

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Postgrados

Pymefactor “Fintech enfocada al factoring”

Priscila Valeria Hidalgo Morales

**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, junio 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE POSGRADOS

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE
TITULACIÓN**

**Título de trabajo de Titulación: Pymefactor “Fintech enfocada al
factoring”**

Priscila Valeria Hidalgo Morales

Firmas

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 Posgrados

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.

Nombres y apellidos: Priscila Valeria Hidalgo Morales

Código: 00209173

Cédula de identidad: 1726624370

Lugar y fecha: Quito, junio del 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

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

DEDICATORIA

A mi hijo Martín Loor, la persona más importante en mi vida por llenarla de ternura y amor, por quien cada día me esfuerzo y esforzaré para ser su mejor ejemplo. A mis padres, por ser una guía indispensable en mi vida, y por enseñarme que lo fundamental en una persona es la sencillez, el trabajo y la honestidad y por apoyarme en cada paso que doy en mi vida personal y profesional.

Priscila.

AGRADECIMIENTO

A la USFQ y a los profesores que durante estos dos años me llenaron de conocimientos técnicos y de valores, los cuales me permitirán crecer profesionalmente.

A mi madre, por apoyarme incondicionalmente durante estos dos años.

A mis queridas amigas de la maestría, Estefanía, Monserrath y Anabel por compartir sus conocimientos conmigo a lo largo de la maestría, y por convertirse más que compañeras, en amigas.

Priscila

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo la creación de una Fintech denominada “Pymefactor” enfocada en el factoring mediante la utilización de una página web. Esta Fintech cambia el modelo tradicional del factoring puesto que quienes compran las facturas son inversores diferentes a los dueños de Pymefactor, quienes se encargaran de conectar a personas o pequeñas empresas que necesiten financiamiento, con personas interesadas en invertir; de esta manera se ofrece un tipo de financiamiento de fácil acceso a las empresas ecuatorianas y de igual manera se ofrece un producto de inversión a corto plazo, sin un monto mínimo o máximo de inversión, y que generan una rentabilidad atractiva.

Palabras clave: Fintech, factoring, pymes, inversiones, corto plazo, descuento en facturas, financiamiento.

ABSTRACT

The present investigation has the purpose of creating a Fintech called “Pymefactor” focused on the factoring through a web page. This Fintech changes the factoring traditional model due to the investors will buy the invoices, no the owners of “Pymefactor”; it will be in charge to connect individuals or small companies that have financing needs, with individuals interested in make investments; this is a way to offer a type of financing with easy access to Ecuadorian companies, and also offer an investment product of short-term, without a minimum or maximum amount, and it will generate attractive returns.

Keywords: Fintech, factoring, pymes, investments, short-term, financing

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I.....	10
PROBLEMÁTICA Y ANÁLISIS REGULATORIO	10
1.1. Descripción	10
1.2. Dimensionamiento del problema	11
1.3. Análisis regulatorio	18
1.3.1. Cumplimiento de las normas legales del sitio web.....	18
CAPÍTULO II.....	20
DISEÑO Y CREACIÓN	20
2.1. Prototipo 1: Flujo de actividades para el adecuado funcionamiento de la aplicación:.....	22
2.2. Prototipo 2: Proceso en Bizagi	22
2.3. Prototipo 3: Diseño de página web.....	24
2.4. Implementación: Value proposition canvas	27
2.5. Estrategias de implementación	27
CAPÍTULO III	29
BUSINESS MODEL CANVAS	29
Clientes	31
Propuesta de valor	31
Relaciones con clientes.....	32
Canales.....	33
Actividades clave.....	34
Socios clave	34
Recursos clave	35
Ingresos / fuente.....	35
Estructura de costos y gastos	36
CAPÍTULO IV.....	38
FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	38
CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	42

CAPÍTULO I

PROBLEMÁTICA Y ANÁLISIS REGULATORIO

1.1. Descripción

En el mercado ecuatoriano es usual que las empresas pequeñas tengan descortes entre los plazos de sus cuentas por cobrar y los plazos de sus cuentas por pagar, siendo estos últimos menores y generando como consecuencia una falta de liquidez que deriva en incumplimientos en los pagos de estas empresas a sus proveedores de insumos, servicios administrativos y operacionales.

El Diario El Telégrafo en su publicación denominada “Pequeñas y grandes empresas se enfrentan a 3 problemas” publicada el 27 de junio del 2019 señala que uno de los principales problemas que incluso lleva a la quiebra de las PYMES es la falta de liquidez para solventar los gastos administrativos y operacionales, entre las principales causas están los pagos tardíos de las grandes empresas que son clientes de las empresas PYMES puesto que estas realizan el pago de sus facturas en un promedio de 70 a 90 días contados a partir de que se hizo la compra; sin embargo, las pequeñas empresas deben cumplir con los pagos de nómina, gastos administrativos, materia prima, entre otros de manera mensual.

Cuando existe falta de liquidez, la misma puede ser solucionada mediante la obtención de financiamiento; sin embargo, existen empresas a las cuales las instituciones financieras o la banca tradicional no pueden atender debido al nivel de riesgo que éstas podrían representar para la institución, o en el caso de que estas empresas si puedan ser sujetas de crédito, la banca tradicional hace un análisis que dura meses para poder llegar a esta conclusión, lo cual representa un problema para las empresas que necesitan financiamiento por falta de liquidez,

puesto que como se mencionó anteriormente, esta falta de liquidez es a corto plazo y por lo tanto se necesita una respuesta rápida de los créditos que se solicitan.

Adicionalmente, los costos por financiamiento suelen ser altos, lo cual disminuye la rentabilidad de las empresas pequeñas y hace que deje ser atractivo el financiamiento mediante la banca tradicional.

Pablo Patiño, gerente general de la Corporación Financiera Nacional señala que al momento de que las PYMES buscan herramientas para apalancar su operación se encuentran con altas tasas de interés y falta de pruebas de capacidad de pago, lo cual se debe a que las PYMES deben demostrar su formalidad en el pago de sus finanzas; sin embargo, muchas de ellas no cuentan con registros contables, planificación financiera e información confiable y certificada por terceros que les permitan tener una mayor credibilidad para el financiamiento. Adicional a esto, para demostrar esta teoría se ha tomado un análisis preparado por la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria en diciembre del 2018 en el que se establece que la mayor parte del microcrédito colocado en el país es gestionado por las cooperativas de ahorro y crédito y no por las instituciones financieras privadas.

