Creación de una Empresa Fintech Dedicada al Impulso de la Bancarización Mediante Herramientas Tecnológicas en el Municipio de Cereté, Córdoba

Autores:

Danne Paola Guerra Moreno

Ana Patricia Ariza Aguilar

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Berástegui, Córdoba

26 de mayo de 2021

Creación de una Empresa Fintech Dedicada al Impulso de la Bancarización Mediante Herramientas Tecnológicas en el Municipio de Cereté, Córdoba

Autores:

Danne Paola Guerra Moreno

Ana Patricia Ariza Aguilar

Director:

Jorge Rafael García Paternina

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Berástegui, Córdoba

26 de mayo de 2021

Agradecimientos

Con mucha alegría y amor dedico este trabajo de grado principalmente a Dios, quien ha guiado mis pasos en mi vida personal y quien me ha dado la oportunidad de llegar hasta este momento tan especial y significativo en mi vida; a mi madre y mi motivación Nirian Polo de Ariza que pese a que no está en este mundo terrenal, sé que me sigue acompañando desde el cielo, a ella, quien me enseñó a valorar los triunfos y obstáculos y quien durante los 22 años que estuvo en mi vida me formó como una mujer trabajadora, noble y optimista, tal cual como era ella, y a quien gracias a todos sus sacrificios pude acceder a una buena educación, primaria, secundaria y universitaria, gracias al amor que me brindó hoy me place decir que nuestro momento soñado ha llegado y por ello mucho amor y gratitud para ti madre adorada.

A mi padre Jimmy Ariza Polo, quien me ha apoyado con sus sabios consejos, los cuales me han ayudado a corregir mis fallas; a mi tía Berlides Ariza Polo, quien ha sido mi segunda madre, me ha brindado amor y experiencias significativas; a mi hermano Abraham Ariza que a sus 17 años me ha centrado más en la vida adulta y quien me llena de fortaleza todos los días; a mis primos Dayana Miranda, Doover Miranda y Darley Miranda por el amor y la motivación que me dan siempre; a mis amigos especialmente a Beatriz Bru y Janeth Lozano quienes estuvieron presente en el transcurso de mi carrera universitaria y quienes gracias a sus consejos me siguen ayudando a ser mejor persona.

Y finalmente a la universidad de Córdoba por la formación brindada y por todos los conocimientos alcanzados; a mi compañera Danne Guerra Moreno por su compromiso y responsabilidad a la hora de poner en marcha nuestro trabajo de grado; a todas aquellas personas que hicieron valiosos aportes en dicho trabajo y al asesor Jorge García Paternina que por sus conocimientos, disposición y calidad humana hizo de la elaboración de este proyecto más amena y menos tediosa, para alcanzar la meta propuesta.

Ana Patricia Ariza Aguilar

Esta dedicatoria está llena de mucho amor y regocijo, principalmente le doy las gracias a Dios porque sin él nada sería posible, por darme la oportunidad de llegar hasta aquí en vida profesional con salud y vida. Agradecerle a mi madre Maruja Moreno Peña que ha sido mi apoyo incondicional y motivación y mi modelo a seguir, a mi padre Jorge Guerra Hernández que me inculcó muchos valores y gracias a ellos Hoy soy una mujer de carácter, responsable, amorosa, servicial y a mi abuela Emilse peña que siempre me apoyó y me ayudó, a mi profesor de formación Universitaria y finalmente a mis compañeros de estudio que con el trabajo en equipo a lo largo de la carrera me ayudaron a ser mejor persona y profesional.

Danne Paola Guerra Moreno

Tabla de contenido

Pág.

Introducción 14

Resumen ejecutivo.....20

1 Referente Teórico y Conceptual.....21

1.1 Marco teórico 21

1.1.1 Fintech (financial technology).....21

1.1.2 Inclusión financiera.....26

1.1.3 Educación financiera.....28

1.2 Marco conceptual 30

2 Módulo de Mercado 33

2.1 Servicio 33

2.1.1 Características.....33

2.1.2 Usos del Servicio 34

2.1.3 Beneficios.....34

2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos 35

2.1.5 Servicios y/o productos complementarios 35

2.2 Consumidor final.....36

2.2.1 Segmentación del mercado.....36

2.2.2 Características socioculturales 36

2.3 Delimitación del área geográfica 37
2.4 Análisis de la Demanda 38
2.4.1 Diseño Muestral.....38
2.4.2 Validación del Instrumento 39
2.4.3 Análisis de Resultados de la Investigación de Mercados 40
2.4.4 Cálculo de la Demanda Actual.....40
2.4.5 Proyección de la Demanda.....41
2.5 Análisis de la Oferta 42
2.5.1 Cálculo de la Oferta Actual.....42
2.5.2 Proyección de la oferta.....43
2.5.3 Determinación del Tipo de Demanda 43
2.5.4 Proyección de la Demanda Insatisfecha.....44
2.6 Análisis de precios.....44
2.7 Canal de comercialización 45
2.8 Imagen y eslogan.....46
2.9 Estrategia de publicidad.....47
2.9.1 Objetivo General de la Estrategias de Marketing digital 48
2.9.2 Objetivos específicos 48
2.9.3 Alcance.....49
3 Módulo Técnico y Organizacional 50

3.1 Tamaño del proyecto 50
3.2 Localización 51
3.2.1 Macrolocalización 52
3.2.2 Microlocalización 53
3.3 Distribución en planta 54
3.4 Proceso de prestación del servicio 56
3.4.1 Descripción del proceso del servicio 57
3.5 Naturaleza jurídica 59
3.6 Misión 60
3.7 Visión 60
3.8 Principios y valores 61
3.9 Organigrama 62
3.10 Manual de funciones 63
4 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental 72
4.1 Impacto social 72
4.2 Impacto económico 74
4.3 Impacto ambiental 75
5 Módulo Financiero 78
5.1 Inversiones fijas 78
5.2 Inversiones diferidas 79

5.3 Distribución de costos 80
5.4 Punto de equilibrio 85
5.5 Capital de trabajo 85
5.6 Flujo neto de inversión 86
5.7 Proyecciones financieras 87
5.8 Flujo neto de operación 90
5.9 Flujo neto del plan de negocios.....91
5.10 Evaluación Financiera.....91
5.10.1 Valor Presente Neto 91
5.10.2 Tasa Interna de Retorno 92
5.10.3 Relación beneficio/costo 93
6 Fuentes de Financiación 94
7 Conclusiones 95
8 Recomendaciones.....98
9 Bibliografía 99
10 Anexos.....107

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1 Potenciales clientes....40
Tabla 2 Demanda actual....41
Tabla 3 Proyección de la demanda....42
Tabla 4 Oferta actual....42
Tabla 5 Proyección Oferta Actual....43
Tabla 6 Determinación del tipo de demanda....44
Tabla 7 Proyección de la demanda insatisfecha....44
Tabla 8 Análisis de precios....45
Tabla 9 Macrolocalización....52
Tabla 10 Microlocalización....53
Tabla 11 Descripción de la distribución en planta....55
Tabla 12 Manual de funciones gerente....63
Tabla 13 Manual de funciones auxiliar administrativo....64
Tabla 14 Manual de funciones director financiero....65
Tabla 15 Manual de funciones analista de riesgos....67
Tabla 16 Manual de funciones director de desarrollo tecnológico....68
Tabla 17 Manual de funciones call center....69
Tabla 18 Manual de funciones servicios generales....70
Tabla 19 Inversión en maquinaria y equipo....78
Tabla 20 Inversión en equipo de computación y comunicación....78
Tabla 21 Inversión en muebles y enseres....79

Tabla 22 Inversión en activos intangibles 79
Tabla 23 Costo de mano de obra 80
Tabla 24 Costo de servicios primer año de operación 81
Tabla 25 Gasto por depreciación 81
Tabla 26 Remuneración al personal administrativo.....82
Tabla 27 Otros gastos administrativos 83
Tabla 28 Gastos de venta.....83
Tabla 29 Amortización de gastos diferidos 83
Tabla 30 Distribución de costos.....84
Tabla 31 Punto de equilibrio 85
Tabla 32 Cálculo del capital de trabajo 86
Tabla 33 Inversión en capital de trabajo 86
Tabla 34 Programa de inversión fija del proyecto 86
Tabla 35 Programa de inversión 87
Tabla 36 Valor residual de activos.....87
Tabla 37 Flujo neto de inversiones 87
Tabla 38 Presupuesto de ingresos 88
Tabla 39 Volúmenes de créditos proyectados 88
Tabla 40 Ingresos totales 88
Tabla 41 Presupuesto de costo de producción.....89
Tabla 42 Presupuesto de gastos de administración.....89
Tabla 43 Presupuesto de gastos de venta 89
Tabla 44 Presupuesto de costos operacionales 90

Tabla 45 Flujo neto de operaciones 90
Tabla 46 Flujo neto del proyecto 91
Tabla 47 Valor presente neto.....92
Tabla 48 Tasa interna de retorno 92
Tabla 49 Relación beneficio/costo.....93
Tabla 50 Edad.....110
Tabla 51 Género.....111
Tabla 52 Estrato 112
Tabla 53 ¿Ha tenido usted la necesidad de acceder a un crédito? 113
Tabla 54 ¿Se encuentra usted bancarizado? (Proceso de inclusión y participación en el sistema financiero).....114
Tabla 55 ¿Con qué frecuencia solicita crédito en un año? 115
Tabla 56 ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios de la banca tradicional? 116
Tabla 57 ¿Cuál son los motivos de su insatisfacción? 117
Tabla 58 ¿Ha realizado usted alguna solicitud de crédito a una institución financiera?.....118
Tabla 59 ¿Por qué no se encuentra bancarizado? 119
Tabla 60 Si no tiene acceso al crédito formal ¿a través de que medio obtiene créditos? 120
Tabla 61 ¿Ha escuchado hablar del término fintech? 121
Tabla 62 ¿Le gustaría acceder a la bancarización en una empresa tecnológica que promueva la inclusión, y ofrezca servicios a costos bajos?.....122
Tabla 63 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa? 123

Lista de Figuras

Pág.

Figura 1 Canal de Comercialización 45

Figura 2 Imagen y eslogan 46

Figura 3 Distribución en planta 54

Figura 4 Proceso del servicio 56

Figura 5 Organigrama 62

Figura 6 Edad 110

Figura 7 Género 111

Figura 8 Estrato 112

Figura 9 ¿Ha tenido usted la necesidad de acceder a un crédito? 113

Figura 10 ¿Se encuentra usted bancarizado? (Proceso de inclusión y participación en el sistema financiero) 114

Figura 11 ¿Con qué frecuencia solicita crédito en un año? 115

Figura 12 ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios de la banca tradicional? 116

Figura 13 ¿Cuál son los motivos de su insatisfacción? 117

Figura 14 ¿Ha realizado usted alguna solicitud de crédito a una institución financiera? 118

Figura 15 ¿Por qué no se encuentra bancarizado? 119

Figura 16 Si no tiene acceso al crédito formal ¿a través de que medio obtiene créditos? 120

Figura 17 ¿Ha escuchado hablar del término fintech? 121

Figura 18 ¿Le gustaría acceder a la bancarización en una empresa tecnológica que promueva la inclusión, y ofrezca servicios a costos bajos? 122

Figura 19 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa? 123

Lista de Anexos

Pág.

Anexo 1 Cuestionario de la investigación de mercados.....107

Anexo 2 Análisis de resultados de la investigación de mercados.....110

Anexo 3 Reglamento interno de trabajo.....124

Introducción

Durante los últimos decenios el estilo de vida de la sociedad se ha visto influenciado por el desarrollo de nuevas tecnologías y la creciente adopción del internet, que han provocado una transformación profunda en aspectos como las comunicaciones, el entretenimiento, la educación, el mundo laboral, entre otros. Así mismo, la innovación digital ha irrumpido con fuerza en el mundo empresarial, como sostiene (García O. A., 2016), el avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación se ha convertido en un elemento que determina la supervivencia de toda empresa y la mejora de su competitividad, generando una reconfiguración en las actividades organizacionales y la cadena de valor; lo anterior se debe a que su enorme aplicación en la vida cotidiana ha impactado los hábitos y preferencias de los consumidores, que se encuentran cada vez más acostumbrados a interactuar a través de medios digitales.

Siendo el uso de la tecnología un fenómeno generalizado a todos los entornos de interacción de la actividad humana, ha dado lugar en el sector financiero al surgimiento de nuevos modelos de negocio que han provocado una disrupción con respecto al modelo organizativo de la banca tradicional, como enfatiza (Diéguez, 2018), la digitalización está desafiando la manera tradicional de ofertar los servicios financieros a las empresas por formas más ágiles, flexibles, transparentes y económicas. Este fenómeno, ha dado lugar a la creación y surgimiento de empresas denominadas Fintech, que resultan de la unión de los servicios financieros y las tecnologías de la información, aglutinando a todas aquellas empresas que a través de la tecnología ofrecen servicios y productos financieros innovadores.

Estas empresas han mostrado un crecimiento exponencial durante los últimos años, según (CEPAL, 2020), el índice global de adopción de Fintech en el año 2019 mostró que al menos el 96% de los consumidores del mundo conocen alguno de sus productos o servicios y las

perspectivas del informe destacan un marcado crecimiento en su utilización, puesto que centran sus esfuerzos en la inclusión financiera y el acceso al crédito para las pequeñas y medianas empresas, es decir, el acercamiento de estos servicios a la población usualmente desatendida por la banca tradicional está provocando un interés cada vez mayor por parte de los consumidores.

Colombia no se ha quedado al margen de esta evolución, (Colombia FinTech, 2019) señala que la tasa de crecimiento de la industria Fintech alcanzó el 60%, y aproximadamente el 53% de los colombianos ha dejado de visitar las sucursales físicas de su banco para realizar diferentes transacciones desde su celular o computador, el informe de la Superintendencia Financiera añade que gracias a la rápida penetración de internet, se prevé un acceso significativo a este tipo de servicios para los próximos siete años.

