egresos de dinero que tiene Funds & Finance de manera mensual durante el primer año y de manera anual para los siguientes 5 años del negocio. Los ingresos de Funds & Finance como se mencionó anteriormente se compone de la comisión por operaciones del 6% en el primer año, de 8% en el segundo y tercer año y del 10% en el cuarto y quinto año. Además que desde el mes cuarto hasta cumplir el año, se tendrá un ingreso de 50 soles, en el segundo y tercer año será de 75 soles, en el cuarto y quinto de 100 soles. Mientras que los egresos serán del dinero que abarca el pago de servicios, gastos en publicidad y marketing, pago de sueldos, entre otros. Como se observa en el cuadro, el flujo de caja es negativo durante el primer año, debido a que Funds & Finance empieza a estar en marcha y la marca aún está en etapa de inicio y crecimiento. Sin embargo, a partir del segundo año, la liquidez de la marca presenta números positivos, lo que indica que los ingresos de dinero superan a los egresos, lo cual indica que el proyecto será sostenible en el tiempo.

Figura 28. Flujo de Caja para el proyecto Funds & Finance

FLUJO DE CAJA																		
Concepto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
Ventas		0	0	0	3.75	5.6	6.55	6.9	8.55	9.5	9.6	11.8	12.95	75.2	104.45	111.05	154.48	175.201
Costo de producción		467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	5.602	5.648	5.695	8.793	5.79
Personal área producción		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta		-467	-467	-467	3.283	5.133	6.083	6.433	8.083	9.033	9.133	11.333	12.483	69.598	98.802	105.355	145.688	169.411
Personal de Administración y Ventas		2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.111	2.111	24.493	36.493	36.493	36.493	36.493
Gastos de administración y ventas		2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	25.369	25.369	25.369	25.369	35.539
Depreciación y amortización de intangibles		261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	3.137	3.21	3.21	3.21	3.21
Utilidad Operativa (EBIT)		-4.869	-4.869	-4.869	-1.119	731	1.681	2.031	3.681	4.631	4.731	6.847	7.997	16.598	33.73	40.283	80.615	94.169
- Impuesto a la renta															9.95	11.884	23.782	27.78
+ depreciación y amortización de intangibles		261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	3.137	3.21	3.21	3.21	3.21
Flujo de Caja Operativo		-4.608	-4.608	-4.608	-858	992	1.942	2.292	3.942	4.892	4.992	7.108	8.258	19.735	26.989	31.61	60.044	69.599
- Activo fijo		-27.718																
- Gastos pre operativos		-4.656																
- Capital de trabajo		-15	0	0	-15	-7.4	-3.8	-1.4	-6.6	-3.8	-400	-8.8	-4.6	16.983	-34.817	-2.2	-14.477	-6.907
Ingreso por crédito fiscal IGV de Activos Fijos			-465	-465	-465	75	399	561	615			0	0	0	25.8	0	0	0
FLUJO DE CAJA LIBRE DISPONIBILIDAD (FCLD)		-47.374	-5.073	-5.073	-20.073	-8.183	-2.409	1.103	-3.693	142	4.492	-3.808	2.508	25.241	-14.823	24.789	17.133	53.137
+ Préstamos obtenido		0																
- Amortización de la deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Interés de la deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Escudo fiscal de los intereses (EFI)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA (FCNI)		-47.374	-5.073	-5.073	-20.073	-8.183	-2.409	1.103	-3.693	142	4.492	-3.808	2.508	25.241	-14.823	24.789	17.133	53.137

Fuente: Elaboración propia

8.4 Indicadores financieros

- **VAN**

Se desarrolló el cálculo del VAN para comprobar la viabilidad del proyecto, lo cual se obtuvo el siguiente resultado:

Figura 29. Cálculo del VAN para el proyecto Funds & Finance

VPN FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD	71,465
TIR FCLD	40.87%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura, nos manifiesta que el proyecto Funds & Finance es viable, puesto que el VAN positivo nos indica que el valor actual de los flujos es mayor al desembolso inicial del negocio analizado.

