

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Postgrados

**Creación de la Fintech CREDITIENDA
“La solución financiera para que tu negocio crezca”**

**Katherine Cumandá Brito Medina
Diego José Chávez Cadena**

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

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

Quito, 01 de julio de 2019

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**COLEGIO DE POSGRADOS****HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN****Creación de la Fintech “CrediTienda”****Katherine Cumandá Brito Medina****Diego José Chávez Cadena**

Carlos Córdova, Msc.

Director del Trabajo de Titulación

.....

Santiago Mosquera, PhD

Director de la Maestría en Gerencia Bancaria y

Financiera

.....

Hugo Burgos, PhD

Decano del Colegio de Postgrados

.....

Quito, 01 de Julio de 2019

© Derechos de Autor

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.

Firma del estudiante: _____

Nombre: Katherine Cumandá Brito Medina

Código del estudiante: 00203727

CI: 1600510695

Lugar, fecha: Quito, 1 de julio del 2019

Firma del estudiante: _____

Nombre: Diego José Chávez Cadena

Código del estudiante: 00203928

CI: 0502923949

Lugar, fecha: Quito, 1 de julio del 2019

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi esposo Andrés, a mis padres Iván y Cumi y a mis hermanos Dani y Kelly, por ser un pilar y soporte fundamental para culminar con éxito esta etapa estudiantil, por ser mi ejemplo y apoyo constante; y de manera especial dedico este trabajo a mi hijo Joaquín, por ser el motor principal para alcanzar todas las metas y sueños en mi vida y hogar.

Katherine Brito

Dedico este proyecto de tesis a Dios, quien ha sabido guiar mi camino con salud y fortaleza, a mis padres, Joselito y Carmen, mi hermana Karen que con su paciencia y apoyo incondicional me han sabido motivar y guiar por el camino correcto a través de su nobleza y su ejemplo de vida, a mi novia Sarita que siempre a mi lado ha significado una razón para continuar con mis sueños.

Diego Chávez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la salud y sabiduría para culminar con éxito esta etapa, a mi esposo Andrés por su amor, comprensión y apoyo a lo largo de este tiempo, a mis padres Iván y Cumi por su amor, motivación, y guía en todo momento, y a mi hijo Joaquín por ser mi compañero de estudios y mi motor principal para culminar esta etapa de mi vida.

A la Universidad San Francisco de Quito, y de manera especial a nuestro profesor Carlos Córdova por su paciencia, conocimientos y experiencia impartida.

Katherine Brito

Quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de construir un camino, a mis padres Joselito y Carmen, y a mi hermana Karen por enseñarme lo hermosa que es la vida. A mi novia Sarita que ha estado junto a mí en todo momento.

A la Universidad San Francisco de Quito, a sus autoridades y maestros que formaron al profesional en el que me he convertido.

Diego Chávez

RESUMEN

El presente trabajo analiza la viabilidad de la creación de la Fintech “CrediTienda”. Uno de los sectores estratégicos del comercio ecuatoriano, es el llamado canal tradicional conformado por los tenderos, la Fintech pretende satisfacer una de las necesidades de este segmento que es la falta de financiamiento para la adquisición de sus productos a las empresas de consumo masivo; a través de una propuesta de intermediación comercial los tenderos podrán incrementar sus inventarios y generar mayores ganancias, por su parte las empresas de consumo masivo optimizarán su proceso de distribución y recuperación de cartera.

ABSTRACT

This document analyzes the viability of the creation of the Fintech "CrediTienda", with the purpose of linking the traditional channel formed by the shopkeepers of Ecuador and the companies of massive consumption, the Fintech pretends to satisfy one of the necessities of this segment that is the lack of financing for the purchase of mass consumption products, through a proposal of commercial intermediation the shopkeepers will be able to increase their investments and generate greater profits, for their part the mass consumption companies will optimize their process of distribution and recovery of the portfolio.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
1. PROBLEMÁTICA Y MARCO LEGAL	10
1.1. Problemática	10
1.1.1. Contexto Internacional.....	10
1.1.2. Contexto Ecuatoriano.....	11
1.1.3. Identificación del Problema.	14
1.1.4. Descripción del Problema.	16
1.2. Marco Legal	20
1.2.1. Análisis Societario.	20
1.2.2. Análisis Sistema Financiero.....	21
1.2.3. Propuesta de creación Fintech CrediTienda.....	22
2. DISEÑO Y CREACIÓN.....	24
2.1. Metodología CJP (Customer Journey Map).....	24
2.2. Diseño de la solución: Diagramación	28
2.2.1. Prototipo 1: Bosquejo CrediTienda.....	29
2.2.2. Prototipo II: Diagrama de Flujo	30
2.2.3. Prototipo III: Diseño de la Solución.....	33
2.3. Value proposition CANVAS	36
3. MODELO DE NEGOCIOS Y SOSTENIBILIDAD FINANCIERA	37
3.2. Business Model Canvas (BMC).....	38
3.1. Descripción de variables BMC	39
4. ESTRATEGIA DE LEVANTAMIENTO DE CAPITAL	44

4.1. Fondos Propios.....	44
4.2. Fondos de terceros	44
4.2.1. Capital Semilla.....	45
4.2.2. Inversores Ángeles.....	45
4.2.3. Venture Capital	45
4.2.4. Banca Privada	45
4.2.5. Propuesta ELC Fintech “CrediTienda”	46
5. CONCLUSIONES	47
5.1. Conclusiones Fintech CrediTienda.....	47
Bibliografía	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Número de Empresas en Ecuador	12
Ilustración 2 Evolución Número Microempresas.....	12
Ilustración 3 Participación en Ventas por Tamaño de Empresas	13
Ilustración 4 Monto de Operaciones Activas por Segmentación de Cartera.....	15
Ilustración 5 Distribución Canal Tradicional	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación Tipo de Empresa.....	11
Tabla 2 Participación por tipo de crédito	15
Tabla 3 Distribución Encuestas Quito.....	24
Tabla 4 ELC Fintech “CrediTienda”.....	46

1. PROBLEMÁTICA Y MARCO LEGAL

1.1. Problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

En todos los países del mundo, las MIPYMES juegan un rol importante, por su capacidad para abrir nuevos mercados, generar empleo e inclusión social, así como por su potencialidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa.

El interés a nivel internacional por las conocidas MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas), en la última década se ha agudizado por los nuevos elementos que se consideran en la economía internacional como el desarrollo de nuevas tecnologías, los procesos de internacionalización, entre otros; además que las recurrentes crisis en el mundo han afectado el desempeño de estos estratos empresariales, (...). (Vallejos, 2003, pág. 54).

Aterrizando a la realidad de las MIPYMES en América Latina, la revista (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2017) señala:

Las pymes representan actores claves para incrementar el crecimiento potencial de América Latina. Estas empresas se caracterizan por una gran heterogeneidad en su acceso a mercados, tecnologías y capital humano, así como su vinculación con otras empresas, factores que afectan su productividad, capacidad de exportación y potencial crecimiento. Constituyen un componente fundamental del entramado productivo, representan el 99% del total de empresas y dan empleo a cerca del 67% del total de trabajadores.

De acuerdo con una publicación realizada en la revista CEPAL, en promedio la composición sectorial de las pequeñas y medianas empresas se encuentra conformada por:” comercio un 53%, servicios un 34% y manufactura un 13%,” (Vallejos, 2003, pág. 58). En este

análisis se detalla que la actividad comercial y la de servicios son las más comunes en todos los países de la región”.

1.1.2. Contexto Ecuatoriano.

En Ecuador de acuerdo con el último censo empresarial realizado en el 2017 con información referencial del 2016, se registraron 843.745 empresas y 978.490 establecimientos, divididos en 19 actividades económicas. De este número de empresas el 23,8% se concentran en Pichincha y el 19.1% en Guayaquil. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017)

De acuerdo con la estructura de empresas según su forma institucional, el 47,5% (401.146) operan con Régimen Simplificado RISE, seguido del 34,18% que están constituidas como personas naturales no obligadas a llevar contabilidad. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017)

La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros segmenta a los tipos de empresas de la siguiente manera:

Tabla 1 Segmentación Tipo de Empresa

Tamaño de Empresa	Trabajadores	Ingresos
Microempresa	1 a 9	\$100,000
Pequeña Empresa	10 a 49	\$100.001 a \$1.000.000
Mediana Empresa	50 a 199	\$1.000.001 a \$5.000.000
Grande Empresa	Más de 200	Mas de \$5.000.000

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Propia

Entre los años 2013 a 2016 los segmentos empresariales (medido por número de empresas) crecieron un 3,09% siendo el de mayor crecimiento el micro empresarial con un crecimiento promedio de 3,39%, la grande empresa 2,26%, la mediana empresa 1,92% y la pequeña empresa por su parte con 0,10%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC),

2017). En la siguiente ilustración se detalla la evolución del número de empresas por cada segmento:

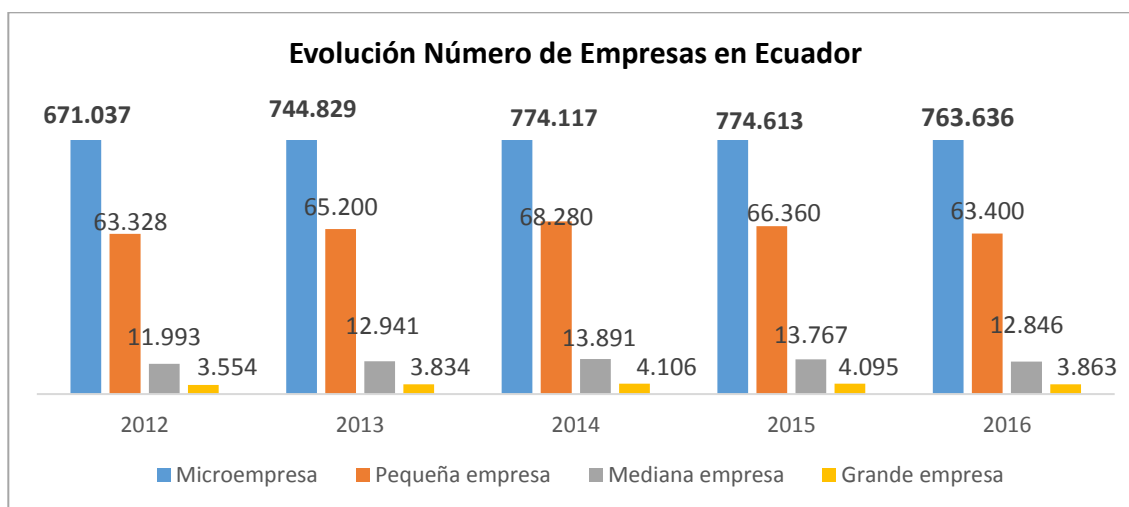


Ilustración 1 Número de Empresas en Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Propia

A finales del 2016, el 90,5% (763.636) del total de empresas corresponden a microempresas, las cuales generaron trabajo a 727.273 ecuatorianos; pese al gran aporte que realizan para el crecimiento de la economía y el empleo, el número de microempresas mostró un decrecimiento del 1.7% entre el 2015 y 2016.

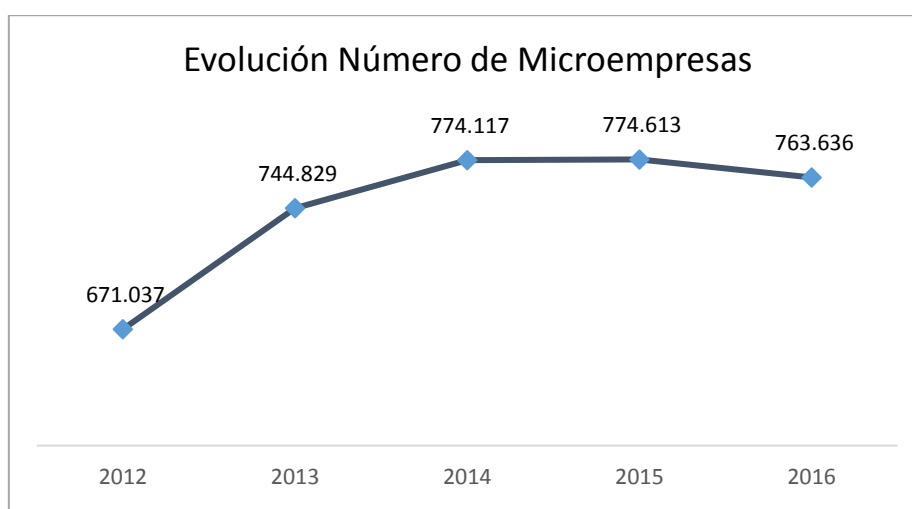


Ilustración 2 Evolución Número Microempresas

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Propia

De acuerdo con la actividad económica, del total de microempresas, el 36,5% (278.929) se dedican a actividades de comercio. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017)

Las ventas totales alcanzadas al cierre del 2016 por el sector empresarial fueron de \$139.906 millones, las pequeñas y microempresas participan con el 12% (\$16.788 millones), como se muestra en el siguiente gráfico:

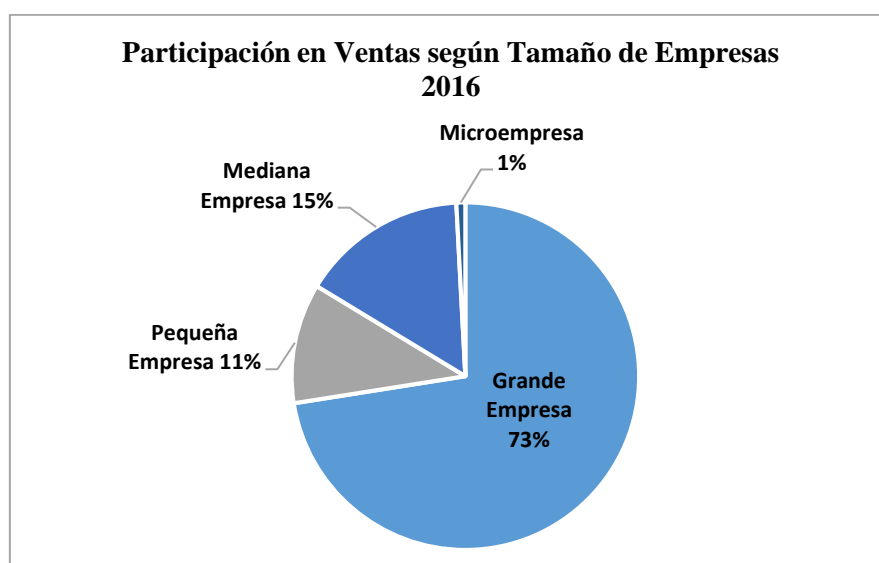


Ilustración 3 Participación en Ventas por Tamaño de Empresas

Fuente: INEC
Elaboración: Propia

Dentro del total de microempresas (763.636), se encuentra el llamado canal tradicional que está formado por los mayoristas y tenderos del Ecuador, los cuales forman parte del eslabón más importante en la cadena de valor de las grandes empresas proveedoras de productos de consumo masivo, porque acercan sus productos a la cercanía de los principales consumidores (hogares), y la mayoría de estos negocios laboran con horarios extendidos de lunes a domingo. Del total de establecimientos económicos, el 50,5% tiene relación con la venta de alimentos y bebidas. (EL UNIVERSO, 2018)

En el artículo escrito por (Zambrano, 2018) en el periódico nacional el Telégrafo, manifiesta: “Se estima que hay unas 190.000 tiendas en el país, de las cuales 29.190 son

cuantificadas por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), lo que revela que muchas aún no son formales”.

