

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Posgrados

Creación de la Fintech “Escape APP”

**Estefanía Alexandra Mateus Rosales
Karina Viviana Vásquez Chávez**

**Carlos Córdova, Msc.
Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito
para la obtención del título de Máster en Gerencia Bancaria y Financiera

Quito, 25 de junio de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE POSTGRADO

HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Creación de la Fintech “Escape APP”

Estefanía Alexandra Mateus Rosales
Karina Viviana Vásquez Chávez

Carlos Córdova, Msc
Director del Trabajo de Titulación

Santiago Mosquera, PhD
Director del Programa de Maestría en Gerencia
Bancaria y Financiera

Hugo Burgos, PhD
Decano del Colegio de Posgrados

Quito, junio 2020

© Derechos deAutor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombre del estudiante: Estefanía Alexandra Mateus Rosales

Código de estudiante: 00206065

C. I.: 172186728-9

Lugar, Fecha Quito, 25 de junio de 2020

Nombre del estudiante: Karina Viviana Vásquez Chávez

Código de estudiante: 00209203

C. I.: 172352471-4

Lugar, Fecha Quito, 25 de junio de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

A Dios por ayudarnos a saltar todos los obstáculos que se presentaron en el transcurso de esta maestría y durante la elaboración de la tesis. A nuestros maestros y compañeros por su apoyo en esta etapa de preparación y formación. Finalmente, a nuestra familia por su paciencia y amor incondicional, pero de manera especial a nuestros padres por ser ese pilar fundamental en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres por su compañía y apoyo incondicional en el transcurso de nuestras vidas.

A nuestro Director de Tesis Msc. Carlos Córdova por prestar su ayuda durante el desarrollo de nuestro trabajo de titulación.

A todos nuestros amigos y compañeros de carrera por aportar con sus conocimientos en nuestra formación profesional.

Karina Vásquez C.

Estefanía Mateus R.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad la creación de una empresa Fintech que incluye el desarrollo de una web app para permitir a los usuarios de los moteles acceder a las diferentes ofertas existentes de acuerdo con su ubicación, mejorando la experiencia de usuario satisfaciendo la necesidad de privacidad a través de un sistema de reservas y pagos en línea, disminuyendo el contacto físico entre el usuario y el personal que trabaja en los moteles.

Para mayor comodidad, los usuarios de esta app o web app deberán contar con planes de datos móviles para acceder desde su teléfono inteligente o desde su computadora personal de manera ágil y sencilla.

Palabras Claves: Fintech, Web App, Página Web, Experiencia de Usuario, Plan De Datos Móviles, Teléfono Inteligente.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to create a Fintech company that includes the development of a web app to allow motel users to access the different existing offers according to their location, improving the user experience while satisfying the need. of privacy through an online reservation and payment system, reducing physical contact between the user and the staff who work in the motels.

For greater comfort, users of this app or web app should have mobile data plans to access them from their smartphone or from their personal computer in an agile and simple way.

Key Words: Fintech, Web App, Web Page, User Experience, Mobile Data Plan, Smartphone.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
CAPITULO I	13
1. Problemática	13
1.1. Descripción.....	14
1.2. Dimensionamiento.....	18
1.2.1. Métrica	18
1.2.2. Customer Journey Map.....	23
CAPITULO II	24
2. Diseño y Creación.....	24
2.1. Prototipo 1	24
2.2. Prototipo 2	25
2.3. Prototipo 3	26
2.4. Implementación.....	29
2.4.1. Value Proposition Canvas	29
2.4.2. Estrategias de Implementación	30
CAPITULO III	31
3. Bussines Model Canvas (Modelo de Negocios Canvas)	31
3.1. Segmento de Clientes y Usuarios.....	31
3.2. Propuesta de Valor	32
3.3. Canales.....	32
3.4. Relaciones con Clientes.....	33
3.5. Actividades Clave	33
3.6. Socios Clave.....	34
3.7. Recursos Clave	34
3.8. Estructura de Ingresos	35
3.9. Estructura de Costos	35
CAPITULO IV	38
4. Estrategias de Levantamiento de Capital	38
4.1. Fuentes de financiamiento	38
4.2. Justificación.....	39
CONCLUSIONES	41

REFERENCIAS.....43

INDICE DE ANEXOS.....44

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Estrategias de Implementación.....	30
Tabla 2: Estructura de financiamiento.....	38

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Resultados Pregunta 1	20
FIGURA 2: Resultados Pregunta 2.....	20
FIGURA 3: Resultados Pregunta 3.....	20
FIGURA 4: Resultado Pregunta 4.....	21
FIGURA 5: Resultado Pregunta 5.....	21
FIGURA 6: Resultado Pregunta 6.....	21
FIGURA 7: Resultado Pregunta 7.....	22
FIGURA 8: Customer Journey Map.....	23
FIGURA 9: Prototipo 1 - Diagrama de servilleta.....	24
FIGURA 10: Prototipo 2 - Flujograma de Proceso con la solución Escape APP.....	25
FIGURA 11: Pantalla de Ingreso APP.....	26
FIGURA 12: Pantalla de Búsqueda de Opciones de Moteles.....	26
FIGURA 13: Pantalla de Oferta de Moteles disponibles.....	26
FIGURA 14: Pantalla de Selección de Opciones adicionales.....	27
FIGURA 15: Pantalla de selección de método de pago.....	27
FIGURA 16: Pantalla de confirmación de reserva.....	27
FIGURA 17: Pantalla de la página web.....	28
FIGURA 18: Pantalla de Registro de Motel.....	28
FIGURA 19: Pantalla de ingreso de características del establecimiento.....	28
FIGURA 20: Pantalla de confirmación de registro del establecimiento.....	29

CAPITULO I

1. Problemática

Actualmente, las empresas que ofrecen servicios de alojamiento temporal, más conocidas como “Moteles”, mueve millones de dólares alrededor de todo el mundo. De acuerdo con José Miguel Hurtado, fundador de la aplicación “Motelnow”, durante la entrevista para el canal NTN 24 sostuvo: “Las cifras que mueve el sector de los moteles en América Latina. Dos mil millones de dólares y 120 millones de estadías al año son algunas. En la región existen por lo menos 15.000 moteles. En Colombia hay 2.000 y se mueven por lo menos 500 millones de dólares anualmente con la venta de 15 millones de estadías.” (Industria de moteles mueve unos dos mil millones de dólares al año en América Latina, 2018. Recuperado el 09 de agosto de 2019 en www.ntn24america.com).

