

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Postgrados

CREACIÓN DE LA FINTECH: “AGREGADOR FINANCIERO”

Pablo Enrique Villamagua Mendieta

**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, 06 de Julio 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE POSGRADOS

HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Creación de la Fintech: “Agregador Financiero”

Pablo Enrique Villamagua Mendieta

Santiago Mosquera

PhD

Director del Programa de Maestría en

Gerencia Bancaria y Financiera

Hugo Burgos

PhD

Decano del Colegio de Posgrados

Carlos Córdova

Ms.

Director del Trabajo de Titulación

Quito, Julio del 2020

© 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.

Nombre:	Pablo Enrique Villamagua Mendieta
Código de estudiante:	00209452
C.I.:	1712519956
Lugar, Fecha:	Quito, Julio de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

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

DEDICATORIA

A mi madre Alicia Mendieta Figueroa; a mis hermanos César, Edison, María del Cisne Villamagua Mendieta y a mi abuelito José Antonino Mendieta (+). Quienes siempre son un apoyo incondicional, gracias, por tanto.

A los leales, a los que nunca pierden la fé, a los que viven de sus valores, a los que prefieren dejar una huella de valores a sus hijos y un ahuello de dinero y a los que se levantan y cumplen sus sueños.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi familia; a mi madre Alicia, a mis hermanos César, Edison, María del Cisne y a mi abuelito José Mendieta. Por ser la palanca que permitió mover todos los obstáculos que se me presentaban, gracias por los sanos consejos, las palabras fuertes cuando fueron necesarias, el ejemplo a a su corta edad, de su profesionalismo, don de gente y búsqueda de ser siempre un mejor ser humano.

Finalmente, gracias catedráticos de la Universidad San Francisco de Quito, por elevar mi nivel de conocimientos e inculcar en mí, el deseo que continuar aprendiendo. Próxima meta PHD en finanzas.

RESUMEN

La tecnología ha cambiado y mejorado la vida cotidiana en general y la forma en que las empresas hacen negocios.. Existe muchas personas, que parecen fuera de lugar (desbancarizada, sin planes de ahorros, sin búsqueda de un final mejor, no solo por ellos, sino por sus hijos). Este trabajo consiste en brindar una respuesta fácil, rápida y que se adapte a cada uno de los usuarios. ¿Pero cómo hacerlo? Después de una lluvia de ideas y realizar pruebas de focus group, encuestas, obtuvimos un 93% de aceptación a la siguiente idea:

Creación de un agregador financiero en el Ecuador, bajo los parámetros de su legislación y con el cambio que depara al futuro inminente que utiliza el desarrollo de soluciones financieras para ofrecer desenlaces de tecnología de la información. El trabajo recopila y analiza la situación actual del acceso de los usuarios financieros a las bancas electrónicas de las instituciones financieras ecuatorianas. Se busca entender el potencial de cambio que puede generar la creación de una Fintech enfocado en un “agregador financiero”, para mitigar de manera eficiente los problemas detectados.

Palabras clave: Fintech; agregador financiero; app móvil; web page; tecnología.

ABSTRACT

Technology has changed and improved everyday life in general and the way companies do business. There are many people, who seem out of place (unbanked, no savings plans, no search for a better ending, not just because of them, but for their children). This work consists of providing an easy, fast response that is adapted to each of the users. But how to do it? After brainstorming and conducting focus group tests, surveys, we obtained 93% acceptance of the following idea:

Creation of a financial aggregator in Ecuador, under the parameters of its legislation and with the change in store for the imminent future that uses the development of financial solutions to offer information technology outcomes. The work compiles and analyzes the current situation of access of financial users to the electronic banking of Ecuadorian financial institutions. The aim is to understand the potential for change that the creation of a Fintech focused on a “financial aggregator” can generate, to efficiently mitigate the problems detected.

Key words: Fintech; financial aggregator; mobile app; web page; technology.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen-----	7
Abstract-----	7
Introducción-----	11
Capítulo 1-----	12
Capítulo 2-----	23
Capítulo 3-----	36
Capítulo 4-----	42
Conclusiones-----	45
Bibliografía-----	47

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: TOTAL NACIONAL DE CUENTAS Y CLIENTES.....	14
TABLA 2: MEDIOS QUE UTILIZAN LOS CLIENTES PARA REVISAR TRANSACCIONES RECIENTES.....	15
TABLA 3: COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL NACIONAL.....	16
TABLA 4: PROMEDIO DE CUENTAS Y TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO POR USUARIO BANCARIZADO.....	17
TABLA 5: COSTO P.E.A. BANCARIZADA.....	17
TABLA 6: MÉTRICAS.....	22
TABLA 7: CONDICIONES DE LEVANTAMIENTO DE CAPITAL.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: USUARIOS BANCARIOS QUE UTILIZAN MEDIOS DIGITALES-----	18
FIGURA 2: DETERMINACIÓN DE ENFOQUE DEL AGREGADOR FINANCIERO-----	18
FIGURA 3: RANGOS DE EDAD DONDE DEBE ENFOCARSE EL AGREGADOR FINANCIERO SEGÚN USO DE MEDIOS DIGITALES-----	19
FIGURA 4: CUSTOMER JOURNEY MAP SITUACIÓN ACTUAL-----	20
FIGURA 5: ÉTAPA GÉNÉRICA DE LA EXPERIENCIA-----	21
FIGURA 6: PROTOTIPO DE SERVILLETAS-----	23
FIGURA 7: BIZAGI MODELER PROCESO COMPLETO-----	25
FIGURA 8: VALUE PROPOSITION CANVAS-----	33
FIGURA 9: LIENZO DEL MODELO BUSINESS MODEL CANVAS-----	41

INTRODUCCIÓN

En la era digital, el sistema financiero se convirtió en un monstruo complejo, los “dino banqueros” hablan un idioma y crean productos imposibles de comprender para el usuario común.

“Según The FinTech Times, el 24% de los ciudadanos estadounidenses ya dependen de la banca solo digital, mientras que solo el 34% de las personas menores de 35 años llevan dinero en efectivo. Del mismo modo, Business Insider informa que el 40% de los bancos minoristas invierten mucho en el desarrollo de TI y las actualizaciones de la infraestructura digital, mientras que el 61% de las personas realizan una investigación exhaustiva sobre un banco y sus características digitales antes de decidirse a utilizar sus servicios por completo.”¹

Es por esto, que esta investigación y propuesta de la “creación de una Fintech “agregador financiero” prioriza y busca patentar el concepto **Mobile First** para convertirse en un gran conglomerado con mayores exigencias, a tendiendo a distintas tipos de poblaciones con características ncada una diferente de la otra.

Las nuevas generaciones (Millennials y la Generación Z) han sido los causantes de este repentino crecimiento exponencial de las fintech, pues conocen muy bien la enorme diferencia entre una empresa basada en tecnología e innovación y una que solo se dedica a la parte financiera.

¹ <https://fintechweekly.com/magazine>

CAPÍTULO 1

1. Problema

La banca ecuatoriana no se encuentra lista para la entrada de las fintechs que brindan servicios familiares a menores costos y con mucha rapidez, como es el caso del agregador financiero propuesto en esta tesis.

1.1. Descripción del problema

Debido a que la población bancarizada ecuatoriana acumula tantas tarjetas de crédito o mes cliente en tantas instituciones financieras, exponiéndose a varios peligros y sobre todo a no poder llevar una vida que lo conduzca al ahorro. Dada la importancia de las instituciones financieras para resolver las asimetrías de la información, éstas han buscado mecanismos para facilitar la información a sus clientes (a través de las bancas electrónicas o aplicaciones móviles) olvidando el hecho que los usuarios financieros, como se demostrará más adelante, mantienen varios productos financieros en innumerables instituciones financieras² causándoles problemas de utilización de tiempo para poder revisar cada producto financiero dependiendo de que institución financiera provenga éste.

1.2. Dimensionamiento del problema

Sin embargo los bancos convencionales son conscientes de esta amenaza, y están poniendo medios para convertirla en una fuente de oportunidades. También se

² <http://www.mejorescuentascorrientes.com/cuantas-cuentas-bancarias-conviene-tener-por-que/>

están produciendo adquisiciones y alianzas de bancos con fintech. Estas estrategias, pueden dar resultado y permitir una transición ordenada a las nuevas tecnologías por parte de las entidades convencionales. Sin embargo, no podemos perder la vista que algunos de los principales operadores tecnológicos (Google, Apple, y Samsung) están interesadas en entrar en el mundo financiero.

Por motivos como los expuestos estamos en un momento crucial que puede condicionar enormemente el futuro del sector financiero. Los que no sean ágiles, y los que se equivoquen en sus decisiones de tipo tecnológico, tienen los días contados.

1.2.1. Inclusión Financiera

Midiendo desde enero y con corte al 31 de marzo, en años consecutivos 2016 y 2017, el Banco Central del Ecuador censo a 4.442 hogares. Con lo que se obtuvo los siguientes datos:

- 55,3% de los censados tenían tres o más productos financieros.
- Ahorro, parece no existir en el lenguaje de los censados el 62,8% dijo que de ninguna manera ahorra (no manejan una planificación financiera de control de gastos o presupuestos).