Ahora bien, el panorama actual de la humanidad, originado por la pandemia por COVID-19 está teniendo enormes repercusiones en el mundo empresarial, la fuerza de trabajo mundial y el sector financiero, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF, 2020), señala que en América Latina todos los sectores están tomando las previsiones del caso, incluidos los sistemas financieros, que han ido adecuando sus protocolos y carteras de crédito debido a las circunstancias, en el caso específico de las microfinanzas, que atienden al nicho productivo más bajo de la economía como es la micro y pequeña empresa, y las personas o grupos con pocos medios económicos y que normalmente están excluidos del sistema financiero tradicional, está teniendo un enorme potencial riesgo, porque muchos préstamos corren con la alta probabilidad de convertirse en activos improductivos por lo que tendrían que ser provisionados, lo anterior ha dado lugar a una baja colocación de créditos durante el periodo COVID-19 y se espera que las cifras sigan disminuyendo durante el periodo post COVID.

A este respecto, (López, Sánchez, & Segovia, 2020), manifiestan que en Colombia se presentaron grandes cambios en las políticas de asignación de microcréditos, el 45,5% de las entidades de este sector mantuvo sus exigencias en cuanto a la colocación de créditos, mientras que el 40,9% aumentó sus exigencias, estos cambios se deben principalmente al deterioro de las condiciones de mercado como resultado de la emergencia sanitaria, incluido el deterioro de la calidad de la cartera, la menor tolerancia al riesgo y el sobreendeudamiento de los clientes. De manera que las entidades financieras tienen menor capacidad y voluntad de seguir prestando a las PYMES y los grupos productivos más bajos de la economía, y en consecuencia las PYMES aumentan su riesgo de permanecer en el mercado, se generará mayor desempleo y dificultades económicas para la población.

Bajo esta premisa, es necesario destacar que las empresas Fintech se han convertido en un modelo de negocio de gran posicionamiento a nivel mundial, por desarrollar nuevas propuestas de valor, que les permiten posicionarse en un nivel de competitividad mayor que el de los bancos tradicionales, porque ofrecen un servicio sencillo y rápido, han mejorado la accesibilidad al sistema financiero al dirigirse a los grupos que normalmente son excluidos por el sistema financiero tradicional, así como por ofrecer costos más bajos, porque no cuentan con sucursales físicas y requieren menos recurso humano para el desarrollo de sus procesos (FMI, 2019). Lo que puede ser interpretado como la oportunidad de aprovechar las ventajas de este nuevo modelo de negocio para contribuir a la inclusión financiera y solucionar la problemática del microcrédito que se ha potenciado por la pandemia.

Sin embargo, (Colombia FinTech, 2019), dio a conocer que las Fintech colombianas se han enfocado principalmente en el segmento de pagos y remesas, cuyo propósito es la prestación del servicio de envío de dineros nacionales e internacionales, existiendo poco desarrollo en las

soluciones digitales relacionadas con los préstamos, las finanzas empresariales y la recaudación de fondos; de manera que, es necesario aprovechar el desarrollo Fintech que posee el país para crear servicios que apunten a segmentos de préstamos y les permitan alcanzar mayor posicionamiento, para atender una necesidad claramente evidenciada en la población.

Por otra parte, Cereté es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Córdoba, conocido como La capital del Oro Blanco, y ubicado en la cuenca hidrográfica del Río Sinú, más específicamente en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y centro de interconexión vial de la Troncal de Occidente a escasos 18 kilómetros de la capital del Departamento, la ciudad de Montería (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

Ahora bien, a través de la investigación participativa ha sido posible evidenciar, que muchos miembros de la población carecen de los conocimientos relacionados con el acceso al crédito en las empresas Fintech y existe en la banca tradicional poca inclusión financiera, por lo que muchos individuos e inclusive pequeños empresarios terminan accediendo a la participación en microcréditos informales como el denominado “gota a gota” o “paga diario”, que se caracterizan por ofrecer créditos de baja cuantía con altos costos de intereses, sin embargo, como señala (Muñoz, Borja, Londoño, & Quejada, 2020) estos créditos pueden convertirse en un enorme desajuste para la economía de las personas, al verse obligados a asumir los sobrecostos en intereses y el deterioro de su calidad de vida, porque en vez de solventar el problema, se generan más necesidades y dependencia de este mecanismo informal.

De acuerdo con lo expuesto en los párrafos precedentes, se considera imperativo aprovechar las tendencias del mercado financiero y ofrecer servicios que hagan uso de la tecnología, y atender las necesidades de crédito de los grupos de la población que son

comúnmente excluidos por la banca tradicional; es por ello que se propone la creación de una empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas en el municipio de Cereté, el servicio estará dirigido a las personas que poseen difícil acceso a los canales de crédito tradicionales, y la empresa se orientará en la creación de canales digitales que permitan a los usuarios realizar sus transacciones, pero que se complementarán con sucursales físicas que se conviertan en centros de educación y asesoría financiera personalizada.

A partir de lo anterior, el presente trabajo se enmarca en determinar la factibilidad de creación de una empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas en el municipio de Cereté; para conseguirlo se desarrolló un estudio de mercado, que permitió reconocer el comportamiento de la demanda y la oferta de los servicios en el municipio; seguidamente se elaboró un estudio que comprendió los recursos técnicos y organizacionales que se requieren para la operación de la empresa; se analizó el impacto que generaría la puesta en marcha de la empresa en el entorno municipal, desde los ámbitos económico, social y ambiental, y las acciones necesarias para disminuir los impactos negativos que se pudieran generar; y finalmente se evaluó la factibilidad de la empresa desde el punto de vista financiero, mediante el cálculo de las inversiones, costos, gastos, y demás aspectos económicos asociados a la puesta en marcha y operación de la empresa.

El desarrollo metodológico se orientó hacia un enfoque de investigación cuantitativo, el cual es postulado por (López E. , 2011), como la metodología que permite determinar las características de una población objeto de estudio, utilizando durante la investigación datos susceptibles al análisis estadístico, de manera que este enfoque es utilizado comúnmente para la recolección y el análisis de datos que permitan probar las hipótesis previamente establecidas; es decir, se basa principalmente en el registro y la medición numérica, y haciendo uso de los

elementos estadísticos permite al investigador determinar con exactitud los patrones de comportamiento de una población determinada. En efecto, este enfoque será indispensable para medir la cantidad de servicios requeridos por la población, la frecuencia con que lo hacen, los precios que estarían dispuestos a pagar, entre otros elementos numéricos y comportamentales que debe conocer el inversionista para determinar si es o no factible la puesta en marcha de la empresa.

Resumen ejecutivo

Empresa: Credicer S.A.S

Oportunidad de negocio: la oportunidad de negocio surge de unir una necesidad de los grupos de población con menores medios económicos y mayores dificultades para acceder al microcrédito, quienes por sus necesidades económicas deben acceder a canales de crédito informal; junto la oportunidad, que ha generado la digitalización y los comportamientos actuales del individuo moderno, quien adopta cada vez más el internet y los recursos digitales, lo que ha dado lugar a la creación de un modelo de negocio sencillo, ágil y que por su naturaleza digital puede generar menores costos y contribuir a la inclusión financiera.

Servicio: préstamos dirigidos a los grupos de población normalmente desatendidos por la banca tradicional, con el propósito de impulsar la Bancarización Mediante Herramientas Tecnológicas.

Competidores: No existe en el municipio una empresa que pueda ser considerada competencia directa de la actual; sin embargo, se trata de productos y servicios financieros que por su naturaleza tecnológica pueden ser suministrados desde cualquier lugar del país e inclusive del mundo, de manera que se pueden destacar como competidores las Fintech del segmento de micro préstamos más reconocidas en el país como Rapicredit, Krediticy, Solventa, ADDI, Avista, Bancupo, Emonkey, Lineru.

Inversión total: **$**142.612.649

Rentabilidad: 28,26%

VPN: $25.146.185

RB/C: 2,16

1 Referente Teórico y Conceptual

1.1 Marco teórico

1.1.1 Fintech (financial technology)

La disrupción tecnológica ha permeado el estilo de vida de la sociedad mundial, y ha ocupado un lugar de suma importancia en todos los entornos de interacción del individuo, como señala (Martínez C. , 2017), "la tecnología digital y la comunicación se han filtrado de una forma casi omnipresente en la vida cotidiana actual" (p.2), así mismo, la constante evolución de la tecnología digital, las aplicaciones que hacen parte de ella, el uso de la web y las redes sociales han dado vuelco a la forma de hacer negocios, y han generado la oportunidad del surgimiento de nuevas empresas, que por medio de herramientas tecnológicas, ofrecen una amplia gama de productos y servicios a los consumidores, para que pueden acceder a ellos desde cualquier parte del mundo con conexión a internet, sin limitación temporal.

El sector financiero no ha sido ajeno a esta evolución, el uso de tecnologías relacionadas con la información y la comunicación (TIC) le han permitido a los nuevos participantes de esta industria convertirse en una alternativa a los servicios financieros que ofrece la banca tradicional, dando lugar al surgimiento de las empresas denominadas Fintech, que en español se traduce a Tecnología Financiera, desde la posición de (Monjo, 2016), se refiere a la aplicación de los avances tecnológicos en la prestación de los servicios financieros, las empresas catalogadas como Fintech se enfocan en una transformación de carácter disruptivo que tiene la capacidad de crear nuevos modelos de negocio, procesos o productos del mercado financiero.

Por su parte, (Cassinello, Conte, Jiménez, & Villar, 2017), señalan que el término se utiliza para hacer referencia a las empresas que lideran el sector tecnológico aplicados a las finanzas, pero también para aludir al uso de aplicaciones en las startups que han surgido en los

mercados para aplicar tecnologías eficientes y sistemas innovadores, con el propósito de facilitar a los usuarios financieros, nuevos productos, instrumentos, contratos y servicios, que son tradicionalmente ofrecidos con automatización limitada de procesos, pero que gracias a la adopción de la tecnología puedan ser ofrecidos de manera completamente virtual, sin mediación humana, a través de aplicaciones, plataformas o sistemas digitalizados. De manera que las Fintech se han convertido no solo en un fenómeno digital orientado a fomentar la evolución del sistema financiero, sino también en una solución digital dentro de los servicios financieros, que pretende satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más demandante.

Así mismo, las Fintech se han convertido en un modelo de negocio de gran posicionamiento a nivel mundial, en la actualidad es cada vez mayor el número de empresas de este tipo que obtienen una cuota de mercado, según La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), durante el año 2018, la inversión a nivel mundial en la industria de las Fintech presentó un aumento importante, y alcanzó una cifra de 111,800 millones de dólares, durante este periodo se estimaba que existían alrededor de 12,211 Fintechs en el mundo, y 39 de ellas eran consideradas empresas unicornio, es decir habían alcanzado un valor de mercado superior a los 1,000 millones de dólares.

Colombia no se ha quedado al margen de esta evolución, y se ha consolidado como uno de los países más importantes de la industria Fintech en Latinoamérica, como manifiesta (Colombia FinTech, 2019), el ecosistema Fintech colombiano lleva tiempo siendo uno de los más destacados en América Latina, se han identificado alrededor de 180 startups Fintech, lo que supone un aumento de 47 startups o un crecimiento porcentual del 61% con respecto al año 2016, donde se identificaron 77 startups Fintech, gracias a este crecimiento el país ocupa el

tercer puesto como mayor mercado Fintech en América Latina, por detrás de México con 238 startups y Brasil con 230.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2019), las Fintech han irrumpido en el mercado financiero por desarrollar nuevas propuestas de valor, que les permiten posicionarse en un nivel de competitividad mayor que el de los bancos tradicionales, estas startups bajo la premisa de ofrecer un servicio sencillo y rápido, han mejorado la accesibilidad al sistema financiero, así mismo ofrecen costos más bajos, porque no cuentan con sucursales físicas y requieren menos recurso humano para el desarrollo de sus procesos. De ahí que, han impactado al sector bancario tradicional y lo obligan a evolucionar, ya que para recibir los servicios de la banca tradicional los clientes tenían la necesidad de trasladarse a sus instalaciones para realizar sus transacciones, pero gracias a las Fintech, en la actualidad solo se necesita un dispositivo inteligente o un computador con acceso a internet, para realizar todo tipo de transacciones.

Ahora bien, los elementos que conforman un ecosistema Fintech desde el punto de vista de (González F. , 2020) son:

1. Las startup FinTech: el autor se refiere a las empresas de reciente creación que se dedican a ofrecer los servicios financieros a través de la tecnología; por ejemplo, las plataformas de crowdfunding, de pagos, de préstamos, de remesas, entre otros.
2. Desarrolladores tecnológicos: está conformado por los proveedores y desarrolladores de las tecnologías que soportan a las startups, como por ejemplo, tecnologías como el Cloud Computing, Big data, social media, etc.
3. Gobierno: es el ente encargado de la regulación y legislación del ecosistema, para garantizar un funcionamiento eficiente y acorde con la normatividad.

4. Clientes financieros: son todos los individuos y las organizaciones que utilizan los servicios ofrecidos por las startups FinTech.

5. Instituciones financieras tradicionales: finalmente se encuentran las entidades o instituciones que conforman la banca tradicional, como bancos, compañías de seguros, casas de bolsa y fondos de capital, entre otras.

6. Fondos de inversión y aceleradoras: su rol es el de soporte e impulso a las Startups FinTech.

En esta misma línea, el ecosistema Fintech se ha categorizado en diferentes modelos de negocio, que si bien pertenecen al sector de servicios financieros, se centran en la cobertura de diversas necesidades o se dirigen a múltiples usuarios, (González F. , 2020), indica que en la actualidad existen once segmentos principales dentro del ecosistema, los cuales tienen una característica en común, que es facilitar las transacciones financieras y promover la inclusión, a continuación se definen cada uno de ellos, teniendo en cuenta las consideraciones del autor:

- ✓ Pagos y remesas: este segmento es uno de los más reconocidos, y su propósito es la prestación del servicio de envíos de dinero a nivel nacional e internacional, ofreciendo al usuario transacciones veloces y a bajo costo.
- ✓ Préstamos: dentro de este segmento se incluyen los préstamos P2B y P2P, y su objetivo es proporcionar a los usuarios (individuos y empresas) alternativas para prestar y pedir prestado, sin necesidad de acudir a un intermediario financiero, a través de la tecnología estas startups ofrecen bajas tasas de interés y optimizan el proceso de préstamo.
- ✓ Crowdfunding: como su nombre lo indica consiste en la recaudación de fondos, y en el ecosistema Fintech se trata de una red mediante la cual las personas pueden colaborar en la creación de productos o ideas, y la plataforma recolecta los fondos con fines altruistas o de

capital; la plataforma permite el acceso a los inversionistas recibir información sobre las distintas alternativas de inversión, para que este pueda seleccionar la que considera más interesante y realizar su contribución a cambio de un beneficio.