Por otro lado, así como existen empresas con falta de liquidez, también existen empresas con excedentes de liquidez, las cuales están interesadas a que dichos excedentes sean invertidos y que generen utilidades, considerando como opción a la inversión a corto, mediano, o largo plazo y buscando tasas de interés atractivas.

1.2. Dimensionamiento del problema

A nivel global existen problemas de liquidez debido a las crisis económicas de los últimos años, bajas en el precio del petróleo, inflación en los precios de los bienes y servicios de

consumo, aumento en las tasas de interés, variaciones en el tipo de cambio, malas políticas fiscales, alto apalancamiento en el sistema financiero, lo cual ha traído como consecuencia que incremente el nivel de endeudamiento tanto del Estado como de las empresas.

En un estudio realizado por el SRI se ha identificado que en los últimos años se han incrementado los números de empresas PYMES y que de cada 100 establecimientos 99 corresponden a PYMES, las cuales necesitan de un capital para poder trabajar, lo cual en muchas ocasiones suele ser un limitante y por lo tanto no pueden perdurar en el mercado y las que perduran aceptan tasas de interés altas para poder obtener financiamiento.

De acuerdo a la información del Banco Central, en el mes de diciembre del 2008 se otorgaron 2.8 millones de crédito a empresas PYMES, en el mes de diciembre del 2014 estos créditos ascendieron a 14.2 millones con una Tasa Activa Efectiva del 10.03%

En la información relacionada al Banco del Pichincha se ha evidenciado que ellos ofrecen un tipo de financiamiento denominado “Distribuidor - Proveedor” mediante el cual pueden agilizar sus operaciones comerciales con un socio estratégico que optimice el cobro de facturas, los requisitos que establece el banco son:

- a) Cupo de acuerdo al nivel de ventas y capacidad de endeudamiento
- b) Plazo máximo de un año
- c) Tasa establecida por el Comité Operativo de Activos y Pasivos
- d) Garantía personal e Hipotecaria

Otros bancos que ofrecen este servicio son el Banco de Guayaquil, Banco Capital, Banco del Pacifico, Por otro lado, existen otras empresas que realizan factoring, a continuación se incluye un listado:

- a) Profactura
- b) BSB Factoring
- c) Factorlining
- d) Factor plus

Como se puede evidenciar, actualmente si existen empresas enfocadas al factoring pero todas realizan esta actividad de una manera tradicional; es decir, ninguna empresa en Ecuador está desarrollando esta actividad mediante una empresa Fintech, que es la tendencia que está revolucionando el sector financiero y que sin duda es una excelente opción.

En internet se encontró un trabajo de titulación relacionado a factoring en el que se detalla que “las empresas tienen un nivel de desconocimiento del 71% respecto al factoring como herramienta de financiamiento, no conocen como se usa, cuáles son sus ventajas ni los costos que implica.” (Cano, C. & Larrea, H.; 2014)

Otro dato adicional que señala y que es importante para este trabajo de titulación es que como resultado de una encuesta se pudo determinar que “el 78% de afiliados a una cooperativa de ahorro y crédito se han visto imposibilitados de acceder a un crédito en dicha institución”. (Galvez, M & Solórzano, E.; 2012)

El Diario El Universo en una publicación señala que “los préstamos oscilan de mínimos de USD 500 a USD 2000 a máximos desde USD 50,000 hasta USD 25 millones, enfocados para emprendedores, microempresarios y empresarios. (Diario El Universo, Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador; 2018)

En la misma publicación se habla sobre créditos otorgados por Produbanco para Compañías y señala que “la tasa de interés de esta banca es del 24% si se trata de niveles de ventas menos de USD 100,000, es decir microcréditos; y del 11.23% nominal si el negocio vende entre USD 100,000 a un millón de dólares.” (Diario El Universo, Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador; 2018)

BanEcuador en su página web señala que el tiempo de demora en el otorgamiento de un crédito depende del destino del mismo; es decir, en que actividad comercial, productiva o de servicios se utilizará el dinero, del monto, de la capacidad de pago del solicitante, de la liquidez y del patrimonio que disponga. (BanEcuador; 2019).

El Banco Central del Ecuador es el organismo encargado de establecer las tasas de interés, para el caso de inversores las tasas de interés pasivas permitidas a corto plazo van del 4.51% al 6.41%. A continuación se incluye una tabla:

TABLA NO. 1: TASAS DE INTERES PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.54	Plazo 121-180	6.40
Plazo 61-90	5.87	Plazo 181-360	6.92
Plazo 91-120	6.09	Plazo 361 y más	8.30

Fuente: Banco Central del Ecuador

De igual manera se ha indagado sobre las tasas activas que aplican las instituciones financieras para otorgar créditos, a continuación se incluye la información tomada del Banco Central del Ecuador.

TABLA NO. 2: TASAS DE INTERES ACTIVAS REFERENCIALES POR SECTOR

Tasas de Interés			
Mayo - 2020			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.86	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.72	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	10.07	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero**	8.52	Productivo Agrícola y Ganadero**	8.53
Comercial Ordinario	9.06	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.98	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.79	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.86	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.54	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.81	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Educativo Social	7.50	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.65	Vivienda de Interés Público	4.99
		Vivienda de Interés Social³	4.99
Inmobiliario	10.06	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	19.24	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista ^{1*} .	23.98	Microcrédito Minorista ^{1*} .	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*} .	21.84	Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*} .	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*} .	20.63	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*} .	23.50
Microcrédito Minorista ^{2*} .	22.69	Microcrédito Minorista ^{2*} .	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*} .	22.69	Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*} .	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*} .	19.78	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*} .	25.50
Inversión Pública	8.95	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

En base a la información obtenida se puede evidenciar que un gran porcentaje de las empresas desconoce sobre el factoring, que los costos de financiamiento en la banca tradicional son altos para aquellas empresas que están en crecimiento, que como tal, no existe un tiempo definido para la obtención de un crédito, que existe un alto porcentaje de empresas que necesitan financiamiento pero que la banca les niega por no cumplir con ciertos requisitos, y por último, que las tasas de interés que ganan los inversionistas por colocar sus recursos a corto plazo son relativamente bajas. Por lo tanto, es evidente que las empresas necesitan una herramienta de financiamiento que sea accesible para todos, que optimice el tiempo y que sea confiable; y de igual manera, los inversionistas necesitan más alternativas de inversión en las que se les ofrezca ganancias mayores independientemente del monto o plazo de la inversión.