1.2.2. Desglose de depósitos a la vista

“La demanda de servicios financieros formales en el país, esta destinada a 11.991.434 cuentas registradas oficialmente en el sistema bancario. Esta información se demuestra con los datos presentados en la tabla 1, la cual permite presentar la variable clave del problema aquí desarrollado.”³

³ www.revistalideres.ec

TABLA 1 TOTAL NACIONAL DE CUENTAS Y CLIENTES

dic-17		NÚMERO DE CUENTAS	% CUOTA	NÚMERO DE CLIENTES	% CUOTA	
A)	BANCOS PRIVADOS	BANCOS PRIVADOS EXTRANJEROS	503	0,004%	451	0,004%
		BANCOS PRIVADOS NACIONALES	11.990.931	85,70%	10.749.756	84,52%
		Total general	11.991.434	85,71%	10.750.207	100,00%
B)	INS.FIN. PÚBLICAS	INSTITUCIONES FINANCIERAS PÚBLICAS	1.999.504	14,29%	1.968.586	15,48%
TOTAL = A+B (Regulado por la SB)			13.990.938	100,00%	12.718.793	115,48%

Fuente: SB-INRE-SINAI

Elaboración: Autor

1.2.3. Evolución de canales virtuales

A diciembre de 2017, se totalizó 2.286,5 millones de transacciones realizadas a través de la banca de las cuales en su mayoría esto es: 1.667,4 millones de transacciones fueron realizadas de manera electrónica y 619 millones de manera presencial. Lo notable de esta evolución⁴ es que el 47% de las actividades bancarias en línea solo son para acceder a la información de la cuenta.

“Los usuarios están empezando a pasar de ser consumidores “omnidigitales”, es decir, aquellos que prefieren interactuar digitalmente con su banco sin preferencia por usar una computadora portátil, una tableta o un teléfono inteligente, a preferir el teléfono inteligente. En este análisis se destaca que en el caso de los más jóvenes (entre 18 y 24 años), el uso de los dispositivos móviles iguala al de computadoras portátiles (39% en ambos casos), y en el siguiente rango (entre 25 y 34 años) es muy cercano (36% móviles y 38% portátiles)”⁵

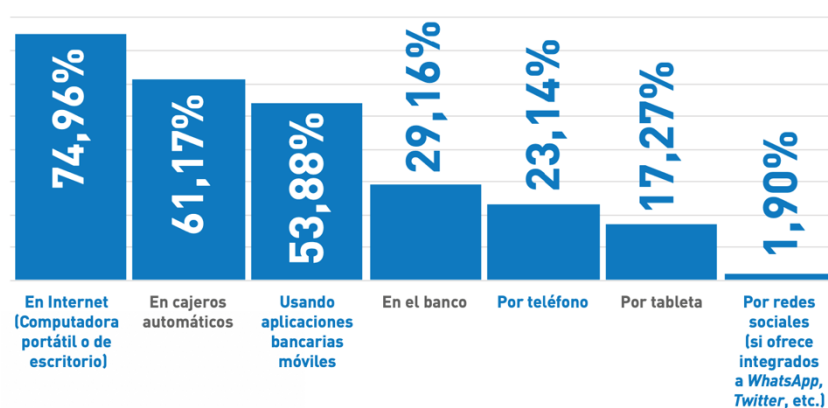
1.2.4. Determinación numérica del dimensionamiento del problema

⁴ Nielsen, An uncommon sense on the customer, la oportunidad móvil es más que solo palabras, 2016. Recuperado de: https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/05/EstudioGlobal_DineroMóvil.pdf

⁵ <https://www.oas.org/es/sms/cicte/sectorbancariospa.pdf>

“Los usuarios privilegian los medios virtuales sobre los presenciales, lo cual concuerda con el alto grado de digitalización de los servicios y el impulso a la utilización de éstos, ya que el 53% de los encuestados revisa transacciones y saldos usando teléfonos inteligentes más que los que consultan en el banco (29%) o por línea telefónica (23%), e igualmente prefieren transferir fondos a través de Banca Móvil (43%) que trasladándose al banco (37%)”⁶

TABLA 2: MEDIOS QUE UTILIZAN LOS CLIENTES PARA REVISAR TRANSACCIONES RECIENTES



Nota: 631 registros

Fuente: SG/OEA a partir de información recolectada de entidades bancarias en América Latina y el Caribe

1.2.5. Población económicamente activa⁷

TABLA 4 COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL NACIONAL

⁶ <https://www.oas.org/es/sms/cicte/sectorbancariospa.pdf>

⁷ https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf

Composición de la población: Total Nacional



Diferencia estadísticamente significativa

Diferencia **NO** estadísticamente significativa

En septiembre 2019 a nivel nacional:

- La población en edad de trabajar (PET) es de **12,4** millones de personas.
- La población económicamente activa (PEA) es de **8,4** millones de personas.
- La población económicamente inactiva (PEI) es de **4,0** millones de personas.

	sep-14	sep-15	sep-16	sep-17	sep-18	sep-19
Población en Edad de Trabajar	11.270.069	11.318.398	11.639.325	11.879.564	12.139.763	12.359.400
Población Económicamente Activa	7.145.197	7.599.717	8.057.159	8.181.049	8.266.443	8.379.355
Población con Empleo	6.866.776	7.274.221	7.637.986	7.842.471	7.933.625	7.972.485
Empleo Adecuado/Pleno	3.414.023	3.495.965	3.154.513	3.303.565	3.274.463	3.228.032
Subempleo	893.705	1.121.988	1.560.342	1.679.858	1.605.884	1.649.346
Empleo no remunerado	555.947	655.616	834.147	823.329	879.552	870.833
Otro empleo no pleno	1.980.199	1.961.901	2.063.849	2.020.779	2.124.567	2.171.045
Empleo no clasificado	22.902	38.751	25.135	14.940	49.159	53.228
Desempleo	278.421	325.496	419.173	338.577	332.818	406.871
Población Económicamente Inactiva	4.124.872	3.718.681	3.582.166	3.698.515	3.873.320	3.980.045

Fuente:https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf

A septiembre del 2019 a nivel nacional:

- La población económicamente activa (PEA) es de 8.379,355 millones de personas.
- La población con adecuado empleo es de 3.228,032 millones de personas.

1.2.6. Variable clave: Promedio de cuentas y tarjetas de débito por usuario bancarizado.

El estudio global de Nielsen ⁸ detalla que la probabilidad de que un usuario use más de tres institución financiera, en América Latina es del 81%, esto se demuestra en la variable que hemos denominado clave en la tabla 3.

⁸Nielsen, Estudio Global dinero móvil, 2016. Recuperado de: <https://www.nielsen.com/ec/es/insights/report/2016/Estudio-global-dinero-movil/#https://www.nielsen.com/ec/es/insights/report/2016/Estudio-global-dinero-movil/#>

**TABLA 4 PROMEDIO DE CUENTAS Y TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO POR
USUARIO BANCARIZADO**

PEA ACTUAL	8.3793,555,00
POBLACIÓN CON ADECUADO EMPLEO	3.228.032,00
PORCENTAJE SEGÚN INEC DE POBLACIÓN BANCARIZADA	50,00%
PEA BANCARIZADA	1.614.016,00
NÚMERO TOTAL DE CUENTAS	12.718.793,00
NÚMERO TOTAL DE TARJETAS DE CRÉDITO	2.827.672,00
NÚMERO TOTAL DE CUENTAS Y TARJETAS DE CRÉDITO	15.546.465,00
PROMEDIO DE CUENTAS Y TARJETAS DE CRÉDITO POR POBLACIÓN CON ADECUADO EMPLEO	5

FUENTE: INVESTIGACION REALIZADA, Y FUENTES DE LOS DATOS OBTENIDOS DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y QUE SE ENCUENTRAN DETALLADAS EN EL PRESENTE DOCUMENTO.
ELABORACIÓN: AUTOR

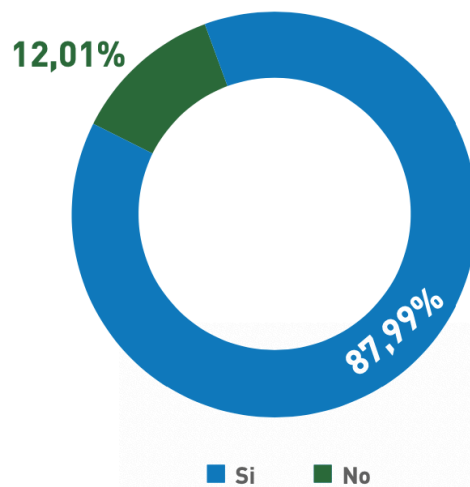
1.2.7. Determinación de costo monetario por minuto de la PEA bancarizada.