De acuerdo con la encuesta nacional de ingresos y gastos que presentó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el 48% de gastos de consumo de los hogares a escala nacional tiene como sitio de compra las tiendas de barrio, bodegas y distribuidores. (El Telégrafo, 2015)

1.1.3. Identificación del Problema.

Coincidiendo con lo manifestado por (Vallejos, 2003) en la Revista CEPAL en su estudio realizado a microempresas en varios países latinoamericanos, Argentina, Colombia y Costa Rica uno de los principales problemas que presenta la micro y pequeña empresa, es el acceso a crédito, requisitos, trámites excesivos, altas tasas y plazos restringidos.

Pese a la gran cantidad de microempresas que existen en el país, su participación en las ventas tan solo representa el 1,07% del total generado por las empresas del Ecuador, esto principalmente se debe al escaso financiamiento de capital de trabajo, y a los excesivos y múltiples estándares que solicitan las instituciones financieras para acceder a los créditos.

Siendo la banca el protagonista en el sistema financiero, en Ecuador, la banca privada otorga el 92,14% del total de crédito del país, mientras la Banca Pública aporta con un 7,39 %, las mutualistas y sociedades financieras llegan con un 0,47%. (Superintendencia de Compañías, 2018).

El Sistema Financiero según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) evidencia la poca actividad que tiene la asignación de crédito para el segmento de las Pymes, dando poco valor al crédito que se destina a este sector. Sin embargo, el volumen de operaciones de los segmentos corporativos y empresariales son de mayor transaccionalidad. (Ecuador, 2018)

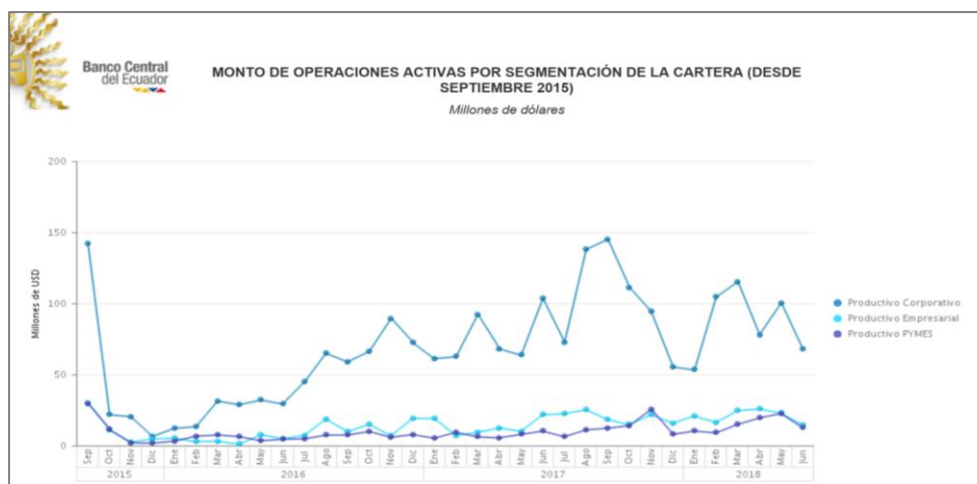


Ilustración 4 Monto de Operaciones Activas por Segmentación de Cartera

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: BCE

En el libro *Inclusión financiera para el desarrollo* su autor manifiesta: El Sistema Financiero no otorga créditos a corto plazo ya que su mayor captación la realiza a mediano y a largo plazo a través de créditos de vivienda y créditos productivos. (Burneo, 2016)

Durante el año 2018, la participación del volumen de créditos otorgados por el sistema financiero ecuatoriano, se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 2 Participación por tipo de crédito

TIPO DE CRÉDITO	PARTICIPACIÓN
COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO	42,77%
CONSUMO PRIORITARIO	10,21%
COMERCIAL PRIORITARIO PYMES	9,48%
COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	8,49%
COMERCIAL ORDINARIO	7,24%
MICROCREDITO DE ACUMULACION AMPLIADA	5,38%
PRODUCTIVO CORPORATIVO	4,32%
MICROCREDITO DE ACUMULACION SIMPLE	3,69%
INMOBILIARIO	2,49%
PRODUCTIVO EMPRESARIAL	1,30%
CONSUMO ORDINARIO	1,24%
INVERSION PUBLICA	1,08%
PRODUCTIVO PYMES	0,92%
VIVIENDA INTERES PUBLICO	0,76%
MICROCREDITO MINORISTA	0,41%
EDUCATIVO	0,23%
TOTAL	100,00%

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaboración: Propia

El mayor otorgamiento de crédito se realizó al segmento comercial prioritario corporativo con 42,77%, seguido del consumo prioritario con un 10,21%, el comercial prioritario PYMES con el 9,48%, y el comercial prioritario empresarial con el 8,49%. (Superintendencia de Bancos, 2018). Pese a existir un porcentaje de montos colocados a PYMES, estos créditos otorgados se enfocan mayormente a los medianos empresarios, pues los pequeños y micro empresarios se quejan del escaso acceso al sistema financiero formal como mecanismo para acceder al crédito. (Vallejos, 2003).

La falta de crédito a microempresarios como tal, provoca que los pequeños empresarios y emprendedores tengan poco financiamiento para empezar una actividad productiva por lo cual este sector desentendido por el sistema financiero busca otras alternativas de financiamiento que están fuera de la ley. (Aguilar, 2015)

1.1.4. Descripción del Problema.

La contribución de las microempresas al PIB es relativamente baja, lo que revela deficiencias en los niveles de productividad de estas. Por ejemplo, las empresas grandes en la región tienen niveles de productividad hasta 33 veces la productividad de las microempresas y hasta seis para las pequeñas, mientras que en los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) estas cifras oscilan entre un 1.3 y 2.4 veces. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2017)

En el mercado crediticio ecuatoriano existen disponibles para las pequeñas empresas:

- 1) Microcréditos Minorista que son créditos menores a \$1.000, la tasa máxima referencial que muestra el Banco Central del Ecuador (BCE) para este segmento es 28.50%,
- 2) Microcréditos de Acumulación Simple, que van de \$1000 a \$10.000 y
- 3) Microcréditos de Acumulación

Ampliada que son créditos superiores a \$10.000, se colocan a tasas máximas referenciales de 25.50% y 23.50% respectivamente. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2018)

Otro producto al que podrían acceder los pequeños y medianos empresarios ecuatorianos son los créditos Productivos PYMES, sin embargo, pese a que la tasa referencial máxima es de 11,83% estos créditos requieren de mayor nivel de endeudamiento y garantías, por lo que no aplican para el presente estudio. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2018)

La información antes mencionada refleja un alto costo financiero para el microempresario o tendero que desea acceder a un crédito. Como lo manifiesta (Fariza, 2017) en su estudio realizado a las PYMES: “Las dificultades para acceder a la financiación y a tecnología de punta restringen enormemente sus opciones de crecimiento.”

Ser comerciante o microempresario no es fácil, el financiamiento es una limitación para el desarrollo de las MIPYMES. En Ecuador, los préstamos oscilan entre \$500 a \$2.000 y llegan a máximos desde \$50.000 hasta \$ 25 millones, enfocados a emprendedores, microempresarios y empresarios. (Zapata, 2018)

Sin embargo, son muy pocas las instituciones que ofertan créditos desde montos pequeños que permitan al tendero adquirir inventario para una o dos semanas, que es el tiempo en el que vende los productos de consumo masivo y no necesitaría pagar intereses altos y largos plazos.

El canal tradicional también se financia directamente con el crédito otorgado por los grandes distribuidores, sin embargo, aquí se genera un problema porque los pequeños y medianos tenderos mantienen cupos limitados de crédito, que no les permite comprar productos de alto tráfico que mejoren sus márgenes de ganancia, los distribuidores no tienen un scoring de crédito que evalúe a los pequeños clientes (Barros, 2018).

La mayoría de las tiendas del país son negocios pequeños, y sus inventarios no están totalmente controlados, no tienen un correcto manejo de los ciclos de compras de los productos,

por lo que muchas veces no se benefician de las políticas de descuento que ofrecen los grandes distribuidores. Este problema representa el 54% de los tenderos encuestados en el estudio realizado (Plan de Negocios: Fast Report (Tesis de Postgrado Maestría en Administración de Empresas, ESPOL), 2015, pág. 40)

Otro problema identificado en (Estrella, 2015) es el abastecimiento oportuno de sus productos, un 12% evidencia frases como “No llega el pedido” y “el proveedor no viene siempre”, esto genera incluso consecuencias más fuertes como la pérdida de ventas por no recibir los pedidos de manera oportuna.

En la entrevista realizada al Ing. Alberto Barros (Vicepresidente Industrias Ales, 2018) se menciona que la cartera del canal tradicional representa un 60% del total de la cartera y son alrededor de 85.000 tiendas que manejan a nivel nacional, el 16% es canal directo, es decir, se venden los productos sin intermediarios o distribuidores, el resto son distribuidores y mayoristas pequeños. Por otro lado, se obtuvo información que el canal tradicional de esta empresa tiene participación de la siguiente manera:

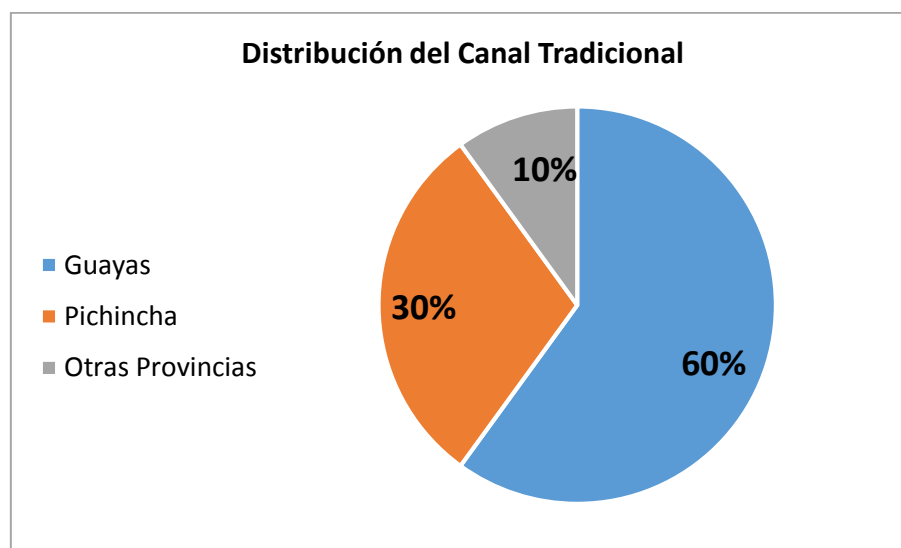


Ilustración 5 Distribución Canal Tradicional

Fuente: Industrias Ales

Elaboración: Propia

Industrias Ales tienen un período de venta a los tenderos de 8 días y el cobro se realizan por lo general al contado o máximo en 8 días en las que operan vía canal directo, a los distribuidores que son más grandes les dan crédito hasta 45 días.

La tasa de morosidad del canal TAT (Tienda a Tienda), se considera alta, representa el 36% de la cartera de este segmento, esto como respuesta a la competencia que hace que los tenderos vayan hacia productos de otras empresas, y por ende el tendero deje de pagar. (Barros, 2018)

Todos estos problemas también dificultan el manejo operativo de las grandes empresas quienes gastan recursos y esfuerzos en la recuperación de sus cuentas por cobrar, así como la cartera morosa afecta a su flujo de efectivo.

En el ámbito tecnológico y la información, lo más destacable es la ausencia de tecnologías adecuadas a las empresas y la escasez de información relevante sobre mercados, oferta, demanda y otros aspectos. (Vallejos, 2003).

Aunque el 68% de pymes ecuatorianas cuentan con ordenadores, el 82% tiene Internet y el 99% accede a la Red a través de banda ancha fija, aun no se alcanza una profundización en el uso del servicio. Los datos revelan que el Internet en los tres tipos de establecimientos se usa más para fines administrativos: enviar o recibir correos (99,1%) y obtener información de bienes y servicios (80,6%). La provisión de servicios por la web está en un nivel medio, principalmente, en la microempresa (53,1%), seguida de la pequeña empresa (43,8%) y la mediana (35,2%). (Quiroz, 2015)

Aquí se identifica otro problema, pese al acceso tecnológico que tienen los tenderos, no tienen un medio electrónico que les permita automatizar sus compras, conectarles directamente con sus distribuidores, obtener descuentos e incluso que les permita llevar un mejor control de sus inventarios, que esto sería parte de una educación financiera, que mejoraría su productividad y competitividad.

Todos estos problemas traen consigo insatisfacción por parte de los tenderos, e incluso en mucho de los casos cierre de sus negocios, es aquí donde se identifica la necesidad de apoyar el crecimiento de los tenderos, iniciativa que no solamente debe nacer de las instituciones financieras sino también con el aval de las grandes empresas de consumo masivo, pues el 80% de las compañías proveedoras de productos de consumo masivo se concentran en las tiendas de barrio. (EL UNIVERSO, 2018)

1.2. Marco Legal

Para la creación de empresas FINTECH (financieras tecnológicas), no existe regulación en Ecuador, por ello, a continuación, se analiza la legislación vigente con la finalidad de ajustar la creación de la FINTECH “CREDITIENDA” del presente trabajo de titulación, de la mejor manera.

1.2.1. Análisis Societario.

La (Superintendencia de Compañías, 2018) supervisa a las compañías desde su constitución hasta el seguimiento de sus operaciones, el Ecuador tiene varios tipos de empresas:

- a) **Compañía en Nombre Colectivo.** – Este tipo de compañía se constituye a través de capital colectivo, es decir a través del aporte de los socios y sus aportes pueden ser en efectivo o en bienes inmuebles. (Superintendencia de Compañías, 2018)
- b) **Compañía de Responsabilidad Limitada.** – Esta compañía se compone de 2 o más personas que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. (Superintendencia de Compañías, 2018)
- c) **Compañía Anónima.** – Es una sociedad cuyo capital se forma a través de las aportaciones de los accionistas y solo responden hasta el monto de sus acciones individuales. (Superintendencia de Compañías, 2018)

De acuerdo con el art. 92 de la (Ley de Compañías, 2009) se define: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

El art. 3 de la (Ley de Compañías, 2009) señala: El objeto social de la compañía deberá comprender una sola actividad empresarial. Para el mejor cumplimiento de lo anteriormente dispuesto, la Superintendencia de Compañías y Valores elaborará anualmente la clasificación actualizada de las actividades antedichas, pudiendo tomar como referencia la respectiva Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades (CIIU), u otra semejante. Tal clasificación actualizada se publicará en el Registro Oficial durante el primer semestre de cada año.

El art. 5 de la (Ley de Compañías, 2009), hace referencia que toda compañía que se constituya en Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio.

En el Art. 94 de la (Ley de Compañías, 2009) señala: “La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro”.