En el boletín publicado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en el mes de septiembre del 2019 se puede identificar que las Cooperativas de Ahorro y Crédito entregan el 37% de sus fondos a empresas PYMES a una tasa promedio del 18.73%. la cual corresponde a la tasa más alta del mercado; por lo que se puede concluir que existe un alto porcentaje de empresas PYMES que necesitan financiamiento y que para poder obtenerlo aceptan tasas altas de interés, lo cual sin duda implica costos mayores y por lo tanto menor rentabilidad en sus operaciones. A continuación se incluye un gráfico con esta información:

IMAGEN No. 1: INFORMACIÓN DE CRÉDITOS OTORGADOS POR COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO

SALDOS TOTALES, PARTICIPACIÓN Y TASA ACTIVA PROMEDIO PONDERADA POR TIPO DE CRÉDITO (Millones de dólares)

El microcrédito impulsa el desarrollo de la economía popular y solidaria, las dos terceras partes de la cartera de crédito, están dedicadas a las actividades productivas y de pequeños emprendimientos.

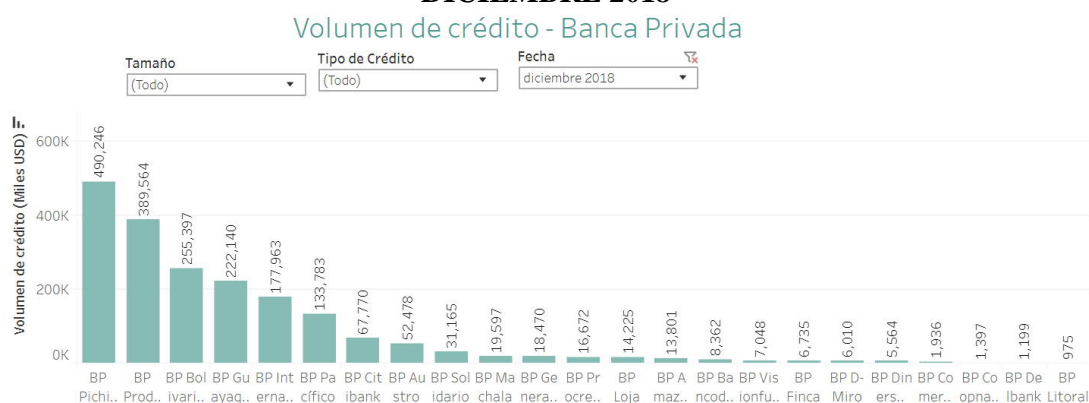
Tipo de crédito	Saldo total	Participación	Tasa activa promedio ponderada
Consumo	USD 4.759,68	51,50%	14,79%
Microcrédito	USD 3.383,12	36,60%	18,73%
Inmobiliario	USD 844,39	9,14%	10,04%
Comercial	USD 254,46	2,75%	7,66%
Educativo	USD 1,25	0,01%	9,47%
Total	USD 9.242,89	100,00%	

El crédito de consumo es el que mayor saldo presenta a mayo de 2018 con **USD 4,759 millones**.

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Por otro lado, en función a la información publicada en la página web de la Superintendencia de Bancos se ha realizado un análisis del microcrédito otorgado por la Banca Privada en diciembre del 2018 y se ha identificado que apenas el 7% de los créditos totales corresponden a microcrédito, con lo cual se comprueba la falta de participación de las instituciones financieras en las PYMES.

IMAGEN NO. 2: VALORES DE CREDITOS TOTALES OTORGADOS A DICIEMBRE 2018



Fuente: Superintendencia de Bancos

IMAGEN NO. 3: VALORES DE MICROCRÉDITO A DICIEMBRE 2018

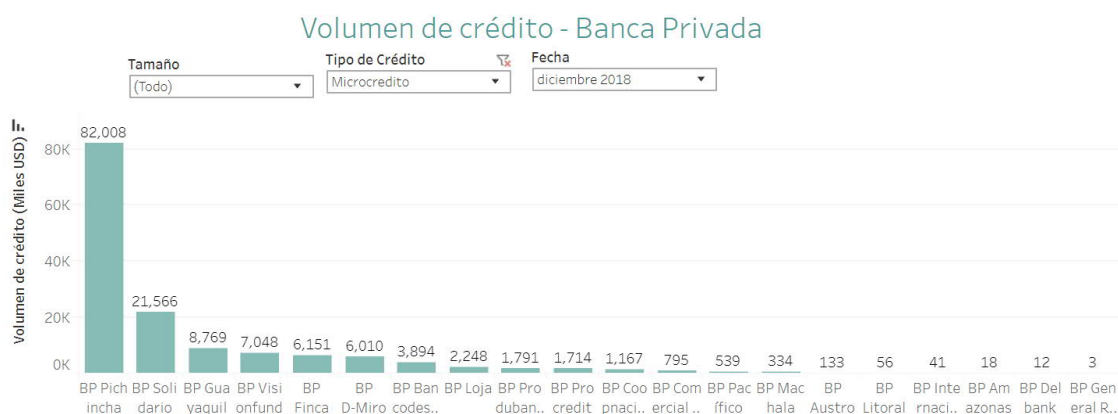


TABLA NO. 4: PORCENTAJE DE MICROCRÉDITOS OTORGADOS EN DICIEMBRE 2019

Banco	Crédito total	Microcrédito	% Microcrédito
	Expresado en miles USD		
Banco del Pichincha	490,246	82,008	16.73%
Banco de la Producción	389,564	21,566	5.54%
Banco Bolivariano	255,397	-	0.00%
Banco Guayaquil	222,140	8,769	3.95%
Banco Internacional	177,963	41	0.02%
Banco Pacífico	133,783	539	0.40%
Citibank	67,770	-	0.00%
Banco del Austro	52,478	133	0.25%
Banco Solidario	31,165	21,566	69.20%

Banco	Crédito total	Microcrédito	% Microcrédito
	Expresado en miles USD		
Banco Machala	19,597	334	1.70%
Total	1,840,103	134,956	7.33%

Fuente: Superintendencia de Bancos

1.3. Análisis regulatorio

Pymefactor debe ser constituida como una sociedad anónima ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y se registrará por lo establecido en la Ley de Compañías.

Su actividad se desarrollará mediante un sitio web por lo que se debe regir a lo establecido en la Ley de Comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos.