- ✓ Gestión de finanzas personales: tiene como objetivo proporcionar al usuario el conocimiento financiero necesario para que pueda hacer uso eficiente de su dinero, esto es, como ahorrar, gastar, invertir, administrar sus activos, entre otros.
- ✓ Gestión de Finanzas empresariales: se centran en promover el crecimiento de las PYMES, ofreciéndoles servicios de gestión financiera, valoración, softwares de facturación, contabilidad, entre otras herramientas que les permitan aumentar su competitividad y crecimiento.
- ✓ Puntaje alternativo, identidad y fraude: dentro de este segmento se encuentran las startups que desarrollan soluciones relacionadas con la seguridad y verificación de identidades, con el propósito de prevenir fraudes y delitos financieros cibernéticos.
- ✓ Tecnologías para instituciones financieras: las instituciones financieras tradicionales se han visto en la necesidad de adaptarse a la evolución de la industria, por lo que las startups de este segmento se centran en dar soluciones a servicios que los bancos no pueden cubrir por el costo o el alcance.
- ✓ Seguros: utilizan avances tecnológicos como el análisis de datos, para proveer información de riesgos a las industrias de seguros, y crear bases de información de los clientes potenciales a los que esta industria podría ofrecer sus servicios.
- ✓ Trading y mercado de capitales: este modelo de negocio participa en la compra venta de títulos valores, activos financieros, acciones, obligaciones y títulos; actúa en operaciones de inversión, divisas, negociaciones bursátiles, gestión de riesgos, entre otros.

- ✓ Gestión patrimonial: está conformado por sistemas de robótica que proveen a los usuarios asesorías financieras para la gestión del patrimonio, por ejemplo, los algoritmos utilizan información del perfil de los clientes, y les muestran alternativas de inversión que puedan considerar atractivas.
- ✓ Banca digital: son entidades financieras con licencia bancaria propia o que utilizando la de un tercero ofrecen soluciones bancarias digitales.

Sin embargo, dentro de los segmentos anteriores los que han alcanzado mayor crecimiento y ha generado mayor impacto en la banca tradicional, son el de pagos y transferencias y el segmento de préstamos, de acuerdo con (CEPAL, 2020), pagos y transferencias con un marcado crecimiento durante los últimos años ocupa el 24% de las Fintech a nivel global y el 75% de los consumidores utiliza un servicio Fintech de transferencia de dinero y pagos y el segmento de préstamos representa el 17,8% de las startups Fintech. Es importante destacar que, aunque este último ha ocupado un lugar de suma importancia a nivel mundial y ha contribuido a eliminar las barreras de acceso al crédito, requiere de mayor alcance y penetración en la mayoría de las regiones de Latinoamérica.

1.1.2 Inclusión financiera

Considerando que en el contexto familiar, el uso de los servicios financieros se convierte en una herramienta importante, como manifiestan (Cámara, Peña, & Tuesta, 2013), “mejora las posibilidades de consumo, porque suavizan los ciclos de la renta generados por necesidades imprevistas o por irregularidad en los flujos de ingreso, optimizando la asignación intertemporal de recursos mejorando el bienestar” (p.4), pero, acceder a este tipo de servicios es especialmente difícil para aquellas personas más vulnerables, tanto es así, que se ven obligados a la participación en microcréditos informales como el denominado “gota a gota” o “paga diario”,

que se caracterizan por ofrecer créditos de baja cuantía con altos costos de intereses. A este respecto (Villacorta & Reyes, 2012) señalan que los hogares comúnmente utilizan los servicios financieros para obtener acceso a los servicios de salud, educación, entre otras necesidades que mejoran su calidad de vida, de manera que su participación en los servicios financieros puede proporcionarle los ingresos necesarios para la remodelación de sus viviendas, para sufragar gastos de escolaridad, gastos del seguro de vida, que pueden contribuir al bienestar de las personas y sus familias.

Es aquí, donde la inclusión financiera se convierte en un elemento determinante para la sociedad, al permitir a los colectivos más vulnerables el acceso a los servicios financieros y promover la mejora de su calidad de vida, este término es definido por (Villacorta & Reyes, 2012), como la provisión de servicios financieros, que incluyen créditos, ahorros, pagos y seguros, a los segmentos más amplios de la población, también denominados mayorías, que en países como los de América Latina y el Caribe, están conformadas generalmente por personas de bajos ingresos, independientes, trabajadores por cuenta propia, pequeñas y medianas empresas, y en general quienes cuentan con poca o ninguna experiencia como clientes de instituciones financieras.

En esta misma línea, las Fintech han destacado por su contribución a la inclusión financiera, como se mencionó con anterioridad, este ecosistema reduce los costos y simplifica los procedimientos a través del uso de las nuevas tecnologías, con lo que no solo mejora la eficiencia de los servicios financieros, sino que también facilita el acceso a un mayor número de personas y empresas; como señala (Rojas, 2016), la base tecnológica de este tipo de empresas les permite desarrollar soluciones enfocadas en el cliente y no en el producto, así pueden llegar a segmentos a los cuales el sistema financiero tradicional no atiende de manera adecuada, como los

denominados clientes de “bajo valor”, así mismo, mediante el uso de plataformas de financiamiento, los mercados electrónicos y los servicios de descuento de facturas, han logrado atender de manera más eficiente a las PYMES. Lo que significa que las Fintech han sido capaces de reducir las brechas en el acceso al crédito, favorecer la inclusión financiera y el acceso al crédito para las pequeñas y medianas empresas.

1.1.3 Educación financiera

Partiendo de la premisa, que la constante evolución de la tecnología digital y todas las aplicaciones que hacen parte de ella, también han cambiado la manera de hacer las cosas en los diferentes entornos donde participa el individuo, y han dado lugar a un modelo de bienestar en el que prima la posesión y acumulación de bienes, dejando de lado el razonamiento y proliferando el consumismo entre las personas, como lo ratifican Salgado & Aguilar:

> Hoy en día la sociedad cambió de ser una sociedad que consume para vivir a una que consume por satisfacción; este cambio se ve reflejado en que las personas han ido aumentando sus egresos. Estos gastos son muestra clara de que la sociedad al tener una mayor facilidad de comprar bienes y servicios, gasta y consume sin medir su capacidad de pago a futuro (Salgado & Aguilar, 2014, pág. 24).

Y teniendo en cuenta que las conductas de endeudamiento y gasto excesivo pueden ocasionar grandes afectaciones a la salud financiera de las personas, es imperativo que los individuos adquieran la capacidad de analizar y comprender los diferentes conceptos financieros que se manejan en el mercado, ya que la comprensión de los aspectos relacionados con los servicios financieros, el manejo de los recursos económicos, entre otras variables de carácter financiero, pueden ser de gran utilidad en el desempeño profesional, personal y familiar del individuo; como señala (Benjumea, 2017), los tiempos han cambiado, actualmente es

indispensable tener conocimientos mínimos sobre la educación financiera y su dinámica, ya que esto no solo engloba el conocimiento para invertir y poner a rentar el dinero, sino también de una planeación estratégica para dar una distribución eficiente a los recursos personales.

De ahí que, la educación financiera es un elemento imprescindible para el desarrollo de todo ser humano, al cimentar las bases del comportamiento financiero y permitir a los individuos adquirir las habilidades y capacidades necesarias para la administración eficiente de sus recursos financieros; (Lusardi & Mitchell, 2016), señalan que un individuo alfabetizado financieramente es aquel que cuenta con las herramientas conceptuales y procedimentales mínimas para entender su mundo económico, interpretar aquellos eventos económicos que pueden afectarlo directa o indirectamente, tomar decisiones asertivas y solucionar los problemas económicos que se encuentran en la vida cotidiana.

Atendiendo a las necesidades relacionadas con la administración y el cuidado del dinero, aparece la educación financiera, una de las opciones más viables para alcanzar el alfabetismo financiero, definida como "el proceso mediante el cual, los consumidores e inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, que, mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones" (Mejía, 2012, pág. 13).

Entendiéndose que, la educación financiera es el procedimiento por medio del cual los individuos fortalecen su comprensión de los productos, conceptos y riesgos relacionados con la actividad financiera; desarrollando habilidades y comportamientos cada vez más conscientes de los riesgos y las oportunidades que se encuentran en el mercado financiero, que les permiten elegir los productos y servicios que este les ofrece de manera más informada y seleccionar aquellos que puedan otorgarles mayor bienestar.

Vale la pena destacar que existe una íntima relación entre la educación financiera y los comportamientos y conocimientos de la humanidad, los cuales han sido estudiados en numerosos trabajos de investigación; utilizando datos referidos a Estados Unidos (Lusardi & Mitchell, 2009), manifestaron que las personas que tienen un bajo nivel de conocimientos financieros, usualmente son las que tienden a realizar los pagos mínimos en sus tarjetas de crédito, pagar las tarjetas con recargo por mora y recurrir a fuentes de crédito de carácter informal. (Stango & Zinman, 2009), comprobaron que las personas que suelen cometer errores cuando calculan el interés simple o compuesto y el valor futuro de una transacción financiera son las que solicitan más préstamos y ahorran menos. (Lusardi & Mitchell, 2009), sostienen que las personas que tienen escasos conocimientos financieros piensan menos en la jubilación y la mayoría no ha diseñado ningún plan al respecto.

1.2 Marco conceptual

Educación financiera: es el proceso de formación mediante el cual los individuos toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres relacionadas en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización eficiente de los instrumentos de la vida financiera (Credomatic, 2008); la educación financiera será un valor agregado de la empresa, entendiendo que para el manejo adecuado de los recursos las personas deben contar con las capacidades y conocimientos necesarios y que el país se ha caracterizado por poseer debilidades en proveer a los colombianos las competencias educativas requeridas en este ámbito.

Crédito: Es un préstamo en dinero por el que la persona se compromete a devolver el monto solicitado en el tiempo o plazo definido, según las condiciones establecidas para dicho préstamo, con el pago de intereses, comisiones y demás obligaciones otorgadas por quien

concede el crédito (Canaviri, 2018); el acceso al crédito es un elemento indispensable para la inclusión financiera, pues a través de él las personas de mayor vulnerabilidad pueden tener mayores oportunidades de inversión o suplir sus necesidades, y mejorar por tanto su calidad de vida.

Estrés financiero: trastorno que se presenta en la sociedad actual, como consecuencia de factores relacionados con altos niveles de endeudamiento de las personas, bajas tasas de ahorro y la recesión económica (Vosloo, Fouche, & Barnard, 2014); teniendo en cuenta que cuando las personas carecen de elementos que les permitan tener un control efectivo de sus ingresos, se puede ver afectada su salud financiera y mental, es necesario a través de la creación de empresa, promover escenarios de participación y capacitación que contribuyan a la sociedad a mejorar sus hábitos y comportamientos financieros.

Inclusión financiera: es una condición por la cual las personas tienen acceso y usan un conjunto de servicios financieros que incluyen servicios de crédito, ahorros, pagos y seguros (Villacorta & Reyes, 2012); a través de la creación de empresa se promueve la inclusión financiera con el propósito de contribuir a las familias cereteanas y fomentar su independencia, al darles una mayor capacidad para administrar sus recursos.

TIC: Herramientas que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro, acceso y presentación de datos, información y contenidos en forma alfanumérica, imágenes, videos, sonidos, aromas, vibraciones, temperaturas, movimientos, acciones a distancia (Cruz, Pozo, Aushay, & Parra, 2019), el término se utiliza para hacer referencia a las tecnologías que permitirán a la empresa ofertar los servicios y productos e innovar de manera constante.

Internet: es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos (Zamora, 2014); teniendo en cuenta la importancia del internet y que su penetración en la vida de la humanidad es cada vez mayor, la empresa Fintech para el impulso de la bancarización utilizará los canales digitales para ofrecer y permitir el acceso a sus servicios.

Algoritmo: en el área informática es un conjunto de pasos y métodos lógicos que en una red informática sus participantes deben seguir para ejecutar un comando o resolver un problema (Izaipe, 2018); estos elementos son indispensables para el análisis de la información en el marco de la tecnología financiera, y conducirán a la empresa a la ejecución correcta de las actividades y alcanzar la prestación de un excelente servicio

Banca tradicional: se refiere a las instituciones bancarias que utilizan principalmente una infraestructura tecnológica heredada, y se apoyan en buena parte en sus costosas oficinas y procedimientos manuales (Chishti & Barberis, 2017); con este término se hace alusión a aquellas instituciones prestadoras de servicios financieros que realizan sus procedimientos de la misma forma que hace muchos años, que ofrecen costos más elevados, y no se apoyan de las herramientas tecnológicas que tienen a su disposición en la actualidad.

Identidad Digital: también conocida como identidad 2.0, es todo lo que nos identifica en el entorno online. En la red, además de que conservamos los mismos datos que nos identifican en el mundo offline, la identidad se ve completada a través de todo lo que hacemos: comentarios en publicaciones, likes en Facebook, retweets, fotos en Instagram, peticiones que firmamos en Change, etc (Izaipe, 2018); a través del análisis de la identidad digital de los usuarios, estudiando su comportamiento en las redes, la empresa podrá reconocer e identificar sus características.