Así mismo, Hurtado en otra entrevista ahora para YAHOO Finanzas manifestó que “Antes, estos lugares eran frecuentados por infieles, luego sirvieron para que las parejas estables salieran de la rutina, y hoy incluso son alternativas, mediante la economía colaborativa, para pasar la noche en vez de hacerlo en un hotel formal, por costos y disponibilidades”. (Aguirre, Sebastián. La industria de los moteles en Latinoamérica, 2019. Recuperado el 09 de agosto del 2019 en <https://es-us.finanzas.yahoo.com/>).

Sin embargo, en el Ecuador debido a la idiosincrasia de las personas es considerado como un tabú, relacionando a esta industria con temas como la poca

moral e incluso con actividades ilícitas, lo que las han obligado a ubicarse en lugares aledaños dentro de las principales ciudades, ocasionado que los usuarios desconozcan las opciones de moteles que existen, obligándolos a acercarse a dichos sectores para identificar la oferta existente o frecuentar uno que ya lo hayan conocido con anterioridad, sin tener la oportunidad de explorar otras opciones acorde a sus gustos y preferencias, presupuesto y confort.

1.1. Descripción

Algo que deben considerar las empresas que se dedican a brindar productos o servicios, consiste en mejorar su experiencia de Usuario (UX), durante todas las etapas , y en este caso en particular al referirnos a los Moteles, se busca que la percepción de los clientes en los aspectos de utilidad, facilidad de uso, diseño gráfico y visual, calidad del contenido y eficiencia a través de un entorno o dispositivo tecnológico sea positiva ya que la misma se enfoca en las emociones y los sentimientos de los clientes a fin de retener al usuario por medio de la fidelización o que a través de su experiencia ganar a nuevos clientes.

Con respecto a la afluencia de clientes a los moteles. Por ejemplo, los jueves, viernes y sábados son los días más visitados por los clientes a diferencia de los domingos y feriados, en los cuales estos negocios tienen una gran cantidad de habitaciones disponibles, lo cual constituye una pérdida económica para las empresas, al tener una capacidad utilizada inferior a su capacidad instalada.

Una semana normal en la cual no existen feriados, el día menos concurrido por

los clientes, son los lunes, que puede ser un 8% inferior en comparación con el día más frecuentado (sábado).

De la misma manera los días feriados representan una disminución de ventas en un 4% en comparación con mismo día de la semana donde no exista feriado.

Otro dato importante, es el alto costo de la mano de obra directa (camareras, porteros y cajeras) en los cuales incurrn este tipo de empresas. Con relación al total de costos y gastos administrativos, la mano de obra directa constituye el 45%.

Otro dato importante es que hay moteles que ofrecen servicios de alojamiento por pocas horas entre 3 a 6 horas más conocidas como "habitaciones express", mientras que otras ofrecen una estancia más prolongada de hasta 12 horas. En ambos casos los precios de venta no varían significativamente. El precio promedio de una habitación sencilla es de \$25,00 y su precio con adicionales como jacuzzi u otros atractivos pueden llegar a costar hasta \$45,00.

A primera vista creeríamos que los moteles que prestan servicios de hospedaje por pocas horas ganan más debido a que pueden realizar un mayor número de ventas, sin embargo, de acuerdo con algunos administradores de los moteles que ofrecen habitaciones por 12 horas, los ingresos obtenidos por estas ventas se compensan con los gastos adicionales que tienen que incurrir como la contratación de personal de limpieza y mayor deterioro de las instalaciones.

Por tal motivo, el promedio de ingreso de clientes puede variar significativamente entre un motel y otro, por lo que este factor no será considerado como parte de la métrica en nuestro trabajo de investigación.

Actualmente la industria motelera se encuentra excluida del proceso de transformación digital, a cuál todas las industrias se están avocando, al considerar que la realidad del cliente es buscar a través de la tecnología el acceder a los productos y servicios que requiere, de manera ágil, y en un solo lugar, conociendo todas las alternativas que tiene y seleccionado la que mejor se ajuste a sus gustos, preferencias y presupuesto.

Análisis regulatorio

El Servicio de rentas internas establece que para la creación de un negocio se debe obtener un Registro único de contribuyentes (RUC) como persona natural o sociedad, para cumplir con las obligaciones tributarias. La actividad económica para implementar esta exclusivamente relacionada con el desarrollo de software y tecnología.

La revisión del Código Orgánico Monetario y Financiero estipula que las empresas que operen en el sector financiero deben acogerse bajo la figura de servicios auxiliares tal como lo indica los artículos 437 y 476, por lo que la propuesta de empresa Fintech, no recae en esta figura, por lo que no aplica ninguno de estos artículos antes mencionados como normativa que regule este emprendimiento.

La Fintech por crear recae en la categoría de una compañía de desarrollo de software para la administración de establecimientos de hospedaje temporal, que implique un motor de búsqueda para los clientes que frecuentan este tipo de lugares.

La plataforma permitirá enlazar a las empresas y clientes, en las cual se pueda poner a disposición cada uno de los establecimientos con el detalle de los servicios a ofertar, así como la posibilidad de realizar una comparación entre todas las ofertas existentes con el objetivo de que el cliente, escoja en función a sus gustos y preferencias, así como por presupuesto y disponibilidad. Adicionalmente con dicha aplicación se busca integrar las opciones de diversos medios de pago.

El proceso para crear una empresa de tipo limitada y anónima, se lo debe realizar en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), realizando la constitución correspondiente según los montos establecidos para su posterior inscripción en el registro mercantil.

Ante lo expuesto y al considerar la factibilidad de creación de una empresa, se establece la viabilidad de creación de una Fintech para la búsqueda de ofertas existentes de moteles en el Ecuador.

1.2. Dimensionamiento

1.2.1. Métrica

De acuerdo con la investigación de campo llevada a cabo a través de la aplicación de encuestas realizadas a usuarios de algunos moteles ubicados en la ciudad de Quito, pudimos determinar algunos datos importantes acerca de esta industria.

La mayoría de los usuarios coinciden en que los principales inconvenientes al momento de utilizar estos servicios están relacionados con la experiencia negativa al momento de ingresar a estos establecimientos y el desconocimiento de las opciones de moteles existentes y su disponibilidad al momento de requerirlos.

El 90% de los clientes indicaron que, para seleccionar un motel, debieron acercarse a las zonas en donde se encuentran ubicados y realizar su selección, sin poder conocer detalladamente todos los servicios que ofrecen ni cuáles son las ventajas o desventajas que tienen cada uno de ellos. Esto obliga a los clientes a escoger un lugar aleatorio o en el peor de los casos desistir del servicio, debido a la falta de personalización en el servicio.

El 70% de los consumidores calificaron la experiencia en el ingreso al motel como “incomoda”, por la demora al momento de ingresar, debido a que se debe verificar la disponibilidad para asignar una habitación, lo que les genera una sensación de temor a ser vistos por conocidos o amigos durante la aprobación de ingreso, que

es realizado por los guardias de seguridad de estos establecimientos.