Adicionalmente, como toda empresa o persona natural que desarrolle actividades comerciales, se deberá obtener el Registro Único del Contribuyente – RUC ante el Servicio de Rentas Internas, y obtener la patente ante el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Es importante señalar que Pymefactor no hará actividades de intermediación financiera y tampoco prestará servicios auxiliares a dichas instituciones por lo que no estará bajo el control de la Superintendencia de Bancos; sin embargo, las tasas de intereses que se apliquen en las transacciones estarán dentro de los rangos establecidos por el Banco Central del Ecuador.

1.3.1. Cumplimiento de las normas legales del sitio web

En la Ley de Comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos se establece que para que un sitio web pueda operar de la manera correcta se deben cumplir con los siguientes asuntos:

- a. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos
- b. Cumplimiento de formalidades
- c. Consentimiento para aceptar mensajes de datos

CAPÍTULO II

DISEÑO Y CREACIÓN

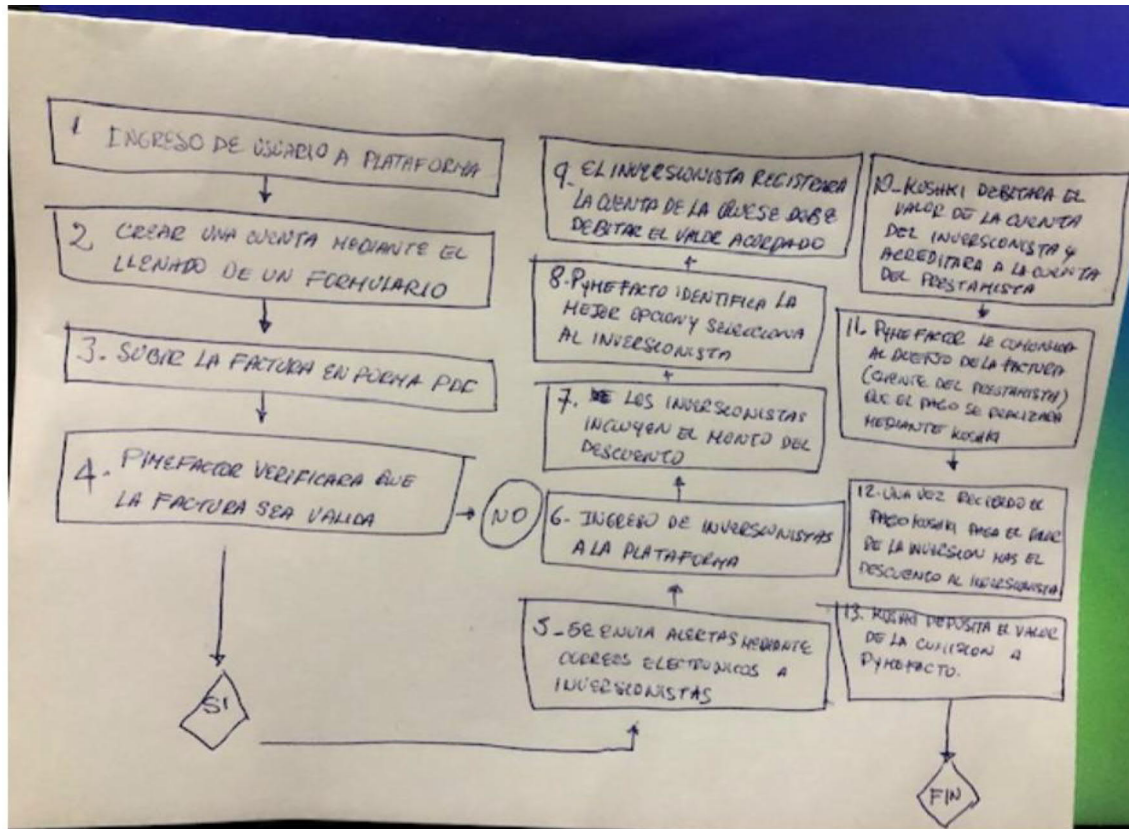
En función al análisis que se realizó en el capítulo anterior, en el cual se pudo identificar los diferentes inconvenientes a los que se enfrentan las empresas al momento de obtener un crédito y los bajos rendimientos que obtienen los inversionistas en sus inversiones, se ha identificado la oportunidad de la creación de una nueva forma de financiamiento que cambia el modelo tradicional puesto que se lo puede hacer mediante el uso de internet. A continuación se incluye en un Customer Journey Map los resultados de las encuestas realizadas a empresas pequeñas y personas naturales que tienen como actividad económica la producción y comercialización de prendas de vestir, y que en varias ocasiones tienen necesidades de financiamiento, como dato adicional es importante señalar que las encuestas fueron desarrolladas en el Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos.