1.2.2. Análisis Sistema Financiero.

La Superintendencia de Bancos supervisa a las entidades financieras y al tratarse de una FINTECH que brindará capital de trabajo al canal tradicional es necesario que funcione a través de una institución financiera que se encuentre regulada por parte de los organismos pertinentes.

En el Art. 3 de la Ley General de Instituciones Financieras se manifiesta: La Superintendencia autorizará la constitución de las instituciones del sistema financiero privado. Estas instituciones se constituirán bajo la forma de una compañía anónima, salvo las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público (Ley_de_Instituciones_Financieras, 2001)

En el punto anterior la Ley específica que se debe constituir una compañía anónima regulada por la Superintendencia de Bancos para poder operar en el Ecuador y poder otorgar créditos, así como la captación de dinero.

1.2.3. Propuesta de creación Fintech CrediTienda.

Se realizó una asesoría legal en la que se recomendó crear “CrediTienda” a través de una compañía limitada y tener un respaldo de una entidad financiera como un “Banco Comunal” o un “Banco consolidado” para que viabilice financieramente el primer desembolso de crédito a “CrediTienda” para viabilizar la intermediación comercial entre los pequeños tenderos del canal tradicional y las empresas de consumo masivo. (Cristian Fuentes FintechNova, 2018)

Para la creación de la plataforma tecnológica se plantea la constitución de una compañía limitada, conformada por mínimo dos socios, el domicilio principal será en Pichincha y tendrá por objeto dedicarse a las operaciones comprendidas dentro del Nivel 2 del CIU: **ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y DE APOYO DE OFICINA Y OTRAS ACTIVIDADES DE APOYO A LAS EMPRESAS.**

Para su constitución se tendrá en cuenta los artículos 3, 4 y 5 de la (Resolución No. 436-2018-F), los cuales mencionan los requisitos para la constitución, el estatuto social y el otorgamiento de la personería jurídica.

CrediTienda C.L. estará regulada por la Superintendencia de Compañías al realizar un negocio de intermediación comercial (inventarios) entre tenderos y empresas de consumo masivo.

2. DISEÑO Y CREACIÓN

Para dar solución al problema identificado y descrito en el capítulo anterior, se propone la creación de la Fintech “CrediTienda”, la cual provee capital de trabajo a pequeños comerciantes/tenderos para financiar la compra de sus productos de consumo masivo, permitiendo a las PYMES adquirir productos de alta demanda y aumentar sus ganancias reduciendo las ineficiencias y costos a los grandes distribuidores.

La propuesta antes mencionada será validada a través de tres metodologías ágiles: 1) Customer Journey Map, 2) Diseñar la solución con tres modelos de prototipajes y 3) Value Proposition CANVAS. Las mismas que se describen a continuación.

2.1. Metodología CJP (Customer Journey Map)

Para validar la propuesta de valor del presente trabajo se utilizó el Customer Journey Map, el cual muestra el viaje que actualmente realiza el tendero para adquirir sus productos de consumo masivo, así como el viaje de la empresa para entregar los mismos.

Para levantar la información se realizaron 18 entrevistas a tenderos de los diferentes sectores de la ciudad de Quito distribuidos de la siguiente manera (Anexo I):

Tabla 3 Distribución Encuestas Quito

Norte	6
Centro	4
Sur	4
Valles	4
Saldo Disponible	18

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Propia

Por su parte, para levantar la información de las empresas, se realizaron entrevistas con los Directivos de tres empresas: Confiteca, Ales y NutriLeche. (Anexo II).

Con la información recaudada en las 21 entrevistas, se obtuvo información importante que se resumen en los CJM del tendero y de la empresa que se muestran a continuación:

COUSTOMER JOURNEY MAP - TENDEROS
COMPRA DE PRODUCTOS -TENDEROS

ETAPAS		1. Visita de la empresa de consumo masivo	2. Realizar el pedido de productos	3. Entrega de los productos	4. Pago de los productos	5. Manejo de Productos caducados
NECESIDADES		1. Conocer nuevos productos y promociones 2. Abastecimiento de productos faltantes	1. Analizar la necesidad del inventario 2. Toma de pedido	1. Negociar Descuentos de productos 2. Tener stock de productos disponibles para la venta	1. Cancelar deudas de productos anteriores 2. Reactivar cupos para nuevos pedidos	1. Cambio de productos 2. Evitar pérdidas monetarias y de clientes 3. Disminuir el porcentaje de pérdida de productos caducados
ACTIVIDADES		1. Contactarse telefónicamente (abastecimiento urgente) 2. Buscar información on line de productos y promociones	1. Los proveedores revisan las perchas y bodega para identificar faltantes 2. Se enlista los productos que se van a pedir 3. Se consulta promociones o descuentos en los productos	1. Los proveedores entregan los productos 2. Se pone nuevo precio a productos (a veces mayores al PVP) 3. Se analizan los productos que tienen descuentos	1. Recepción de la Factura de la compra anterior 2. El tendero entrega el dinero en efectivo	1. El tendero notifica la caducidad del producto 2. El Proveedor reconoce un porcentaje de la devolución
ARTEFACTOS		1. Teléfono Celular 1. Google, páginas web de cada empresa de consumo masivo	1. Libretas, apuntes - calculadoras	1. Libretas, sistemas informáticos, computadoras 2. Teléfono, email	1. Dinero Físico 2. Factura	1. Productos
SENSACIONES	POSITIVA 😊					
	NEUTRAL 😐					
	NEGATIVA 😞					
OPORTUNIDADES		1. Automatizar el proceso de visitas 2. Digitalizar los productos de las diferentes empresas	1. Digitalizar los pedidos y ahorrar tiempo 2. Escoger los productos en línea 3. Llevar un mejor control de las compras 4. Disponibilizar un cupo de crédito para compra de productos	1. Agilizar la entrega de los productos 2. Incrementar margen de ganancia (Negociar con volumen)	1. Mejorar manejo del ciclo del efectivo 2. Incrementar el plazo de pago 3. Financiar Cupo de Crédito 4. Incrementar Educación Financiera	1. Agilidad en la devolución de productos 2. Ampliar el porcentaje de devolución de productos

COUSTOMER JOURNEY MAP - CONSUMO MASIVO
VENTA DE PRODUCTOS



Con las entrevistas realizadas a los tenderos, en el CJM del tendero se identificaron cinco etapas para el abastecimiento de sus productos, entre las actividades que mencionan se ve la necesidad de mejorar las visitas de las empresas de consumo masivo, optimizando mejor los tiempos en las que se llega al tendero, en la segunda etapa, realizar el pedido de productos, se observa oportunidades en relación al control de compras de inventario y a la automatización de la toma de pedidos de los tenderos, en la tercera etapa, entrega de productos, se ve la oportunidad de mejorar el margen de ganancia para los tenderos pues la empresa de consumo masivo concede mejores descuentos por volumen, en la cuarta etapa, pago de productos, se propone mejorar la educación financiera del tendero entregándole una herramienta que ayude a mejorar su ciclo de efectivo, y finalmente en la quinta etapa, manejo de productos caducados, hay la oportunidad de agilizar el proceso de devolución de productos caducados.

En el CJM de la Empresa elaborado con la información proporcionada en las entrevistas realizadas a: Industrias Ales, Confiteca y NutriLeche, las tres empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo, se identificaron cinco etapas en el viaje del cliente (empresa), en la primera etapa, visita de las empresas de consumo masivo, los Directivos manifestaron que muchas veces les resulta difícil la ubicación de las tiendas nuevas o rurales para llegar con una ruta efectiva, lo que retrasa ventas, en la segunda etapa, entrega de productos a las tiendas, las empresas requieren de una gran logística de fuerza de ventas para llegar a todas las tiendas, la tercera etapa, cobro de productos, manifiestan la necesidad de realizar cobros de manera digital, ahorrando costos a la empresa en la que los mismos vendedores deben acercarse a cada tienda a realizar el cobro, la cuarta etapa, la efectivización de los depósitos, buscan minimizar el riesgo de robo o uso indebido del dinero por parte de los distribuidores, la quinta etapa, manejo de productos caducados, en muchas ocasiones no se logran reemplazar los productos caducados a tiempo, por falta de comunicación y control del tendero.

2.2. Diseño de la solución: Diagramación

Una vez identificadas las necesidades de los clientes (tenderos y empresas) en los CJM, se procedió a diseñar la propuesta de valor o modelo de lo que sería el funcionamiento de la Fintech CrediTienda.

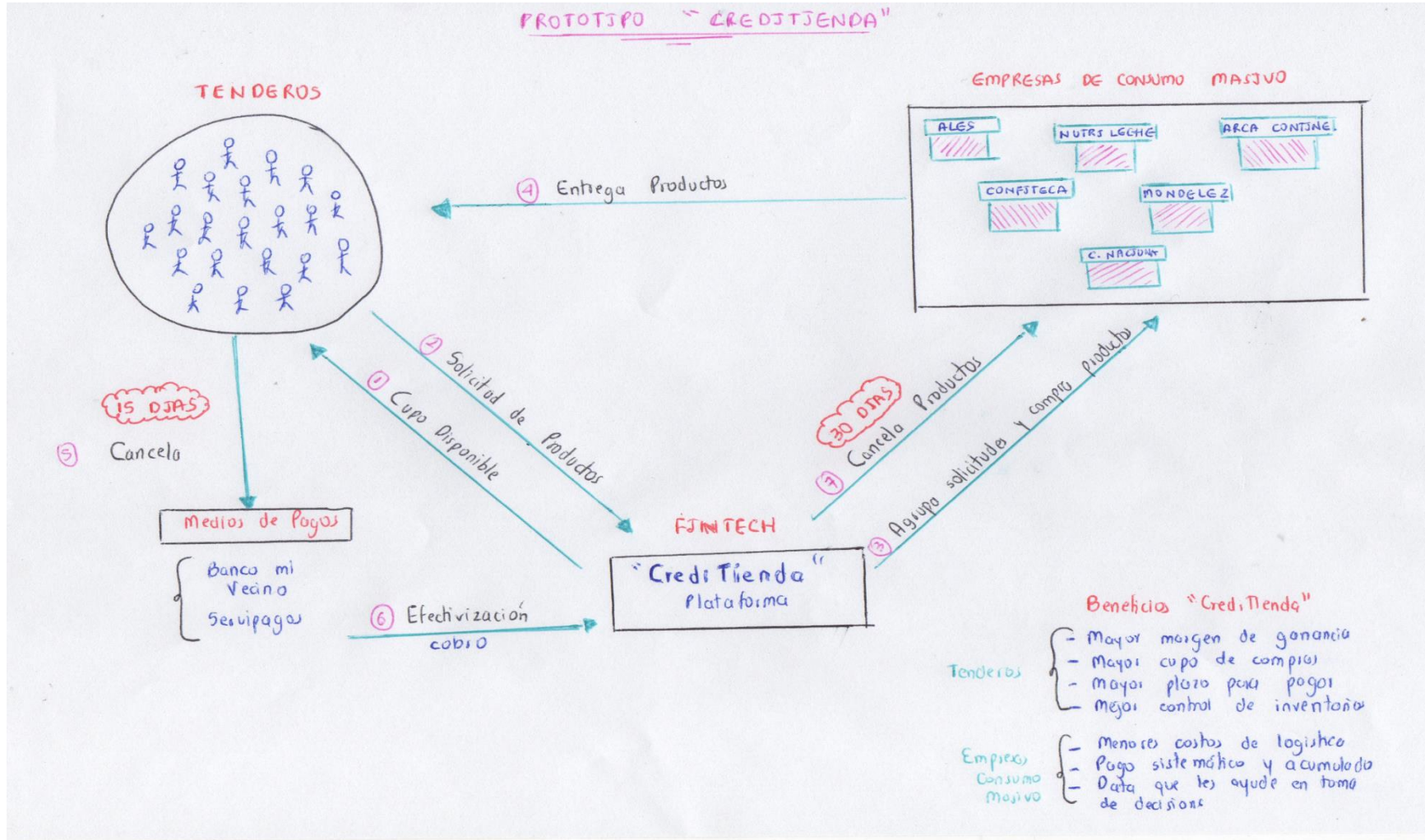
Para ello, se realizaron tres prototipos, primero se realizó varios bosquejos en una hoja de papel, en los que se muestra de manera preliminar cómo operaría la plataforma con sus diferentes actores, las mismas, fueron puestas a consideración de varias personas para medir la aceptación y entendimiento de la gráfica, dos bosquejos se muestran más adelante.

Luego utilizando la herramienta de Office Visio, se realizaron flujogramas en los que a mayor detalle se especifica el proceso de funcionamiento de la Fintech, aquí encontramos cuatro actores: 1) Tenderos, 2) Empresa de Consumo masivo, 3) Plataforma y 4) IFI (Institución Financiera). Se levantaron tres flujogramas; en el primero se describe el proceso para el registro e ingreso de los usuarios a la plataforma, el segundo la compra y pago de productos a las empresas de consumo masivo y finalmente el tercero muestra el proceso para el despacho de los productos y el cobro del dinero ocupado por los tenderos.

El tercer prototipo consistió en diseñar en Power Point dos formas de utilizar la plataforma CrediTienda, la primera una página en internet que será utilizada por las empresas de consumo masivo para postular promociones, receptar pedidos, confirmar órdenes y contar con información de rutas para la entrega de los productos. El segundo diseño es una aplicación para el celular que, de acuerdo con las entrevistas realizadas, los tenderos prefieren utilizar su móvil para agilizar sus pedidos de inventario, a través de esta aplicación podrán conocer sus cupos otorgados, escoger los proveedores, los productos, estar al tanto de promociones y conocer los valores a pagar. Más adelante se muestra las capturas de las pantallas más importantes para utilizar el servicio de CrediTienda.