El 80% de los clientes de moteles no se arriesgarían a explorar una opción nueva por temor a que el sitio escogido no sea de su agrado o que no cumpla con los estándares de limpieza adecuados, provocado que frecuenten los mismos establecimientos que ya conocen con anterioridad y evitando que exista una competencia adecuada.

El 70% de los usuarios de moteles garantizan que, si existiera una aplicación donde puedan conocer todas las ofertas existentes, que les permita comparar precios o ejecutar pagos en línea, descargarían la misma, considerado que el 100% de los encuestados en alguna ocasión han ocupado el servicio de alojamiento temporal.

En base a los datos obtenidos con respecto a la experiencia de usuario, se puede determinar que esta es negativa, por lo que el presente trabajo de investigación tiene como finalidad buscar una opción que permita mejorar dicha experiencia, así como la percepción que se tiene de este tipo de establecimientos.

A continuación, se describen los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, que permitieron realizar el análisis presentado en este documento:

Tabulación de datos

- 1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?**



FIGURA 1: Resultados Pregunta 1

2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?

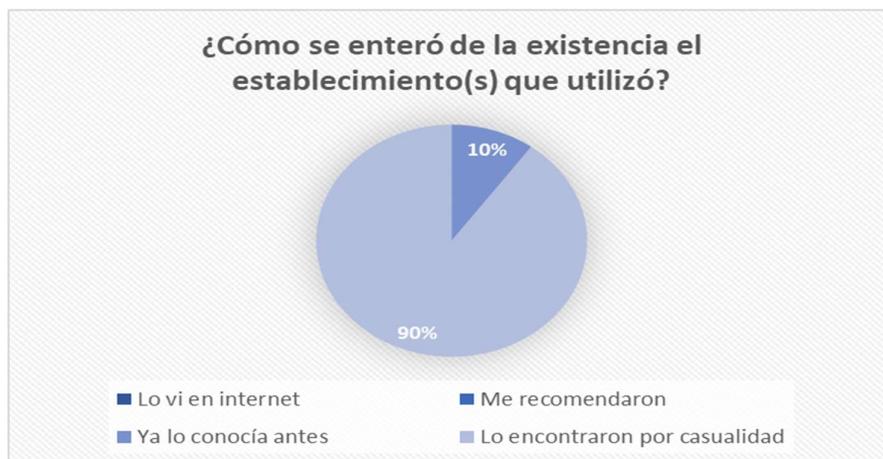


FIGURA 2: Resultados Pregunta 2

3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel.



FIGURA 3: Resultados Pregunta 3

4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea "SI" pase directamente a la pregunta 6)



FIGURA 4: Resultado Pregunta 4

5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?



FIGURA 5: Resultado Pregunta 5

6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles existentes en su localidad?



FIGURA 6: Resultado Pregunta 6

7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?



FIGURA 7: Resultado Pregunta 7

1.2.2. Customer Journey Map

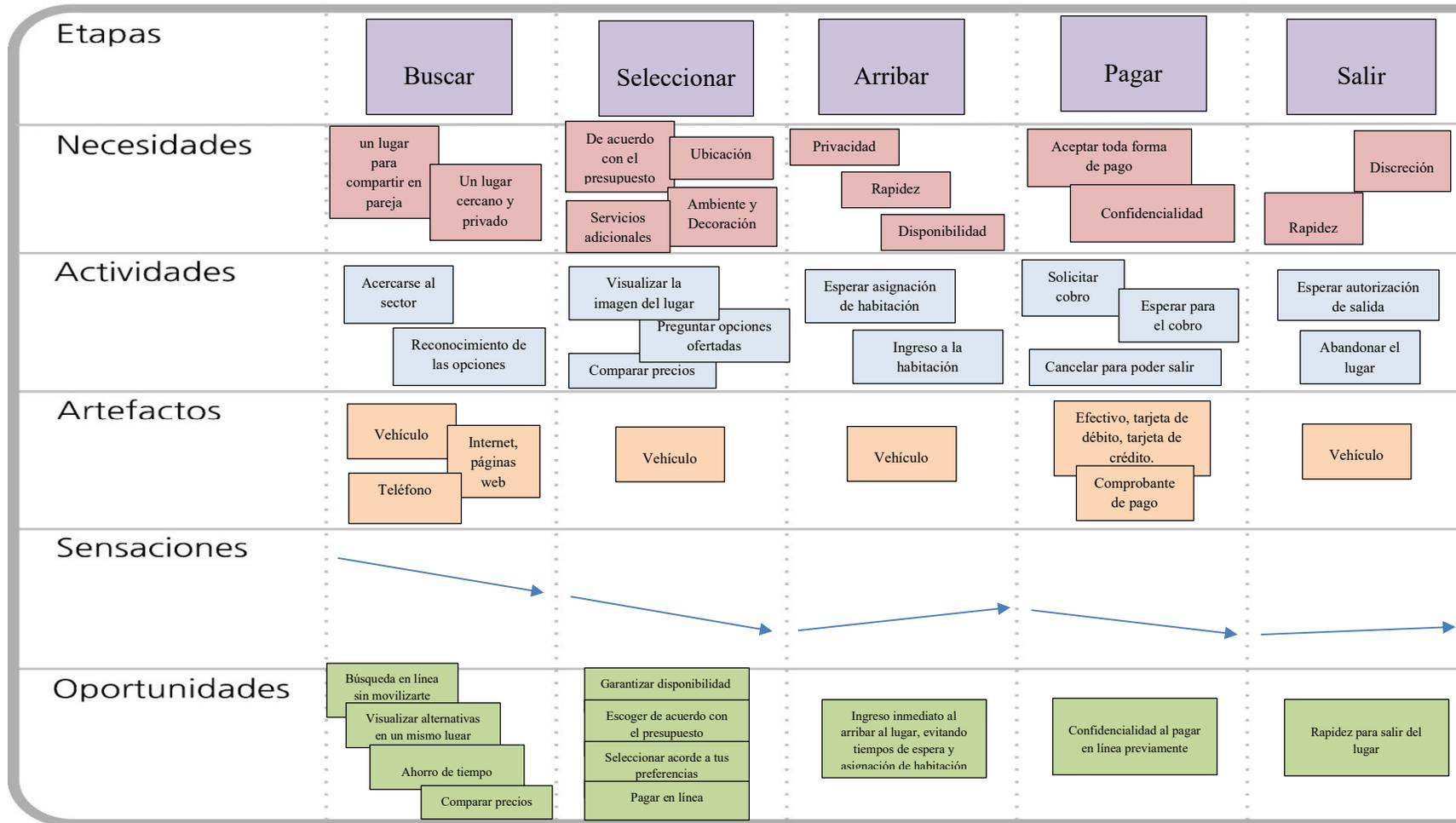


FIGURA 8: Customer Journey Map

CAPITULO II

2. Diseño y Creación

Con nuestra propuesta de creación de la solución tecnológica “ESCAPE APP”, lo que se busca es centralizar en un solo lugar todas las opciones disponibles de moteles manteniendo los más altos estándares de seguridad, privacidad y confidencialidad. Esta plataforma permitirá conectar a las empresas de servicios de moteles con clientes, con el objetivo de generar una experiencia de servicio, en un sector excluido actualmente de la transformación digital y que en su mayoría de fases genera un resultado negativo hacia los usuarios de este tipo de establecimientos.