CUSTOMER JOURNEY MAP

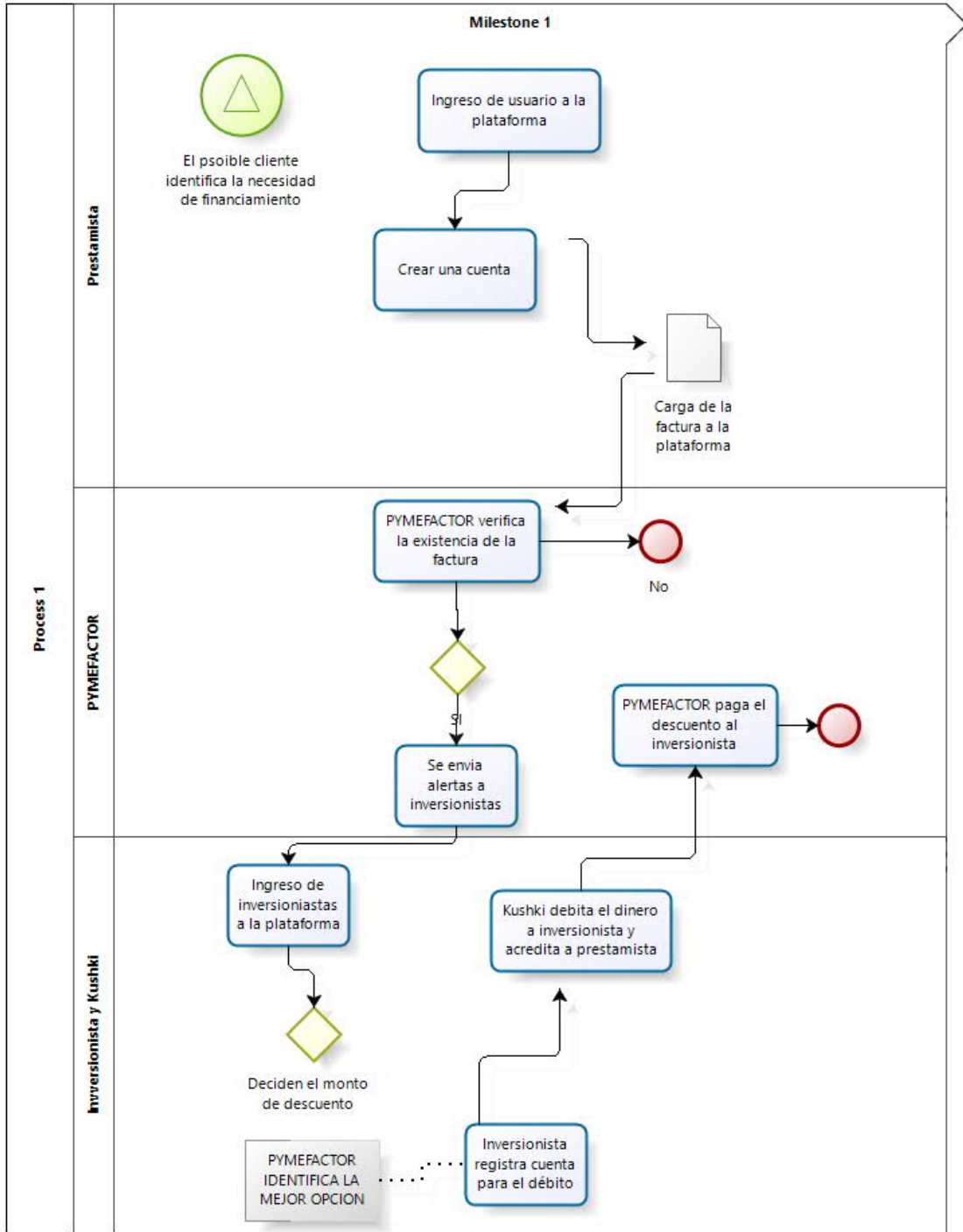
Etapas	Obtención de materia prima y mano de obra	Cuentas por pagar a proveedores y empleados	Ventas a clientes con plazos de 30, 60 y 90 días	Falta de liquidez para realizar pagos	Negociación de ampliación de plazos con proveedores	Negociación de disminución de plazos con clientes	Identificación de fuentes de financiamiento	Selección de factoring como financiamiento
Necesidades	Stock de inventarios para producción	Cubrir cuentas pendientes	Obtención de ingresos, efectivo	Realizar ventas a contado	Pagar las cuentas por pagar mas cercanas a vencer	Obtener efectivo para realizar pagos	Obtener financiamiento a tiempo, (no mas de 30 días en trámites)	Generar confianza a la empresa de factoring
	Stock de productos terminados para la venta	Requisición de inventarios	Rotación de inventario	Cobrar las facturas de venta	Pagar cuentas pendientes para adquirir nuevos productos	Incrementar ventas	Costos de financiamiento bajos	Cumplir con requisitos básicos
Actividades			Incrementar la rentabilidad	Buscar el calce de plazos entre cuentas por pagar y por cobrar		Diversificar cartera	Requisitos de fácil acceso	Manejo de tecnología
	Selección del mejor proveedor	Liquidez en cuentas bancarias	Asegurar el cumplimiento del cliente para realizar pagos	Establecer fuentes de financiamiento, dando como prioridad las fuentes	Entregar anticipos, pagar facturas por partes	Solicitar anticipos de facturas	Obtener información de diferencias IFIS	Obtener evidencias de la existencia de la cuenta por cobrar
	Acuerdo de plazos para pagos	Transferencias para realizar pagos	Analizar el impacto de ventas a plazo en el flujo	Gestión de cobranza	Hacer una evaluación de proveedores	Oforgar descuentos por pronto pago	Determinar el impacto en la rentabilidad	Calificar con requisitos para obtener
Sensaciones	Producción de bienes y servicios					Cobrar multas por retraso	Seleccionar la mejor alternativa	Negociar constantemente las
Oportunidades	Seleccionar la mejor opción de proveedores	Negociación de plazos desde el inicio	Ofrecer incentivos para disminución del plazo	Educación financiera	Técnicas de negociación	Incrementar ventas por descuento	Conocimiento del sistema financiero	Ahorro de costos financieros
					Establecer buena relación con proveedores	Incrementar la utilidad	Organización en el manejo de información	Oportunidad de inversión

En función al Customer Journey Map incluido anteriormente fue posible identificar las diferentes necesidades y oportunidades que se tiene en este tipo de mercado, lo cual ha permitido identificar los procesos que se pueden aplicar para ofrecer estos servicios.

2.1. Prototipo 1: Flujo de actividades para el adecuado funcionamiento de la aplicación:



2.2. Prototipo 2: Proceso en Bizagi



2.3. Prototipo 3: Diseño de página web

En este prototipo se incluye información sobre cómo se visualizará la página web de PYMEFACTOR, información sobre los servicios que se ofrecen y como acceder a los mismos:

Página de inicio

En esta página se pueden identificar las diferentes opciones a las que puede acceder el usuario al momento de ingresar a la página web



¿Cómo lo hacemos?

En esta pantalla de la página se explica como funciona el financiamiento que ofrece Pymefactor

¿ COMO LO HACEMOS?