2 Módulo de Mercado

2.1 Servicio

La constante evolución de la tecnología digital y todas las aplicaciones que hacen parte de ella, ha impactado drásticamente el mundo empresarial; la innovación se ha convertido en un elemento indispensable para las empresas y ha dado lugar en el sector financiero a la creación de las empresas Fintech (Financial Technology), que de acuerdo con (Caparroso, 2018) han logrado penetrar el mercado financiero a nivel mundial, por ofrecer servicios menos costosos y más eficientes, revolucionando la manera como los consumidores y empresas están guardando, pidiendo prestado, invirtiendo, moviendo, pagando y protegiendo su dinero.

Bajo esta premisa, se pretende crear una empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización a través de herramientas tecnológicas en el municipio de Cereté, para permitir al público objetivo el acceso a créditos a bajas tasas, y a los inversionistas el rendimiento sobre su capital a través de una propuesta de valor viable y sostenible en el tiempo; con el objetivo fundamental de aportar a la sociedad innovación y un valor diferencial.

2.1.1 Características

El servicio de la empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización a través de herramientas tecnológicas se centra principalmente en el financiamiento alternativo con un valor agregado de asesoramiento financiero; la empresa ofrecerá bajos costos de transacción, flexibilidad tecnológica y mayor radio de alcance; con el propósito de ofrecer a la sociedad cereteana el acceso a servicios financieros inclusivos que sean seguros y sostenibles, creando un mayor valor para la sociedad y brindando igualdad de oportunidades; para evitar que los habitantes de la población recurran a préstamos informales y pongan en riesgo sus finanzas y calidad de vida, por las altas barreras de acceso al crédito del mercado tradicional.

2.1.2 Usos del Servicio

El servicio podrá ser usado por los miembros de la población que no cuenten con acceso a la banca tradicional; quienes deseen utilizar servicios flexibles, alternativos e innovadores; así como aquellos individuos que prefieran costos de crédito menores a los ofrecidos por la banca tradicional; y las personas que pretendan adquirir competencias y conocimientos en las herramientas básicas para el manejo de sus finanzas, como la planificación de egresos e ingresos, el ahorro, inversión, manejo del presupuesto, cobertura de sus necesidades e imprevistos, entre otras; que son necesarias para que el individuo alcance una educación financiera y una calidad de vida digna.

2.1.3 Beneficios

Los principales beneficios del servicio de impulso de la bancarización a través de herramientas tecnológicas son:

- ✓ Servicios financieros totalmente online, disponibles desde cualquier dispositivo inteligente (ordenador, Smartphone, Tableta).
- ✓ Recibir los servicios sin tener que desplazarse a las instalaciones físicas de la empresa.
- ✓ Promover la inclusión financiera de grupos de población no bancarizados.
- ✓ Recibir servicios que se orientan en sus necesidades.
- ✓ Facilitar el acceso a determinados servicios financieros, como acceso a medios de pago o plataformas de préstamos.
- ✓ Contar con una alternativa innovadora y pensada en sus necesidades para cubrir sus requerimientos crediticios.

- ✓ Recibir educación financiera, ya que la falta de conocimientos en este campo puede conducir a las personas a la toma de decisiones erróneas y a un comportamiento equivoco sobre su economía personal y familiar.
- ✓ Disminuir la exclusión financiera, promoviendo el acceso al crédito a las personas que poseen difícil acceso a los canales de crédito tradicionales.

2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos

El servicio sólo podrá ser sustituido por la misma actividad, que puede ser desempeñada en primer lugar por la banca tradicional, sin embargo, como se ha mencionado con anterioridad las prácticas habituales de este sector financiero limitan el acceso a servicios financieros, que en muchas ocasiones son más costosos y menos eficientes. Así mismo, se destacan los préstamos informales como el denominado "gota a gota" o "paga diario" que se caracterizan por ofrecer créditos de baja cuantía con altos costos de intereses, y que pueden poner en peligro el sobreendeudamiento a los miembros de una familia, así como su enfoque para la construcción de un patrimonio e incluso la pérdida del mismo.

2.1.5 Servicios y/o productos complementarios

Con respecto a servicios complementarios, vale la pena mencionar el internet, teniendo en cuenta que guarda una relación directa con los servicios innovadores que se pretenden ofrecer al mercado. Y dentro de los productos complementarios se encuentran los ordenadores o dispositivos inteligentes (tableta, celular, computador), a través de los cuales los usuarios podrán acceder a los servicios y mantener la comunicación con la empresa.

2.2 Consumidor final

El consumidor final del servicio de impulso a la bancarización a través de herramientas tecnológicas está conformado por los habitantes de la cabecera municipal de Cereté, sin distinción de ocupación, género o estrato socioeconómico, que estén interesados en recibir un servicio alternativo de bancarización y educación financiera, para contar con acceso al crédito y adquirir las competencias, comportamientos y conocimientos necesarios para la administración eficiente de los recursos financieros.

2.2.1 Segmentación del mercado

La segmentación del servicio de impulso de la bancarización a través de herramientas tecnológicas se realizó bajo los siguientes enfoques:

Segmentación geográfica: Cereté es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Córdoba conocido como La capital del Oro Blanco, se ubica en la cuenca hidrográfica del Río Sinú, en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y se encuentra a pocos kilómetros de la capital del Departamento de Córdoba, la ciudad de Montería (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

Segmentación demográfica: Hombres y Mujeres, con edades entre los 20 y 64 años.

Segmentación psicográfica: Sin distinción de estrato socioeconómico.

Segmentación en función del comportamiento: Interés en servicios de bancarización alternativos, que disminuyan las barreras de acceso de la banca tradicional y ofrezcan costos de crédito menores.

2.2.2 Características socioculturales

El municipio de Cereté destaca por su diversidad de expresiones culturales, sus expresiones y dichos populares, su peculiar manera de expresarse y su espontaneidad. Dentro de

sus principales características socioculturales se evidencia el sentido de pertenencia por su tierra, su identidad sinuana, el amor por sus raíces y el respeto de su idiosincrasia. El municipio acumula muchas expresiones estéticas, actitudes y formas de vida que testimonian el imaginario creativo de generaciones pasadas y presentes; sus costumbres, mitos, leyendas, tradiciones producción artística y artesanal hacen de este municipio un potencial creador importante dentro de las distintas expresiones del arte. Dentro de los festivales más representativos de la región se encuentran el Festival de la Cumbiamba, corralejas, fiesta patronales y fandangos (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

2.3 Delimitación del área geográfica

Cereté es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Córdoba. Es conocido como La capital del Oro Blanco, ubicado en cuenca hidrográfica del Río Sinú, más específicamente en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y centro de interconexión vial de la Troncal de Occidente a 18 kilómetros de la capital del Departamento de Córdoba, la ciudad de Montería. El Municipio limita por el norte con el Municipio de San Pelayo, por el este con Ciénaga de Oro, por el oeste con Montería y por el sur con San Carlos y Montería; su extensión total es equivalente a 629,3 km^2, con una temperatura promedio de 29,7°C. El sector primario es el más importante dentro la actividad económica del Municipio en el cual predomina la agricultura siguiéndole en importancia la ganadería (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

2.4 Análisis de la Demanda

2.4.1 Diseño Muestral

La población o universo de investigación está determinada por los individuos, elementos o unidades en general que componen el fenómeno o problemática investigada, (Arias, 2012) enfatiza que "la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación, esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio" (p. 81). De manera que la población objetivo de la presente investigación está constituida por los habitantes del municipio de Cereté, que se encuentren ubicados en la zona urbana del municipio, con edades entre los 20 y 64 años, y sin distinción de estrato socioeconómico.

Según el (DANE, 2019) el número de habitantes del municipio de Cereté es equivalente a 110.409, de los que 48.189 son de la población rural y 62.220 pertenecen a la población urbana, estos últimos son los que hacen parte de la primera segmentación; así mismo, el (DANE, 2019) indica que el 58,46% se encuentran en las edades señaladas, lo que nos arroja una población objetivo de 36.373.

Considerando a (Vallejo P. M., 2011) para determinar el tamaño de la muestra es necesario en primera instancia distinguir entre poblaciones infinitas (de tamaño muy grande, indefinido, cuyo tamaño exacto podemos desconocer) y poblaciones finitas (tamaño más reducido y que conocemos), para seleccionar la fórmula idónea; teniendo en cuenta que conocemos el tamaño de la población objetivo y que no supera las 100.000 unidades, se considera oportuno utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \,.\, Z^2 \; x \; p \; x \; q}{e^2 \; x \; (N \; - 1) + (Z^2) \; x \; p \; x \; q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

¿Tamaño de la muestra =?

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,05

Población = 36.373

$$n = \frac{(36.373)\ x\ (1{,}96)^2\ x\ (0{,}5) x (0{,}5)}{(0{,}05)^2 x (36.373 - 1) + ((1{,}96)^2) x (0{,}5) x (0{,}5)}$$

n= 380 encuestas

2.4.2 Validación del Instrumento

En el desarrollo del presente trabajo de creación de empresas se surtió el proceso de evaluar todas y cada una de las preguntas de la encuesta de manera exhaustiva siguiendo una serie de etapas para asegurar su confiabilidad y pertinencia. La primera etapa fue un trabajo que realizamos las integrantes que luego se depuró y perfeccionó con libros especializados en el tema

y se concluyó con la revisión final de nuestro asesor de trabajo de grado. No obstante, estamos atentas a atender cualquier sugerencia o recomendación para perfeccionamiento del cuestionario.

2.4.3 Análisis de Resultados de la Investigación de Mercados

En este apartado se condensa la información obtenida de la investigación de mercado desarrollada en el municipio de Cereté, se elaboraron un conjunto de tablas y gráficas en Excel con los porcentajes respectivos de cada uno de los interrogantes realizados, para facilitar la observación de las tendencias (Ver anexo 2).

2.4.4 Cálculo de la Demanda Actual

Los resultados obtenidos en la investigación de mercado aplicada al municipio de Cereté, permitieron identificar en primera instancia el porcentaje de aceptación del servicio de bancarización mediante herramientas tecnológicas, que fue equivalente al 94% (ver figura 18); este valor se utilizó para extender los resultados obtenidos con la muestra, al resto de la población objetivo, y así determinar el número de consumidores potenciales del servicio, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1 Potenciales clientes

Población objetivo	36.373
% de aceptación	94%
Potenciales clientes	**34.191**

Fuente: Elaboración propia

Tomando como referencia los clientes potenciales obtenidos, se generalizaron las frecuencias con que los participantes afirmaron que solicitarían el servicio (ver figura 11), así fue posible crear grupos para cada frecuencia de consumo. Finalmente, se convirtieron los valores a una frecuencia anual y se totalizó la demanda actual.

Tabla 2 Demanda actual

Frecuencia de consumo	% de respuesta	N° personas por frecuencia	Consumo anual
Una vez al año	64%	21.882	21.882
Dos veces al año	30%	10.257	20.514
Tres veces al año	5%	1.539	4.616
Cuatro veces al año	2%	513	2.051
Total demanda anual del servicio			**49.064**

Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla anterior la demanda actual del servicio es de 49.064 transacciones.

2.4.5 Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$D_f = D_a (1+i)^n$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Tasa de crecimiento poblacional, de acuerdo con la información del (Banco Mundial, 2019) la tasa de crecimiento poblacional para Colombia en 2019 fue igual a 1,4%.

n = Número de años a proyectar

Reemplazando valores:

$D_{f1} = 49.064 (1+0,014)^1 = 49.750$

$D_{f2} = 49.064 (1+0,014)^2 = 51.153$

$D_{f3} = 49.064 (1+0,014)^3 = 53.332$

$D_{f4} = 49.064 (1+0,014)^4 = 56.382$

$D_{f5} = 49.064\ (1+0{,}014)^5 = 60.441$

Tabla 3 Proyección de la demanda

2022	2023	2024	2025	2026
49.750	51.153	53.332	56.382	60.441

Fuente: Elaboración propia

2.5 Análisis de la Oferta

2.5.1 Cálculo de la Oferta Actual

En el municipio de Cereté, no existe en la actualidad ninguna empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización, sin embargo, la principal premisa de este tipo de empresas es que pueden ofrecer sus servicios desde cualquier espacio geográfico, de manera que, sin importar donde se haya creado una empresa Fintech, esta puede ofrecer sus servicios a todo el país. Es por ello, que, a continuación, se estimará la oferta de Fintech en Colombia, para hacer una estimación de la oferta municipal.

De acuerdo con (Colombia Fintech, 2020), en la actualidad empresas como Nequi, Rappi, Daviplata, Nubank, y otras firmas han promovido la inclusión financiera y han generado la oportunidad de acceso para un promedio de 730.000 personas en el país, valor que se tomará como referencia para el cálculo de la oferta. Ahora bien, teniendo en cuenta que según las cifras del (DANE, 2019), la población del municipio de Cereté ocupa el 0,23% de la población nacional, la oferta del servicio estudiado en el municipio de Cereté alcanza el siguiente valor:

Tabla 4 Oferta actual

Vinculados a Fintech en Colombia	730.000
Participación de Cereté en la población nacional	0,23%
Total oferta anual del servicio	**1.670**

Fuente: Elaboración propia

2.5.2 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

$O_f = O_a (1 + i)^n$

Dónde:

O_f = Oferta Futura

O_a = Oferta Actual

1 = Constante

i = Tasa de crecimiento del sector Fintech (20%) (Colombia Fintech, 2020).

n = año a proyectar

$Of_1 = 1.670 (1+0, 2)^1 = 2.004$

$Of_2 = 1.670 (1+0, 2)^2 = 2.405$

$Of_3 = 1.670 (1+0, 2)^3 = 2.886$

$Of_4 = 1.670 (1+0, 2)^4 = 4.463$

$Of_5 = 1.670 (1+0, 2)^5 = 4.156$

Tabla 5 Proyección Oferta Actual

2022	2023	2024	2025	2026
2.004	2.405	2.886	3.463	4.156

Fuente: Elaboración propia

2.5.3 Determinación del Tipo de Demanda

El tipo de demanda fue determinado hallando la diferencia entre la demanda actual del servicio y la oferta actual del mismo, como se muestra a continuación:

Tabla 6 Determinación del tipo de demanda

Demanda actual	49.064
Oferta actual	1.670
Demanda insatisfecha	**47.393**

Fuente: Elaboración propia

2.5.4 Proyección de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se proyectó determinando las diferencias entre las proyecciones de la oferta y demanda de las tablas 3 y 5 respectivamente.