TABLA 5 COSTO PEA BANCARIZADA

INGRESO	\$626,80
DÍAS LABORABLES POR SEMANA	5
HORAS PROMEDIO	8
HORAS SEMANA	40
HORAS MES	160
MINUTOS MES	9600
PROMEDIO DE INGRESO POR HORA	\$3,92
PROMEDIO DE INGRESO POR MINUTO	\$0,07
PEA BANCARIZADA (DETERMINADA EN LA TABLA 5)	4534600
COSTO DETERMINADO POR MINUTO	\$296.071,59

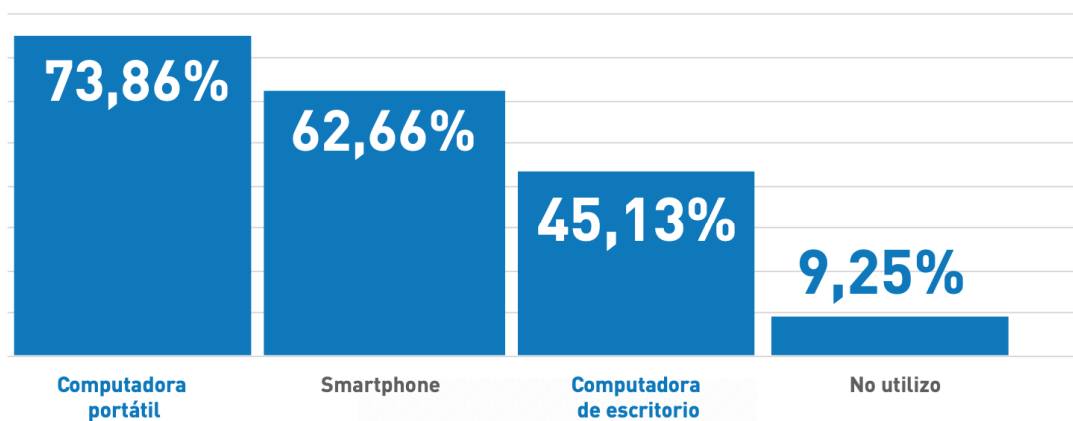
FUENTE: INEC, Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo, indicadores laborales marzo 2019
ELABORACIÓN: AUTOR

1.2.8. FIGURAS QUE DEMUESTRAN EL PROBLEMA

FIGURA 1 USUARIOS BANCARIOS QUE NUTILIZAN MEDIOS DIGITALES

Nota: 616 registros

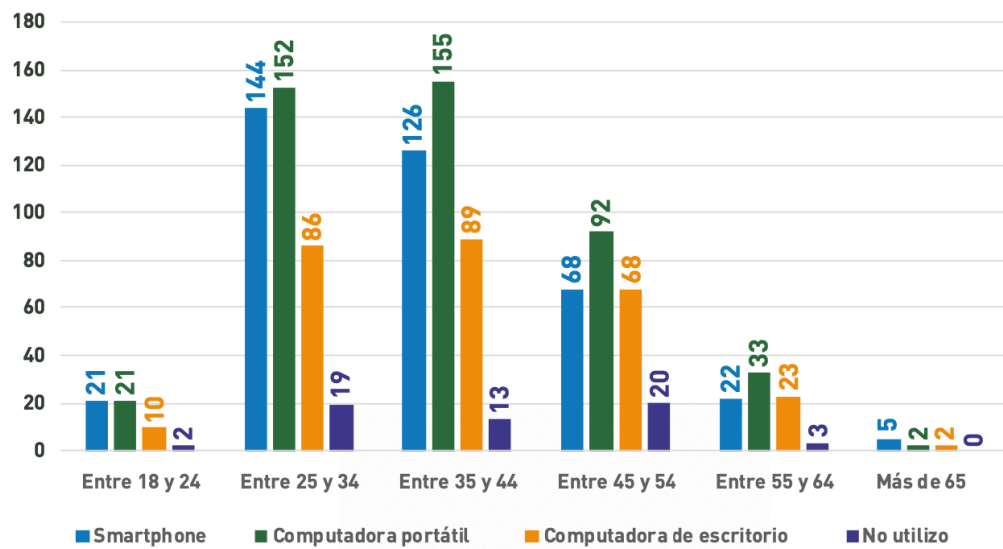
Fuente: SG/OEA a partir de información recolectada de entidades bancarias en América Latina y el Caribe

FIGURA 2 DETERMINACIÓN DE ENFOQUE DEL AGREGADOR FINANCIERO

Nota: 616 registros

Fuente: SG/OEA a partir de información recolectada de entidades bancarias en América Latina y el Caribe

FIGURA 3 RANGOS DE EDAD DONDE DEBE ENFOCARSE EL AGREGADOR FINANCIERO SEGÚN USO DE MEDIOS DIGITALES



Nota: 616 registros

Fuente: SG/OEA a partir de información recolectada de entidades bancarias en América Latina y el Caribe

1.3. Customer journey map

“Es una herramienta de Design Thinking –una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas para superar retos y satisfacer necesidades– que hace posible dar forma en un mapa a cada una de las fases o etapas que recorre una persona; desde que le sobreviene una necesidad hasta que se convierte en cliente de una marca”.⁹ Adicional se presentan las etapas genéricas de la experiencia.

⁹ Qmatic, que es el customer journey map, Recuperado de: <https://www.qmatic.com/es-es/qmatic-trends/customer-journey-customer-experience/que-es-el-customer-journey-map-y-para-que-sirve/>