ENTRAR

REGISTRARSE

SUBE TU FACTURA A LA PLATAFORMA

LOS INVERSIONISTAS INTERVIENEN MEDIANTE UNA SUBBASTA

ENTREGAMOS EL DINERO AL PRESTAMISTA MEDIANTE KUSHKI

UNA VEZ QUE SE COBRA LA FACTURA KUSHI TRANSFIERE LOS FONDOS AL INVERSIONISTA

Inversión

INVERSIÓN

ENTRAR

REGISTRARSE

REGISTRATE EN NUESTRA PLATAFORMA

OFERTA EN LA SUBASTA QUE TE ATRAIGA

PAGA MEDIANTE EL BOTON DE PAGOS DE KUSHKI

RECIBE EL VALOR DE LA INVERSIÓN MAS LA RENTABILIDAD

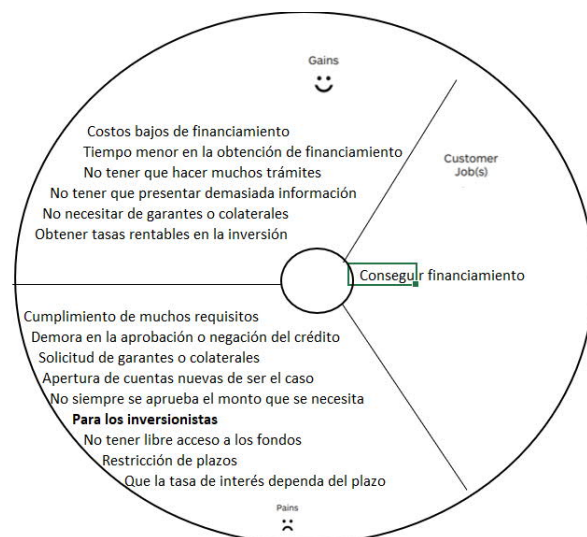
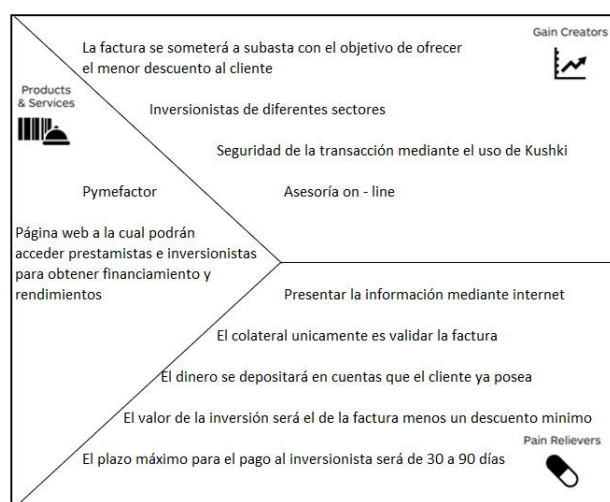
Financiamiento



Mercado



2.4. Implementación: Value proposition canvas



2.5. Estrategias de implementación

Actores	Descripción de su actividad	Incentivos
Prestamista	<ol style="list-style-type: none"> Se desarrolla en el mercado realizando ventas a contado y a crédito. Las ventas a crédito son mayores que las ventas a contado. Tiene cuentas por pagar a empleados y proveedores Necesita liquidez para cumplir con sus pagos 	<ol style="list-style-type: none"> Entrega del dinero de manera oportuna Tasa de interés baja en comparación a la del sistema financiero No existe la necesidad de garantes o colaterales No necesita obtener documentos que demuestren solvencia
Inversionista	<ol style="list-style-type: none"> Tiene excedentes de liquidez Invierte en diferentes productos que ofrecen rentabilidad diferente 	<ol style="list-style-type: none"> Tasa de interés mayor a la que ofrece el sistema financiero Fondos no restringidos No existen mínimos de plazo ni de monto Los rendimientos financieros obtenidos se acreditan en un tiempo menor

Actores	Descripción de su actividad	Incentivos
Pymefactor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra y venta de facturas mediante una página web, sin que sea necesaria la interacción física con el cliente. 2. Pymefactor será únicamente un intermediario entre los prestamistas y los inversionistas, su función es validar la existencia de las transacciones y otorgar beneficios a las dos partes. 3. Los flujos de dinero no formarán parte de las cuentas bancarias de Pymefactor, el desembolso de fondos serpa directamente entre prestamistas e inversionistas. 4. Pymefactor ganará una comisión por cada transacción. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe un nicho de mercado amplio al cual se puede acceder con esta propuesta. 2. La competencia en Ecuador es baja. 3. Se obtendrán comisiones por cada transacción las cuales se espera que sean menores que los costos de operación.
Kushki	<p>Plataforma de pagos digitales Disminuye la existencia de efectivo en caja</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor ganancia por comisiones 2. Nuevos clientes 3. Mayor publicidad en el mercado

CAPÍTULO III

BUSINESS MODEL CANVAS

Socios clave 1. Kushki 2. Inversionistas	Actividades clave 1. Análisis de la existencia de las facturas para así poder asegurar el pago de las mismas. 2. Promover el uso de esta plataforma para así tener una lista de posibles inversionistas lo cual facilita la venta rápida de las facturas y también clientes que necesiten la venta de facturas. Para incentivar el uso de la plataforma se generarán códigos para cada usuario, los cuales pueden ser compartidos con terceros y así obtener más clientes. El beneficio que obtendrán los usuarios al compartir estos códigos y que eso derive en nuevos clientes para Pymefactor, es la obtención de un incremento en la tasa de interés para el caso de inversionistas y una disminución de la tasa de descuento aplicada en la venta de facturas para los prestamistas, esto aplicará en una transacción por cada usuario referido 3. Subasta de los inversionistas con el objetivo de ofrecer la menor tasa	Propuesta de valor 1. Obtención de financiamiento inmediato sin necesidad de generar endeudamiento para la empresa 2. Para los inversionistas: obtención de una rentabilidad mayor que la que ofrece el sistema financiero, a un corto plazo y con un riesgo diversificado. 3. Fuentes de pago seguras 4. Ofrecer una relación ganar - ganar	Relación con clientes 1. Eficiencia en cada transacción: solucionar la necesidad en el menor tiempo posible 2. Garantía de la transacción: garantizar el cumplimiento a las dos partes involucradas ¿Cómo? mediante un análisis legal y económico de cada cliente para así determinar si se puede generar la transacción 3. Información clara en la página web 4. Para quienes venden las facturas, ofrecer un menor descuento por cada 5 transacciones	Clientes 1. Personas naturales con RUC 2. Microempresas 3. Pequeñas empresas 4. Personas naturales con necesidades de invertir
	Recursos clave 1. Tecnología 2. Talento humano 3. Información		Canales 1. Plataforma online 2. Oficina para atención al cliente	

Estructura de costos	Fuente de ingresos
<ol style="list-style-type: none">1. Comisión pagada a Kushki2. Desarrollo del software para análisis de información3. Costos por mantenimiento y uso de la plataforma4. Salarios de talento humano5. Cobranza	<ol style="list-style-type: none">1. Comisión por cada transacción.2. Uso de la plataforma en transacciones mayores a USD2,500

Clientes

Los clientes de Pymefactor serán personas naturales, microempresas y pequeñas empresas que tengan problemas de liquidez debido a los largos plazos de crédito que otorgan a sus clientes, plazos que pueden variar desde 30 días hasta 180 días.

Este modelo de negocio va enfocado a un nicho de mercado de empresas que no tienen un fácil acceso al sistema financiero pero que tienen necesidades de cubrir sus problemas de liquidez a corto plazo.