Tabla 7 Proyección de la demanda insatisfecha

	2022	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Proyección de la DA	49.064	50.447	52.596	55.603	59.606
Proyección de la OA	2.004	2.405	2.886	3.463	4.156
Proyección de la demanda insatisfecha	**47.059**	**48.041**	**49.710**	**52.140**	**55.450**

Fuente: Elaboración propia

2.6 Análisis de precios

El valor de las tarifas cobradas por el uso de los servicios financieros, se encuentra sujeta a la normatividad de la Superintendencia Financiera, que es la entidad encargada de calcular y certificar mediante resolución la tasa de interés bancario corriente para los diferentes tipos de crédito (Banco de la República, 2020). Sin embargo, como se ha mencionado con anterioridad, el sector Fintech del país, por ser un modelo de negocio relativamente nuevo, no cuenta actualmente con un aparato regulatorio completamente determinado; de manera que han generado en el mercado una expectativa cada vez mayor por servicios gratuitos o de muy bajo costo, como manifiesta (Colombia Fintech, 2020), las entidades Fintech consideran que el presente y el futuro de los servicios financieros digitales tienen un común denominador, y es la

transparencia con los consumidores, por lo que son abiertos con ellos y ofrecen costos relativamente bajos en comparación con la banca tradicional, a continuación se muestran las tasas de interés corriente ofrecidas por algunas de las principales empresas Fintech del país:

Tabla 8 Análisis de precios

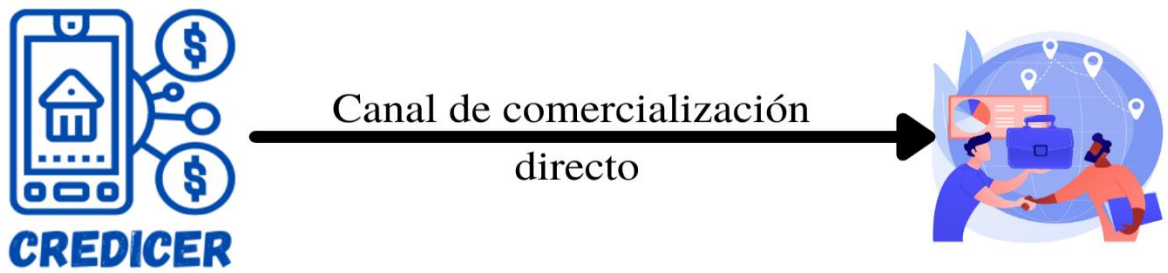
Fintech	Tasa de interés corriente
Rapicredit	25%
Kredicity	24,80%
Lineru	25%
Credissimo	14%

Fuente: (Colombia Fintech, 2020).

2.7 Canal de comercialización

Para hacer entrega de los bienes o servicios al consumidor final, las empresas suelen utilizar lo que se denomina como canal de comercialización, el cual es definido por (Acosta, 2017), como el grupo de empresas u organizaciones que conforman y participan en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumidor final, el autor añade que son indispensables para alcanzar la satisfacción del cliente, porque permiten acortar las distancias entre el productor y el consumidor. Ante estas consideraciones, para la empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización en el municipio de Cereté, se seleccionó el siguiente canal de comercialización:

Figura 1 Canal de Comercialización



Fuente: Elaboración propia

Se seleccionó un canal de comercialización directo, porque este se establece cuando la empresa no requiere de intermediarios para llevar el bien o servicio al consumidor final (Quiroa, 2020); la empresa contará con personal altamente capacitado en materia financiera y atención al cliente para ofrecer un servicio personalizado, de calidad y garantizar la satisfacción del cliente.

2.8 Imagen y eslogan

Figura 2 Imagen y eslogan

Fuente: Elaboración propia

La imagen corporativa se encuentra vinculada a un concepto de representación tecnológica, teniendo en cuenta la naturaleza del servicio, es por ello que se muestra un dispositivo tecnológico y las múltiples operaciones que se pueden hacer a través de él; así mismo, se utilizó como color principal el azul, que está íntimamente ligado al desarrollo tecnológico y es un color que representa la transparencia, que es la principal premisa del servicio que se espera ofrecer. El eslogan manifiesta la razón de ser de la empresa CREDICER, que es crear nuevas oportunidades financieras para la población, y así mejorar su calidad de vida y estabilidad económica y financiera.

2.9 Estrategia de publicidad

Teniendo en cuenta la naturaleza digital de la empresa, la evidente penetración del internet en los diferentes entornos de la vida de la humanidad y que los resultados obtenidos en la investigación de mercado arrojaron que la mayor parte de la población objetivo utiliza principalmente medios de comunicación digitales, para la estrategia de publicidad se pretende hacer uso de las siguientes herramientas de marketing digital:

Social Media: son un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se construyen sobre las bases tecnológicas de la Web 2.0 y que permiten la creación e intercambio de contenido, han tenido un gran auge en el medio publicitario porque en ellas el usuario pueda producir y distribuir información de forma masiva, compartiendo contenidos (texto, vídeos, imágenes) que pueden persuadir a los consumidores potenciales de un producto o servicio (García, Expósito, & Verdugo, 2015). Para la empresa en cuestión, se utilizarán redes sociales como Instagram, Facebook, LinkedIn y YouTube, en las que se publicarán los anuncios y contenidos de valor para los clientes, a través de un pago que garantice que las redes posicionarán los anuncios en clientes que cuenten con las características para ser identificados como clientes potenciales de los servicios de la empresa.

Así mismo, se utilizarán las posibilidades de localización que ofrecen estos canales de comunicación, como lo son: la ubicación geográfica de los potenciales clientes, comportamientos digitales que los asocien con el servicio que se ofrece, se seleccionará un alcance promedio de personas, y se aprovecharán las métricas que proporcionan este tipo de medios, como reacciones, visitas al perfil, búsquedas, mensajes, entre otras, para determinar el alcance de cada una de las publicaciones, y que el especialista en marketing pueda evaluar la pertinencia e impacto de cada una de ellas y hacer las mejoras correspondientes.

SEO: La estrategia Search Engine Optimization (SEO) consiste en la optimización de un sitio web, con el propósito de posicionarlo en los primeros lugares de los buscadores como Google o Yahoo, y así alcanzar una visibilización mayor del sitio, como plantean (García & Codina, 2016), los buscadores son una de las herramientas indispensables para los internautas, y la mayoría de ellos los utiliza, ya sea para sus labores académicas, laborales, informativas o de comunicación, de manera que gran parte del tráfico de internet depende en gran medida de los motores de búsqueda, y el desarrollo de estrategias de optimización permite a las páginas web obtener mayor visitas y reconocimiento del mercado objetivo. De acuerdo con lo anterior, la empresa debe diseñar estrategias de dominio, título, URL, metaetiqueta, keywords, entre otras herramientas de los buscadores que puedan colocarla en el primer lugar para búsquedas relacionadas con el acceso al crédito, la educación financiera, la inclusión financiera, entre otros.

2.9.1 Objetivo General de la Estrategias de Marketing digital

Establecer y mantener la presencia online de la empresa Fintech para el impulso de la bancarización en el municipio de Cereté; promocionando servicios que además de contribuir a la población en su bienestar financiero desde el punto de vista de financiamiento, se centre en ofrecer los conocimientos financieros necesarios para alcanzar un desenvolvimiento efectivo en esta área.

2.9.2 Objetivos específicos

- Aumentar el tráfico del sitio web y las redes sociales de la empresa.
- Compartir contenido de valor, relacionado con hábitos de ahorro, inversión, control presupuestal, administración de los gastos, entre otras variables de tipo financiero que pueden contribuir a la población a mantener su salud financiera y económica.
- Ofrecer créditos a costos más bajos que los que actualmente ofrece la banca tradicional.

- Generar confianza a los potenciales clientes acerca de los procesos desempeñados por la empresa y su función contributiva a la sociedad.
- Crear bases de datos con información de los potenciales consumidores, para establecer comunicación con ellos y crear relaciones estables y duraderas.

2.9.3 Alcance

El marketing digital a través de redes sociales y SEO, permitirá a la empresa ofrecer sus servicios, no solo en el mercado cereteano, sino también en cualquier lugar del país, ya que una de sus principales características es que no tiene fronteras físicas, de manera que, una vez la empresa logre consolidarse en el mercado cereteano, podrá formular estrategias a mayor escala y dirigirlas a nuevos mercados, pues cualquier persona con conexión a internet podrá tener acceso al contenido y la información que se comparta acerca del servicio, sus características, importancia, entre otros; así mismo, se podrá contribuir a la sensibilización del departamento y el país en general, compartiendo contenido de valor asociado a las capacidades, conocimientos y comportamientos que contribuyen a mantener un bienestar financiero.

3 Módulo Técnico y Organizacional

3.1 Tamaño del proyecto

Desde la posición de (Weinberger, 2009), la estimación del tamaño del proyecto es un elemento indispensable para cumplir con las metas empresariales, para lograrlo es necesario tener en cuenta los aspectos de mayor importancia durante el proceso productivo, como por ejemplo: los requerimientos de herramientas, máquinas y equipos, porque si no se tienen las cantidades y funcionalidad adecuadas, el proceso productivo tendrá problemas para el cumplimiento de los objetivos; la programación del personal de acuerdo con las tareas y objetivos de producción, esto es, el número de personas necesarias para cada actividad, las necesidades de capacitación, y número de horas de trabajo requeridas; entre otros.

En el caso específico de la empresa Fintech, los recursos indispensables para la prestación del servicio son el capital financiero, los activos digitales y el recurso humano de la empresa. El capital financiero hace alusión a los recursos económicos que se obtendrán para el financiamiento de los usuarios del servicio; los activos digitales están conformados por la plataforma digital, el software y el desarrollo tecnológico; y el recurso humano que se encargará de la administración de los recursos digitales, la evaluación crediticia de los usuarios, el contacto con los inversionistas y la atención al cliente.

En relación con los recursos digitales, para el primer año se contará con una plataforma web y un software con funcionalidades de carga de contenido, notificaciones automáticas, transferencias bancarias automáticas, posibilidad de ser usado tanto en ordenadores como dispositivos móviles, algoritmos de evaluación crediticia, comunicación interna integrada, reportes, alojamiento en nube y administración de data, cuya capacidad puede albergar alrededor de 20.000 usuarios. En lo que respecta al capital financiero, se espera contar para el primer año

con una inversión anual de $200.000.000 de uso exclusivo para el financiamiento de los usuarios.

Mientras que el recurso humano estará conformado por 2 profesionales analistas capacitados en evaluación crediticia, y 4 dedicados a la atención al usuario y asesoramiento financiero; que trabajarán de lunes a viernes de 7:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm, y sábados de 7:00 am a 12:00 pm.

Ahora bien, De acuerdo con el estudio de mercado, el 94% del total de mercado objetivo de 36.373 estaría totalmente de acuerdo en usar la plataforma de Fintech, si la empresa logra satisfacer en un escenario conservador al 20% del mercado objetivo, con un promedio de transacciones, que de acuerdo con el estudio de mercado asciende a dos veces por año, el tamaño de la empresa sería equivalente a 13.676 transacciones.

3.2 Localización

Un elemento de suma importancia para la puesta en marcha de todo proyecto es la localización óptima, definida por (Urbina, 2010) como aquella ubicación geográfica que contribuye en mayor medida a que se logren los objetivos empresariales, con el propósito de minimizar la probabilidad de falla de los mismos, y que se obtengan beneficios de disminución de costo y/o rentabilidad.

Para determinar la localización óptima de la empresa estudiada en la investigación en curso, se estudiarán aspectos de macro y microlocalización; haciendo referencia con los primeros a aquellos que permitirán evaluar las condiciones del mercado de consumo a nivel regional, mientras que los segundos los que determinarán la ubicación especifica dentro de la ciudad seleccionada en el primer estudio.

3.2.1 Macrolocalización

Para el estudio de macrolocalización, se seleccionaron previamente tres municipios del departamento de Córdoba y se realizó un análisis preliminar de las características y necesidades del mercado; posteriormente se seleccionaron los factores relevantes para la puesta en marcha de la empresa y se asignó un peso relativo a cada uno de ellos, teniendo en cuenta su importancia para el proyecto; seguidamente se determinaron las calificaciones de cada uno de los factores en cada municipio, y se obtuvo la sumatoria total, para seleccionar aquel que alcanzará la mayor puntuación.

Tabla 9 Macrolocalización

Factores Relevantes	**Peso Asignado**	**Alternativas de localización**					
	Esc.0-1	**San Pelayo**		**San Carlos**		**Cereté**	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
Económicos							
Desarrollo económico de la región	0,1	70	7	55	5,5	85	8,5
Infraestructura en conexión a internet	0,2	23	4,6	10	2	75	15
Afluencia de clientes	0,1	40	4	35	3,5	70	7
Vías de comunicación y transporte	0,1	50	5	50	5	50	5
Menores limitaciones tecnológicas	0,2	50	10	30	6	80	16
Demográficos							
Características de la población objetivo	0,15	40	6	25	3,75	80	12
Sociales							
Interés del Municipio	0,1	60	6	50	5	85	8,5
Actitud de la comunidad empresarial	0,05	70	3,5	50	2,5	90	4,5
TOTAL	**1**		**46,1**		**33,25**		**76,5**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior, la localización que otorga mayores beneficios a la creación de empresa Fintech, es el municipio de Cereté, con un puntaje de 76,5, el cual muestra mayor calificación en aspectos como desarrollo económico, crecimiento empresarial, interés del municipio, actitud de la comunidad empresarial, afluencia de clientes, condiciones demográficas asociadas a las edades de la población objetivo, así como por contar con una mejor infraestructura en conexión a internet de banda ancha y menores limitaciones tecnológicas. Es válido destacar, que la calificación asignada a los factores de infraestructura en conexión a internet y las condiciones demográficas de la población, se asignaron teniendo en cuenta las cifras del Departamento Nacional de Planeación (DNP).