- **TIR y COK**

Para el desarrollo del indicador financiero TIR y COK , tuvimos el siguiente resultados:

Figura 30. Cálculo del COK para el proyecto Funds & Finance

Cálculo del WACC				
	S/. Participación	% Participación	% Costo	WACC
Financiamiento Terceros	0	0.00%	0.00%	0.00%
Financiamiento Accionistas	47,374	100.00%	14.95%	14.95%
Inversión Total	47,374	100.00%		14.95%

COK proy soles=	14.95%
------------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

Figura 31. Cálculo del TIR para el proyecto Funds & Finance

TIR FCNI	40.87%
-----------------	---------------

Fuente: Elaboración propia, 2021

De acuerdo a las figuras, nos indica que el TIR es mayor COK, entonces se acepta el proyecto de inversión, ya que la tasa de rendimiento interno que obtendremos será superior a la tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión.

8.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto

- **ESTADO DE RESULTADOS**

Para el Estado de resultado se detallan los ingresos y gastos que tendremos durante los 5 años proyectados, en donde nos da como resultado Utilidad Neta desde el año 1 hasta el año 5, entonces se demuestra que nuestro proyecto es rentable para el mercado limeño enfocados en emprendedores e inversionistas.

Figura 32. Estado de Resultados de Funds & Finance

ESTADO DE RESULTADOS																	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	0	0	0	3.75	5.6	6.55	6.9	8.55	9.5	9.6	11.8	12.95	75.2	104.45	111.05	154.48	175.201
Personal área producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costo de Producción	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	5.602	5.648	5.695	8.793	5.79
UTILIDAD BRUTA	-467	-467	-467	3.283	5.133	6.083	6.433	8.083	9.033	9.133	11.333	12.483	69.598	98.802	105.355	145.688	169.411
Personal de Administración y Ventas	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.027	2.111	2.111	24.493	36.493	36.493	36.493	36.493
Gastos de Administración y Ventas	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	2.114	25.369	25.369	25.369	25.369	35.539
Depreciación y amortización	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	3.137	3.21	3.21	3.21	3.21
UTILIDAD OPERATIVA	-4.869	-4.869	-4.869	-1.119	731	1.681	2.031	3.681	4.631	4.731	6.847	7.997	16.598	33.73	40.283	80.615	94.169
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-4.869	-4.869	-4.869	-1.119	731	1.681	2.031	3.681	4.631	4.731	6.847	7.997	16.598	33.73	40.283	80.615	94.169
Impuesto a la Renta													618	506	604	1.209	1.413
UTILIDAD NETA	-4.869	-4.869	-4.869	-1.119	731	1.681	2.031	3.681	4.631	4.731	6.847	7.997	15.98	33.224	39.679	79.406	92.757

Fuente: Elaboración propia, 2021

- **ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

Para el Estado de Situación Financiera se detallan desde el año 0 todos los activos, pasivos y patrimonios que posee la empresa y asimismo, para su respectiva proyección durante los 5 años, donde se ve el incremento de las cuentas contables que conforman este estado financiero, que significa que hay mayor productividad y rentabilidad en el negocio de FUND & FINANCE.