2.2.1. Prototipo 1: Bosquejo CrediTienda

BOSQUEJO



2.2.2. Prototipo II: Diagrama de Flujo

Diagrama de flujo Registro e Ingreso CrediTienda

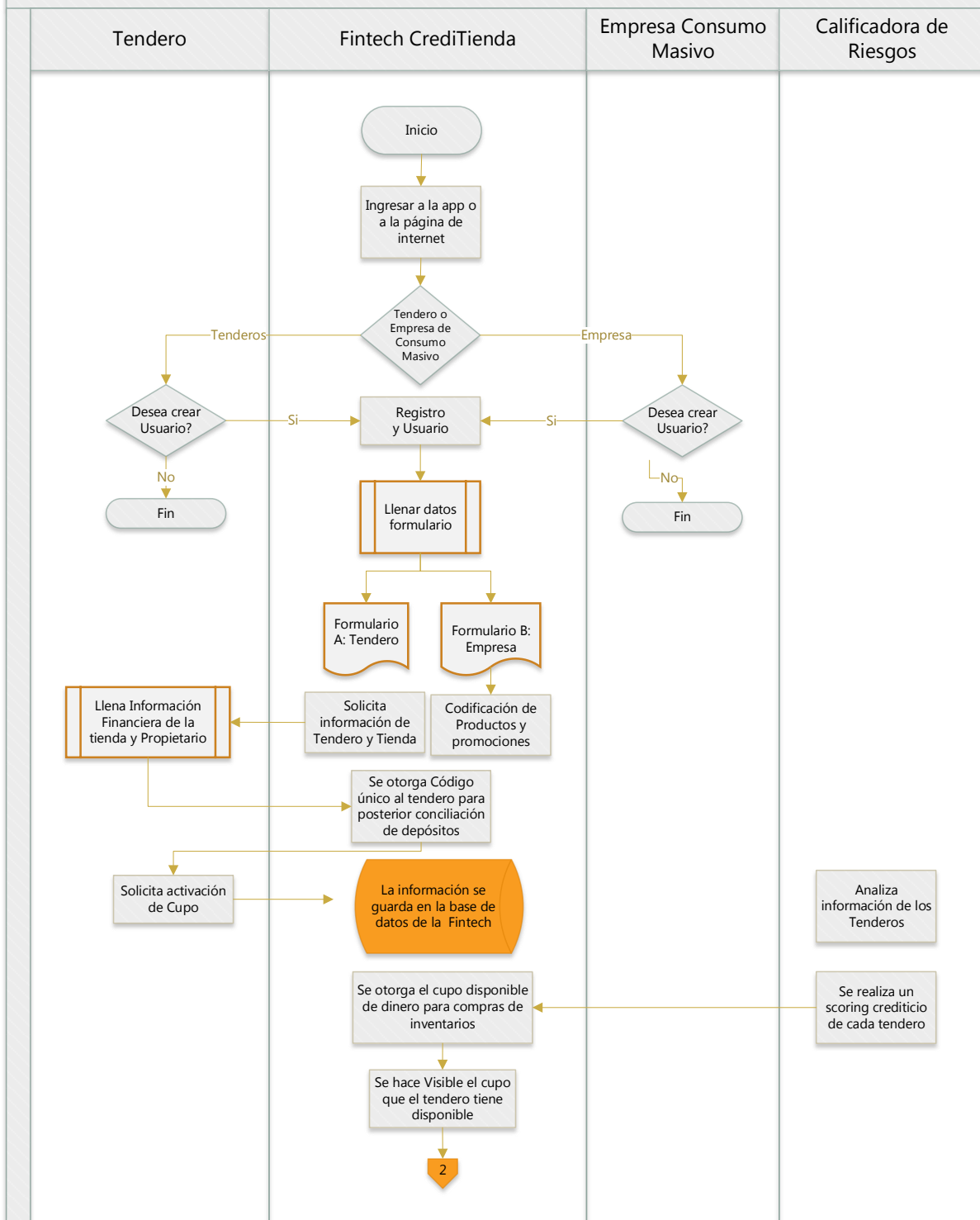


Diagrama de flujo de compra y pago de productos a Empresas de Consumo Masivo

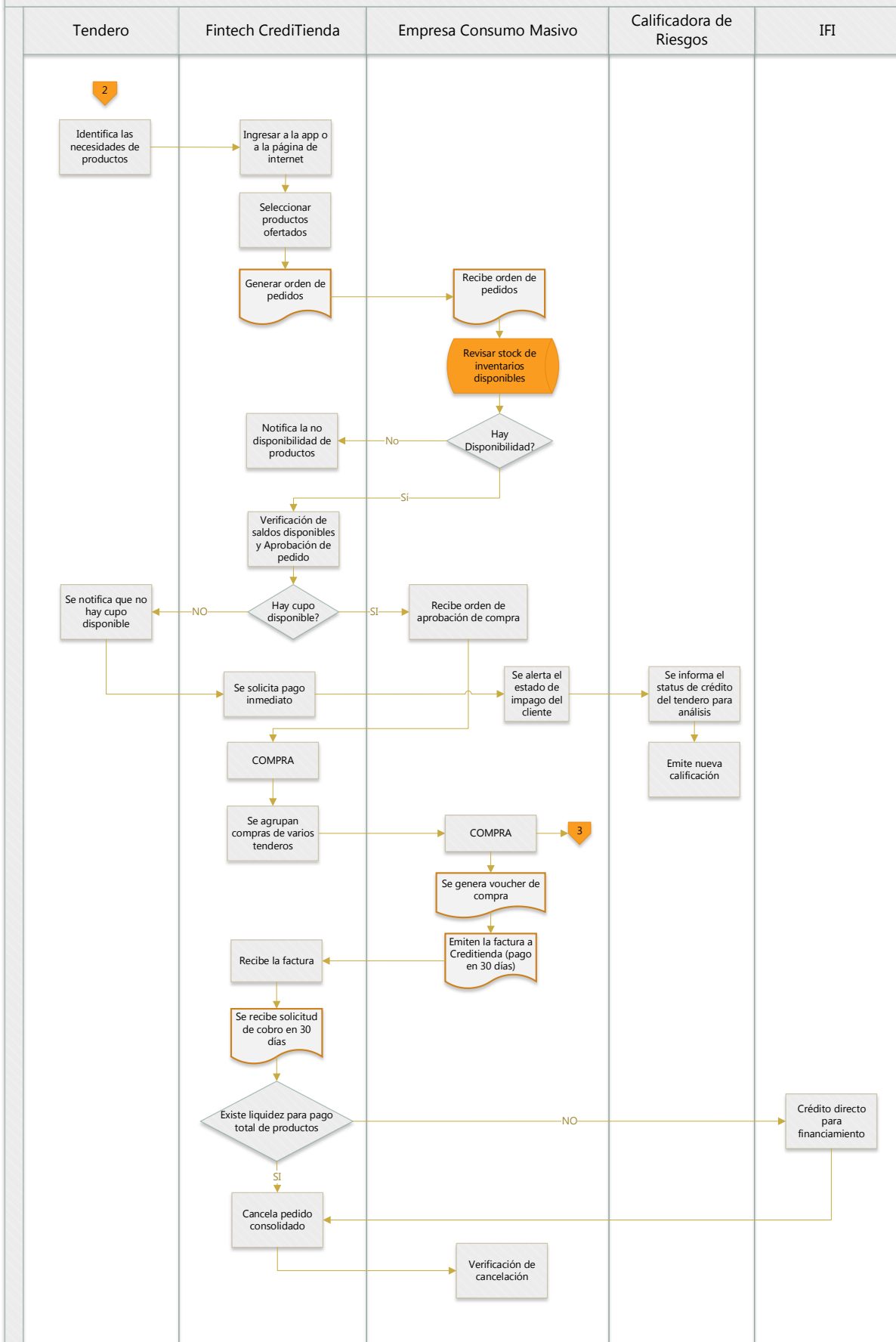
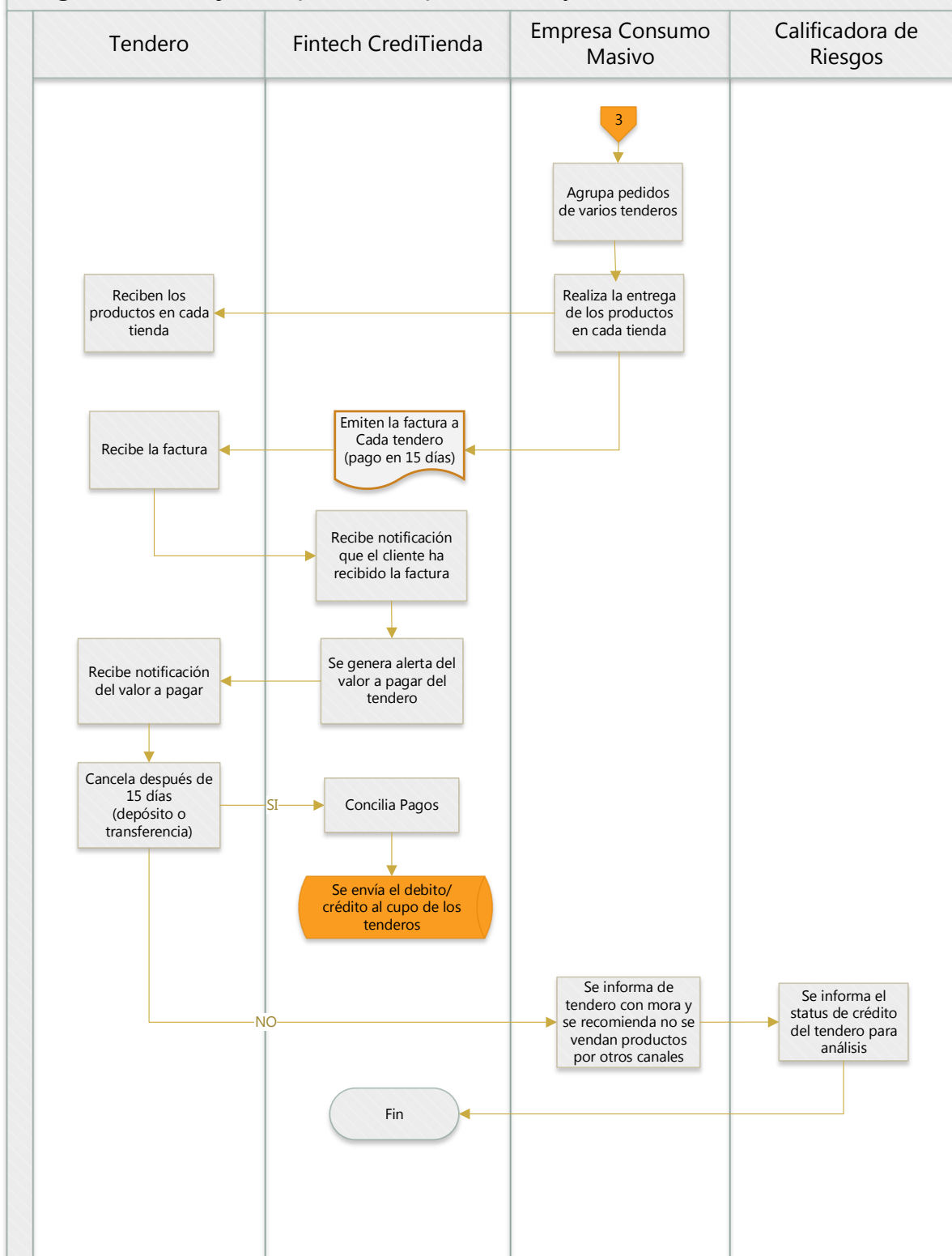


Diagrama de flujo despacho de productos y cobro a los tenderos



2.2.3. Prototipo III: Diseño de la Solución

PLATAFORMA EN INTERNET PARA USO DE LA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO

1 PÁGINA INICIAL

2 CONOCE MÁS

3 PROMOCIONES

4 PROMOCIONES PRODUCTOS

5 PLATAFORMA EMPRESA

6 REGISTRO PRODUCTOS

7 DESPACHO

8 REGISTRO DE PRODUCTOS

9 RECEPCIÓN DE PEDIDOS

10 ORDEN DE PEDIDOS

11 CANALES

12 COBRANZA

13 DESPACHO

APLICACIÓN EN EL CELULAR PARA USO DE LOS TENDEROS

1 SELECCIPONR APP
Dar click aquí

2 INGRESO A LA PLATAFORMA O CREACIÓN DE USUARIO

3 INGRESAR USUARIO Y CONTRASEÑA ★
Dar click aquí

4 DATOS PARA CREACIÓN DE USUARIO

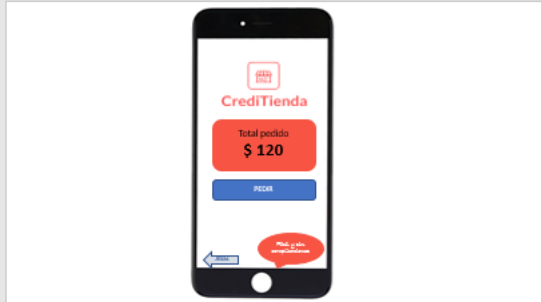
5 REGISTRAR UBICACIÓN DE LA TIENDA

6 ACEPTACIÓN CARTA DE CONFIDENCIALIDAD

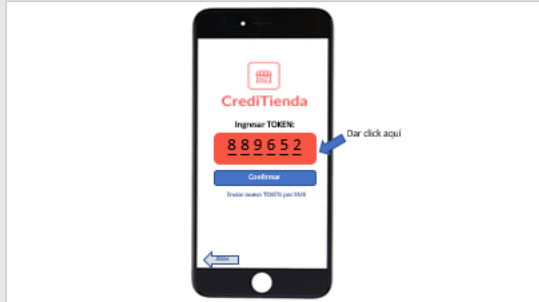
7 OPCIONES PARA EL TENDERO

8 OPCION 1: CONSULTA DE CUPO DISPONIBLE

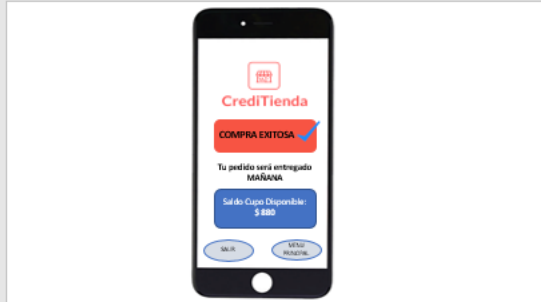
9 OPCIÓN 1: CREAR PEDIDO: Seleccionar Proveedor y * Productos
Dar click aquí