FIGURA 4 CUSTOMER JOURNEY MAP: SITUACIÓN ACTUAL

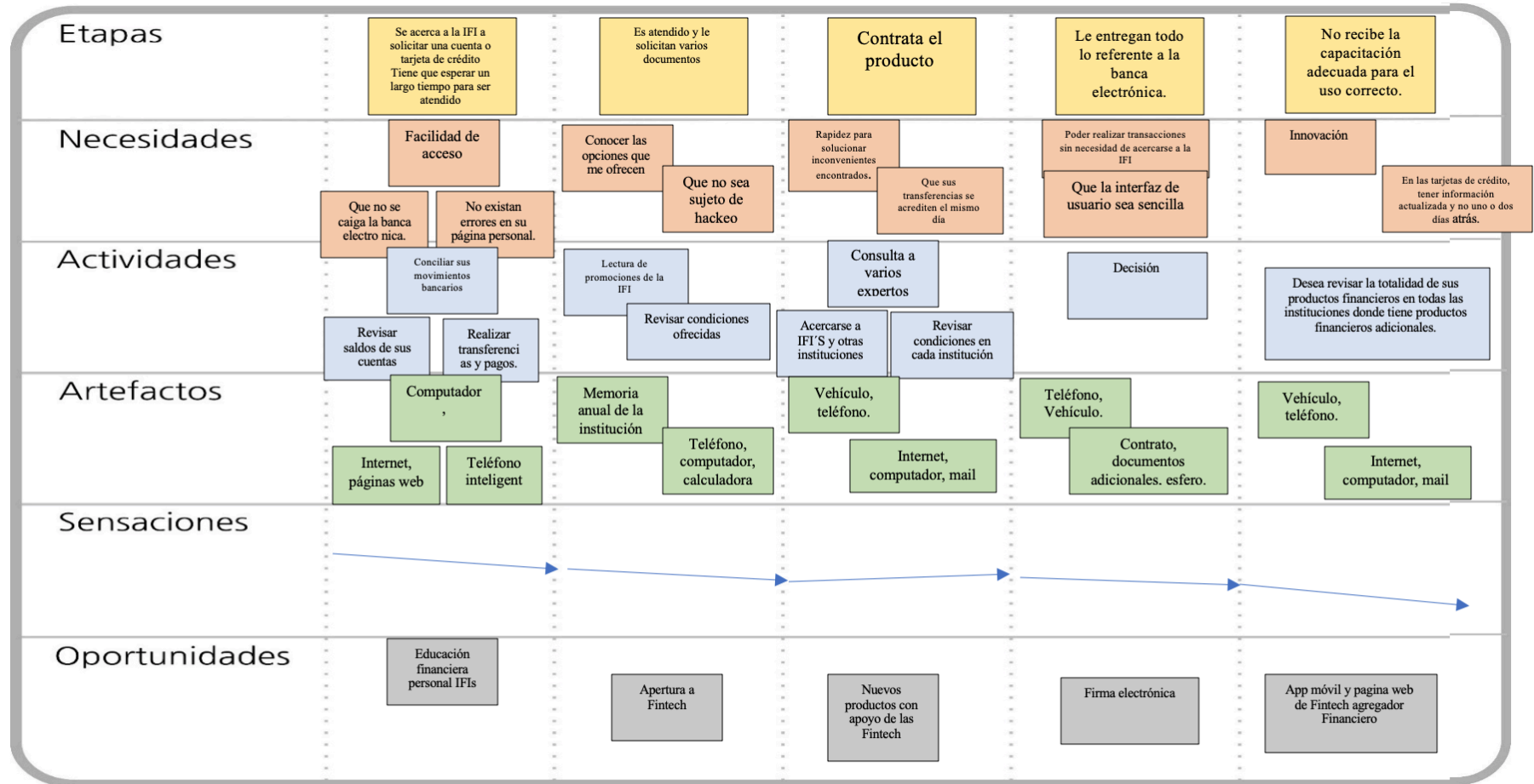


FIGURA 1 CUSTOMER JOURNEY MAP DE LA SITUACION ACTUAL DE LOS USUARIOS DE LA BANCA ELECTRONICA

FUENTE: AUTOR

1.4. **Étapa générica de la experienica**

FIGURA 5 ÉTAPA GÉNÉRICA DE LA EXPERIENCIA

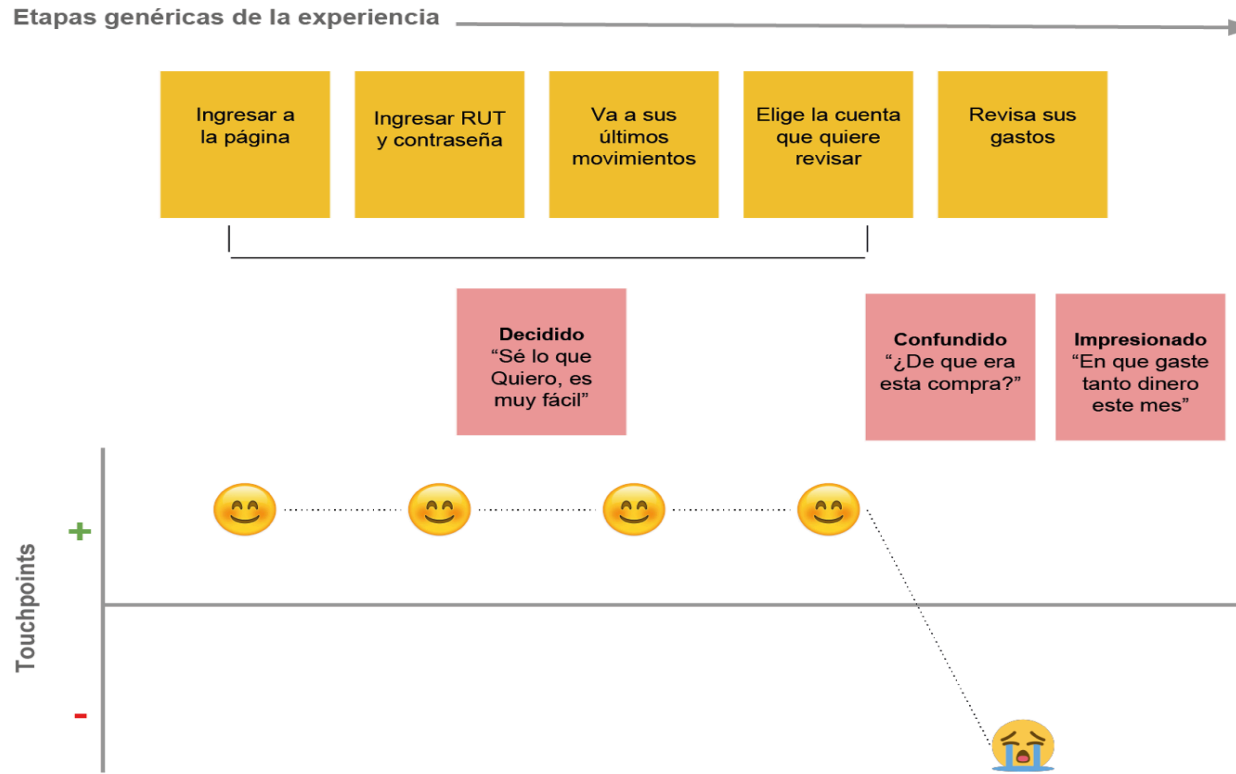


FIGURA 2 ETAPAS GENÉRICAS DE LA EXPERIENCIA DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS USUARIOS DE LA BANCA ELECTRÓNICA

FUENTE: AUTOR.

1.5. Métricas

Con el objetivo de demostrar la problemática descrita, procederemos a utilizar las siguientes métricas:

TABLA 6: MÉTRICAS

OBJETIVOS	METAS	MÉTRICAS/INDICADORES
Evolución del nivel de ahorro	Determinación del tendencias de evolución de nivel de ahorro y por consecuencia saldos promedios.	Depósitos de Ahorro
Riesgo de vulnerabilidad y riesgo	Determinar la pérdida media del patrimonio que experimentaría un subsistema ante la quiebra de cualquiera de los otros subsistemas que lo conforman	$GRI_i = \frac{\sum_j^j PAS_{ij}}{PTB - PT_i}$ <p>Donde: <i>GRI_i</i> = Grado de riesgo TCTF del banco i <i>PAS_{ij}</i> = Son los pasivos que mantienen el banco i con el banco j <i>PTB</i> = patrimonio total del sistema bancario <i>PT_i</i> = Patrimonio del banco i</p>
Porcentaje de utilización y evolución de la banca electrónica	Determinación del grado de utilización y evolución del usuario con su banca electrónica	$\text{INDICADOR DE USO} = \frac{\text{TOTAL DE CLIENTES QUE ACEDEN A BANC ELECTRÓNICA}}{\text{TOTAL DE CLIENTES QUE TIENEN USUARIOS Y CLAVES PARA ACCEDER A BANCA ELECTRÓNICA}}$