Figura 33. Estado de Situación Financiera de Funds & Finance

Estado de Situación Financiera													
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo							Pasivo						
Activo Corriente							Pasivo Corriente						
Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/ 19,655.99	S/ 39,464.40	S/ 59,805.63	S/ 69,569.25	S/ 113,111.63	S/ 129,875.39	Cuentas por Pagar	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
Cuentas por Cobrar Comerciales	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	Impuesto a la Renta	S/-	S/ 618.27	S/ 505.94	S/ 604.25	S/ 1,209.23	S/ 1,412.54
Existencias	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	Deuda Bancaria	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
Otros Activos Corrientes	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	Otros Pasivos Corrientes	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
Total Activo Corriente	S/ 19,655.99	S/ 39,464.40	S/ 59,805.63	S/ 69,569.25	S/ 113,111.63	S/ 129,875.39	Total Pasivo Corriente	S/-	S/ 618.27	S/ 505.94	S/ 604.25	S/ 1,209.23	S/ 1,412.54
Activo no Corriente							Pasivo no Corriente						
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	S/ 5,147.00	S/ 5,147.00	S/ 5,147.00	S/ 5,147.00	S/ 5,147.00	S/ 5,147.00	Deuda Bancaria	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
Depreciación Acumulada	S/-	-S/ 1,084.15	-S/ 2,168.31	-S/ 3,252.46	-S/ 4,336.61	-S/ 5,420.76	Total Pasivo no Corriente	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
Intangibles	S/ 22,571.10	S/ 22,571.10	S/ 22,571.10	S/ 22,571.10	S/ 22,571.10	S/ 22,571.10	Total Pasivo	S/-	S/ 618.27	S/ 505.94	S/ 604.25	S/ 1,209.23	S/ 1,412.54
Amortización Acumulada	S/-	-S/ 2,125.91	-S/ 4,251.82	-S/ 6,377.74	-S/ 8,503.65	-S/ 10,629.56	Patrimonio						
Total Activo no Corriente	S/ 27,718.10	S/ 24,508.04	S/ 21,297.97	S/ 18,087.91	S/ 14,877.84	S/ 11,667.78	Capital Social	S/ 47,374.09	S/ 47,374.09	S/ 47,374.09	S/ 47,374.09	S/ 47,374.09	S/ 47,374.09
Total Activo	S/ 47,374.09	S/ 63,972.44	S/ 81,103.61	S/ 87,657.16	S/ 127,989.48	S/ 141,543.17	Resultados Acumulados	S/-	S/ 15,980.08	S/ 33,223.58	S/ 39,678.83	S/ 79,406.16	S/ 92,756.55
							Total Patrimonio	S/ 47,374.09	S/ 63,354.17	S/ 80,597.66	S/ 87,052.91	S/ 126,780.25	S/ 140,130.63
							Total Pasivo y Patrimonio	S/ 47,374.09	S/ 63,972.44	S/ 81,103.61	S/ 87,657.16	S/ 127,989.48	S/ 141,543.17

Fuente: Elaboración propia

8.6 Financiamiento de distintas etapas del proyecto

- **Financiamiento**

El financiamiento de Funds & Finance será de 100% inversión del equipo de trabajo que conforma este proyecto, es decir sus 5 integrantes. Ello se debe a que no se puede financiar con terceros como bancos y/o proveedores ya que es una empresa nueva y no tiene historial crediticio. Por ello, cada uno de los integrantes está aportando 3,000 soles en efectivo, teniendo como capital de trabajo inicial de 15,000 soles.

Figura 34. Financiamiento de accionistas de Funds & Finance

Estructura de aporte de capital	
Accionista 1	S/ 3,000.00
Accionista 2	S/ 3,000.00
Accionista 3	S/ 3,000.00
Accionista 4	S/ 3,000.00
Accionista 5	S/ 3,000.00
Capital de trabajo inicial	S/ 15,000.00