Nuestra solución tecnológica pretende garantizar la total privacidad del usuario, desde la búsqueda del servicio, el ingreso hacia los moteles y eliminado por completo el registro de pago.

2.1. Prototipo 1

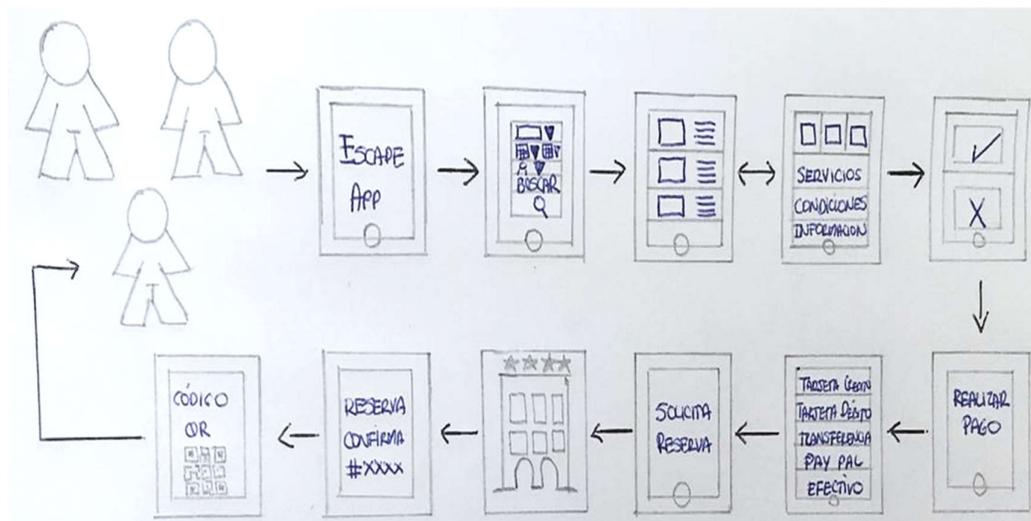


FIGURA 9: Prototipo 1 - Diagrama de servilleta

2.2. Prototipo 2

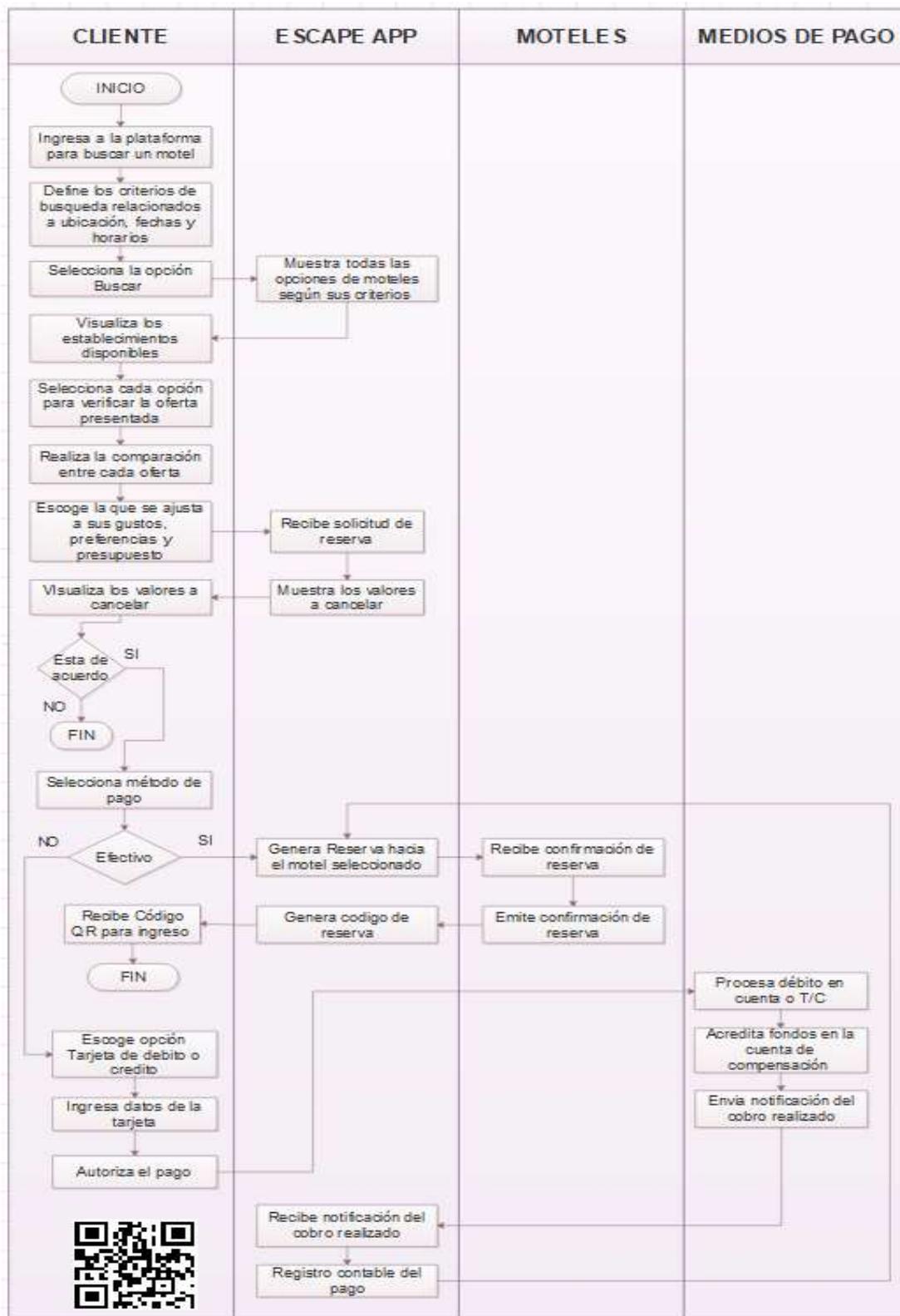


FIGURA 10: Prototipo 2 - Flujo de Proceso con la solución Escape APP

2.3. Prototipo 3

a) Aplicación WEB



FIGURA 11: Pantalla de Ingreso APP



FIGURA 12: Pantalla de Búsqueda de Opciones de Hoteles



FIGURA 13: Pantalla de Oferta de Hoteles disponibles



FIGURA 14: Pantalla de Selección de Opciones adicionales



FIGURA 15: Pantalla de selección de método de pago



FIGURA 16: Pantalla de confirmación de reserva

b) Aplicación WEB



FIGURA 17: Pantalla de la página web



FIGURA 18: Pantalla de Registro de Motel



FIGURA 19: Pantalla de ingreso de características del establecimiento



FIGURA 20: Pantalla de confirmación de registro del establecimiento

2.4. Implementación

2.4.1. Value Proposition Canvas

Esta herramienta permite mostrar de manera resumida, el problema, la solución e indica la propuesta de valor de la herramienta tecnológica propuesta.