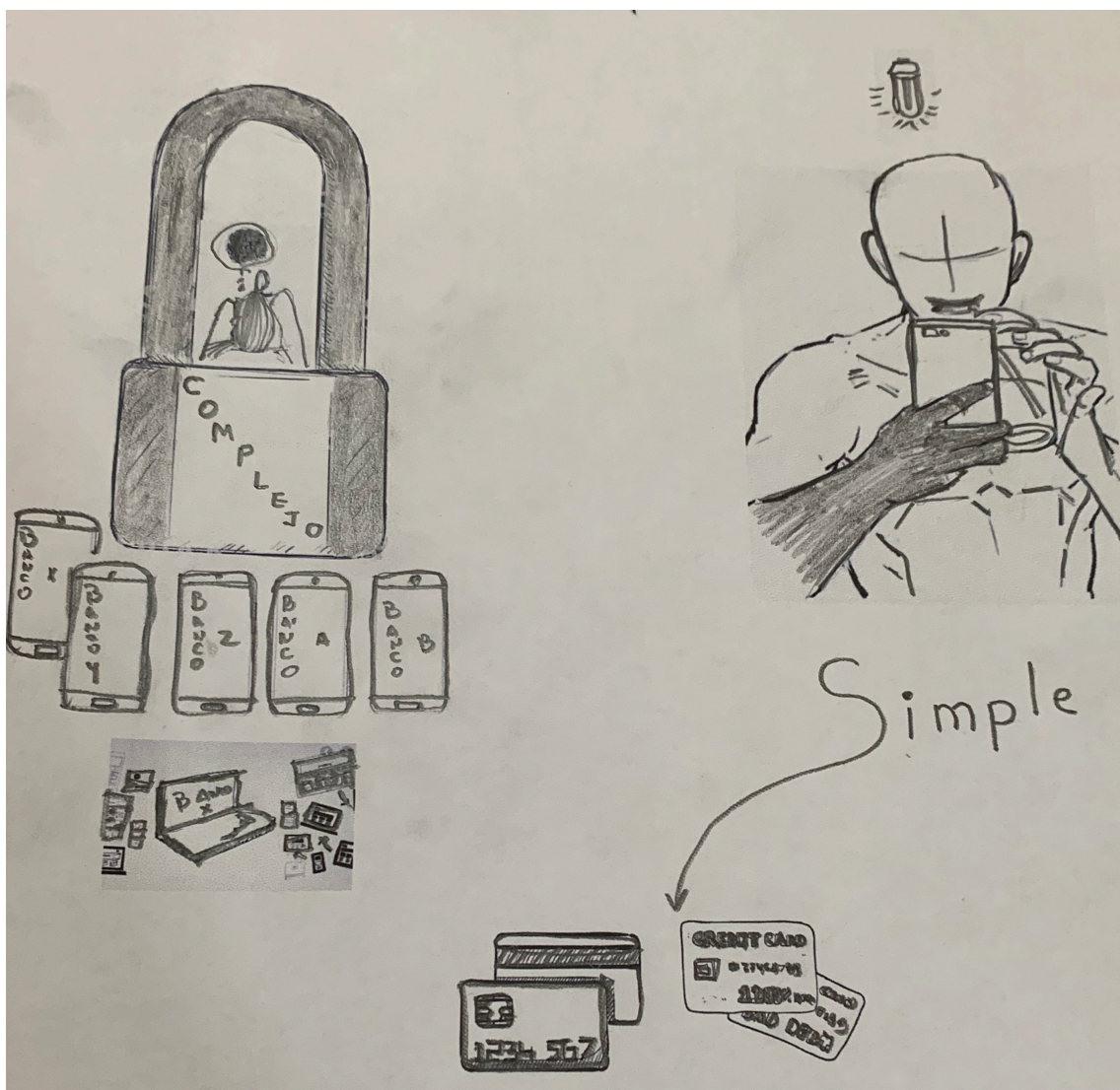
CAPÍTULO 2

2. Diseño y creación

2.1 Prototipos

2..2.1 Prototipo de servilleta

FIGURA 6 PROTOTIPO DE SERVILLETAS



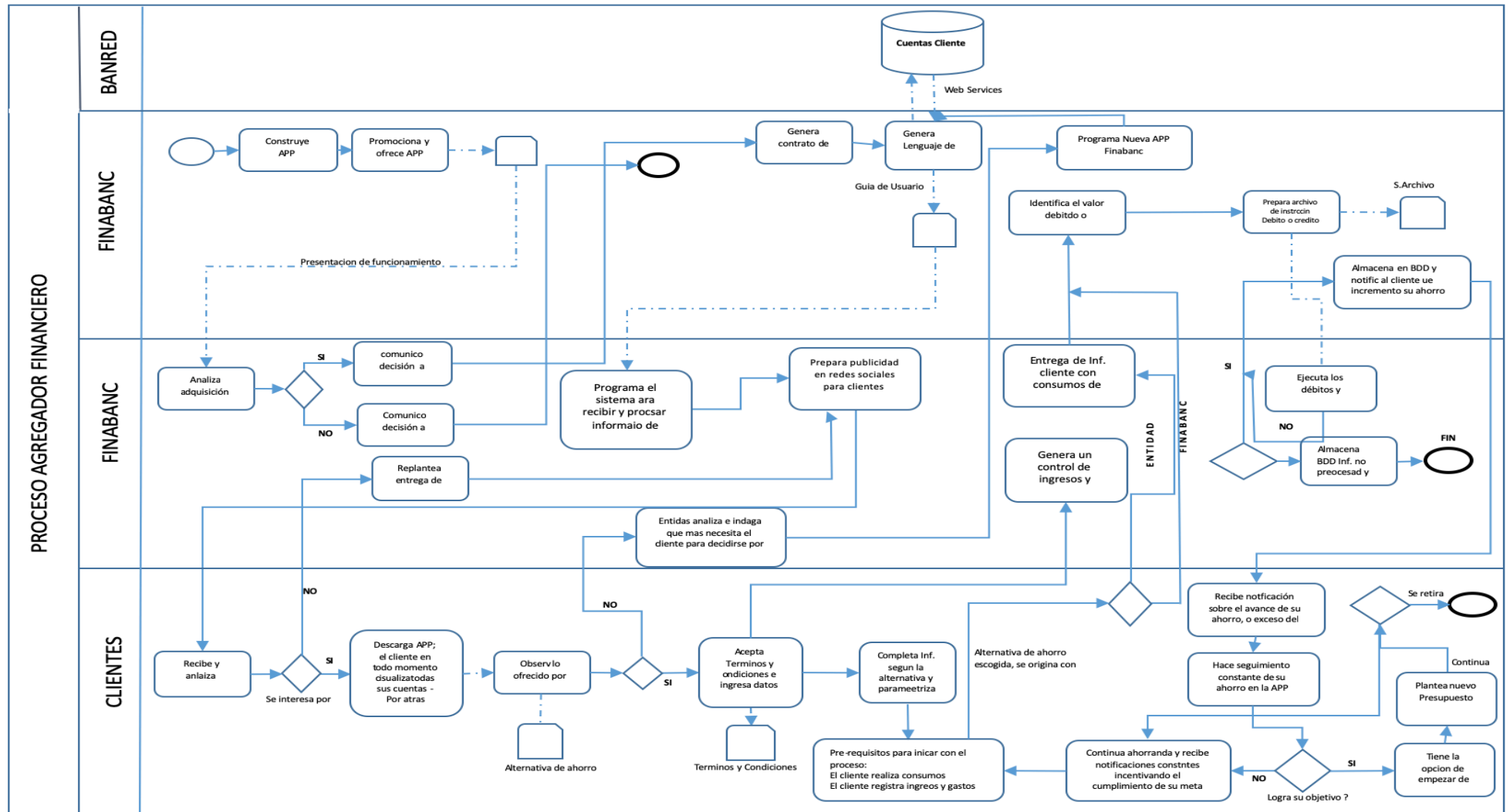
Elaboración: Autor

2.2.2 Prototipo 2 Desarrollo en Bizage modeler,”¹⁰

“Es una suite ofimática con dos productos complementarios, un Modelador de Procesos y una Suite de BPM. Bizagi BPM Suite es una solución de gestión de procesos de negocio (BPM) que le permite a las organizaciones ejecutar/automatizar procesos o flujos de trabajo (workflows)”

FIGURA 7 BIZAGI MODELER PROCESO COMPLETO

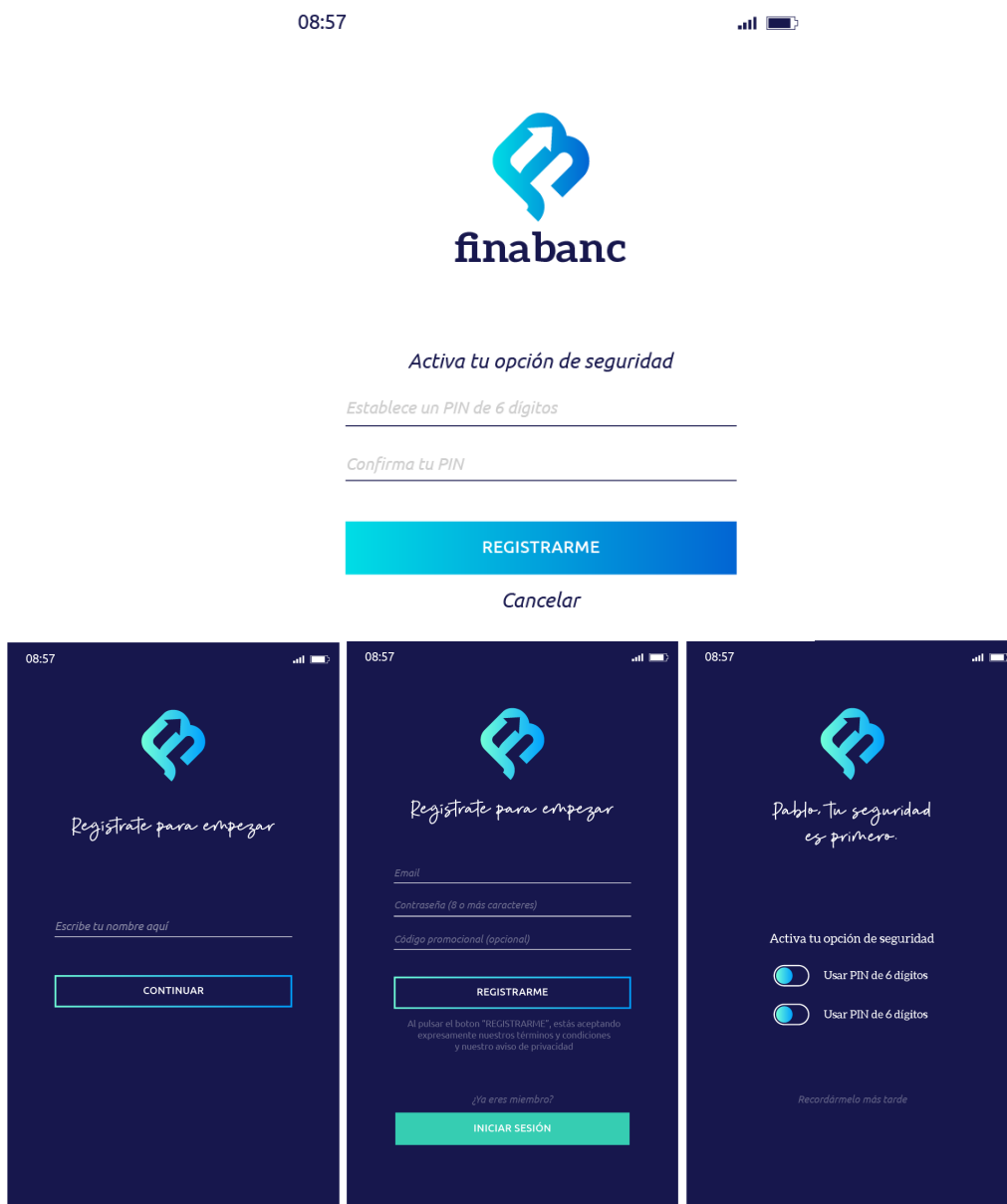
¹⁰ Bizagi, modeler, RECUPERADO de:
<https://www.bizagi.com › productos › bpm-suite › modeler>