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, identificamos a los inversionistas Ángel, son personas que brindan dinero, sus contactos, sus experiencias y conocimientos para que la organización, en la que ellos decidan invertir logren sus metas establecidas en el menor tiempo posible. De esta manera, para nuestro proyecto Funds & Finance es más conveniente tener un financiamiento con inversionista ángel, para ello se le requerirá un aporte de 32,364.09 soles ofreciendole el 20% de las acciones de Funds & Finance y un viaje familiar único, todo incluido por tres días y dos noches. Asimismo, le informaremos que nuestro proyecto es viable, ya que tiene un VAN positivo, un COK de 14.95% y una TIR de 40,87%.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El proyecto demuestra ser viable según las validaciones realizadas así como la intención de compra. Para ello, se debe invertir una suma considerable de dinero y tener en cuenta que durante el primer año se tendrán pérdidas, mientras que a partir del segundo año se empezarán a obtener ganancias.
- Según lo evaluado y lo que muestra el flujo de caja, y todos los sustentos que se han presentado entre ingresos y gastos, el proyecto es viable a través de los siguientes años. Se recomienda llevar un control de los gastos como se está teniendo ahora, actualizarlos y tener en cuenta que a través de los años estos también pueden cambiar.
- De acuerdo a los indicadores financieros obtenidos, se confirma el éxito que tendrá nuestro proyecto Funds & Finance en el país, ya que tenemos un VAN y TIR que comprueban que nuestra idea de negocio es viable.
- Se obtiene como conclusión que, el uso adecuado de las herramientas digitales para promoción y reconocimiento de la marca, así como el uso de redes, es de vital importancia en la actualidad, ya que, además de ser un medio masivo de comunicación, permite la segmentación del público objetivo, lo cual aumenta la eficiencia del uso del presupuesto asignado. Asimismo, ayuda en la conexión importante de potenciales socios e inversionistas para el proyecto. Por ende, se recomienda aumentar la actividad y publicaciones en las principales redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn.
- Se concluye que existe un interés de compra por parte del público objetivo de acuerdo a los resultados de las validaciones. Además, se pudo comprobar que para realizar un proyecto de forma eficiente es necesario plasmar los panoramas del mismo eficientemente, es decir, informar de manera clara y oportuna nuestra propuesta de valor a los clientes, para que ellos puedan ver si realmente puede

solucionar sus problemas y es lo que buscan. Asimismo, este hecho representa un aspecto diferenciador que nos acerca aún más a los consumidores, y mantener una comunicación activa nos permitirá saber en qué puntos la idea de negocio puede mejorar para otorgar una grata experiencia en la plataforma.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Andina (2021) *Aplicaciones móviles para pagos cuadruplican su uso en Perú*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-aplicaciones-moviles-para-pagos-cuadruplican-su-uso-peru-790068.aspx> [Fecha de consulta: 22 de setiembre de 2021]
- AulaCM (2021) *Cuánto cuesta desarrollar una app*. Recuperado de: <https://aulacm.com/precio-desarrollar-app-aplicacion-movil/> [Fecha de consulta: 22 de setiembre de 2021]
- Branch (2021) *Estadísticas de la situación digital de Perú en el 2020-2021*. Recuperado de: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-peru-en-el-2020-2021/> [Fecha de consulta: 22 de setiembre de 2021]
- Desarrollo de Aplicaciones (s.f) *¿Cuánto cuesta crear una aplicación móvil en el Perú?* Recuperado de: <https://desarrollodeaplicaciones.org/cuanto-cuesta-crear-una-aplicacion-movil-en-el-peru/> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- Developers (s.f) *Licencias de apps*. Recuperado de: <https://developer.android.com/google/play/licensing?hl=es> [Fecha de consulta: 22 de setiembre de 2021]
- Diario El Peruano (2021) *Tendencias de consumo tecnológico con miras al 2021*. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia/110064-tendencias-de-consumo-tecnologico> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- Ecommerce News (2020) *Más de 5 millones de peruanos descargaron un app el último año ¿Qué tipo de aplicación usaron?* Recuperado de: <https://www.ecommercenews.pe/marketing-digital/2020/app-peruanos.html> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- Gestión (2019) *¿Cuán rentable es hacer un app en el Perú?* Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/rentable-app-peru-114307-noticia/#:~:text=El%20precio%20de%20la%20aplicaci%C3%B3n,todos%20los%20costos%20de%20publicaci%C3%B3n.> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- InMarketing (2019) *11 estrategias de marketing digital que debes conocer ya mismo*. Recuperado de: <https://blog.inmarketing.co/blog/las-mejores-estrategias-de-marketing-digital> [Fecha de consulta: 04 de noviembre de 2021]