10 OPCIÓN 1 CREAR PEDIDO: Valor total del pedido



11 OPCION 1 CREAR PEDIDO: Solicitar TOKEN



12 OPCION 1 CREAR PEDIDO: Realizar Compra



13 OPCION 2: CONSULTA DE VALOR A PAGAR



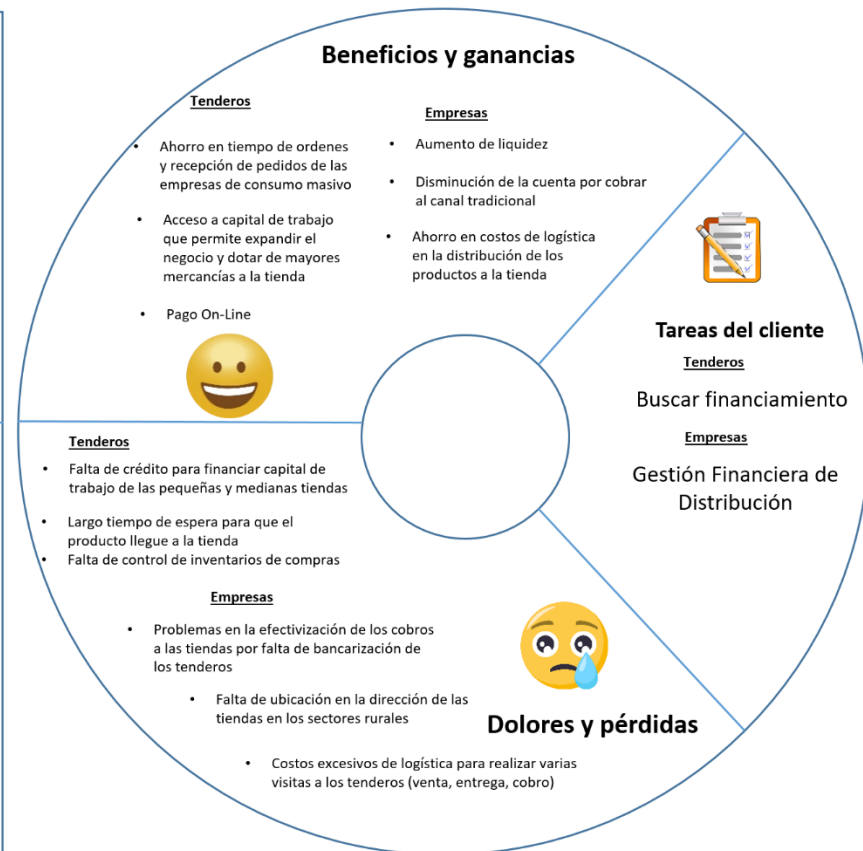
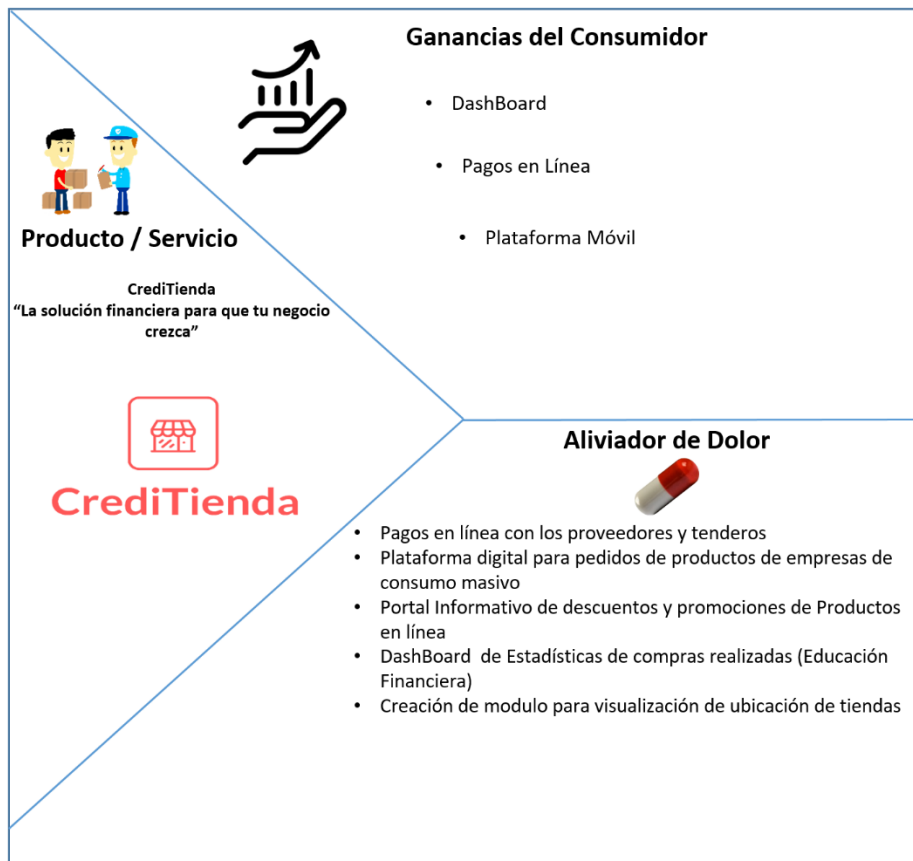
14 OPCION 3: CONSULTA DE PROVEEDORES



15 OPCION 4: CONSULTA DE PROVEEDORES

2.3. Value proposition CANVAS

A través de esta herramienta se resumen las necesidades y dolores de los clientes (tenderos y empresas), los mismos que se resolverán con la creación de la fintech “CrediTienda”, que su impacto permitirá tener ganancias y aliviar los dolores para los dos clientes.



3. MODELO DE NEGOCIOS Y SOSTENIBILIDAD FINANCIERA











En los capítulos anteriores se analizó la problemática, legalidad y a través de metodologías ágiles como el Customer Journey Map se levantaron las necesidades de los tenderos y empresas de consumo masivo, además se diseñaron prototipos de la propuesta de valor que resolverá el problema de los clientes que se resumieron en el Value Proposition CANVAS.

En el presente capítulo se plantea analizar la viabilidad del modelo de negocio y la sostenibilidad financiera a través de la metodología ágil Business Model Canvas (BMC) en las que se analizarán las siguientes 9 variables:

1. Segmento de los clientes
2. La propuesta de valor
3. Canales
4. Recursos claves
5. Socios claves
6. Objetivos y actividades clave
7. Fuente de ingresos
8. Estructura de costos
9. Relación con el cliente

A continuación, se detalla el Business Model Canvas (BMC) elaborado para la Fintech “CrediTienda” y luego se proceden a describir cada una de las variables antes mencionadas.

3.2. Business Model Canvas (BMC)

BUSINESS MODEL CANVAS			
 <p>4.- Socios Claves:</p> <ul style="list-style-type: none"> -IFIS - Medios de pago <p>Banco Pichincha mi Vecino, Servipagos y bancos aliados</p> <ul style="list-style-type: none"> -IFI- Financiamiento para operación de CrediTienda -Empresa calificadora de Riesgo (Fintech ConSulta) 	 <p>6.-Actividades Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Convenio de cooperación empresarial con Empresas de Consumo Masivo -Obtención de financiamiento de crédito para 1ra operación -Gestión eficiente de la asignación de cupo de crédito 	<p>2.- Propuesta de Valor:</p> <p style="text-align: center;">Creditienda </p> <p>"La Solución Financiera para que tu negocio crezca"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brinda capital de trabajo a pequeños comerciantes - Mejor margen de ganancia para los tenderos - Mayor cupo, plazo que el actual otorgado a tenderos - Reducción de costos para las empresas de consumo masivo 	 <p>9.- Relación con Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descuentos y Promociones - Showroom con empresas y tenderos - Plataforma interactiva web - Costo de afiliación del 50% por el 1er año a las empresas de consumo masivo
<p>5.- Recursos Clave: </p> <ul style="list-style-type: none"> - Software de Plataforma y App - Software de calificación de riesgos de tenderos - Certificación de Seguridad de información 		 <p>3.- Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma digital web - APP para celular 	
<p>8.- Estructura de Gastos</p> <p>Gastos de Constitución y desarrollo Corresponde a la inversión que debe realizarse en el año inicial para garantizar la operación de Creditienda, entre los gastos mas importantes estan: Constitución de la empresa, Implementación de plataformas, Infraestructura Tecnológica, Oficina y mobiliario.</p> <p>Gastos de operación Los gastos de operación comprenden: G. Oficinas, G. Fijos Tecnológicos, G. Recursos Humanos, G. Financieros que se realizaran cada año para el funcionamiento correcto de las plataformas.</p> <p>Gastos de publicidad Los gastos de publicidad se planifican con la realización de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Campaña de lanzamiento " Creditienda" 2.- Campañas de Posicionamiento de "Creditienda" 3.- Comunidades de Tenderos 		<p>7.- Fuente de ingresos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Fee de Afiliación a las empresas de consumo masivo, el primer año se cobrará el 50%. Las empresas de consumo masivo esperadas a alcanzar por año son progresivas, iniciando en el 2020 con 5 y a finales del 2024 es estima alcanzar 13 empresas de consumo masivo. 2.- Ingreso por intermediación comercial, se negociará un margen de ganancia con las empresas de consumo masivo al comprar al por mayor la mercadería y se transferirá gran parte de este margen de ganancia a los tenderos, resultando para Creditienda los siguientes márgenes: 2020 y 2021 : 2% margen de ganancia 2022, 2023 y 2024: 3% margen de ganancia 3.- Ingresos por publicidad, se estimará por el rango de número de pautas y prioridad: <ol style="list-style-type: none"> 1.-Costo por visualización 2.- Costo por clic a página de enlace ECM 3.-Costo por interacción (me gusta/ no me gusta <p>* El cobro cumple con especificaciones de interacciones mínimas para el pago</p>  	
<p>1.- Segmento de los clientes: Empresas de Consumo Masivo</p>  <p style="text-align: center;">Tenderos</p> 			

3.1. Descripción de variables BMC

1. Segmento de los clientes

Los clientes de Creditienda a los cuales se les agrega valor son:

- **Tenderos:** Son el principal cliente, porque se beneficiarán de la intermediación comercial de la Fintech para obtener capital de trabajo, precios de adquisición más competitivos y mayor control de sus inventarios. Nuestros clientes estarán ubicados en un inicio en la provincia de Pichincha aprox. 34.200 tenderos.
- **Empresas de consumo masivo:** Se benefician al ahorrar tiempo y recursos en su ciclo para cerrar ventas, entre los principales clientes iniciales tenemos: Confiteca, Mondelez, Arca Continental, Nutrileche, Industrias Ales, Cervecería Nacional

2. La propuesta de valor

La propuesta de valor de Creditienda manifiesta “La solución financiera para tu negocio crecer”, esto hace referencia a que es una Fintech que interactuará entre las empresas de consumo masivo y los tenderos, brindando capital de trabajo a los pequeños comerciantes para adquirir mayores cantidades de productos, incrementando sus ganancias y permitiendo a las empresas de consumo masivo ahorrar ineficiencias en sus costos de logística.

Actualmente en el mercado ecuatoriano no encontramos empresas que realicen este tipo de intermediación completa, que permita además a los tenderos obtener mayores cupos que el actualmente otorgado por las empresas de consumo masivo y mayores plazos para realizar sus pagos, lo que también beneficiará a los tenderos para llevar un mejor control de su ciclo de efectivo y de inventarios.

3. Canales

Los canales a través de los cuales CrediTienda llegará a sus clientes son:

- **Plataforma digital:** Permitirá tener conexión directa con las empresas de consumo masivo, las mismas que compartirán por este canal información sobre los tipos de productos, presentaciones, cantidades, promociones y descuentos.
- **Aplicación app y/o una aplicación SMS:** Permita conectarse con los tenderos, los cuales realizarán los pedidos en tiempo real con las empresas de consumo masivo, conocerán sus cupos otorgados, los valores a cancelar de los pedidos realizados, así como acceder a promociones y descuentos ofertados por las grandes empresas.

4. Socios clave

Se considera como socios claves para el funcionamiento exitoso de CrediTienda:

- **Medios de pagos:** Banco mi Vecino, Servipagos e instituciones financieras aliadas para realizar débitos a las cuentas de los tenderos y de esa manera recuperar la cartera eficientemente.
- **IFI (Institución Financiera):** Banco Pichincha o Cooperativa con reconocimiento nacional; CrediTienda solicitará un crédito abierto a una de estas instituciones financieras con la finalidad de cubrir la totalidad del financiamiento de la primera operación de intermediación comercial, así pagaremos a tiempo los inventarios pedidos por los tenderos directamente a las empresas de consumo masivo.
- **Calificadora de Riesgos:** Se plantea trabajar con Fintech Con\$ulta, se contratará sus servicios para el análisis de riesgo de cada tendero y con ello definir el monto de cupo otorgado y el plazo de pago, de esta manera se pretende minimizar el riesgo crediticio.

5. Recursos Claves

Los recursos clave para operar CrediTienda son:

- **Software de Plataforma web y app móvil;** el desarrollo de la inteligencia de la estructura de negocio detrás de la plataforma visible.

- **Software de calificación de riesgos a los tenderos;** que contenga todos los parámetros necesarios para realizar un adecuado scoring de crédito para cada cliente (tendero).
- **Certificados de seguridad,** que brinden confianza y preferencia a nuestros usuarios.

6. Actividades claves

Las principales actividades claves para CrediTienda cumplir sus objetivos son:

- **Realizar convenios de Cooperación con las empresas de consumo masivo:** esta es una de las actividades más importantes, porque a través del convenio con las empresas de consumo masivo, seremos un canal aliado de ellos, de esa manera será mucho más ágil y fácil llegar a los tenderos para que utilicen nuestra aplicación.
- **Obtención de crédito para realizar la primera intermediación comercial:** Como realizaremos intermediación comercial, CrediTienda adquirirá los productos pedidos por su plataforma directamente a las empresas de consumo masivo en un plazo estimado de 30 días, por lo que para el pago de la primera compra necesitará un crédito para llevarla a cabo y cubrir un posible impago de los tenderos (plazo estimado de cobro a los tenderos 15 días).
- **Gestión eficiente del otorgamiento de cupos de crédito a los tenderos,** es una actividad fundamental de la cual depende la futura morosidad y liquidez de la Fintech CrediTienda.

7. Fuente de ingresos

CrediTienda obtendrá sus ingresos a través de tres fuentes:

- 7.1. Fee de afiliación:** Se cobrará a las empresas de consumo masivo, como incentivo se plantea el primer año cobrar sólo el 50%, se proyecta empezar con 5 empresas y a partir del segundo año de operación incrementar 2 empresas por año.

7.2. Ingresos por intermediación comercial: Estos ingresos se obtendrán por la negociación del margen de ganancia de los productos entre las empresas de consumo masivo y el margen cedido a los tenderos. Es decir, las empresas de consumo masivo venden a CrediTienda los productos destinando un margen de ganancia, que será del 10% aproximadamente el primer año, y se negocia un incremento según el volumen de compras de inventario, por su lado, CrediTienda vende los productos a los tenderos cediendo un margen de ganancia del 8% aproximadamente, así CrediTienda gana un 2% por la intermediación comercial y reduce significativamente la morosidad de la cartera de las empresas de consumo masivo; una vez que los tenderos soliciten los productos se les dará un tiempo estimado de pago de 15 días mientras CrediTienda tiene una promesa de pago de 30 días a las empresas de consumo masivo, cabe mencionar que CrediTienda no administra el inventario físicamente porque es la empresa de consumo masivo la que se encarga de la custodia y distribución.

El margen de ganancia otorgado por las empresas de consumo masivo y el plazo de pago para CrediTienda, se negociará a medida que se incrementen el volumen de compras realizados a través de nuestras plataformas.

7.3. Ingresos por publicidad: Las empresas de consumo masivo tiene la opción de dar a conocer su negocio, sus productos estrella, promociones y descuentos en la app CrediTienda; por estos servicios planifica tres tipos de cobro:

- 1) Por visualización, que consiste en videos cortos de 3, 4 y 5 segundos en la plataforma móvil y digital con costos por tiempo de grabación.
- 2) Por costo de clic a la página de enlace de la empresa, aquí se cobraría por rango de numero de clics con diferentes costos.

3) Por costos de interacción en la que se planifica tener un espacio donde los tenderos interactúen con las empresas de consumo masivo con clics de me gusta/no me gusta atados a las redes sociales donde se publiquen sus experiencias.

8. Estructura de costos

CrediTienda contempla una inversión inicial en la cual se considera financiar las siguientes actividades: Constitución de la empresa, Implementación de plataformas, Infraestructura Tecnológica, Oficina y mobiliario, Gastos de Operación y Gastos de Publicidad.

Además, a partir del primer año de operación se consideran gastos fijos y variables de:

- **Gastos de Operación:** Oficinas, Tecnológicos, Recursos Humanos y Financieros.
- **Gastos de Publicidad:** Campañas de Posicionamiento e interacción con los Tenderos.

9. Relación con el cliente

CrediTienda para afianzar la relación con sus clientes propone:

- Participar y realizar en varios Showroom para mostrar la utilidad de la Fintech.
- Desarrollar una plataforma interactiva tanto para tenderos como para las empresas de consumo masivo.
- Promover beneficios especiales para tenderos como promociones y descuentos al utilizar este canal de compras.
- Para las empresas de consumo masivo la afiliación a CrediTienda se cobrará durante el primer año sólo el 50%.