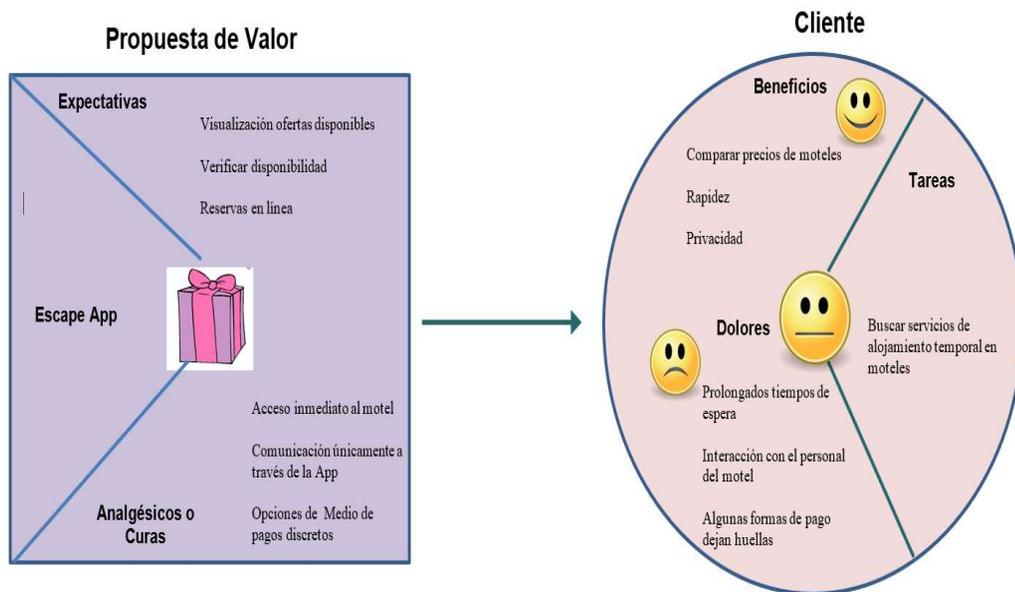


FIGURA 21: Value Proposition Canvas

2.4.2. Estrategias de Implementación

Se realiza una breve descripción de cada uno de los actores que intervienen, sus actividades y que incentivos recibirán en la implementación de la solución tecnológica propuesta.

ACTORES	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	INCENTIVOS
Clientes	Frecuentan los moteles de acuerdo con sus gustos y presupuestos	Privacidad Rapidez Seguridad
Moteles	Ofrecen servicios de alojamiento temporal.	Mayores ingresos. Precios competitivos. Publicidad a menores costos. Incremento del nicho de mercado. Cambio de la idiosincrasia ecuatoriana. con respecto a la percepción hacia los moteles Ingreso al mundo digital. Libre competencia Alianzas estratégicas con medios de pago.
Medios de Pago	Recepción y confirmación del pago.	Comisión por ventas
Sociales	Emiten comentarios negativos	Romper Tabúes

TABLA 1: Estrategias de Implementación

CAPITULO III

3. Bussines Model Canvas (Modelo de Negocios Canvas)

El Modelo de Negocios Canvas nos permitirá crear valor en la propuesta de negocios, al ser una herramienta fácil de entender y nos permite crear, entender y diseñar el plan de negocios de nuestra Fintech.

Para poder desarrollar el modelo Canvas se toma como referencia los resultados obtenidos en el Value Proposition Canvas, mismo que se enfocó en identificar los problemas que tienen los clientes, entendiendo las actividades relacionadas con la necesidad que buscamos solventar a través de la aplicación, conociendo claramente los dolores del usuario y en que formas podemos solucionarlo.

3.1. Segmento de Clientes y Usuarios

Los clientes son la base de nuestro modelo de negocios CANVAS, los mismos que serán empresas que prestan servicios de alojamiento temporal y que no disponen de un medio electrónico por el cual puedan comercializar el servicio, empleando una aplicación para permitir a los usuarios conocer las ofertas existentes

Los usuarios serán aquellos que van a consumir el contenido de la plataforma, que buscan que la misma mantenga total confidencialidad en su uso.

3.2. Propuesta de Valor

Se refiere a las soluciones que se van a dar con el fin de cubrir las necesidades de los usuarios con nuestra Fintech con respecto a la funcionalidad que se ofrecerá como:

- Visualizar y comparar ofertas de moteles en pocos minutos.
- Buscar las opciones las cercanas de acuerdo con su ubicación actual.
- Verificar y asegurar disponibilidad.
- Sistema de reservas en línea.
- Ingreso y salida del establecimiento sin demoras a través de un código QR garantizando la mayor confidencialidad.
- Atención de requerimientos especiales relacionados con comida, regalos, bebidas, etc., listos antes de su llegada.

3.3. Canales

Se refiere a los medios de distribución de nuestra propuesta de Fintech y por la cual nos van a conocer los usuarios en donde nuestros clientes promocionaran sus servicios que será a través de:

- Canales digitales:
 - Web, app, Facebook, Twitter.

3.4. Relaciones con Clientes

Para la sostenibilidad de la Fintech se deberá capturar clientes y fidelizarlos para utilizar nuestra plataforma al buscar solventar sus necesidades mediante:

- Recompensas a través de un sistema de calificación de los usuarios
- Control de disponibilidad.
- Apoyo en la definición de reglas sobre precios, condiciones y normas de uso para los usuarios.
- Funcionamiento de la aplicación las 24 horas al día y 7 días a la semana
- Alineación con los usuarios antes de la reserva a través de un sistema de mensajería.
- Apoyo en marketing y promoción de su establecimiento.

3.5. Actividades Clave

Consiste en actividades que se deben realizar, identificando las tareas que deben hacerse para conseguir el éxito de nuestra propuesta de valor que implica:

- Uso de la aplicación sin necesidad de un registro de datos personales.
- Reducción del contacto personal entre el usuario y el personal que trabaja en el motel.