- IsDi (2020) *Las ventajas de tener una aplicación móvil*. Recuperado de: <https://www.isdi.education/mx/blog/las-ventajas-de-tener-una-aplicacion-movil> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- Portafolio (2021) *Préstamos a cuotas, nueva estrategia de las Fintech de lending*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/mis-finanzas/ahorro/prestamos-a-cuotas-nueva-estrategia-de-las-fintech-de-lending-553450> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- PQS (2019) *Importancia de las aplicaciones móviles para el éxito de tu campaña de Marketing Digital*. Recuperado de: <https://pqs.pe/actualidad/tecnologia/importancia-de-las-aplicaciones-moviles-para-el-exito-de-tu-campana-de-marketing-digital> [Fecha de consulta: 23 de setiembre de 2021]
- SMV (2021) *Sociedad Agente de Bolsa*. Recuperado de: https://www.smv.gob.pe/Frm_LisDatosGenerales?data=53A5FD4ACD33EB58B512B79701C66543C2EB807DF1 [Fecha de Consulta: 25 de setiembre de 2021]
- SMV (2021) *Sociedad Administradora de Fondos de Inversión*. Recuperado de: https://www.smv.gob.pe/Frm_LisDatosGenerales?data=1526C9A15B544F0B1C7C30E69D8118B7F01CEC39E0 [Fecha de Consulta: 25 de setiembre de 2021]

11. ANEXOS

Anexo 1. Tabla de Activo Fijo

ACTIVOS FIJOS	
TANGIBLES	
Descripción	Precio
Escritorio	149
2 Computadora Mac	4,998
Total Tangibles	5,147

Anexo 2. Tabla de Intangibles

INTANGIBLES	
Descripción	Total
Aplicativo móvil	20,000
Registro en iOS	398
Software de Seguridad - Anti robo	2,072
Registro en Android	101
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	
Total Intangibles	22,571

Anexo 3. Tabla de Gastos Preoperativos

GASTOS PREOPERATIVOS	
Descripción	Total
Constitución de la empresa	991
Alquiler de servidor en nube	2,172
Licencia de funcionamiento Distrito	767
Gasto de marketing y publicidad en redes sociales	94
Registro de la marca y logo en Indecopi	631
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	4,656

Anexo 4. Tasa de interés bancario por préstamos según SBS

Tasas de interés



Anexo 5. Evidencia de % de comisiones según Afluenta

Evidencia de % Comisiones

Afluenta

Calcula tu cuota

Tipo de crédito: Personal Comercial

Monto del crédito:

Plazo:

AA - Sobresaliente

Emprendimiento

Detalle de tu crédito

Monto solicitado: S/ 21,200

Monto a acreditar: S/ 20,074

Cuota promedio: S/ 1,951

Plazo: 12 meses

Tasa Efectiva Anual (TEA): 19.00%

Comisión fijo de plataforma: S/ 1,126

Tasa Costo Efectivo Anual (TCEA): **33.74%**

Gastos de traslado de fondos: S/ 0.00

Anexo 6. Evidencia de precio de activos fijos

Evidencia precio de Activo Fijo

Promart



Hiraoka



Anexo 7. Registro en iOS y Android

- Alta Desarrollador (Google Play)

Para aplicaciones móviles con sistema operativo Android es un costo único de **25\$** que se cancela sólo una vez.

- Alta Desarrollador (App Store)

Para aplicaciones móviles que funcionan con dispositivos Apple (iPhone y Ipads)

El costo por subir Apps mediante App Store es de **99\$** renovándose de forma anual.

Anexo 8. Software de Seguridad - Anti robo

Antirobo



Anexo 9. Constitución de la Empresa

¿CUAL ES EL COSTO TOTAL?

Los Costos Varian De Acuerdo Al Capital Que Se Aporte:

Plan Mype – S/ 490.00* Soles

De S/1.00 hasta S/ 10,000 Soles de capital social.

Plan Super – S/ 650.00* Soles

De S/10.001 hasta S/ 25,000 Soles de capital social

Plan Gold – S/ 840.00* Soles

De S/ 25.001 hasta S/ 50,000 Soles de capital social.