3.2.2 Microlocalización

Luego de seleccionar a Cereté, como el municipio más conveniente para la puesta en marcha de la empresa, se debe seleccionar dentro del municipio un lugar específico para la constitución de la empresa; para lograrlo se evaluaron tres alternativas de ubicación (norte, centro y sur), se evaluaron los factores determinantes a nivel micro y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 10 Microlocalización

Factores Relevantes	**Peso asignado (0-1)**	**Alternativas de localización**					
		Sur de la ciudad		**Centro de la ciudad**		**Norte de la ciudad**	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Conexión a internet	0,25	70	17,5	90	22,5	80	20
Concentración poblacional	0,1	70	7	90	9	70	7
Afluencia de clientes	0,2	75	15	90	18	60	12
Costo de servicios públicos	0,1	85	8,5	60	6	70	7
Cercanía con el mercado objetivo	0,15	70	10,5	80	12	70	10,5
Costo de arriendo del local	0,15	80	12	55	8,25	65	9,75

Condiciones de Seguridad	0,05	55	2,75	85	4,25	75	3,75
TOTAL	**1**		**73,25**		**80**		**70**

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, la localización a nivel micro de la empresa será el centro de la ciudad, con un puntaje de 80, ya que cuenta con mayor conexión a internet, mayor concentración poblacional, afluencia de clientes, permite a la empresa mayor cercanía con el mercado objetivo, y posee mejores condiciones de seguridad que las otras dos alternativas.

3.3 Distribución en planta

Figura 3 Distribución en planta

Fuente: Elaboración propia

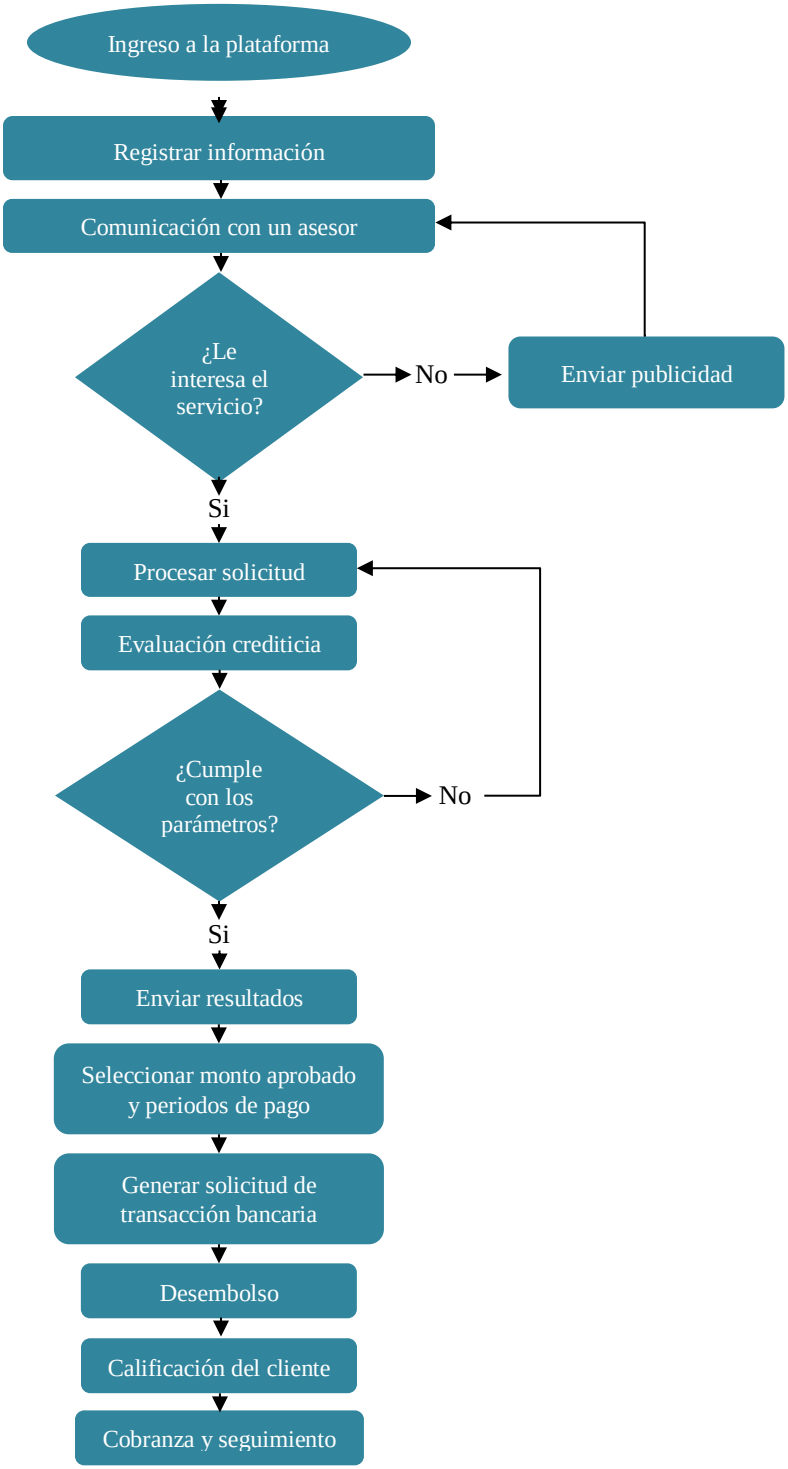
Tabla 11 Descripción de la distribución en planta

Número	Área	Dimensiones
1	Oficina de recepción	3 metros de ancho X 4 metros de largo
2	Oficina de analista 1	3 metros de ancho X 4 metros de largo
3	Oficina de analista 2	3 metros de ancho X 4 metros de largo
4	Call center 1	2 metros de ancho X 2 metros de largo
5	Call center 2	2 metros de ancho X 2 metros de largo
6	Call center 3	2 metros de ancho X 2 metros de largo
7	Call center 4	3 metros de ancho X 2 metros de largo
8	Oficina de desarrollo tecnológico	4 metros de ancho X 4 metros de largo
9	Oficina de director financiero	4 metros de ancho X 4 metros de largo
10	Oficina de gerente	4 metros de ancho X 4 metros de largo
11	Oficina de sala de juntas	4 metros de ancho X 5 metros de largo
12	Baños	4 metros de ancho X 2 metros de largo
13	Cafetería	4 metros de ancho X 3 metros de largo
14	Parqueadero	3 metros de ancho X 6 metros de largo

Fuente: Elaboración propia

3.4 Proceso de prestación del servicio

Figura 4 Proceso del servicio



Fuente: Elaboración propia

3.4.1 Descripción del proceso del servicio

Ingreso a la plataforma: El usuario ingresa a la plataforma web de la empresa, a través de un ordenador o dispositivo móvil (tableta o smartphone) y podrá tener acceso a las funcionalidades de comunicación, carga de contenido, notificaciones automáticas, entre otros.

Información y educación financiera: el ingreso a la plataforma le permite al usuario acceder a la educación financiera para que pueda tener un entendimiento generalizado de los conceptos financieros básicos, e incluso términos más complejos, y tomar decisiones de modo consciente y acertado sobre sus finanzas; así mismo, podrá ingresar al módulo de solicitud de crédito. Vale la pena destacar, que los usuarios también podrán dirigirse a las oficinas de la empresa, a solicitar información y educación financiera, si lo consideran oportuno.

Registro de información: el usuario debe registrar su información básica, incluidos aspectos de carácter demográfico, psicográfico, documento de identidad, datos personales, cuentas bancarias, entre otros. Es necesario acotar, que en esta etapa del proceso los usuarios deben autenticar sus datos de manera presencial, para evitar suplantaciones. Dentro de esta etapa se determinará si el usuario está o no bancarizado.

Asesoría: si el usuario lo considera conveniente un asesor de la empresa, se comunicará con el y le explicará términos, condiciones, costos, y todos los elementos contractuales del proceso de bancarización.

Solicitud de Crédito: a través del botón de solicitud de crédito, las personas podrán llevar a cabo la petición del crédito y seleccionar el monto que consideran necesitar.

Evaluación crediticia: la plataforma procesa la solicitud y se vincula con las centrales de riesgo, para obtener el perfil crediticio del usuario, así, a través de los algoritmos y la data, los analistas podrán contar con información suficiente para determinar si debe o no ser aprobada la

solicitud. Para los usuarios no bancarizados, se solicita una evaluación mediante un cuestionario psicométrico que tiene una duración máxima de 20 minutos. Esta evaluación se realiza en línea, vía una interfaz con el proveedor de score psicométrico, devolviéndose también una calificación. En base a la evaluación la plataforma responde una calificación de riesgo crediticio y una decisión "Aprobado" o "Rechazado".

Enviar resultados: Luego de obtener los resultados de la evaluación, el usuario deberá ser comunicado, si el resultado es positivo, el sistema generará un aviso de "crédito aprobado" que se enviará al correo electrónico del usuario. Vale la pena mencionar que los resultados pueden arrojar un rechazo del crédito o un cambio en las condiciones de crédito con respecto a las que el usuario pudo haber seleccionado inicialmente. En caso de que la evaluación resultara con alguna observación, la plataforma le solicitará documentación adicional que el cliente deberá enviar dentro de las 24 horas para poder aceptarlo o rechazarlo, según corresponda.

Seleccionar monto aprobado y periodo de pago: La plataforma ofrece al usuario la funcionalidad de seleccionar los periodos de pago del monto solicitado, y genera de manera automática una amortización, que le permitirá conocer la cantidad que debe pagar mes a mes, y la fecha en que su deuda estará saldada.

Generar solicitud de transacción: el usuario debe generar la solicitud de manera formal, una vez ha establecido los periodos de pago, se despliega un cronograma y contrato virtual, para que el usuario lo lea, valide y pueda aceptar los términos y condiciones y todos los aspectos contractuales relacionados con el crédito.

Desembolso: Una vez se reciba la aceptación del contrato y el cronograma de pagos, se procede con el desembolso del dinero, para lo cual la plataforma realiza la transferencia de forma automática.

Calificación del cliente: el cliente podrá manifestar su satisfacción con respecto a la velocidad y características propias del proceso crediticio, con ayuda de la calificación que se despliega de la plataforma.

Cobranza y seguimiento: El usuario debe seguir el cronograma de pagos y realizar el pago de las cuotas en los períodos correspondientes; el sistema recibe la información relacionada al pago y la registra; cuando se aproximan las fechas de pago establecidas la plataforma envía recordatorios de pago automáticos, así mismo, cuando el usuario presenta un atraso.

3.5 Naturaleza jurídica

Partiendo de la premisa, que en la actualidad no existe un marco regulatorio establecido para las empresas Fintech en el país y no existe una figura societaria que pueda otorgar los beneficios que estas requieren, como sostiene (El Tiempo, 2018) en Colombia no existe un marco jurídico establecido para la industria Fintech, por lo que se requieren esquemas que incentiven la creación de sociedades de este tipo, y que haya estabilidad jurídica para estas startups que contribuyen a la sociedad en materia de inclusión financiera.

Sin embargo, (Paredo, 2020) manifiesta que el país está intensificando las regulaciones y ha comenzado a dar pasos legislativos y regulatorios para los múltiples participantes, emergentes, que a través de tecnología cambian la forma de ofrecer productos y servicios financieros a sus clientes; la Superintendencia Financiera, están trabajado en regulación y supervisión, para afrontar estos nuevos actores, productos y servicios.

A partir de lo anterior, la empresa será constituida inicialmente como una Sociedad por Acciones Simplificadas, teniendo en cuenta la flexibilidad, la facilidad de trámites y los múltiples beneficios que ofrece esta figura jurídica al emprendimiento, dentro de los que (Cadena, 2019) destaca:

✓ Posibilidad de constituir de manera unipersonal la sociedad.

✓ Proporciona un blindaje al patrimonio de los accionistas al limitar su responsabilidad.

✓ Otorga la posibilidad de ser creada mediante documento privado y su registro en cámara de comercio, lo que facilita los trámites de constitución y disminuye los costos de constitución.

✓ Los términos de duración pueden ser indefinidos.

✓ La forma de pago permite que no se especifique el capital autorizado, suscrito y pagado, siempre y cuando no se exceda el término de 2 años.

✓ No se requiere la designación de junta directiva.

✓ El objeto puede ser indeterminado, lo que significa que puede realizar cualquier actividad legal en el término de su vigencia.

Ahora bien, cuando se consolide un marco regulatorio y jurídico para las empresas Fintech en el país, la empresa podrá constituirse bajo una figura societaria que promueva la innovación y la entrada de nuevos actores que desarrollen de manera más eficiente y con menores costos las actividades financieras.

3.6 Misión

Somos una empresa de financiamiento alternativo, con bajos costos de transacción, flexibilidad tecnológica y mayor radio de alcance, centrados en la inclusión financiera y en la generación de oportunidades, para aportar a la sociedad innovación y un valor diferencial; contamos con un equipo altamente calificado en el análisis de riesgo, atención al cliente y educación financiera, y recursos tecnológicos innovadores que facilitan los trámites de acceso y bancarización.

3.7 Visión

Ser reconocida en la región cordobesa como una empresa de financiamiento alternativo, enfocada en el impulso de la bancarización, contribuyendo enormemente a la inclusión

financiera y la igualdad de oportunidades; con orientación al cliente, flexible, segura e innovadora.

3.8 Principios y valores

Innovación: la empresa da prioridad al desarrollo tecnológico, y el diseño de procesos innovadores, manteniendo altos estándares de calidad y soportando los procesos operativos con tecnología de punta.

Integridad: el personal de la empresa, se orienta en una relación íntegra con los clientes, inversionistas y la sociedad en general, haciendo siempre lo que es correcto y responsable.

Orientación al usuario: cada una de las operaciones y decisiones que se tomen en la empresa serán pensadas en el marco de las necesidades de los usuarios, con el propósito de aportarles el mayor valor posible.