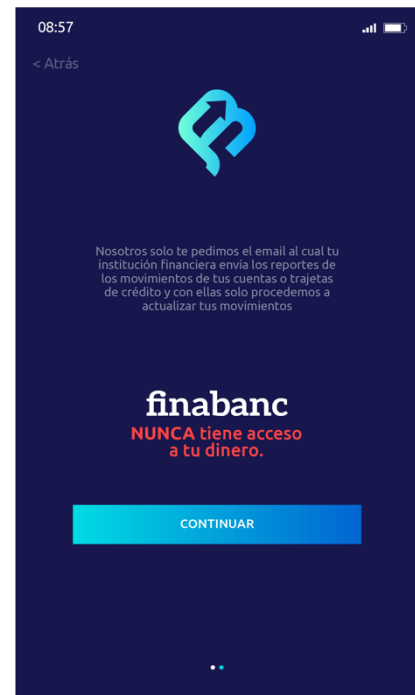
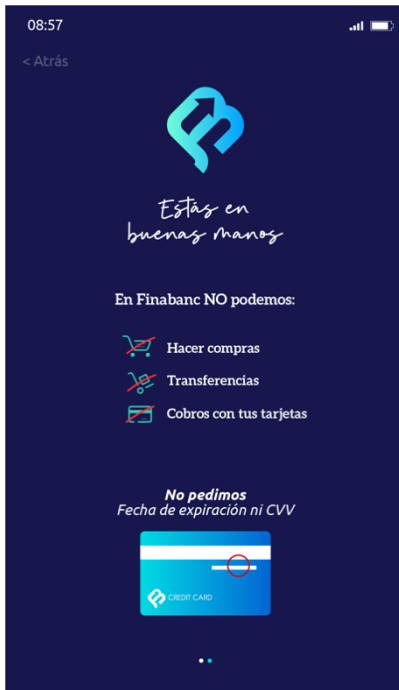
ELABORACIÓN: AUTOR
 FUENTE: DIAGRAMA DEL FUNCIONAMINETO GENERAL DEL FINTECH "AGREGADOR FINANCIERO"

2.4 PROTOTIPO APP APLICACIÓN MÓVIL Y PÁGINA WEB

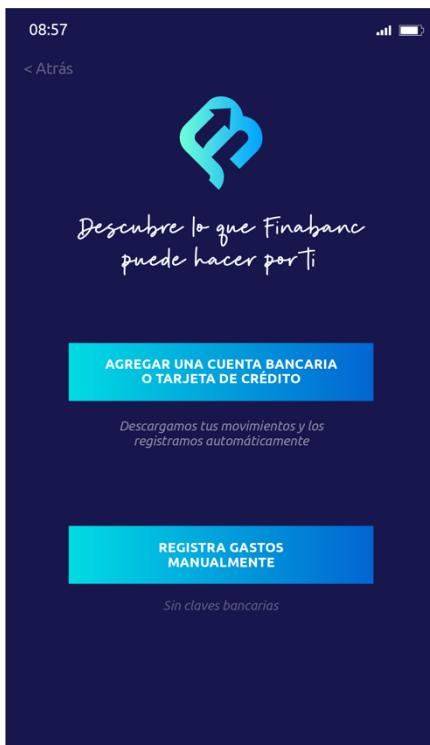
2.4.1 PROTOTIPO APP APLICACIÓN MÓVIL



I. MÓDULO DE INFORMACIÓN SEGURIDADES FINTECH "AGREGDOR FINANCIERO"



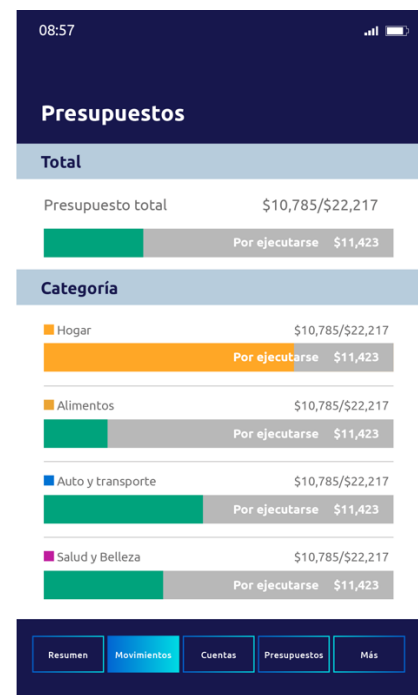
II. AGREGAR CUENTA BANCARIA O TARJETA DE CRÉDITO



III. MOVIMIENTOS



IV. MÓDULO GASTOS Y PRESUPUESTOS





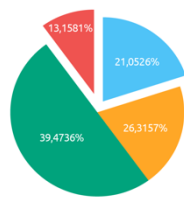
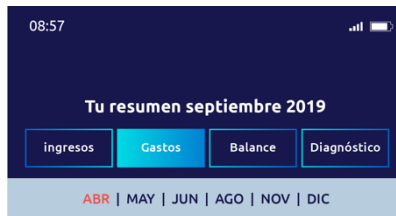
Bienvenido a tu resumen de gastos

En cuanto des de alta una cuenta bancaria o registres tus movimientos, aquí verás un resumen gráfico de tus gastos por categoría

DAR DE ALTA UNA CUENTA BANCARIA



Entretención	\$654
hogar	\$102
alimentos	\$398
transporte	\$100
finanzas	\$290
ropa y calzado	\$629
transacciones	\$1928



ahorros	\$180
casa	\$120
transporte	\$96
egresos	\$60



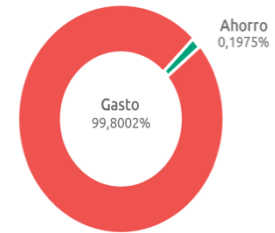
V. BALANCE, AHORRO



Bienvenido a tu balance de movimientos

En cuanto des de alta una cuenta bancaria o registres tus movimientos, aquí verás un resumen gráfico

**DAR DE ALTA
UNA CUENTA BANCARIA**



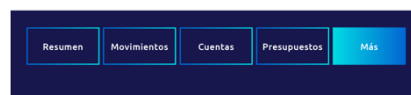
■ Gastos	\$10.746
■ Ahorros	\$21,27



VI. BALANCE, AHORRO Y PREGUNTAS FRECUENTES



- [Preguntas frecuentes](#)
- [Términos y Condiciones](#)
- [Aviso de Privacidad](#)
- [Tips de uso de Finabanc](#)
- [Contacto](#)
- [Opciones de seguridad](#)
- [Cerrar sesión](#)