- Oferta de diferentes opciones de pago a elegir por parte del usuario.

3.6. Socios Clave

Consideramos como socios clave a las personas y/o empresas indispensables para el funcionamiento de la Fintech “Escape App”, basándonos en que sin su apoyo no podremos continuar, por lo cual se requiere realizar alianzas con los siguientes:

- Moteles: Establecimientos afiliados a nuestra aplicación para ofertar sus servicios a través a cambio de una retribución económica.
- Medios de Pagos: Proveedores de un Botón de pagos para el recaudo de los valores por concepto de usos del servicio.
- Desarrolladores Web: Proveedores de una plataforma tecnológica estructurada según los parámetros definidos y su actualización permanente.
- Bancos: Entidad Financiera que nos permitirá realizar la compensación contable de los pagos realizados por los usuarios.
- Proveedor de Internet: proveedor del servicio de conexión a internet para el funcionamiento y disponibilidad de nuestra aplicación.

3.7. Recursos Clave

Se refiere a los recursos que son imprescindibles para la implementación de nuestra aplicación y que son adicionales a los recursos económicos, físicos y humanos

necesarios, como lo son:

- Teléfonos inteligentes
- Dominio propio (web)
- Internet

3.8. Estructura de Ingresos

Para poder asumir los costos que se requieren se debe establecer las fuentes de ingresos que permitan alcanzar los beneficios económicos esperados divididos en:

- Recurrentes
 - Cuota suscripción anual
 - Comisiones por intermediar en la gestión de alojamiento (porcentaje sobre las ventas)
- Otros
 - Publicidad en el aplicativo de cada establecimiento
 - Pago por ranqueo entre establecimientos

3.9. Estructura de Costos

Para lograr la operatividad de nuestra Fintech es necesario establecer cuál es la estructura de costos en los que debemos incurrir para su ejecución, así como la

composición de estos distribuidos en: inversión inicial, costos fijos y costos variables. Entendiendo que el mayor costo se los ejecutará al inicio con el fin de desarrollar la aplicación en las condiciones que se han determinado.

➤ Inversión Inicial

- Constitución de la empresa
- Dominios
- Desarrollo de la página web y App e integración
- Inscripción en tiendas AIOS y Android.
- Equipos de Computación

➤ Costos Fijos

- Servicio de Internet y telefonía móvil

➤ Costos Variables

- Mantenimiento de la plataforma
- Publicidad y Marketing

BUSSINES MODEL CANVAS

Diseñado por: Karina Vásquez y Estefanía Mateus

<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moteles • Medios de Pagos • Desarrolladores Web • Bancos • Proveedor de Internet 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de la aplicación sin necesidad de un registro de datos personales. • Reducción del contacto personal entre el usuario y el personal que trabaja en el motel. • Oferta de diferentes opciones de pago a elegir por parte del usuario. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visualizar y comparar ofertas de moteles en pocos minutos. • Buscar las opciones las cercanas de acuerdo con su ubicación actual. • Verificar y asegurar disponibilidad • Sistema de reservas en línea. • Ingreso y salida del establecimiento sin demoras a través de un código QR garantizando la mayor confidencialidad • Atención de requerimientos especiales relacionados con comida, regalos, bebidas, etc., listos antes de su llegada. 	<p>Relaciones con Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recompensas a través de un sistema de calificación. • Control de disponibilidad • Apoyo en la definición de reglas sobre precios, condiciones y normas de uso para los usuarios • Funcionamiento de la aplicación las 24 horas al día y 7 días a la semana • Alineación con los usuarios antes de la reserva a través de un sistema de mensajería. • Apoyo en marketing y promoción de su establecimiento. 	<p>Segmento de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas que ofertan servicios de alojamiento temporal. <p>Segmento de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que van a consumir el contenido de la plataforma 	
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfonos inteligentes • Dominio propio (web) • Internet 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por medio de canales digitales: web, app, Facebook, Twitter. 			
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión Inicial <ul style="list-style-type: none"> ➢ Constitución de la empresa ➢ Dominios ➢ Desarrollo de la página web y App e integración ➢ Inscripción en tiendas AIOS y Android. ➢ Equipos de Computación • Costos Fijos <ul style="list-style-type: none"> ➢ Servicio de Internet y telefonía móvil • Costos Variables <ul style="list-style-type: none"> ➢ Mantenimiento de la plataforma ➢ Publicidad y Marketing 			<p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recurrentes <ul style="list-style-type: none"> • Cuota suscripción anual • Comisiones por intermediar en la gestión de alojamiento (porcentaje sobre las ventas) • Otros <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en el aplicativo de los establecimientos • Pago por ranqueo entre establecimientos 		

FIGURA 22: Bussines Model Canvas

CAPITULO IV

4. Estrategias de Levantamiento de Capital

Para nuestro proyecto hemos identificado que es necesario una inversión inicial estimada de USD 51,000, los cuales serán destinados para el desarrollo de la aplicación móvil, página web, gastos de constitución de la compañía, equipos de computación, mobiliario, suministros de oficina y gastos operativos requeridos para su puesta en marcha.

4.1. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento para obtener el capital requerido tendrán la siguiente estructura:

DETALLE	MONTO	REPRESENTACIÓN (%)
Recursos propios	\$ 26,000	51,00%
Financiamiento de terceros	\$ 25,000	49,00%
Total	\$ 51,000	100%

Tabla 2: Estructura de financiamiento

La primera fuente de financiamiento corresponde a recursos propios, provenientes del ahorro por parte de las socias fundadoras, el cual corresponde al 51% y el 49% corresponderá financiamiento de terceros, con lo cual se buscará varias opciones de apalancamiento, las cuales pueden ser desde la obtención de un

préstamo en un banco local o través de fondos de inversión o inversionistas.

4.2. Justificación

Con relación a la banca local, vemos como una gran oportunidad obtener un crédito con la Corporación Financiera Nacional "CFN", puesto que el proyecto que se busca crear se enmarca en las actividades financiables por la Corporación, la cual corresponde a la categoría de Consultores de Programas de Informática, bajo la figura de un crédito para emprendedores denominado-JUNTOS, cuyo producto se encuentra dirigido para quienes deseen empezar su propia empresa, el cual puede estar conformado por un grupo de 2 hasta 5 personas naturales, ecuatorianas, asociadas bajo la figura de un Consorcio Mercantil, designando a uno de los miembros como Administrador, quién será el sujeto de crédito mientras que el resto de miembros serán codeudores del financiamiento. Los montos por otorgar van desde los \$20,000 hasta los \$250,000, con un plazo de pago de hasta 5 años, con periodos de gracia parciales hasta de 6 meses, cuya amortización puede ser pagos mensuales o trimestrales y con una tasa de interés nominal del 9,99%.