Conciencia ambientalista: teniendo en cuenta la importancia del cuidado y la preservación del medio ambiente, la empresa desarrollará su actividad minimizando al máximo los perjuicios que pueda causar al entorno, a través del uso de la plataforma tecnológica y sus funcionalidades se podrá disminuir la emisión de residuos sólidos como el papel. Así mismo, se promoverá en los grupos de interés de la empresa una conciencia de cuidado y preservación del medio ambiente.

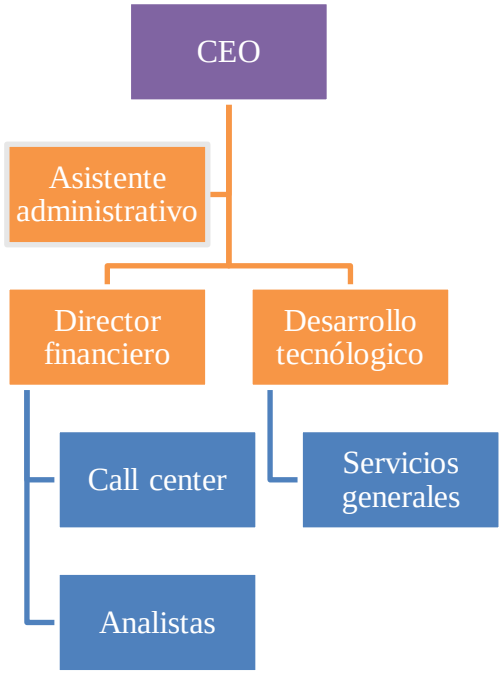
Compromiso: El impulso de la bancarización y la inclusión financiera son el pilar básico de la organización, para contribuir a la sociedad, generar igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio de Cereté y sus alrededores.

Transparencia: las operaciones de la empresa se soportan en altos estándares de calidad, verificación y evaluación, para garantizar a los usuarios e inversionistas que el servicio sea seguro y sostenible en el tiempo.

3.9 Organigrama

En el siguiente gráfico se muestra la estructura organizacional de la empresa, las áreas y las líneas de autoridad que la componen; cómo se puede evidenciar se utilizará una estructura organizacional horizontal, al tratarse de una empresa pequeña y de carácter innovador, se pretende con esto promover la participación y eficiencia de los trabajadores, con un proceso de toma de decisiones descentralizado.

Figura 5 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

3.10 Manual de funciones

Tabla 12 Manual de funciones gerente

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	CEO
Área	Administrativa
Formación	Profesional en administración financiera
Experiencia	Mínimo tres (3) años de experiencia relacionada.
Número de Cargos	1
Jefe inmediato	Junta de socios
Personas a Cargo	Todo el personal de la empresa
Conocimientos y habilidades	
Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Toma de decisiones, iniciativa, liderazgo, motivación, habilidades analíticas, habilidades comunicativas, resolución de conflictos, visión estratégica, manejo de plataformas tecnológicas, conocimientos financieros y administrativos, trabajo bajo presión, conocimientos en materia económica, fiscal y financiera, conocimientos básicos de desarrollo tecnológico.
Objetivo del cargo	
Desempeñar la gestión y dirección administrativa, guiando al personal de la empresa hacia el logro de los objetivos, administrando eficientemente los recursos, garantizando la seguridad laboral y el bienestar del consumidor.	
Funciones a Desempeñar	
1. Actuar como representante legal de la empresa.	
2. Gestionar los recursos físicos, económicos y humanos de la empresa.	
3. Definir las políticas, metas y objetivos de la organización.	
4. Promover una buena comunicación en los miembros del equipo de trabajo.	
5. Garantizar la orientación al cliente y sus necesidades.	
6. Impulsar un clima organizacional sólido.	
7. Encargarse de la toma de decisiones organizacionales.	

8. Velar por el estricto cumplimiento de las políticas empresariales.
9. Motivar y guiar al personal a su cargo.
10. Supervisar el desempeño eficiente del personal de la empresa.
11. Realizar métricas de la satisfacción del cliente.
12. Suministrar al personal de la empresa los recursos necesarios para el desempeño de sus funciones.
13. Diseñar y desarrollar estrategias de crecimiento e innovación.
14. Elaborar y presentar informes periódicos de la situación de la empresa a la junta de socios.
15. Garantizar el bienestar laboral de los colaboradores de la empresa.
16. Potenciar el crecimiento y formación personal de los colaboradores de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Manual de funciones auxiliar administrativo

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Auxiliar Administrativo
Área	Administrativa
Formación	Técnico en administración, contabilidad y afines.
Experiencia	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
Número de Cargos	1
Jefe inmediato	CEO
Personas a Cargo	Ninguno
Conocimientos y habilidades	
Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Organización, manejo de herramientas ofimáticas y tecnológicas, habilidades de redacción, habilidades numéricas, habilidades comunicativas, creatividad, prudencia, iniciativa, orientación al servicio, manejo de programas de procesamiento de textos, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, capacidad para organizar y priorizar actividades.
Objetivo del cargo	

Realizar actividades de apoyo a la gestión administrativa de la empresa.
Funciones a Desempeñar
1. Administrar los canales de comunicación de los clientes con la empresa para fines informativos.
2. Recibir y enviar la correspondencia de la empresa.
3. Gestionar los sistemas de archivo físicos y digitales de la empresa.
4. Apoyar al director financiero en el proceso de elaboración y pago de nómina.
5. Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora.
6. Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía, registrándolos en el sistema.
7. Controlar y actualizar los registros de los clientes.
8. Agendar y/o organizar reuniones, citas, entrevistas, eventos corporativos y afines.
9. Contribuir al personal de la empresa en el registro y apoyo de sus necesidades.
10.Verificar el funcionamiento eficiente de la empresa en ausencia de su jefe inmediato.
11.Informar a su jefe inmediato de cualquier cambio, anomalía o evento que suceda en su ausencia.
12. Brindar atención a las personas que llegan a la empresa y resolver sus dudas.
13. Gestionar facturas y obligaciones de pago de la empresa.
14. Manejar eficientemente la información confidencial.
15. Realizar inventario, pedir nuevos suministros y solicitar el mantenimiento o reparación de los equipos de oficina.
16. Gestionar las relaciones con los proveedores.
17. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Manual de funciones director financiero

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Director financiero
Área	Operativa
Formación	Profesional en Administración en finanzas
Experiencia	Mínimo tres (3) años de experiencia relacionada.
Número de Cargos	1
Jefe inmediato	CEO
Personas a Cargo	Personal de Call center y analistas.
Conocimientos y habilidades	

Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Visión estratégica, habilidades analíticas, habilidades numéricas, habilidades comunicativas, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, gestión del riesgo, habilidades de negociación, conocimientos del sector financiero, capacidad para organizar y priorizar actividades, conocimientos en materia económica, fiscal y financiera, orientación al sistema financiero.
Objetivo del cargo	
Gestionar la administración financiera y contable, garantizado el bienestar financiero, la solvencia y la disponibilidad de fuentes de financiamiento para la empresa.	
Funciones a Desempeñar	
1. Definir normas y políticas para la gestión de la administración financiera y contable de la empresa.	
2. Determinar, gestionar y evaluar las necesidades y fuentes de financiación de la empresa.	
3. Diseñar, evaluar y desarrollar las propuestas de inversión de la empresa.	
4. Gestionar y controlar los recursos financieros de la empresa.	
5. Realizar el pago de las obligaciones económicas de la empresa.	
6. Encargarse de la asignación y control de los recursos económicos.	
7. Determinar los costos de financiación que ofrecerá la empresa.	
8. Velar por el estricto cumplimiento de las funciones del personal a su cargo.	
9. Diseñar los planes y políticas de cobranza.	
10. Realizar el seguimiento periódico de la cartera de la empresa.	
11.Participar en el diseño de las políticas de evaluación de riesgo.	
12. Elaborar y analizar los estados financieros de la empresa	
13. Presentar los estados financieros de la empresa ante la junta de socios.	
14. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Manual de funciones analista de riesgos

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Analista de riesgos
Área	Operativa
Formación	Profesional en Administración en finanzas y/o economía
Experiencia	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
Número de Cargos	2
Jefe inmediato	Director financiero
Personas a Cargo	Ninguno
Conocimientos y habilidades	
Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Visión estratégica, habilidades analíticas, habilidades numéricas, habilidades comunicativas, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, habilidades de negociación, conocimientos del sector financiero, conocimientos en materia económica, fiscal y financiera, orientación al sistema financiero, manejo de modelos analíticos y estadísticos, evaluación de riesgo, conocimientos de la banca de consumo y microfinanzas, manejo de modelos tecnológicos de evaluación de riesgo.
Objetivo del cargo	
Gestionar y aplicar los modelos de evaluación crediticia para los clientes bancarizados y no bancarizados que soliciten los servicios de la empresa.	
Funciones a Desempeñar	
1. Definir en conjunto con el CEO y el CFO los parámetros de evaluación de riesgo.	
2. Diseñar los modelos de evaluación de riesgo de la compañía.	
3. Administrar los modelos estadísticos y analíticos de evaluación de riesgo de la empresa.	
4. Evaluar los perfiles de riesgo crediticio de los clientes de la empresa.	
5. Determinar la aprobación o desaprobación de los créditos.	
6. Evaluar psicométricamente el riesgo crediticio de los clientes no bancarizados.	
7. Gestionar el riesgo crediticio en la admisión de clientes.	
8. Validar la implementación de las políticas y parámetros de riesgos.	

9. Elaborar informes periódicos de su gestión analítica y presentarlos ante la junta de socios.
10. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Manual de funciones director de desarrollo tecnológico

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Director de desarrollo tecnológico
Área	Operativa
Formación	Profesional en ingeniería de sistemas.
Experiencia	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
Número de Cargos	1
Jefe inmediato	CEO
Personas a Cargo	Servicios generales
Conocimientos y habilidades	
Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Habilidades analíticas, habilidades comunicativas, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, habilidades de desarrollo, conocimientos en software, comercio electrónico, manejo de lenguajes de programación complejos, administración de data, comunicaciones y redes, arquitectura de software y computo, enfoque lógico y metódico, concentración, manejo de algoritmos, ciberseguridad.
Objetivo del cargo	
Administrar las plataformas tecnológicas de la empresa, garantizando su eficiente funcionamiento.	
Funciones a Desempeñar	
1. Instalación y configuración inicial de los sistemas y redes de la empresa.	
2. Analizar, diseñar y programar aplicaciones para la prestación del servicio.	
3. Desarrollar la página web de la empresa.	
4. Desarrollar la aplicación móvil de la empresa.	
5. Administrar la base de datos de la empresa.	
6. Garantizar la seguridad de la información de la empresa.	

7. Definir y ejecutar procedimientos de respaldo y recuperación de base de datos
8. Realizar los requerimientos de soporte y mantenimiento por parte del proveedor del sistema y los equipos.
9. Dar soporte a los equipos y sistemas de la empresa, en la medida de lo posible.
10. Optimizar el funcionamiento de los equipos y sistemas de la empresa.
11. Verificar y mantener en óptimo estado de funcionamiento los equipos electrónicos de la empresa.
12. Interactuar con los usuarios de los canales digitales y resolver sus dudas e inconvenientes.
13. Informar las novedades que se presenten con los usuarios de los medios digitales.
14. Hacer seguimiento constante a la evolución de los usuarios en los medios digitales.
15. Asesoramiento funcional a los miembros de la empresa y usuarios del servicio.
16. Proponer y administrar las inversiones en tecnología.
17. Mantener y gestionar las innovaciones tecnológicas.
18. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Manual de funciones call center

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Call center
Área	Operativa
Formación	Profesional en Administración en finanzas y/o economía
Experiencia	Mínimo un (1) año de experiencia relacionada.
Número de Cargos	4
Jefe inmediato	Director financiero
Personas a Cargo	Ninguno
Conocimientos y habilidades	
Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.

Propios del cargo	Visión estratégica, habilidades analíticas, habilidades numéricas, habilidades comunicativas, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, habilidades de negociación, conocimientos del sector financiero, conocimientos en materia económica, fiscal y financiera, orientación al sistema financiero, conocimientos de la banca de consumo y microfinanzas, orientación al servicio, carisma, aprendizaje autónomo y continuo, orientado al detalle, habilidades memorísticas, escucha, empatía, actitud, persuasión.
Objetivo del cargo	
Ofrecer orientación a los clientes en lo relacionado con los costos y procedimientos para acceder al servicio, manejo de canales digitales y educación financiera.	
Funciones a Desempeñar	
1. Atender las necesidades y dudas de los clientes vía telefónica.	
2. Orientar a los clientes hacia el uso de los servicios de la empresa.	
3. Diseñar planes de educación financiera para los usuarios de los servicios de la empresa y la sociedad en general.	
4. Ofrecer educación financiera a los clientes, para contribuir a la mejora de la administración de sus recursos, la gestión correcta de sus ahorros, de sus deudas, y de la propia seguridad económica.	
5. Gestionar el seguimiento del riesgo de la cartera.	
6. Guiar a los clientes en el manejo de los canales digitales.	
7. Seguimiento oportuno de cada uno de los clientes.	
8. Elaborar informes del seguimiento de cartera y presentarlos ante su jefe inmediato.	
9. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Manual de funciones servicios generales

Manual de Funciones y Responsabilidades	
Denominación del Cargo	Servicios generales
Área	Operativa
Formación	Bachiller académico
Experiencia	Mínimo seis meses de experiencia relacionada.
Número de Cargos	1
Jefe inmediato	Director de desarrollo tecnológico
Personas a Cargo	Ninguno
Conocimientos y habilidades	

Propios de la empresa	Transparencia, innovación, orientación al cliente, bienestar social y ambiental, respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio, competencias digitales, proactividad.
Propios del cargo	Organización, higiene, calidez, orden, puntualidad, conocimientos en normas de higiene, sanidad y bioseguridad, preparación de alimentos y bebidas.
Objetivo del cargo	
Desarrollar las labores y actividades asociadas a la limpieza y organización de las instalaciones internas y externas de la empresa.	
Funciones a Desempeñar	
1. Asear y desinfectar las instalaciones internas y externas de la empresa.	
2. Realizar la recolección eficiente de los residuos sólidos producidos por la empresa.	
3. Lavar y desinfectar todos los baños, lavamanos y servicios sanitarios.	
4. Mantener los baños dotados de los insumos y materiales necesarios.	
5. Limpiar los accesorios y mobiliario de la empresa.	
6. Vigilar que las instalaciones de la empresa se mantengan en perfectas condiciones de orden y limpieza.	
7. Atender las necesidades de cafetería del personal de la empresa.	
8. Realizar el listado de los requerimientos de insumos de limpieza y cafetería.	
9, hacer uso racional y eficiente de los recursos suministrados y los recursos naturales.	
10. Informar a su jefe inmediato cualquier dificultad, anomalía o accidente, inmediatamente después de ocurrido.	
11. Cumplir con las normas de sanidad e higiene reglamentarias.	
12. Demás funciones afines asignadas por su jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

4 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental

4.1 Impacto social

Partiendo de la premisa, que las empresas Fintech son un ecosistema que promete revolucionar el sistema bancario tradicional y sus prácticas habituales, por ofrecer productos y servicios cada vez más innovadores, ágiles y menos costosos; se espera ofrecer valor a las personas que pertenecen al nicho productivo más bajo de la economía, que por sus características económicas tienen difícil acceso al crédito en la banca tradicional, proporcionándoles una alternativa de financiación segura, a bajo costo y pensada en el marco de sus necesidades, con lo que se podrá incidir en la disminución del nivel de endeudamiento informal que se presenta en el municipio y las regiones aledañas, pues como afirman (González, Villacres, & Astudillo, 2016) debido a la informalidad los prestamistas se aprovechan de la cantidad de dinero prestado, principalmente por la excesiva tasa de interés, lo que afecta el endeudamiento de las personas y les dificulta saldar los créditos.