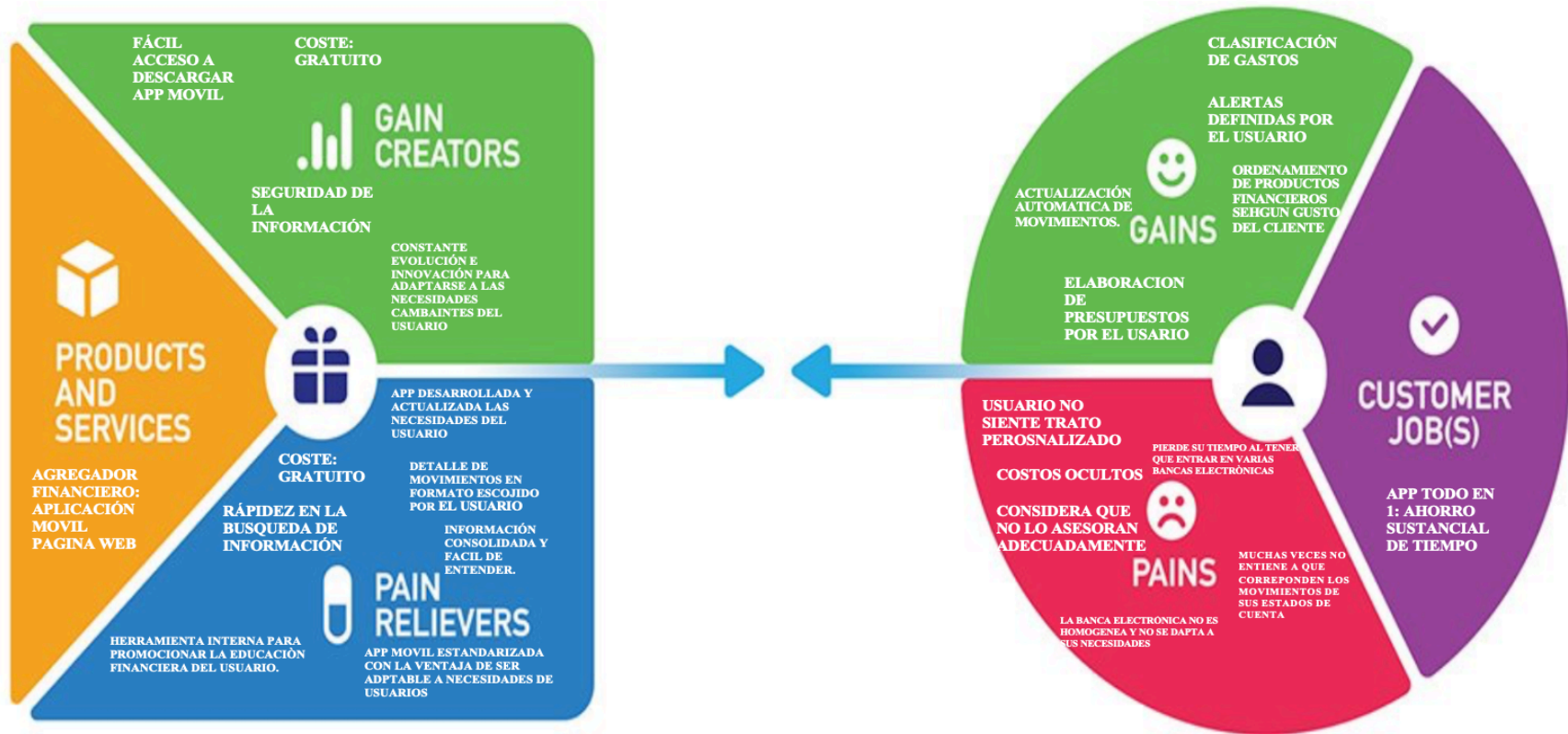


2.4.2 PROTOTIPO PAGINA WEB.- PÁGINA WEB, dirección electrónica www.finabanc.com



2.4.3 VALUE PROPOSITION CANVAS

FIGURA 8 VALUE PROPOSITION CANVAS



ELABORACIÓN: AUTOR
FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA

2.5 MATRIZ ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES DE LA SOLUCIÓN	DESCRIPCIÓN DE QUÉ HACEN	INCENTIVO DE LOS ACTORES
FINABANC	<ul style="list-style-type: none"> ○ Es una app que permiten aunar todos los productos financieros (cuentas bancarias, tarjetas, etc.) de una misma persona en una sola aplicación, independientemente de con qué entidad financiera los tenga contratados. ○ En el caso FinaBancs se trata de un agregador financiero de información (AIS Account Information Service). 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Crear un uso constante y de volumen de todos los clientes para que la app tenga suficiente masa de clientes para convertirse en un Agregador Financiero de Pagos(PIS Payment Initiation Service) ○ Relación directa con los clientes de las entidades de crédito, ya sea mediante la realización de transacciones en su nombre o accediendo a información de su cuenta, situándoles en un lugar que les permite competir con las entidades financieras tradicionales.
CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> ○ Actualmente es conocido como e-client o cliente digital ○ Acceso generalizado a Internet ○ Uso frecuente de dispositivos móviles ○ Esta conectado de forma casi permanente. ○ Accede a casi cualquier contenido de forma inmediata. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aportan un menor coste de las operaciones y servicios. Más información, rápida y de mayor calidad. A las empresas les permite llevar un mayor control y gestión de las cuentas. La

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Independientemente del momento y el lugar; y hacerlo además, de forma cómoda, sencilla y global. ○ Inmediatez en las comunicaciones ○ Comodidad del proceso de compra ○ personalización del producto o servicio. 	<p>información es independiente de cualquier banco, por lo que no se comparte con otras entidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Seguridad de su información ya que los límites para el uso de los datos agregados vienen recogidos en los artículos 66, 67y 68 de la PSD2, traspuestos en los artículos 38, 39 y 40 del RD 19/2018.
BANRED	<p>“Esta es una red que ofrece servicios orientados a entidades públicas y privadas que requieren una gestión de la interacción de los movimientos de los clientes, sus instituciones financieras y nuestra Fintech. BANRED pone a disposición la infraestructura tecnológica y de enlace con las diversas entidades financieras y sus respectivos canales físicos o electrónicos disponibles, de modo que les permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Deslindarse de la gestión de procesos operativos y técnicos de manera directa e individual entre las entidades financieras recaudadoras y la empresa cliente. ○ Recibir información sobre la gestión de recaudaciones y pagos realizados. ○ Optimizar costos dada la reducción de la carga operativa.”¹¹ 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Se beneficia de sus ventajas (acceder a información de gran valor comercial sin tener que soportar las cargas relacionadas con la administración de cuentas de pago).

¹¹ www.banred.com.ec

CAPITULO 3

3. Business Model Canvas

3.1. Customer Segments

3.1.1. Clientes Instituciones financieras bancarias del Ecuador.

Usuarios y consumidores .- Clientes de instituciones financieras bancarias del Ecuador entre 25 y 54 años; que al menos posea un producto financiero de ahorro, plazo, cuenta corriente o tarjeta de crédito.

Empresas que ofrecen servicios adicionales.- Empresas de publicidad, proveedores.

Clientes de data mining.- Siempre y cuando el cliente acepte que pueda ser referenciada a una empresa para que le oferten productos o servicios que necesite.

3.2. Customer relationship.-

Agente Platafomorma Omnicanal (omnicalidad).- Agente es una platafomorma omnicanal que maximiza la experiencia de usuario en un 85% integrando todos los canales (sms, whatsaspp, voice message, chat, call service, mail, redes solciales) en una sola plataforma. Esto se hará a través de una agente Bot.

Customer centricity.- Acceso instantáneo a soluciones, centrados en el consumidor y la experiencia de usuario que necesita.

Las personas son el nuevo canal.- Lograr que la Fintech de agregador financiero sea la mejor valorada en experiencia en cliente, en cualquier lugar área o canal digital.

3.2.1. Gestión de experiencia del cliente (CX)

Cliente controla el proceso de compra.- El Fintech agregador financiero se convierte en su principal socio, no ofrece solo un producto o servicio.

3.3. Channels

Digital.- Se trata de un proyecto innovador en donde su canal es netamente digital, lo que no excluye que en eventos como las presentaciones de Fintech se puedan realizar stands de promoción de marca.

3.4. Value propositions.-

3.4.1. Ya no es necesario tener que acceder una a una, a las posiciones globales de los bancos con los que se esté vinculado para obtener toda la información de un solo vistazo. Atrás quedó el tener que iniciar sesión y ver los movimientos de las cuentas o las tarjetas por separado. **Con el agregador financiero el cliente puede ver los productos contratados con otros bancos.**

3.4.2. Proceso de agregación. De manera sencilla, los clientes al acceder a la posición global de la 'app' del agregador financiero, seleccionan la opción '**tus otros bancos**'. Una vez dentro, **se pueden agregar las**

entidades que se desee. Para ello, es necesario incluir las claves que se utilizan habitualmente con la entidad que se quiere agregar para poder obtener la información. Tras verificar los datos, los productos se cargan automáticamente y se visualizan de con una interfaz de usuario muy sencilla pemitiendo tener una experiencian única, fácil, sencilla y rápida.

3.4.3. Seguridad.- El proceso de agregación es totalmente seguro y se enmarca a través de la alianza estratégica realizada con la startup appdome by SOS, la cual es una herramienta basada en la inteligencia artificial, que incorpora características de seguridad en pocos minutos a nuestro “agregador financiero” sin necesidad de invertir más tiempo en su programación.

Una vez que el cliente decide agrupar los productos en la ‘app’ de la Fintech del agregador financiero, la información de las entidades financieras agregadas **se tratan con el mismo nivel de seguridad que los datos financieros exigidos por la superintendencia de bancos**, tanto en materia de credenciales de acceso como los movimientos financieros que se guardan de otras entidades. Además, el cliente podrá deshacer la agrupación de los productos en cualquier momento si así lo desea.

3.5. Key Activities.-

3.5.1. Interfase de usuario (UI)

3.5.2. Experiencia de Usuario (UX)

Desarrollo de comunidad de usuarios que ranqueen la fintech agregador financiero vs la de su banco (de esta manera determinamos estadísticas de ranking bancario por la facilidad de sus bancas electrónicas que pueden ser vendidas como recursos a dichas instituciones bancarias)

3.5.3. Capacidad de respuesta de plataforma.

3.5.4. Expansión horizontal a nuevas necesidades de los usuarios enfocados principalmente en la experiencia de usuario.

3.6. Key Resources.-

Talento Humano, personal de desarrollo de interfase de usuario (UI), experiencia de usuario (UX) y análisis de Big Data.

Recursos Financieros, para crear Fintech con la capacidad suficiente de tener una respuesta de la plataforma que supere las expectativas de los usuarios.

Recursos Tecnológicos, hardware y software necesario para el desarrollo de la Fintech.

3.7. Key Partners.-

3.7.1. Superintendencia de Bancos.

3.7.2. Banred.

3.7.3. Instituciones financieras innovadoras

3.7.4. Proveedores de internet confiables.

3.8. Revenue streams.-

3.8.1. Suscripción mensual por consumidores “usuario”.

3.8.2. Ingresos por publicidad.

3.8.3. Venta de servicios de Data Mining.

3.8.4. Venta de servicios a Instituciones financieras sobre ranking y percepción real de sus clientes acerca de su plataforma electrónica.

3.8.5. Ingreso por subsidios de empresas de servicios complementarios.








3.9. Cost Structure.-

3.9.1. Costo de desarrollo de Fintech.

3.9.2. Costo de adquisición de usuarios.

Actividades de desarrollo de negocio (alianzas, ventas de empresas de data mining, de servicios complementarios etc.