Anexo 10. Alquiler de servidor en nube

4.60 sol peruano

13 nov. 5.26 UTC · Renuncia de responsabilidad

399.99 euro

1840.76 sol peruano

anbo CLOUD

PRODUCTOS & SOLUCIONES | STARTUP | INFRAESTRUCTURA | EM

	ESPACIO EN DISCO	TRANSF. DATOS	AGENT DE BACKUP	PRECIO	
BACKUP 1000	1000 GB	ilimitada	1.000	99,99 €/mes + IVA	COMPRAR
BACKUP 2500	2000 GB	ilimitada	2.500	224,99 €/mes + IVA	COMPRAR
BACKUP 5000	5000 GB	ilimitada	5.000	399,99 €/mes + IVA	COMPRAR

Anexo 11. Licencia de funcionamiento Distrito

Vigencia de la Licencia de Funcionamiento

Según el artículo 11 de la Ley N° 28976, las Licencias de Funcionamiento tienen una **vigencia indeterminada**, a menos que el solicitante expresamente haya requerido una de vigencia temporal.

Cuánto cuesta

El costo **varía de acuerdo con el distrito** y el tamaño del local. Los precios, por lo general, oscilan entre S/.90 y S/.650, e incluye los siguientes conceptos a cargo de la municipalidad:

1. 1. Evaluación de zonificación y compatibilidad de uso.
2. 2. Inspección técnica básica realizada por la municipalidad.

Anexo 12. Registro de la marca y logo en Indecopi

Antes de iniciar, debes saber:

Para hacerlo *online*, deberás **haberte registrado** en la plataforma para que puedas ingresar con tu usuario y contraseña. El registro es gratuito y necesitarás contar con un correo electrónico. Una vez que ingreses al sistema, en el menú de la izquierda, selecciona 'Ingreso de solicitudes', elige tu tipo de solicitud y completa los datos.

El costo del trámite es de **S/ 534.99** para una sola clase (arancel 201000562). Si deseas registrar tu marca en más de una clase, deberás pagar **S/ 533.30** por cada clase adicional (arancel 2010599). Puedes pagar a través de la plataforma [Págalo.pe](#) o en cualquier agencia del [Banco de la Nación](#).

Anexo 13. Actualización de la app

PIXELGRAFÍA
ESCRIBIMOS EN PÍXELES

Inicio Desarrollo Mercadeo Portafolio Hosting Mercado de

seguimiento en vivo para sus pedidos. Mejoró la satisfacción de los usuarios sin ninguna duda.

¿Cuánto cuesta mantener una aplicación en funcionamiento?

Bueno, averiguar el costo exacto de mantenimiento de la aplicación es complicado ya que implica múltiples aspectos predecibles e impredecibles, como también se mencionó anteriormente. Sin embargo, existen algunas posibilidades adicionales de responder a esta pregunta, las mencionaré más para su referencia.

- El costo de contratar a un desarrollador o una pequeña empresa de desarrollo de aplicaciones puede influir en el costo promedio de mantenimiento de una aplicación;
- Como se mencionó anteriormente, el costo de mantenimiento predecible de una aplicación móvil puede alcanzar hasta el 20% del costo total para desarrollar una aplicación ;
- Según el desglose que mencionamos anteriormente, el costo promedio de mantenimiento de una aplicación puede caer entre \$ 400 y \$ 900 por año. Puede tener una gran variación según la ubicación del mercado, el tipo de tecnología y el tipo de actualización;
- La cantidad gastada en la estrategia de marketing de la aplicación también se contará como el costo total de mantenimiento de la aplicación.

Anexo 14. Servicio de Internet y telefonía

30 Mbps Plan Lite	50 Mbps Plan Lite	100 Mbps Plan Full	150 Mbps Plan Full
S/72.90	S/85.90	S/105.90	S/150.90
	Cuadruplica y obtén 200Mbps los 3 primeros meses	200 Mbps de velocidad los 3 primeros meses	200 Mbps de velocidad los 3 primeros meses