Con relación a los fondos de inversión o inversionistas, lo que se buscará es el acercamiento a dichos fondos e inversionistas privados a través de comunicaciones formales, una vez contactados se mantendrán reuniones de trabajo con aquellos que muestren interés para realizar las negociaciones con las que se podría levantar el capital requerido.

Para los posibles inversionistas, estamos dispuestos a ceder hasta un 40% de

participación, para lo cual tenemos la opción de promocionarnos en el Grupo BuenTrip mediante la inscripción de nuestro emprendimiento en su página web, cuya sede se encuentra en la ciudad de Quito, Ecuador. BuenTrip ayuda a los emprendedores a encontrar fuentes de financiamiento a través de inversionistas ángeles bajo la modalidad de Venture Capital, quienes están interesados en invertir en proyectos de innovación, obteniendo una pequeña participación accionaria, cuyos montos van desde los \$25,000 hasta los \$250,000; además se interesan en el éxito de las empresas en las que invierten asumiendo el riesgo, pero de una manera inteligente.

CONCLUSIONES

- En Ecuador no existe regulación específica para la constitución de empresas Fintech, por lo que este tipo de empresas están regidas a las leyes aplicables para las empresas en general y controladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, sin la presencia de barreras legales que permitan la creación y funcionamiento de nuestra Fintech.
- Nuestra Fintech ofrece beneficios económicos y estratégicos a los moteles como los son la disminución de costos operativos a través de la tecnificación de procesos que actualmente se realizan de forma manual, publicidad para la captación de nuevos clientes, y el mejoramiento de la experiencia de usuario al utilizar los servicios de alojamiento temporal.
- Con relación a nuestro financiamiento y obtención de recursos para nuestra Fintech, al ser una empresa nueva no es un sujeto de crédito atractivo para la mayoría de las instituciones financieras; sin embargo, hemos encontrado dos opciones de financiamiento; la primera a través de la obtención de un préstamo en la CFN, cuya obligación será respaldada con el patrimonio personal de las fundadoras y la segunda a través de inversionistas denominados ángeles quienes nos entregarán los recursos económicos a cambio de una participación en el negocio, con la obtención de dividendos por la inversión realizada en un proyecto que generará valor conforme se vaya consolidando en el mercado.
- En el mercado ecuatoriano no existe una aplicación para los usuarios de moteles, es por eso por lo que hemos encontrado importante atender este nicho de

mercado mediante un proyecto importante que busca encaminar en la transformación digital a los establecimientos de alojamiento temporal a través de la implementación de una solución disruptiva, innovadora y de fácil acceso tanto para clientes y usuarios.

REFERENCIAS

Aguirre, S. La industria de los moteles en Latinoamérica, 2019. (9 de 8 de 2019). <https://es-us.finanzas.yahoo.com/>).

CFN. (s.f.). Obtenido de <http://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/tasaDEinteres/tasa-de-interes-actual.pdf>

I+D3. (s.f.). Obtenido de <https://imasdetres.com/solicitud-presupuesto/?your-facility=Parking%20est%C3%A1ndar>

Chalá, G. (15 de 8 de 2018). <http://www.buentriphub.com>. Obtenido de: <http://www.buentriphub.com/blog/regulacion-fintech-latinoamerica>.

Registro Oficial. (12 de 9 de 2014). Registro Oficial Año II - N. 332. Código Orgánico Monetario y Financiero. Quito, Pichincha, Ecuador.

Superintendencia de Compañías, V. y. (21 de 02 de 2017). Registro Oficial. *No. 949*.

Buen Viaje. (s.f.). Obtenido de <https://gust.com/programs/buen-trip-hub>

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Encuesta N. 1	45
ANEXO B: Encuesta N. 2	46
ANEXO C: Encuesta N. 3	47
ANEXO D: Encuesta N. 4	48
ANEXO E: Encuesta N. 5	49
ANEXO F: Encuesta N. 6	50
ANEXO G: Encuesta N. 7	51
ANEXO H: Encuesta N. 8	52
ANEXO I: Encuesta N. 9	53
ANEXO J: Encuesta N. 10	54
ANEXO K: TASA DE INTERES CFN	55
ANEXO L: INSCRIPCION BUEN TRIP	55

ANEXO A: Encuesta N. 1

Instrucciones:

Por favor marcar por X la respuesta que más se adapte a su criterio, pero escoja únicamente una opción

Sexo: Masculino () Femenino (X)

Edad:

Entre 15 a 24 años () Entre 35 a 44 años () De 55 en adelante ()
 Entre 25 a 34 años (X) Entre 45 a 54 años ()

Preguntas

1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?
 SI (X) No ()

2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?
 Lo vi en internet () Me recomendaron () Ya lo conocía antes ()
 Lo encontraron por casualidad (X)

3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel.
 Tome en cuenta principalmente los aspectos como agilidad y privacidad.
 Satisfactoria () Incomoda (X) Negativa ()

4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea
 "SI" pase directamente a la pregunta 6)
 SI (X) No ()

5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?
 Desconocimiento de nuevas ofertas ()
 Que no sea de su agrado o el de su pareja ()
 Costos excesivos ()
 Otros ()
 Descríbalos: _____

6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles
 existentes en su localidad?
 SI (X) No ()

7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?
 Conocer las opciones existentes () Comparar precios ()
 Garantizar disponibilidad (X) Privacidad de ingreso (X)
 Pago en línea () Ofertas y promociones ()

GRACIAS 😊

ANEXO D: Encuesta N. 4

Instrucciones:

Por favor marcar por X la respuesta que más se adapte a su criterio, pero escoja únicamente una opción

Sexo: Masculino () Femenino (X)

Edad:

Entre 15 a 24 años () Entre 35 a 44 años (X) De 55 en adelante ()
Entre 25 a 34 años () Entre 45 a 54 años ()

Preguntas

1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?
SI (X) No ()
2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?
Lo vi en internet () Me recomendaron () Ya lo conocía antes ()
Lo encontraron por casualidad (X)
3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel. Tome en cuenta principalmente los aspectos como agilidad y privacidad.
Satisfactoria () Incomoda (X) Negativa ()
4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea "SI" pase directamente a la pregunta 6)
SI () No (X)
5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?
Desconocimiento de nuevas ofertas ()
Que no sea de su agrado o el de su pareja (X)
Costos excesivos ()
Otros ()
Describalos: _____
6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles existentes en su localidad?
SI () No (X)
7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?
Conocer las opciones existentes () Comparar precios (X)
Garantizar disponibilidad () Privacidad de ingreso (X)
Pago en línea (X) Ofertas y promociones ()

GRACIAS 😊

ANEXO E: Encuesta N. 5

Instrucciones:

Por favor marcar por X la respuesta que más se adapte a su criterio, pero escoja únicamente una opción