Por el lado de inversionistas, este modelo de negocio va enfocado a aquellas personas que tienen ahorros en bajos montos sobre los cuales quieren obtener una rentabilidad, pero que no les resulta atractivo invertir en el sistema financiero debido a las bajas tasas de interés que se ofrecen por bajos montos de inversión.

Propuesta de valor

Pymefactor ofrecerá a sus clientes financiamiento inmediato sin necesidad de generar endeudamiento ni seguir el análisis extenso que normalmente realizan las instituciones del sistema financiero, lo cual asegura que los clientes obtendrán el dinero que requieren en un tiempo máximo de 48 horas.

Para los inversionistas, se ofrece el retorno de su inversión en un plazo máximo de 180 días. Se asegura el retorno puesto que Pymefactor realizará un estudio

riguroso de la validez de las facturas y adicionalmente los inversionistas pueden asegurar su inversión mediante la compra por partes de diferentes facturas; así tienen un riesgo diversificado.

Pymefactor ofrece fuentes de pagos seguras puesto que el dinero no se captará en cuentas bancarias de la empresa, el pago se realizará mediante Kushki transfiriendo el dinero de la cuenta del inversionista a la cuenta del cliente, y posteriormente de la cuenta del emisor de la factura a la cuenta del inversionista

Pymefactor ofrece una relación ganar – ganar entre el dueño de las facturas y los inversionistas, debido a que los vendedores de las facturas obtienen la liquidez que necesitan y los inversionistas reciben una retribución por disponer del dinero.

Relaciones con clientes

Pymefactor ofrece a sus clientes eficiencia en cada transacción que realicen, lo cual consiste en que tengan una respuesta al instante, sea que esta sea positiva o negativa.

Garantía en las transacciones: Pymefactor será una empresa completamente legal, que realizará análisis rigurosos sobre cada transacción, lo cual generará confianza en sus clientes

Información clara en la página web: Pymefactor sabe que sus operaciones se realizarán al 100% mediante la página web, por lo que en la misma se incluirá toda la información de una manera clara. Adicionalmente, cada mes se incluirán

los montos que Pymefactor a financiado, así como un espacio para que los clientes puedan dar sus opiniones y que éstas sean públicas; de esta manera se generará confianza en los clientes y se logrará la fidelización de los mismos.

Al implementar promociones como lo es el ofrecer una menor tasa de descuento por cada 5 transacciones, se incentiva a los clientes a preferir Pymefactor mediante la obtención de un beneficio económico, el cual puede ser transmitido a las personas del entorno de nuestros clientes, y así incrementar los mismos

Canales

Plataforma online: mediante la plataforma online se recibirán las facturas que los clientes quieren vender, y de igual manera los inversionistas podrán tener acceso a las diferentes opciones de inversión que se generen. Mediante este canal los clientes conocerán cual es el descuento que se aplicará y los inversionistas conocerán el valor de su rentabilidad.

Oficinas: en Ecuador las microempresas y pequeñas empresas en su mayoría no tienen firma electrónica ni facturación electrónica, por lo que para asegurar las transacciones en caso de que las facturas no sean electrónicas se necesitará que el cliente se acerque a la oficina de Pymefactor para poder verificar que las facturas cumplen con los requisitos establecidos por la Ley. Adicionalmente, se necesita que quien sea el pagador de la factura acepte el pago de la misma y firme una carta en la que compromete a realizar el pago mediante Kushki.

Actividades clave

Dentro de las actividades que realizará Pymefactor para cumplir con su propuesta de valor se incluyen las siguientes:

Análisis de la existencia de las facturas y asegurar el pago de las mismas mediante la firma de cartas compromiso por parte del pagador de las facturas.

Promover el uso de la plataforma web para así tener una lista de posibles inversionistas lo cual facilita la venta rápida de las facturas. En la plataforma online se detallarán las facturas que están en venta, el valor y la fecha de pago.

Para incentivar el uso de la plataforma se generarán códigos para cada usuario, los cuales pueden ser compartidos con terceros y así obtener mas clientes. El beneficio que obtendrán los usuarios al compartir estos códigos y que eso derive en nuevos clientes para Pymefactor, es la obtención de un incremento en la tasa de interés para el caso de inversionistas y una disminución de la tasa de descuento aplicada en la venta de facturas para los prestamistas, esto aplicará en una transacción por cada usuario referido

Las facturas de venta ingresarán a una subasta entre todas las personas interesadas en invertir; generando así una entre ellas para de esta manera obtener una menor tasa de financiamiento puesto que el ganador de la subasta será quien ofrezca una tasa menor.

Socios clave

Los socios clave para Pymefactor son los siguientes:

Kushki: con la utilización de Kushki para efectuar los pagos, Pymefactor evitará la captación masiva de fondos, lo cual no es permitido bajo el marco regulatorio de Ecuador; y de igual manera así se aseguran los pagos a los vendedores de las facturas y a los inversionistas.

Inversionistas: si bien es cierto que los inversionistas serán clientes de Pymefactor, también se los debe considerar como socios clave ya que sin la existencia de los fondos de ellos no sería posible comprar las facturas de los posibles clientes.

Recursos clave

Tecnología: pagina web y su actualización constante, uso de internet.

Talento humano: personal encargado de la revisión de información y publicidad

Información: bases de datos para asegurar la existencia de las facturas, como por ejemplo la información del SRI.

Ingresos / fuente

La actividad de Pymefactor es conectar a las empresas que necesitan liquidez con aquellas personas que tienen excedentes y quieren obtener una rentabilidad sobre los mismos; por lo tanto, los ingresos de Pymefactor son las comisiones que cobrará por facilitar la conexión de estas dos partes.

El desarrollo de la actividad de Pymefactor es mediante el uso de la plataforma, por lo que se cobrará a los clientes un valor por el uso de la misma cuando las transacciones sean mayores a USD2,500; bajo la consideración de que al ser montos significativos, requiere un análisis mas riguroso por nuestra parte.

Estructura de costos y gastos

Los principales costos en los que incurrirá Pymefactor son los siguientes:

Comisión pagada a Kushki: al ser el medio de pagos a clientes e inversionistas cobrará una comisión por el uso de la misma; sin embargo, lo ideal es llegar a un acuerdo para que la comisión sea mínima bajo la consideración de que los ingresos de Pymefacor igualmente provienen de comisiones

Desarrollo del software para análisis de información: la principal herramienta para el funcionamiento de Pymefactor es la plataforma web, la cual se requiere que constantemente esté actualizada por lo que representa un costo

Salarios de talento humano: parte de la operación de Pymefactor es la validación de la existencia de los documentos y asegurar el cobro de los mismos, para lo cual se requiere personal con conocimientos contables, tributarios y legales; por lo tanto los salarios de estas personas también corresponden a un costo para Pymefactor.