4. ESTRATEGIA DE LEVANTAMIENTO DE CAPITAL

Una vez que se ha analizado la viabilidad y sostenibilidad de la creación de la Fintech “Creditienda” tanto en el capítulo II y III; este capítulo se enfoca en el levantamiento de la inversión necesaria para empezar con la operación del negocio.

La propuesta de financiamiento para la realización de este proyecto proviene de dos fuentes, financiamiento a través de fondos propios y fondos de terceros, los porcentajes y estrategias se detalla a continuación:

4.1. Fondos Propios

Para formar la sociedad limitada, los dos socios mentores de la Fintech proponen aportar el 55% del financiamiento total, lo que representará una mayoría para la toma de control de las decisiones sobre el rumbo del negocio.

Este porcentaje se dividirá en acciones ordinarias entre los dos socios fundadores repartidos de acuerdo a la aportación de capital igualitaria de cada uno.

Para el financiamiento propio, los socios cuentan con ahorros personales y con activos como vehículos, los cuales respaldan esta transacción, la aportación de los socios será en efectivo no en bienes.

4.2. Fondos de terceros

El financiamiento a través de fondos de terceros será del 45% restante de la inversión, y podrá provenir de personas naturales o jurídicas que quieran aportar como inversionistas financiando capital de trabajo.

Una vez investigado las diferentes maneras de financiamiento disponibles en el mercado ecuatoriano, a continuación, se detallan las alternativas seleccionadas para poner el negocio en marcha:

4.2.1. Capital Semilla

Este tipo de financiamiento está abierto a personas naturales o jurídicas que aporten al crecimiento de la Fintech “CrediTienda” tanto monetariamente como en conocimiento, experiencia y redes de contacto.

Uno de los principales inversionistas es el banco de ideas - Senescyt. – El proyecto debe tener potencial innovador, el Banco de Ideas realiza una evaluación y si resulta ser seleccionado financia la inversión hasta USD 50.000,00, también abre la posibilidad de encontrar nuevos inversionistas para que la innovación se comercialice por el mundo. (Banco de Ideas, 2019)

4.2.2. Inversores Ángeles

Este tipo de inversionista financia emprendimientos que estén en proceso de “negocios en marcha”, pero en las fases iniciales.

La (Alianza Para el Emprendimiento e Innovación (AEI), 2019) detalla en inversores, a Angeles EC, es una red de inversionistas individuales que apuestan a una idea emprendedora valiosa, con una inversión en promedio de USD 25.000,00 para proyectos en fase de crecimiento, interés de inversión en TICS y la participación accionaria entre el 0% y 30%. (Alianza Para el Emprendimiento e Innovación (AEI), 2019)

4.2.3. Venture Capital

Estas inversiones financian proyectos en fase de crecimiento y que tienen un elevado potencial y riesgo, dentro de este tipo de financiamiento se encuentra Kruger Labs, es una aceleradora que apoya directamente a través de un fideicomiso, y su interés de inversión son las TICS en etapa de crecimiento, su inversión es de USD 50,000.00 en promedio y su participación accionaria en los proyectos va del 10% al 15%. (Alianza Para el Emprendimiento e Innovación (AEI), 2019)

4.2.4. Banca Privada

- Banco del Pacífico: financia a través de crédito Pyme Emprendedor desde los \$2.000. La tasa de capital de trabajo es del 9%, la de activo fijo del 9,5%. Hasta

84 meses de plazo activo fijo y 60 meses capital de trabajo con un año de gracia. Y su participación accionaria es del 80% del valor del crédito. (Banco Pacífico, 2019)

- CFN: cuenta con un Fondo de Capital de Riesgo de \$ 20 millones, deben estar en etapa de crecimiento, con una validación del mercado en ventas o con un modelo de negocio probado y con tendencia al crecimiento, financian USD 50,000.00 y una participación accionaria temporal del 25% al 40%. (CFN (Corporación Financiera Nacional), 2019)

Adicional a estas opciones de financiamiento, también es importante mencionar, que en el mercado ecuatoriano existen coworking e incubadoras que ofrecen programas para las diferentes etapas de crecimiento de los emprendimientos como, por ejemplo: Impacto, Innova Center, ConQuito, WorkingUp, que buscan impulsar emprendimientos.

4.2.5. Propuesta ELC Fintech “CrediTienda”

Una vez analizadas las diferentes opciones disponibles en el mercado ecuatoriano, y seleccionadas las que mejor se ajustan a nuestras necesidades, para el levantamiento de la inversión inicial de CrediTienda, proponemos conseguir el financiamiento de así:

Tabla 4 ELC Fintech “CrediTienda”

ELC Fintech " CrediTienda"		
Inversión Inicial		\$ 120.758
Financiamiento	%	\$
Fondos Propios:	55%	\$ 66.417
Diego Chávez	27,50%	\$ 33.208
Katherine Brito	27,50%	\$ 33.208
Fondos de Terceros:	45%	\$ 54.341
Banco de Ideas Senescyt	15%	\$ 18.114
Angeles EC	10%	\$ 12.076
Kruger Labs	10%	\$ 12.076
Bancos Privados	10%	\$ 12.076
Total:	100%	\$ 120.758

Fuente: Consulta
Elaboración: Propia

5. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones Fintech Creditienda

- El mercado ecuatoriano refleja que existen importantes oportunidades de crecimiento para las *Fintech* debido al poco desarrollo de una cultura bancarizada (44%) (Diario Expreso, 2018), innovación, digitalización y automatización de procesos que generen valor a los servicios de las empresas.
- En el mercado ecuatoriano existen otros aplicativos que ayudan a las empresas de consumo masivo en la logística de la venta y facturación, pero no existe aplicaciones que conecte a tenderos y empresas, justo ahí la oportunidad de CrediTienda para ingresar al mercado con una aplicación innovadora que intermedia entre las dos partes.
- La creación de la Fintech Creditienda solucionará el problema que actualmente enfrenta el 90% de los tenderos entrevistados, que son la falta de financiamiento de capital de trabajo y bajo margen de ganancia en el precio actual de los productos, lo que permitirá al canal tradicional incrementar su crecimiento y productividad.
- De acuerdo a la investigación realizada el 100% de las empresas de consumo masivo entrevistadas están interesadas en implementar Fintech Creditienda, dentro de sus procesos de venta al canal tradicional, pues les permitirá reducir la actual morosidad del 36% del canal tradicional y reducir los costos de logística.
- Una vez realizado el análisis financiero, considerando una proyección de flujos a 5 años, descontados con una tasa propuesta del 15%, se determina que la creación de la Fintech Creditienda es viable, desde el tercer año se recupera la inversión inicial, y se obtiene una TIR del 39% y un VAN de \$105.202.

Bibliografía

- 593 Capital Partners. (2019). *Filosofía de Inversión*. Obtenido de <http://www.593capital.com/>
- Aguilar, A. F. (2015). <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5320/1/11699.pdf>.
- Alianza Para el Emprendimiento e Innovación (AEI). (29 de Abril de 2019). Obtenido de <http://www.aei.ec/estrategia/innovacion/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (28 de abril de 2011). Ley de Economía Popular y Solidaria.
- Banco Central del Ecuador (BCE). (septiembre de 2018). Obtenido de Tasas de Interés: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco de Ideas. (29 de Abril de 2019). *¿Cómo funciona Banco de Ideas?* Obtenido de <http://www.bancodeideas.gob.ec/site/como-funciona>
- Banco Pacífico. (29 de Abril de 2019). *Emprendedor Pacífico*. Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/empresas/creditos/emprendedor-pacifico>
- Barros, A. (13 de Septiembre de 2018). Vicepresidente Industrias Ales. (D. Chávez, Entrevistador)
- Burneo, S. N. (2016). *Inclusión financiera para el desarrollo*. Naciones Unidas, Santiago.
- CARANA Ecuador. (2019). *Caran ¿Quiénes Somos?* Obtenido de http://www.carana.ec/?page_id=1244
- CFN (Corporación Financiera Nacional). (2019). *Programa Progresar*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/programa-progresar/>
- Comisión de Legislación y Codificación. (15 de Mayo de 2009). Ley de Compañías. Ecuador.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2017). *Acerca de Microempresas y PYMES*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Cristian Fuentes FintechNova. (4 de septiembre de 2018). (D. Chávez, Entrevistador)
- Ecuador, B. C. (Septiembre de 2018). *Cifras económicas* . Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec>

- El Telégrafo. (25 de julio de 2015). *300 mil personas laboran en las tiendas de barrio*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/300-mil-personas-laboran-en-las-tiendas-de-barrio>
- EL UNIVERSO. (2 de Septiembre de 2018). *Los tenderos organizados en Ecuador tienen una aplicación para conectarse con sus proveedores*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/tendencias/2018/08/30/nota/6929012/tenderos-organizados-ecuador-tienen-aplicacion-conectarse-sus>
- Estrella, X. C. (2015). *Plan de Negocios: Fast Report (Tesis de Postgrado Maestría en Administración de Empresas, ESPOL)*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/91510/D-P12470.pdf>
- Fariza, I. (24 de Octubre de 2017). *Las Pymes de America Latina exigen su sitio*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2017/10/24/actualidad/1508834867_238982.html
- Fundación CRISFE. (29 de 04 de 2019). *EmprendeFe*. Obtenido de <http://www.emprendefe.org/el-programa>
- INEC. (2018). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2017). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2016*. Quito. Obtenido de file:///E:/Usuarios/Q2025278/Documents/1.%20Planeación%20Financiera/Personal/SAN%20FRANCISCO/4TO%20CICLO/Trabajo%20de%20Titulación/Información/Principales_Resultados_INEC_2016.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2017). *Visualizador de Estadísticas Productivas*. Obtenido de http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (19 de enero de 2018). *Resolución No. 436-2018-F*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ley_de_Instituciones_Financieras. (2001). Ley de Sistema Financiero.
- LÍDERES. (15 de julio de 2015). *En América Latina el 99% de las empresas son pymes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>

Nacional, A. (24 de mayo de 2014). Ley de compañías. Quito, Pichincha, Ecuador.

Quiroz, M. O. (19 de julio de 2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>

Superintendencia de Bancos. (2018). http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/?page_id=327. Obtenido de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/?page_id=327

Superintendencia de Compañías, v. y. (2018). <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>.

Vallejos, E. Z. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista CEPAL*, 53-70.

VisionFund. (s.f.). *BANCA COMUNAL*. Obtenido de <https://www.visionfund.ec/productos/microcredito/banca-comunal/#>

Zambrano, L. (18 de marzo de 2018). *Tiendas del barrio, el eslabón para crear empleo*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/economia/economia-empleo-tiendas-produccion-mercado-BI2082164>

Zapata, B. (3 de Julio de 2018). Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador. *El UNIVERSO*, págs. 7-8.

ANEXOS

ANEXO I: ENCUESTAS TENDEROS

Se realizaron 18 entrevistas a tenderos, las mismas que fueron recopiladas a través de audios, la mayoría de entrevistados brindaron información muy valiosa y que aporta a nuestra investigación, sin embargo, no todos estuvieron dispuestos a brindar más información. A continuación, se detallan las 18 entrevistas adaptadas a preguntas para una mejor comprensión del lector.

ENTREVISTA 1 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Propietario: Joffre Vivanco

Nombre Local Comercial: Micro mercado San Vicente

Ubicación: Quito Centro Norte

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
 - Tengo visitas de los proveedores dos o una vez por semana o algunos cada quince días
 - Algunos proveedores ya conocen lo que se necesita entonces cuando llegan revisan las perchas y toman el pedido directamente, luego validan conmigo y según eso se hace el pedido
 - La entrega se realiza al día siguiente o en dos días
 - Los pagos se hacen al contado, 8 días, 15 días dependiendo del proveedor
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
Sería importante se desmonopolicen las empresas grandes, porque los márgenes utilitarios para las empresas pequeñas son mínimos comparados con las empresas como Santa María que tienen precios mucho más bajos por la cantidad de productos que ellos adquieren.
3. **¿Para el crecimiento de su negocio, o para mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
No hay nadie que respalde a los microempresarios
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
Si
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
 - Recepción de facturas electrónicas
 - Envío de retenciones
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
Con algunos si se ha hecho, pero son contados los proveedores con los que se puede trabajar de esa manera. Pero si me gusta que vengan los vendedores, porque ellos van revisan las perchas, revisan los caducados y ellos se llevan si es que les deben cambiar.
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
Una app en el celular porque eso es de más fácil uso
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Solo lo llevan por las cantidades que tienen en bodega y en perchas
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 - Proesa
 - Arca Continental
 - Cervecería Nacional

- Pronaca

12. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?

Plazo máximo de 30 días están dando

13. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?

Es de acuerdo con el producto, a las ventas mensuales

14. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

Dependiendo el proveedor, pero con la mayoría \$200 en cada visita.

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

Siempre se trata de tener el dinero para pagarles porque tienen que cancelarles.

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

Estaba organizándose anteriormente, ellos compraban grandes cantidades y por un programa que tenían por el teléfono ellos nos ofrecían y nosotros comprábamos, pero ya quedo en nada porque parece que no tuvieron el capital necesario para comprar grandes cantidades.

Hay veces que algunos productos compro en Santa María porque son más baratos que lo que me da Nestlé, entonces quisiéramos precios más económicos que podamos mejorar los márgenes por productos.

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- Descuentos en los productos
- Mayor rotación de inventarios
- Garantía que sea que atrás de la plataforma exista una entidad que respalde el cupo de crédito

ENTREVISTA 2 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Local Comercial: Surti Market

Ubicación: Carcelén

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

- El distribuidor del proveedor nos visita cada 5 a 8 días depende del producto
- Cuando el distribuidor llega mira el abastecimiento de los productos y hace una constatación física de sus productos

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

- Sistema para identificar los productos
- Variedad de productos
- La tecnología no está relacionada con las tiendas pequeñas

3. ¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

No, se trabaja con capital propio y se realizan pagos en efectivo en los productos que se encuentren desabastecidos

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio **X** Otros Banco Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

NO

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Claro, porque sería una buena manera de generar los pedidos a los distribuidores

3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
SI, pero ya no se endeudan porque el consumo ha bajado.
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
NO
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
SI, para agilizar los pedidos cuando se necesita
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
Una página en el internet
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Solo por la cantidad que se ve en la percha
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
- PIDACO
- LA FAVORITA
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
NO
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
Depende, pero entre \$50 y \$100 más o menos
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
Máximo 30 días
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Siempre debo tener el dinero porque no me hacen el siguiente pedido
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
No sé qué responder porque aún no lo he pensado
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
- Descuentos en los productos
- Compras grandes

ENTREVISTA 4 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Propietario: Marjurie Encalada

Nombre Local Comercial: Ferplas

Ubicación: Nayón

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
- Los grandes distribuidores nos visitan cada 8 o 15 días
- La entrega se hace al día siguiente o después de 2 o 3 días
- El Pago se hace en 15 o 30 días

- Ellos se acercan a hacer el cobro
- Si es que hay un abastecimiento urgente se hace por llamada telefónicamente

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

- Mayor agilidad en los tiempos de entrega de los grandes proveedores

3. ¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

Si se realizó créditos cuando recién se creó el negocio

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio X Otros Banco Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

Si

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

Se utiliza para el manejo de los inventarios y verificar facturación

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Si fuese muy interesante

8. ¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?