Sexo: Masculino (X) Femenino ()

Edad:

Entre 15 a 24 años () Entre 35 a 44 años (X) De 55 en adelante ()
 Entre 25 a 34 años () Entre 45 a 54 años ()

Preguntas

1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?
 SI (X) No ()

2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?
 Lo vi en internet () Me recomendaron () Ya lo conocía antes ()
 Lo encontraron por casualidad (X)

3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel.
 Tome en cuenta principalmente los aspectos como agilidad y privacidad.
 Satisfactoria () Incomoda (X) Negativa ()

4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea
 "SI" pase directamente a la pregunta 6)
 SI () No (X)

5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?
 Desconocimiento de nuevas ofertas ()
 Que no sea de su agrado o el de su pareja (X)
 Costos excesivos ()
 Otros ()
 Descríbalos: _____

6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles
 existentes en su localidad?
 SI (X) No ()

7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?
 Conocer las opciones existentes () Comparar precios (X)
 Garantizar disponibilidad () Privacidad de ingreso (X)
 Pago en línea (X) Ofertas y promociones ()

GRACIAS 😊

ANEXO G: Encuesta N. 7

Instrucciones:

Por favor marcar por X la respuesta que más se adapte a su criterio, pero escoja únicamente una opción

Sexo: Masculino (X) Femenino ()

Edad:

Entre 15 a 24 años () Entre 35 a 44 años (X) De 55 en adelante ()
 Entre 25 a 34 años () Entre 45 a 54 años ()

Preguntas

1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?
 SI (X) No ()

2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?
 Lo vi en internet () Me recomendaron () Ya lo conocía antes ()
 Lo encontraron por casualidad (X)

3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel.
 Tome en cuenta principalmente los aspectos como agilidad y privacidad.
 Satisfactoria () Incomoda (X) Negativa ()

4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea
 "SI" pase directamente a la pregunta 6)
 SI () No (X)

5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?
 Desconocimiento de nuevas ofertas (X)
 Que no sea de su agrado o el de su pareja ()
 Costos excesivos ()
 Otros ()
 Descríbalos: _____

6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles
 existentes en su localidad?
 SI (X) No ()

7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?
 Conocer las opciones existentes () Comparar precios ()
 Garantizar disponibilidad () Privacidad de ingreso (X)
 Pago en línea (X) Ofertas y promociones ()

GRACIAS 😊

ANEXO H: Encuesta N. 8

Instrucciones:

Por favor marcar por X la respuesta que más se adapte a su criterio, pero escoja únicamente una opción

Sexo: Masculino (X) Femenino ()

Edad:

Entre 15 a 24 años () Entre 35 a 44 años (X) De 55 en adelante ()
 Entre 25 a 34 años () Entre 45 a 54 años ()

Preguntas

1. ¿Ha utilizado un servicio de alojamiento temporal (Motel)?
 SI (X) No ()

2. ¿Cómo se enteró de la existencia el establecimiento(s) que utilizó?
 Lo vi en internet () Me recomendaron () Ya lo conocía antes ()
 Lo encontraron por casualidad (X)

3. Escoja un adjetivo que califique de mejor manera su experiencia de ingreso al motel.
 Tome en cuenta principalmente los aspectos como agilidad y privacidad.
 Satisfactoria () Incomoda (X) Negativa ()

4. ¿Exploraría nuevas opciones de alojamiento temporal? (En caso de que la respuesta sea
 "SI" pase directamente a la pregunta 6)
 SI () No (X)

5. ¿Por qué motivos no exploraría otras opciones de alojamiento temporal?
 Desconocimiento de nuevas ofertas ()
 Que no sea de su agrado o el de su pareja ()
 Costos excesivos (X)
 Otros ()
 Descríbalos: _____

6. ¿Descargaría una aplicación que le permitiera conocer todas ofertas de moteles
 existentes en su localidad?
 SI (X) No ()

7. ¿Qué opciones debería tener la aplicación para que sea atractiva?
 Conocer las opciones existentes () Comparar precios ()
 Garantizar disponibilidad (X) Privacidad de ingreso ()
 Pago en línea () Ofertas y promociones ()

GRACIAS 😊

ANEXO K: TASA DE INTERES CFN

CFN CONSTRUYE

SUBSEGMETOS:

CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO PYMES
MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN AMPLIADA

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	5
TASA NOMINAL ANUAL	7.5000%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	7.6406%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	7.7136%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	7.7633%

TRANSPORTE PÚBLICO

SUBSEGMETOS:

MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN SIMPLE
MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN AMPLIADA

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	5
TASA NOMINAL ANUAL	9.7500%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	9.9877%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	10.1123%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	10.1977%

PYME PROSPERA

SUBSEGMETOS:

CRÉDITO PRODUCTIVO CORPORATIVO y COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO
CRÉDITO PRODUCTIVO EMPRESARIAL y COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL
CRÉDITO PRODUCTIVO PYMES y COMERCIAL PRIORITARIO PYME

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	15
TASA NOMINAL ANUAL	8.1000%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	8.2640%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	8.3494%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	8.4076%

Las tasas de interés se reajustan en función de la Tasa Pasiva Referencial (TPR) publicada por BCE.

CFN CONSTRUYE CASA PARA TODOS

SUBSEGMETOS:

CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO PYMES
MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN AMPLIADA

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	5
TASA NOMINAL ANUAL	7.3400%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	7.4747%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	7.5445%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	7.5920%

JUNTOS

SUBSEGMETOS:

PRODUCTIVO PYME
COMERCIAL PRIORITARIO PYME

MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN AMPLIADA

PLAZO FIJO EN AÑOS	5
TASA NOMINAL ANUAL	9.9900%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	10.2395%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	10.3705%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	10.4604%

PROGRAMA CFN APOYO TOTAL

SUBSEGMETOS:

CRÉDITO PRODUCTIVO CORPORATIVO y COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO
CRÉDITO PRODUCTIVO EMPRESARIAL y COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL
CRÉDITO PRODUCTIVO PYMES y COMERCIAL PRIORITARIO PYME
CRÉDITO COMERCIAL ORDINARIO

MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN SIMPLE y AMPLIADA

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	15
TASA NOMINAL ANUAL	7.5000%
EFFECTIVA ANUAL (pagos semestrales)	7.6406%
EFFECTIVA ANUAL (pagos trimestrales)	7.7136%
EFFECTIVA ANUAL (pagos mensuales)	7.7633%

ANEXO L: INSCRIPCION BUEN TRIP


Estefanía's Startup

🔍 🔔 ✉️

EM Estefanía
Emprendedor

El Espacio para tu despegue




www.buentriphub.com


Buen Trip - Programa de Mentorías 2020

1 ene-31 dic | Quito, Ecuador

<http://www.buentriphub.com>