FIGURA 9 LIENZO DEL MODELO BUSINESS MODEL CANVAS

<p>Socios Clave </p> <p>Superintendencia de Bancos. Banred. Instituciones financieras innovadoras. Proveedores de internet confiables.</p>	<p>Actividades Clave </p> <p>Interface de usuario (UI) Experiencia de usuario (UX) Ranking de bancas móviles según su facilidad para el usuario. Capacidad de respuesta de plataforma.</p>	<p>Propuesta de Valor </p> <p>Agregador financiero permite ver los productos contratados con otros bancos.</p> <p>Proceso sencillo de agregación.</p> <p>Proceso seguro a través de la alianza de la startup add dome by SOS y el agregador financiero.</p>	<p>Relación con Clientes </p> <p>Agente Plataforma Omnicanal Customer centricity Gestión de experiencia del cliente (CX) Cliente control proceso de compra</p>	<p>Segmentos De Clientes </p> <p>Clientes. - Instituciones Financieras del Ecuador. Usuarios. – Clientes de instituciones financieras bancarias del Ecuador entre 18 y 45 años que al menos posea un producto financiero. Empresas que ofrecen servicios adicionales. – Empresas de publicidad, proveedores. Clientes de data mining.</p>
<p>Estructura De Costos </p> <p>Desarrollo de Fintech. Adquisición de usuarios. Actividades de desarrollo de negocio.</p>		<p>Fuente De Ingresos </p> <p>Suscripción mensual por usuarios de la Fintech. Ingresos por publicidad. Venta de servicios de Data Mining. Venta de servicios sobre opinión de sus clientes y ranking de sus plataformas electrónicas. Ingreso por subsidios de empresas de servicios complementarios.</p>		

CAPÍTULO 4

ESTRATEGIA DE LEVANTAMIENTO DE CAPITAL Y CONCLUSIONES

4.1 PRESUPUESTO GENERAL.- Una vez que se ha desarrollado el modelo negocio de la presente Fintech y que se ha detectado que es viable, es absolutamente necesario diseñar la estrategia de levantamiento de capital, considerando que el agregador financiero empezará a operar desde una etapa de idea/diseño/puesta en marcha, es decir, el proyecto arranca desde cero.

4.2 COSTO GENERAL DEL DESARROLLO Y PUESTA EN MARCHA DE LA DE LA APLICACIÓN AGREGADOR FINANCIERO.- Después de la investigación profunda realizada, el Agregador Financiero corresponde a las llamadas “Aplicaciones Nativas Nivel 2 rango medio”, cuyo tiempo de implementación esta dentro del rango de 5 a 8 meses y su costo total oscila entre USD \$10,000.00 a USD \$20,000.00. Se ha considerado un margen porcentual de imprevistos del 25% sobre el rango superior de precios determinado, por lo que nuestro costo general de desarrollo y puesta en marcha se ha determinado en USD \$25,000.00

4.3 Detalle de lo que permite realizar una “Aplicación Nativa nivel 2 rango medio

- “Integración con servidor dedicado y un CMS (sistema de gestión de contenidos) a medida
- Diseño App y diseño gráfico avanzado
- TPV para la venta onlin2
- Notificaciones push

- Programación, diseño y **maquetación avanzada** (back-end y front-end), para dispositivos móviles
- Programación compleja con funcionalidades avanzadas¹²

4.4 ESTRATEGIA DE FONDEO.- Aunque se realizó varias investigaciones y contactos telefónicos con sistemas de financiamiento de inversión de riesgo, en primer lugar del Ecuador, como son:

- **Inciativa Prendho** que, es un laboratorio de innovación y apoyo al emprendimiento de la UTPL, también maneja una incubadora de empresas, sus principales éxitos, han sido en el nivel de tecnología y bebidas no alcohólicas (FORESTEA)
- **Siscom service.-** “Siscomservice S.A tiene como objetivo: potencializar las capacidades de las empresas locales e internacionales mediante el desarrollo de proyectos integrales de telecomunicaciones y procesos, que permitan su evolución, creando relaciones de largo plazo caracterizadas por: compromiso, excelencia, experiencia, innovación, profesionalismo y ética. Crear una marca competitiva en Europa y Latinoamérica mediante innovación y costos competitivos en el mercado. **Cuenta con presencia en: Barcelona, Ecuador y Colombia. Solucionan: Falta De relación multicanal y análisis en el ciclo del cliente.** Propuesta ellos desarrollar toda la aplicación pero tener el 45% de acciones comunes¹³
- **Fondo de inversión para desarrollo de nuevas ideas LEE-TIP YOKE**, ubicado en la parroquia Vilcabamba, cantón Loja. Son dueños de un Banco en Singapur y tienen una participación accionaria muy importante dentro del Banco de Loja.

¹² www.aulacm.com

¹³ www.siscomservice.com.ec

- **Guillermo y Jorge Talbot “inversionistas de capital de riesgo”** ubicados en la ciudad de Cuenca y parte muy importante del Banco del Austro.

Luego de analizar dichas propuestas se ha llegado a la decisión que quien plantea las mejores condiciones para el Agregador Financiero es de la iniciativa Prendho lo que adicional permitirá mantener el control de la Fintech a los dueños de la idea. Ente los principales beneficios y que genran ahorros a la fintech tenemos.

- Espacio de Coworking gratis por 5 años.
- Intenert de banda ancha gratis por 5 años.
- Equipo tecnologico de harware y software para todos los miembros del desarrollo de la fintech, renovados cada dos años y servidor propio.
- Programador cubierto por Prendho.
- Dieñador de Interfaz de Usuario cubierto por Pendho.
- Diseñador de UX cubierto por Prendho.

4.6 DETALLES DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TABLA 7 CONDICIONES DE LEVANTAMIENTO DE CAPITAL

FINTECH AGREGADOR FINANCIERO		
	\$	%
AGREGADOR FINANCIERO		
ACCIONES COMUNES EQUITY (APORTE SOCIOS)	\$ 10.000,00	40,00%
DEUDA FINANCIERA BANCARIA 3 AÑOS	\$ 5.000,00	20,00%
DEUDA FINANCIERA DE LARGO PLAZO		0,00%
ACCIONES PREFERIDAS (PRENDHO)	\$ 10.000,00	40,00%
TOTAL	\$ 25.000,00	

4.7 Condiciones de Financiamiento

4.8 Recursos propios

El aporte propio será por un total de usd \$10,000.00

Adicional se obtendra usd \$5,000.00 a condiciones 3 años plazo, sobre firmas tasa 16,60%.

4.9 RECURSOS TERCEROS

- **PRENDHO.-** Entrega de 40% de acciones preferentes, y posibilidad de recompra en 5 años según flujos de caja generados. Igual se calculó el mismo costo de equity que para los fondos propios. Adcional a todos los beneficios que Prendo a hecho una oferta formal al Agregador Financiero.

La Fintech en su versión inicial, tendra 7 días de peueba para que usuario pueda analiar todas la ventajas de la misma, luego se cobrara un valor de 0,99 cebtavos de dolares por mes de utilización.

La versión premium tendra un costo de 3,99 dólares mnesuales por los ervivios asiccionales que se preveeen implemnetar.

4.10 CONCLUSIONES

4.10.1 Fintech será disruptivo si las innovaciones en los sectores bancarios quedan en segundo plano. Los banqueros deben estar continuamente atentos a los beneficios y mejoras adicionales que pueden proporcionar para satisfacer a los clientes. Las oportunidades para fintech están abiertas de par en par y será un desafío cuán bien las startups alcancen las expectativas de los clientes.

4.10.2 Hay aspectos positivos para ambas partes, y dado que los titulares tienen una sólida reputación y un líder establecido en el marco financiero, tienen la ventaja adicional de observar a los jugadores de fintech operar y luego intervenir cuando sea necesario.

4.10.3 Fintech, particularmente los bancos digitales, están demostrando cómo se puede superar este desafío. Con la banca abierta ganando más y más tracción, las nuevas empresas son cada vez más capaces de interconectarse entre sí, incluso a nivel internacional, y co-proporcionar un conjunto complejo de servicios personalizados a los clientes.

4.10.4 Fintech puede ayudar a que la industria financiera sea más inclusiva al expandir la gama de servicios financieros disponibles y al ampliar el acceso a los servicios financieros. Brindar a las personas que no son clientes bancarios tradicionales opciones para ahorrar beneficia a esas personas y demuestra una de las ventajas de fintech para las instituciones financieras. La ampliación del acceso amplía la base de clientes de un banco o institución financiera.

BIBLIOGRAFÍA

1. ATEHORTÚA, J. (2012). Mercado de Capitales y portafolios de inversión. Medellín, Colombia. Editorial Ediciones de la U.
2. BOAR, A. (2018). Descubriendo el Bitcoin, España. Editorial Profit.
3. CAMINO, J. (2016). Marketing Financiero. Madrid, España. Editorial ESIC.
4. DUMRAUF, G. (2013). Finanzas Corporativas, Buenos Aires, Argentina. Editorial Alfaomega.
5. MCMILLAN, J. (2018). El fin de la banca, Barcelona, España. Editorial Penguin Random House Group.
6. MURPHY, J. (1999). Thecnical Analysis of the Financial Markets, New York, Estados Unidos. New York Intitute of Finance. Editorial Grupo Planeta.
7. OPPENHEIMER, A. (2018). Sálvese, quien pueda. El futuro del trabajo de la automatización. Barcelona, España. Editorial Penguin Random House Group
8. RIES, E. (2011), El método lean startup, Nuew York, Estados Unidos. Editorial Nomos.
9. SELLENS, J. (2010). Hacia la banca multicanal. Madrid, España. Editorial ESIC.
10. VOSS, C. (2016). Never split the difference. Barcelona, España. Editorial Penguin Random House Group.