Una app que tenga convenio con todas las grandes casas comerciales, donde podría ver los productos con descuento, ofertas, etc. Preferiría una app.

9. ¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?

Con un sistema interno

10. ¿Qué segmentos de productos son los que más vende?

Limpieza Bebidas Alimentos Confeitería X

11. ¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?

- Catedral
- Confiteca
- Arca Continental

12. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?

Hasta 30 días

13. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?

Es directamente lo que se necesite

14. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

Si fuera buena la iniciativa

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- Descuentos en los productos
- Estadísticas de los productos estrella por la compra

ENTREVISTA 5
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Propietario: Andrés Paguay

Nombre Local Comercial: Abarrotos Las rebajas de Andrés

Ubicación: Cumbayá

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
 - Los grandes distribuidores vienen a promocionar sus productos o telefónicamente se hacen los pedidos
 - Los proveedores toman los pedidos ese día
 - La entrega se hace al día siguiente o en una semana aproximadamente
 - El pago se realiza a 8 o 15 días
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
 - Solvencia que se necesita para comprar mayores inventarios
3. **¿Para crecimiento de su negocio, o mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**

Si se realiza créditos para crecer, aunque no son constantes
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**

Capital Propio	Otros	Banco	Cooperativa X
----------------	-------	-------	----------------------
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**

Si
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**

Consultar nuevos productos en las páginas de las grandes empresas
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
 - Si nos interesa porque ahorramos tiempo y podemos ver los nuevos productos en línea
 - También para llevar un mejor control de las compras de productos
 - Pero me gustaría que existan capacitaciones para el uso de la plataforma o la app
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**

Una página en el internet
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**

Solamente por lo que hay en perchas o en bodega
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**

Limpieza	Bebidas X	Alimentos X	Confitería X
----------	------------------	--------------------	---------------------
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 - La Favorita
 - Arca Continental
12. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?**

30 días
13. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?**

Se compra lo que necesita en ese momento la tienda
14. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**

Entre \$100 o \$150 en cada pedido
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**

Para tiendas pequeñas como la mía, la pregunta es cuánto nos van a cobrar

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- Un seguro dental
- Descuentos

**ENTREVISTA 6
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”**

Nombre Propietario: Nelly Sánchez

Nombre Local Comercial: Abarrotes Cris

Ubicación: Sur de Quito

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

- Cada distribuidor visita la tienda cada 8 días
- La entrega es pasando un día
- El pago se realiza en 8 o 30 días

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

- Facilidad de pago para comprar más inventarios para poder crecer

3. ¿Para crecimiento de su negocio, o mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

Si me hice un crédito estudiantil con el que apertura la tienda

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio Otros Banco Cooperativa X

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

No

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Si, sería interesante porque nos permitiría ahorrar tiempo y así podemos tener más tiempo para atender a los clientes.

8. ¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?

Preferiría una página en el internet para hacer los pedidos

9. ¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?

Mi hija tiene un libro diario en los que lleva el control de los inventarios

10. ¿Qué segmentos de productos son los que más vende?

Limpieza X Bebidas Alimentos Confitería

11. ¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?

- Dicofi
- Nestle
- Surtimarcas

12. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?

Nestlé 8 días los otros todos al contado

13. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?

Compro de acuerdo con lo que necesito

14. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

\$50 semanal por cada proveedor

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

Si para que nos ayuden a manejar el flujo de dinero.

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- Descuentos en los productos

ENTREVISTA 7 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Propietario: Luis Simbaña

Nombre Local Comercial: Micro mercado Picolinos

Ubicación: Quito Sur

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

- Los proveedores nos visitan cada 8 días
- En el momento de la visita nos toman el pedido
- La entrega algunos son venta directa y si entregan en ese momento, otros hacen la preventa y le traen al siguiente o en dos días
- El pago se hace a veces al contado o en 8 días

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

- La mayoría de los proveedores están trabajando al contado ya no con crédito y eso no nos permite crecer adecuadamente
- Trato de mantenerme con los proveedores que le dan crédito, porque los productos no todos salen diariamente

3. ¿Para crecimiento de su negocio, o mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

No he recurrido a ningún tipo de crédito

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio Otros Banco Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

Si

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

No le doy actualmente usos comerciales solo personal

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Si me gustaría porque sería una buena opción para ahorrar tiempo

8. ¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?

Una app en el celular porque eso es de más fácil uso

9. ¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?

Los proveedores me ayudan a ver qué hace falta en perchas y según eso se adquiere. Actualmente no manejo bodega, solamente lo de percha, es la mercadería que tengo disponible.

10. ¿Qué segmentos de productos son los que más vende?

Limpieza Bebidas Alimentos Confitería

11. ¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?

- Pronaca
- Arca Continental
- Cervecería Nacional

12. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?

La mayoría solo me dan al contado

13. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?

De acuerdo con lo que necesite, pero si me interesaría tener un cupo de crédito abierto.

14. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

Un promedio de \$200 cada semana, con los grandes distribuidores

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

Siempre debemos disponer porque por eso hacen la preventa

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

Por supuesto, alguien ya me hablo de este tema, porque al adquirir entre varios podríamos obtener mejores descuentos en los precios que es lo que nos conviene a nosotros.

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- Que nos ayude a engrandecer el negocio
- Que existan descuentos, promociones
- La rentabilidad de ganancia sea mejor

ENTREVISTA 8

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Propietario: Anita Zambrano

Nombre Local Comercial: Minimarket Guerra

Ubicación: Quito Centro Norte

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

- Los proveedores le visitan
- Toman el pedido ese día dependiendo lo que necesiten
- Las entregas realizan al siguiente día
- El pago lo hacen al contado la mayoría al momento de la entrega de los productos

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

Hasta al momento como recién estamos empezando no necesitamos aun crédito

3. ¿Para crecimiento de su negocio, o mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

De un crédito de la empresa del esposo

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio Otros Banco Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

Si

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

- Van a conseguir Banco Vecino

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Si me interesaría, pero no hay actualmente esa opción, nos visitan cada 8 días actualmente

8. ¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?

Una app en el celular

9. ¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?

Como recién estamos empezando, no tenemos ningún manejo de inventarios automatizado

10. ¿Qué segmentos de productos son los que más vende?

Limpieza Bebidas X Alimentos Confeitería

11. ¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?

- Cervecería Nacional
- Arca Continental

12. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?

8 días es el plazo máximo que nos dan de crédito actualmente

13. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?

14. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

Hay variaciones, por ejemplo, cerveza en promedio \$400, pero en alimentos como lonchis \$50

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

De ley se debe cancelar, caso contrario no reciben el otro pedido

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

Claro que si nos gustaría tener

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

- No nos gustaría que la comisión por el servicio del cupo sea muy alta, porque no nos beneficiara
- Que existan descuentos en los precios de los productos

ENTREVISTA 9 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Propietario: Roberto Estrella

Nombre Local Comercial: Micromercado María

Ubicación: Quito Centro Norte

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

- Los proveedores se acercan para hacer la preventa
- La entrega se hace al siguiente día o en 2 días máximo
- El pago se hace al contado porque nosotros preferimos de esa manera

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

Mayores descuentos en los precios de los productos

3. ¿Para crecimiento de su negocio, o mayor compra de inventarios se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

Si hemos hecho créditos

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio Otros Banco X Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

Si

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

- Correos
- WhatsApp

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Si sería bueno, aunque ellos revisan las perchas cuando vienen y apuntan lo que hace falta y nosotros revisamos la lista, si nos conviene pedimos o si no les decimos que, para una próxima, ahí nos cuentan promociones o descuentos que tienen en ese momento.

8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
Una app en el celular
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Ahorita solamente al ojo, lo que tenemos en la percha y en bodega.
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos X Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
- Nestlé
- Tony
- Arca Continental
12. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan actualmente los grandes distribuidores?**
No hemos averiguado porque preferimos pagar en efectivo
13. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería a corto plazo?**
14. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
En promedio compramos a los grandes distribuidores \$200 a la semana
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
Sería bueno
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
- Descuentos en los precios así aumentar nuestro margen de rentabilidad
- Para tener mayor rotación de los inventarios

ENTREVISTA 10 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Local Comercial: Tienda Italia

Ubicación: La Mariscal

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
- Los camiones de las empresas nos visitan y realizamos el pedido según el stock de la mercadería, por ejemplo, cuando el distribuidor vine pedimos las unidades que nos hacen falta de acuerdo a lo que se vende semanalmente, si no se vende en el lapso de la semana se pide solo la diferencia y se paga lo que se pidió la semana anterior, todo depende de cuánto se venda de la empresa.
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
A veces tengo problemas de liquidez cuando los productos no se venden y tengo que poner a cambio
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
No
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio X Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
NO
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**

7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
No porque me manejo bien con lo que tengo en la tienda, los problemas son cuando no se venden los productos, lo que más se vende son las bebidas según fechas importantes.
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
No cuento con internet, pero si me interesaría tener un control en el celular
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Con lo que tenemos en la vitrina
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas X Alimentos X Confeitería X
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
- Si tenemos varios proveedores, son más de 500 productos que nos entregan las diferentes marcas
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
NO
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
A veces compramos 10 dólares a las empresas que nos venden dulces, pero las cervezas si se vende, entonces compramos alrededor de 500 dólares, el pan también se vende bien
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
Varía mucho a veces las papas sin marca nos dejan 8 días y las de marca cada 15, depende mucho del distribuidor
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Por lo general vuelven a la semana siguiente, pero es raro que no se venda
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
No
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
No me gusta porque no hay plata para pertenecer a una asociación, con los que se paga al IESS es suficiente para que nos atiendan por si acaso una enfermedad

ENTREVISTA 11 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Local Comercial: Tienda Luchito

Ubicación: Tumbaco

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
Los distribuidores vienen cada semana
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
Ninguna por el momento
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
No
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio X Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**

NO

6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
No así estoy a gusto
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
No estoy interesado en tener una app o internet
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
No los controlo el distribuidor es el que maneja eso, el que falta y lo pone en la vitrina
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos X Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
Algunos proveedores vienen cada semana y dejan los productos, casi todos los lunes
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
NO
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
5 o 10 dólares más o menos, más nos dedicamos a ser pan aquí y lo ponemos a la venta porque en eso se gana mucho mas
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
Ellos nos cobran cada semana lo que dejaron la semana
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Nada porque vienen cada semana, si una no tenemos la próxima se paga
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
Si me gustaría tener un cupo de crédito abierto
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
 - Mejores costos
 - Descuentos y Promociones

ENTREVISTA 12 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Local Comercial: Chococono

Ubicación: Ponciano

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
Los distribuidores llegan cada semana más o menos, depende mucho de los productos que dejen, por ejemplo, cerveza se recibe todos los lunes para la semana
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
No contamos con información de lo que se vende, la mayoría es dinero de bolsillo y cuando viene el distribuidor toca poner a cambio
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
No
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**

Capital Propio X

Otros

Banco

Cooperativa

5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
NO
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
Sí me interesaría siempre y cuando no sea caro
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
Por teléfono es mejor porque internet no se tiene acceso en la tienda
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Cuando llega dueño de los productos nos deja los productos que ya no tenemos y así cada semana
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas X Alimentos X Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
La mayoría es de cervecería nacional otra es de ruffles, doritos y caramelos
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
NO
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
En cervecería nacional si llega a 300 dólares porque se compra bastante cerveza para la semana, la leche igual.
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
Semana a semana
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Si hay accesibilidad a demoramos en pagar una semana, sin embargo, no nos demoramos mucho en pagar
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
No
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
Ninguno

ENTREVISTA 13 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Local Comercial: Abastos Carcelén

Ubicación: Carcelén

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
Los proveedores vienen cada semana y nos dejan todos los productos para la comercialización, con algunos tenemos la facilidad de llamarles por teléfono en el caso de que se necesite más productos
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
Nos gustaría tener más márgenes de ganancia porque la mayoría de los proveedores nos dan con descuento y nosotros vendemos a las personas que venden en la calle a las tienditas pequeñas, por ejemplo vienen a comprar dundas de tangos, caramelos para hacer reventa y ellos incrementan el valor del producto unitario, por eso se ve en las calles que negocian 3 tangos por un dólar cuando el tango cuesta 25 ctvs.

3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
 Mas lo hacemos como persona natural y hacemos créditos a la tarjeta porque nos dan más rápido. Pedimos créditos de 3000 dólares o 4000, por ejemplo, en la época navideña la gente compra muchos caramelos ahí nosotros necesitamos más dinero para adquirir los productos.
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
 Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
 Sí contamos con internet, además tenemos un sistema de contabilidad que nos dice cuanto tenemos en inventario de productos
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
 Netamente para poder realizar las ventas de productos.
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
 Sí me interesaría sobre todo para poder hacer los pedidos más directos con los distribuidores
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
 Por internet sería mejor porque ya tenemos una computadora destinada para eso, sin embargo, para las pequeñas tiendas no sería de mucha ayuda porque ellos máximo tienen un celular, los dueños de las tiendas casi siempre son personas mayores de edad.
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
 Con el sistema se controla cuanto entra y cuando sale, también verificamos si los productos están vencidos para realizar la devolución
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
 Limpieza Bebidas Alimentos Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 Fritoley, pepsico, cervecería nacional, confiteca, Mondelez, zaimella, tenemos algunos proveedores
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
 Como abasto no
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
 Sí tenemos un cupo amplio por lo general nos dejan pagarle a 30 días por compras grandes, en el período de navidad se compra alrededor de 4000 dólares en caramelos
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
 30 a 60 días depende el proveedor
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
 Por lo general el distribuidor es muy amable pero nunca hemos tenido problemas con los pagos
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
 Sí me gustaría si es para obtener beneficios para mi local como descuentos o promociones y también para conocer las noticias actuales del mercado.
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
 Descuentos y promociones

**ENTREVISTA 14
 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”**

Nombre Local Comercial: Supermercados la Granja Cotocollao
Ubicación: Cotocollao

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
Por lo general cada semana viene el distribuidor de cada marca y deja los productos
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
Mayor liquidez para poder acceder a más productos
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
Si contamos con financiamiento para microcrédito, pero son muy caros tratamos de utilizar solo en emergencias o días festivos de mucha demanda de productos
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
Si
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
Para fines del negocio y otros
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
Sí sería una gran ayuda para controlar mejor los inventarios
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
En computadora a través de internet
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Contamos con un sistema hecho a la medida, pero básico
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos Confeitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
Existen algunos proveedores
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
Sí microcrédito
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
Compramos alrededor de 4000 dólares entre todos los proveedores a veces supera los 6000
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
30 a 60 días depende el proveedor
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Casi nunca nos atrasamos en los pagos con los distribuidores
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
No
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
Ninguno

ENTREVISTA 15
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Local Comercial: Mi Mercado Para Eli
Ubicación: Carcelén

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
El distribuidor del producto llega pasando un día por todas las tiendas del barrio y nos deja los productos que ya no tenemos en la tienda, por lo general siempre compro en efectivo pues no me gusta endeudarme.
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
Sería bueno que los distribuidores nos den con mayores descuentos porque el margen de ganancia es muy bajo, en algunos productos se gana uno o dos centavos. A veces es mejor comprar en el Santa María porque es más barato que lo que nos dejan los distribuidores
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
No, no me gusta endeudarme prefiero pagar en efectivo
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
No
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
Sí sería bueno porque los distribuidores a veces se pierden, creo que sería bueno algo que les de la dirección exacta de las tiendas.
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
Algo que se pueda usar fácilmente, un teléfono estaría bien porque si tenemos teléfono celular, la computadora no manejamos muy bien
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
Vemos lo que necesitamos y pedimos
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
Limpieza Bebidas Alimentos Confeitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 - La Fabril
 - Arca Continental que ahora maneja Coca- Cola y Toni
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
No me gustan los créditos
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
Se compra entre 100 y 200 dólares depende de lo que necesitemos
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
Nos dan a 5 días, cada vez que vienen hay que pagar o yo lo hago así, algunos distribuidores nos cuentan que hay tiendas que no pagan y les toca pagar a ellos, porque la empresa de consumo masivo nunca pierde
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
Solo pago en efectivo, no tengo problemas
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
Sí
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
Podríamos tener mejores descuentos porque se haría una venta para muchas tiendas y así nos podrían dar mayor margen de ganancia, como al Santa María, por ejemplo.