Gestión de cobranza: en caso de que existan retrasos por parte de los pagadores de las facturas, Pymefactor contratará a abogados para que realicen la gestión de

cobro y se deberán pagar sus honorarios, lo cual corresponde a un costo para Pymefavor.

Activos fijos: Pymefactor para poder operar necesita adquirir computadoras y muebles de oficina, por lo que este también es un costo que se debe considerar.

CAPÍTULO IV

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

De acuerdo al análisis de costos y gastos que se efectuó en el capítulo anterior, se puede identificar cual es la inversión inicial que deberá desembolsar PYMEFACTOR para poder desarrollar su actividad. Adicionalmente, se debe considerar que la actividad de PYMEFACTOR implica que se tenga un flujo de caja alto puesto que su enfoque es la entrega de dinero mediante la compra de facturas; y tal como se ha mencionado anteriormente, la fuente de ingresos para contar con el dinero suficiente para poder realizar la compra de facturas es mediante un inversionista que recibirá un premio por el dinero desembolsado; sin embargo, hasta que PYMEFACTOR se consolide en el mercado y se de a conocer con inversionistas que estén interesados en este nuevo instrumento, será necesario contar con un capital inicial que será utilizado para la compra de facturas. A continuación se incluye un resumen de la inversión inicial:

Concepto	Valor en USD
Capital inicial para compra de facturas	20,000
Software para análisis de información	12,000
Otros gastos	5,000
Computadoras	3,000
Capital para la constitución	2,000
Muebles de oficina	1,500
Constitución de la Compañía	1,200
Creación de la página web	1,000
Total inversión	45,700

El valor de USD45,700 que incluye la constitución de PYMEFACTOR, la inversión inicial y el capital de trabajo se obtendrá de las siguientes fuentes:

Concepto	Valor en USD	Porcentaje %
Inversionistas	13,700	30%
Fondos de capital semilla	25,000	55%
Recursos propios	7,000	15%
Total	45,700	100%

El capital propio que equivale al 15% de la inversión total se utilizará para los gastos de constitución de PYMEFACTOR, el capital, la adquisición de computadoras y muebles de oficina.

Como fondos de inversión, se solicitará apoyo al Banco de Ideas que es impulsado por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, el cual otorga hasta un valor de USD50,000 y otorgan asesoría durante el desarrollo y avance del proyecto, estos fondos son positivos para PYMEFACTOR debido a que no pasan a formar parte del capital societario y tampoco se requiere un retorno; de esta manera los accionistas de PYMEFACTOR serán únicamente sus creadores, el valor otorgado por la SENESCYT se utilizará en su mayoría para el desarrollo del proyecto, lo que implica la creación de la página web y el desarrollo del software, los gastos de nómina u honorarios de los profesionales que formarán parte del equipo; y el valor remanente será utilizado para la etapa de comercialización, es decir una vez que la Compañía esté totalmente lista para operar se empezará con la compra de facturas, para lo cual también se buscará inversionistas que estén interesados en este instrumento que genera retornos, y en un inicio estos inversionistas serán familiares y amigos de los creadores de PYMEFACTOR que apoyarán en la materialización del proyecto y requerirán un retorno menor al 1%.

CONCLUSIONES

1. Las dificultades a las que se enfrentan constantemente las pymes, empresas familiares pequeñas y personas naturales que tienen sus propios negocios para poder obtener créditos en las instituciones financieras, generan problemas de liquidez en su operación, lo que deriva en posibles pérdidas, por lo que es necesario la inclusión de nuevas alternativas de financiamiento.
2. Actualmente, más del 50% de la población no tiene acceso al sistema financiero debido a los diversos requisitos y condiciones de las instituciones financieras, por lo que mediante PYMEFACTOR estos sectores podrán acceder a financiamiento sin necesidad de ingresar al sistema financiero.
3. Hoy en día la tecnología juega un rol importante en el desarrollo de los negocios, por lo que la creación de las empresas Fintech es una buena alternativa de negocio que se alinea a las nuevas tendencias y que permite la optimización de muchos procesos tradicionales, permitiendo que las transacciones sean más eficientes.
4. Las empresas Fintech, en lugar de representar una competencia para las instituciones financieras tradicionales deberían ser consideradas como aliados importantes debido a la diversificación de productos y servicios que se pueden ofrecer en el mercado.
5. Actualmente debido a la emergencia sanitaria derivada del COVID 19 se ha generado una crisis a nivel mundial, por lo que las instituciones financieras se

ven obligadas a cambiar sus procesos para la colocación de créditos y lo más probable es que sean procesos mas estrictos y que existan muchos usuarios que no puedan acceder a financiamiento. Esto genera una gran oportunidad para el desarrollo de Pymefactor en el mercado puesto que al ser un tipo de financiamiento más rápido y con el respaldo de facturas se podrá otorgar con mayor facilidad el financiamiento; sin embargo, es importante mencionar que se deberá analizar el tipo de industria que dio origen a las facturas.

BIBLIOGRAFÍA

Diario El Telégrafo (27 de junio del 2019), “Pequeñas y grandes empresas se enfrentan a 3 problemas”

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pymes-enfrentan-problemas-onu>

Cano, C. & Larrea, H, (2014), “Análisis de factoring como herramienta de liquidez y su impacto en la rentabilidad de las empresas de los socios de la Cámara de Comercio de Quito”

https://scholar.google.com.ec/scholar?q=Cano,+C.+%26+Larrea,+H,%3B+2014&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Gálvez Carpio, & Solórzano Jaramillo, (2012), “Factoraje financiero para las PYMES”

Diario El Universo, (03 de julio 2018), “Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador”

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/07/03/nota/6840290/creditos-emprendedores-pymes-ecuador>

Ban Ecuador, (04 de mayo del 2019), “¿Cuánto tiempo demora el otorgamiento de un crédito?”

<https://www.banecuador.fin.ec/ufags/cuanto-tiempo-demora-el-otorgamiento-de-uncredito/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1nto%20tiempo%20demora%20el%20otorgamiento%20de%20un%20cr%C3%A9dito%3F,Publicado%20el%204&text=Depende%20del%20destino%20del%20cr%C3%A9dito,y%20del%20patrimonio%20que%20disponga.>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, (septiembre 2019)

<https://www.seps.gob.ec/lista-de-articulos?medios>