ENTREVISTA 16
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH "CREDITIENDA"

Nombre Local Comercial: Víveres Carcelén

Ubicación: Carcelén

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
 El distribuidor por lo general viene cada 2 días y nos abastece de los productos, depende mucho de cada distribuidor
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
 Por lo general el distribuidor llega y nos da los productos, pero a veces no cuenta con los productos que nosotros necesitamos porque en el trayecto ya se le terminan algunos.
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
 No, hemos funcionado con dinero propio
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**
 Capital Propio Otros Banco Cooperativa
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
 No
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
 Sí me interesaría sobre todo si los distribuidores tienen el mismo sistema y podemos trabajar juntos porque la mayoría de las veces tenemos que esperar que ellos vengán o llamarles para que nos den los productos
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
 Creo que algo que sirva con los teléfonos porque es más fácil
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
 No tenemos ningún sistema que controle los inventarios, la mayoría es tener una lista propia de que es lo que ya no tenemos y compramos lo que necesitamos
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**
 Limpieza Bebidas Alimentos Confitería
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 Son algunos, pero los más importantes son Nestlé, Coca Cola, la Fabril
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
 No
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
 Se compra entre 200 o 400 depende mucho de las necesidades, a veces no compramos nada porque no de vende
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
 Nos dan a 5 días, cada vez que vienen hay que pagar o yo lo hago así, algunos distribuidores nos cuentan que hay tiendas que no pagan y les toca pagar a ellos, porque la empresa de consumo masivo nunca pierde
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
 Por lo general se paga con 5 días o en efectivo, pero los distribuidores nos dan un nuevo plazo.
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
 Sí
17. **¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?**
 Si es que todas las tiendas nos unimos y pedimos que los distribuidores nos den in mejor margen de ganancia sería muy conveniente.

ENTREVISTA 17
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Local Comercial: Víveres Jiménez

Ubicación: Sur de Quito

1. ¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?

Los repartidores de productos llegan casi todos los días y les compramos los productos que necesitamos, algunos nos dan plazo para pagar de 5 días a otros les tenemos que pagar siempre en efectivo, por ejemplo, Coca Cola nos pide que los pagos siempre sean en efectivo

2. ¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?

Muchos distribuidores nos dan los productos, pero nos obligan a pagar en efectivo y a veces no tenemos dinero para pagarles, entonces solo tenemos que comprar lo que tenemos

3. ¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?

No, los dineros para comprar los productos se financian gracias a nuestro dinero y al plazo que nos dan los proveedores

4. ¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?

Capital Propio Otros Banco Cooperativa

5. ¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?

No

6. ¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?

7. ¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?

Claro que me interesaría sobre todo para tener un mayor control de lo que hay en la tienda y así poder ver las fechas de vencimiento, ese otro problema que tenemos porque la mayoría de los proveedores no nos devuelven otro producto cuando se caduca, algunos reconocen el 50% y otros no reconocen, se nos da un tiempo para devolver

8. ¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?

Un teléfono sería mejor porque no tenemos para gastar en una computadora

9. ¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?

Los controlamos a través de una libreta, no tenemos mucho control sobre eso.

10. ¿Qué segmentos de productos son los que más vende?

Limpieza Bebidas Alimentos Confitería

11. ¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?

Son varios

12. ¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?

No

13. En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?

Se compra entre 300 o 500

14. ¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?

Nos dan a 5 días otros en efectivo

15. ¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?

Siempre tratamos de pagar, cuando no se paga los proveedores ya no nos dejan más productos, solo vienen a cobrar

16. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?

No

17. ¿Qué beneficios le gustaría tener a través de esta asociación?

ENTREVISTA 18
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Local Comercial: Mini Market Mi Vecino

Ubicación: Carcelén

1. **¿Cómo funciona el proceso que actualmente usted sigue para el abastecimiento de sus productos con las empresas grandes?**
 Los distribuidores vienen y nos dejan los productos, vuelven luego de unos días para dejarnos más y cobrarnos
2. **¿Qué necesidades usted como empresario minorista identifica en su negocio?**
 La mayor necesidad que tenemos es la de control del inventario y tener mejores ganancias porque se gana muy poco en los productos, casi todo se vende más por volumen es decir si vendo más gano mas
3. **¿Para crecimiento de su negocio, se ha beneficiado de algún tipo de microcrédito?**
 No, ninguno
4. **¿Cuál es el tipo de Financiamiento más frecuente que utiliza en su negocio?**

Capital Propio X	Otros	Banco	Cooperativa
-------------------------	-------	-------	-------------
5. **¿En su negocio usted cuenta con acceso a internet?**
 No
6. **¿Cuáles son los usos comerciales que usted le da actualmente a su internet?**
 -
7. **¿Le interesaría automatizar los pedidos de productos a los grandes distribuidores?**
 Si me gustaría así podría tener control sobre el inventario
8. **¿Qué le gustaría más una app en el celular o una página en el internet para hacer sus pedidos de inventarios?**
 Algo en el celular estaría bien, pero muchos tenderos no tienen teléfonos inteligentes.
9. **¿Cómo controla actualmente los inventarios de sus productos?**
 Con cuadernos de inventario
10. **¿Qué segmentos de productos son los que más vende?**

Limpieza X	Bebidas X	Alimentos X	Confitería X
-------------------	------------------	--------------------	---------------------
11. **¿Cuáles son sus principales proveedores de productos?**
 La frabril, Superior, nestle
12. **¿Tiene un cupo de crédito disponible para comprar mercadería?**
 No
13. **En promedio ¿Cuánto compran a los grandes distribuidores en cada pedido?**
 Se compra entre 100 o 200
14. **¿Cuál es el plazo máximo de pago que le dan los grandes distribuidores?**
 5 días otros en efectivo
15. **¿Qué pasa cuando no tiene el dinero para cancelar dentro del plazo establecido?**
16. **¿Le gustaría pertenecer a una asociación de tenderos, en los que mensualmente realice un aporte mínimo y pueda tener un cupo de crédito abierto para adquirir productos a las grandes empresas y a la vez obtener descuentos en sus productos, un mejor control de sus compras y del flujo de pagos que debe realizar?**
 Si fuera muy interesante porque podríamos adquirir más productos y así tener mejores ganancias.

ANEXO II: ENCUESTAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO

De las tres entrevistas realizadas se realizaron audios, de los mismos que se resume en las siguientes preguntas:

ENTREVISTA 1 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Empresa: Confiteca

Ubicación: Parque Industrial del Sur

1. ¿Cómo funciona la cadena del proceso de ventas de los productos a las tiendas?

Confiteca genera una alta fidelización a las pequeñas tiendas pues tenemos un canal directo que lleva nuestros productos, así se genera una buena relación de amistad entre el dueño de la tienda y el distribuidor, también llevamos nuestros productos a los grandes distribuidores como Supermaxi y Tía como ejemplo.

Nosotros dividimos las ventas en canales urbanos, foráneas y mixtos en donde somos muy fuertes en el foráneo pues las ventas son directas.

Realizamos visitas a los clientes cada 8 o 15 días, para lo cual en esta visita tomamos una pre venta, y en 2 días aproximadamente realizamos la entrega de los productos.

El cobro se realiza una vez generada la factura, para lo que nuestros vendedores nuevamente visitan las tiendas para recolectar el dinero. Las ventas generalmente se hacen al contado a los pequeños tenderos o se les otorga un crédito máximo de 8 días.

2. ¿Qué es lo más engorroso para ustedes como empresa en este proceso?

Nosotros tenemos problemas de liquidez pues es difícil recuperar la cartera inmediata de las ventas. Por otro lado, la logística para realizar todo el proceso de venta desde la apertura hasta el cierre de la misma es bastante costoso, sin embargo, esto genera la fidelización y no pérdida del cliente, porque ahora hay muchas empresas de competencia.

3. ¿Cuáles son las necesidades que actualmente ustedes identifican en este proceso?

Si se lograra realizar una cobranza y distribución en línea sería mejor porque nos garantizaría una disminución de costos y un ahorro. Generar un nuevo canal a través de alguna plataforma generaría valor agregado a el negocio de consumo masivo.

4. ¿Les interesaría automatizar los pedidos y cobros a través de una aplicación?

Habría que analizar el modelo, y siempre y cuando el cobro no sea por transacción, actualmente nosotros tenemos un margen de ganancia de 4,5% aproximadamente de ventas y existen tarjetas de crédito que piden 3%, esto hace que nuestro margen de ganancia disminuya y es por esto que esos modelos no han sido viables con nosotros.

5. ¿Qué estarían dispuestos a entregar a los dueños de la aplicación, un descuento por productos o una comisión por el uso de la plataforma?

Depende del modelo, pero sería complicado generar una comisión en la que se disminuya el margen de ganancia de la empresa, si se logra tener un ahorro en la fuerza de ventas si generaría valor y se podría conversar acerca de una comisión.

Lo que más estaríamos dispuestos a entregar son descuentos por volumen de pedidos.

6. ¿Han tenido la oportunidad de trabajar con algún tipo de estos servicios, que comisión estarían dispuestos a asumir por este canal?

Trabajamos con móvil vendor, y a ellos les pagamos un fee mensual por el uso de la plataforma

7. En el mes, en promedio ¿Cuántas visitas se realizan a los tenderos para toma de pedidos?

Se realizan algunas visitas y dependen de la cantidad de ventas que realicen, por ejemplo, los distribuidores van todos los días a visitar las diferentes tiendas por sectores, algunos tenderos tienen alta rotación de productos y otros tienen baja, es difícil estimar el número exacto.

8. En promedio en cada visita que se realiza a los tenderos ¿De cuánto son los pedidos de los tenderos?

Nosotros segmentamos de acuerdo con el drop size del cliente:

- Diamante \$100 dólares,
- Oro \$75 dólares
- Plata \$50 dólares
- Bronce \$ 25 dólares.

ENTREVISTA 2
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Empresa: Industrias Ales

Ubicación: 10 de agosto

1. ¿Cómo funciona la cadena del proceso de ventas de los productos a las tiendas?

Industrias Ales maneja un sistema de distribución de productos a través de 2 canales de distribución, el uno funciona a través de la entrega de productos a distribuidores grandes que se encargan de la distribución hacia las pequeñas tiendas, y el otro es un canal directo en donde el producto llega al tendero, este canal se llama TaT, el cobro de los mismos se maneja directamente con el departamento de cobranzas, que es el encargado de conciliar las cuentas de los 2 canales.

2. ¿Qué es lo más engorroso para ustedes como empresa en este proceso?

El proceso más complicado es el cobro con los canales, sobre todo con los pequeños tenderos y el canal directo de distribución pues el proceso demora demasiado tiempo para la efectivización del dinero.

3. ¿Cuáles son las necesidades que actualmente ustedes identifican en este proceso?

Una de las necesidades que la empresa encuentra con la distribución es la cobranza, y el depósito bancario que debe hacerse al final del día de los distribuidores del canal directo, es un problema que el distribuidor tenga que ir a una agencia a depositar, eso nos da problemas de seguridad pues hay distribuidores que han reportado robos.

4. ¿Les interesaría automatizar los pedidos y cobros a través de una aplicación?

Es una oportunidad en el día de hoy contar con la tecnología pues ha facilitado muchos procesos que eran engorrosos, Industrias Ales está abierto a los cambios que se dan en el desarrollo a la tecnología.

5. ¿Qué están dispuestos a entregar a los dueños de la aplicación, un descuento por productos o una comisión por el uso de la plataforma?

Se debería realizar un análisis profundo sobre la simplificación de los procesos y así poder apreciar todos los beneficios que tendríamos como Industrias Ales y ver la factibilidad de la posibilidad de interactuar con un sistema de descuentos o comisiones.

Siempre y cuando nos beneficie estaríamos dispuestos a negociar y entregar comisiones

6. ¿Han tenido la oportunidad de trabajar con algún tipo de estos servicios, que comisión estarían dispuestos a asumir por este canal?

No de este tipo, pero hemos entregado un fee por el uso de los servicios.

7. En promedio en cada visita que se realiza a los tenderos ¿De cuánto son los pedidos de los tenderos?

Se realiza en promedio \$ 100 dólares por cada tendero, siempre varía por calidad de tienda pues la mejor tienda siempre tiene más acceso.

ENTREVISTA 3
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD, CREACIÓN FINTECH “CREDITIENDA”

Nombre Empresa: Nutri Leche

Ubicación: Parque Industrial del Sur

1. ¿Cómo funciona la cadena del proceso de ventas de los productos a las tiendas?

Nutri leche realiza visitas cada 8 días y depende del pedido de cada tienda, es decir el camión va y mira que les falta en algunos casos y otros solicitan un nuevo pedido, existen tiendas en las que los tenderos no dan acceso y solo se hace a través de pedidos.

2. ¿Qué es lo más engorroso para ustedes como empresa en este proceso?

El sistema de devolución de mercadería porque es difícil generar una cultura en la que el tendero nos notifique a tiempo la caducidad de un producto, por ejemplo, nosotros pedimos que se nos notifique 15 días antes de la fecha de caducidad para realizar la devolución sin embargo los tenderos la incumplen.

3. ¿Cuáles son las necesidades que actualmente ustedes identifican en este proceso?

Liquidez y generar una cultura de educación financiera hacia el tendero que nos permita tener la información correcta sobre las necesidades de los productos que se comercializan

4. ¿Les interesaría automatizar los pedidos y cobros a través de una aplicación?

Sí para ahorrar costos en la logística de la fuerza de ventas y para no generar visitas que no generen una venta segura, por ejemplo, algunas veces se visita a una tienda y este todavía tiene leche por vender.

5. ¿Qué estrían dispuestos a entregar a los dueños de la aplicación, un descuento por productos o una comisión por el uso de la plataforma?

Se analizaría el porcentaje de comisión, sin embargo, estamos dispuestos a realizar los descuentos que se les da a las grandes cadenas de distribución siempre y cuando el volumen sea representativo par realizar.

6. En promedio en cada visita que se realiza a los tenderos ¿De cuánto son los pedidos de los tenderos?

En promedio en cada visita, tenemos un drop size de \$10 aproximadamente y 11 unidades.