De acuerdo con lo anterior, se podrá promover el bienestar financiero de los habitantes del municipio de Cereté, lo que además de contribuir a la mejora de su calidad de vida, podrá también disminuir el riesgo de padecer enfermedades relacionadas con el bienestar mental, puesto que, el manejo inadecuado de las finanzas personales expone a los individuos a trastornos como el estrés y la ansiedad, surgiendo así lo que (Vosloo, Fouche, & Barnard, 2014), postulan como estrés financiero, un trastorno que se presenta en la sociedad actual, como consecuencia de factores relacionados con altos niveles de endeudamiento, bajas tasas de ahorro y recesión económica.

Por otra parte, la empresa ofrecerá como valor agregado la sensibilización en conceptos, comportamientos, capacidades y conocimientos financieros, con lo que se espera fomentar la

educación financiera de los habitantes del municipio, ya que la falta de conocimientos en este campo pueden conducir a las personas a la toma de decisiones erróneas y a un comportamiento equívoco sobre su economía personal y familiar, y en efecto los expone al riesgo de pérdidas patrimoniales, endeudamiento excesivo e inclusive la exclusión financiera (Andrade & Sánchez, 2018).

Lo anterior se justifica, porque muchas personas no cuentan con la formación necesaria en materia de finanzas personales, los factores que pueden afectar sus decisiones y las consecuencias de una decisión equivocada para su bienestar personal y familiar; un gran número de colombianos evidencian debilidades en competencias de educación financiera, y poseen deficiencias para estructurar sus ingresos, ahorrar e invertir; de acuerdo con la encuesta de medición de capacidades financieras en los países Andinos realizada por la (Corporación Andina de Fomento, 2015), el 67% de la población colombiana experimentó dificultades económicas durante el año inmediatamente anterior, y en alguna ocasión, sus ingresos no le alcanzaron para cubrir sus gastos; la encuesta reveló también que una parte importante de la población colombiana, más exactamente el 39% no ha ahorrado durante los últimos doce meses; y que el 52% elige los productos financieros sin realizar comparaciones que les permitan reconocer y seleccionar los que se adecúen a sus necesidades.

En esta misma línea, la constitución y puesta en marcha de la empresa podrá contribuir a la región desde el marco social, a través de la generación de empleos directos e indirectos, que contribuyen a la mejora de la calidad de vida de la región, como argumentan (Alves, Cirera, & Giuliani, 2013), el significado del empleo se asocia directamente a la calidad de vida, en primer lugar, porque a través de él, se obtiene el sustento económico y se suplen las necesidades del individuo y su núcleo familiar, pero también se satisfacen necesidades más elevadas, como la

autorrealización personal y profesional, propiciando la construcción de la identidad social y dando sentido a la vida en comunidad.

4.2 Impacto económico

Desde el marco económico, la creación y puesta en marcha de la empresa se encuentra íntimamente ligada al aumento de la inclusión financiera, al dirigirse a los grupos de población desatendidos por la banca tradicional, y la inclusión es un elemento trascendental para cualquier economía, como manifiestan (Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco, 2014), es un elemento importante para el ahorro y la suavización del consumo inter temporal, así como para la contribución a la acumulación de capital de la economía, lo que contribuye a la reducción de la pobreza, de manera que una insuficiente inclusión financiera por parte de grupos importantes de una sociedad puede dar lugar a un retraso en el desarrollo y el crecimiento económico, impedir el funcionamiento eficiente de las políticas macroeconómicas y potenciar la desigualdad social.

Por otra parte, como se ha destacado con anterioridad los problemas de educación financiera y la carencia de competencias educativas en este ámbito, ponen en peligro de sobreendeudamiento a los miembros de una familia, así como su enfoque para la construcción de un patrimonio o la pérdida del mismo; desde la posición de (García, Grifoni, & López, 2013), estas deficiencias se presentan por factores como la pobreza y la desigualdad, los bajos niveles de inclusión financiera, así como por las debilidades en el acceso y el desempeño de la educación secundaria y superior que se evidencian en gran parte de Latino América, pero si se promueve la educación financiera los individuos podrán efectuar comportamientos adecuados a la hora de realizar transacciones en el mercado financiero y tomar decisiones asertivas en los distintos contextos financieros de la vida adulta.

Lo anterior genera un efecto positivo desde el ámbito económico y social, porque la educación financiera está íntimamente relacionada con el crecimiento tanto individual como general; como postulan (Vallejo & Martínez, 2016), cuando se habla de educación financiera el resultado no se limita a la inclusión financiera y social, sino que se contribuye al desarrollo del sistema financiero de un país, por lo que se convierte en uno de los motores del desarrollo económico y permite generar capital humano con mejores competencias.

Del mismo modo, la creación de nuevas fuentes de empleo para los habitantes del municipio de Cereté, no solo contribuye a la economía familiar y al cubrimiento de las necesidades básicas, sino que actúa como un elemento indispensable para el crecimiento económico, como señalan (Martínez, Palma, Flores, & Collinao, 2013), la generación de empleo al ser un elemento generador de ingresos, no solo influye en la economía a nivel micro, sino también desde el punto de vista macro, porque modifica las decisiones de consumo, inversión y ahorro, incrementando la demanda de bienes y servicios y/o la oferta potencial de créditos.

Así mismo, a través de la constitución de la empresa se generan obligaciones tributarias, tales como, licencias de funcionamiento, impuesto de Industria y comercio e impuesto de renta; y el gobierno municipal haciendo uso de sus facultades utilizará los recursos para financiar las obras públicas que se desarrollen en el municipio e invertir en educación, salud, infraestructura en servicios públicos, entre otras necesidades demandadas por la población.

4.3 Impacto ambiental

Por su parte, el impacto ambiental determina el efecto causado por la actividad empresarial sobre el medio ambiente del municipio de Cereté y sus alrededores; ahora bien, teniendo en cuenta la naturaleza del servicio, que no se va a transformar o explotar recursos naturales y no se requiere de un consumo intensificado de los mismos, es válido afirmar que la creación de una empresa

Fintech dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas no genera ningún impacto negativo para el entorno ambiental del municipio de Cereté.

Sin embargo, se reconoce la importancia de la protección y preservación del medio ambiente, por lo que los servicios de atención, las transacciones realizadas por la empresa y los procesos de documentación y archivo son pensadas en el marco de herramientas digitales, con el fin de disminuir la impresión de papelería y el impacto de la misma al medio ambiente. Así mismo se creará una cultura ambientalista, en donde se dará estricto cumplimiento a las siguientes actividades:

- ✓ Selección, manejo y disposición eficiente de residuos, los cuales serán clasificados y se reutilizarán aquellos que puedan ser aprovechados, así mismo, se almacenarán eficientemente los residuos que no puedan ser aprovechados y se pondrán a disposición de la empresa de recolección municipal.
- ✓ Se sensibilizará al personal de la empresa en aspectos relacionados con las conductas y limitaciones necesarias para el cuidado del medio ambiente, desarrollando eventos, charlas corporativas, dinámicas, entre otros, que fomenten prácticas sostenibles para el medio ambiente.
- ✓ Se determinarán políticas de ahorro en el consumo energético a través de la adquisición de equipos de bajo consumo, uso eficiente de equipos eléctricos y electrónicos, y la desconexión de los mismos cuando no se estén usando.
- ✓ Políticas de ahorro en el consumo de agua y demás recursos naturales necesarios para los empleados; el ahorro de agua, controlando el consumo por parte de los colaboradores, haciendo revisiones periódicas para evitar fugas o averías.

- ✓ Se disminuirá el uso de elementos de papelería, a través del uso de los servicios de las plataformas de servicios de nube que proporcionan una variedad de servicios de infraestructura tales como seguridad, almacenamiento, redes, bases de datos, entre otros.
- ✓ Promoviendo el uso de medios de transporte sostenibles, para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, que generan los vehículos automotores propulsados por motores de combustión interna.
- ✓ Se crearán campañas de promoción dirigidas a la población del municipio de Cereté, para que puedan adquirir una conciencia crítica y reflexiva sobre los efectos de sus acciones sobre el medio.
- ✓ La realización del marketing a través de medios digitales, para evitar la impresión y difusión de volantes que son de rápido desecho por parte de los consumidores y generan gran perjuicio al medio ambiente.
- ✓ Participar en campañas e iniciativas desarrolladas por el gobierno municipal que se enmarquen en el cuidado y preservación del medio ambiente, como campañas de limpieza, reforestación, educación, reciclaje, etc.

5 Módulo Financiero

En este apartado se aglutinan las necesidades de inversión, costos operacionales, gastos financieros, entre otras variables de carácter financiero, para cuantificar las necesidades de mercado, técnicas y organizacionales expuestas en los capítulos anteriores.

5.1 Inversiones fijas

Las siguientes tablas contemplan la inversión en activos fijos de la empresa, que tiene como propósito proveer a la empresa las condiciones necesarias para llevar a cabo sus actividades, dentro de estas se encuentran: la maquinaria y equipo necesaria para la prestación del servicio, el equipo de computación y comunicación indispensable para las actividades administrativas y comerciales, y los muebles y enseres que equiparán las instalaciones de la empresa.

Tabla 19 Inversión en maquinaria y equipo

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Plataforma tecnológica	1	20.000.000	20.000.000	5
Inversión en desarrollo web	1	15.000.000	15.000.000	5
Software	1	8.000.000	8.000.000	5
Total			**$ 43.000.000**	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Inversión en equipo de computación y comunicación

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Pc Dell Vostro 3681 Core I5 10400 8gb 1tb Win 10 Pro C9cm7	7	2.549.000	17.843.000	5
Computador Portátil Dell Core I5 10gen 8gb 1tera 14pulgadas	4	1.949.900	7.799.600	5
Impresora Canon Multifuncional Canon G2100	4	468.900	1.875.600	5
Teléfono Diadema Para Call Center	4	129.900	519.600	5
Teléfono Alcatel para Oficina	2	39.900	79.800	5
Total			**$ 28.117.600**	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21 Inversión en muebles y enseres

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Escritorio En L Vidrio 002lv	7	1.050.000	7.350.000	10
Escritorio Centro De Trabajo Vidrio Negro	4	425.000	1.700.000	10
Combo de mesa de sala de juntas + sillas	1	3.127.500	3.127.500	10
Juego de mesa y 4 Sillas para Cafeterías	2	239.900	479.800	10
Aire Acondicionado Inverter Tayrona Haceb 9.000 Btu 110 V	11	1.387.000	15.257.000	10
Ventilador De Techo Vento Café	3	163.900	491.700	10
Sofá 3 Puestos Empire Tela Beige	2	959.900	1.919.800	10
sanduchera waflera asador kalley	1	115.000	115.000	10
Licuadora Black Decker-DuraPro	1	137.800	137.800	10
Cafetera automática PrimaLatte	1	899.900	899.900	10
Nevera No Frost 400 Lts	1	1.429.900	1.429.900	10
Total			**$ 32.908.400**	10

Fuente: Elaboración propia

5.2 Inversiones diferidas

Las inversiones que se muestran a continuación se deben realizar de manera previa a la puesta en marcha de las operaciones de la empresa, pues, son indispensables para que pueda conformarse, pero no intervienen directamente en la producción; dentro de esta inversión destacan los estudios de factibilidad, trámites, licencias, gastos de montaje y puesta en marcha, imprevistos, entre otros.

Tabla 22 Inversión en activos intangibles

Detalle de Inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	1.000.000
Estudio de factibilidad	1.200.000
Licencias de funcionamiento	2.500.000
Trámites de constitución	1.200.000
Montaje y puesta en marcha	1.350.000
Gastos de organización	800.000
Imprevistos	1.200.000

Total Inversión en Activos Intangibles	**9.250.000**

Fuente: Elaboración propia

5.3 Distribución de costos

En el siguiente apartado se detallan los costos o desembolsos que se deben efectuar para la operación de la empresa durante su primer año.

Tabla 23 Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Actual	Prestaciones Sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Director financiero	2.800.000	33.600.000	17.085.600	50.685.600
Call center (4)	5.600.000	67.200.000	34.171.200	101.371.200
Analistas (2)	4.400.000	52.800.000	26.848.800	79.648.800
Desarrollo tecnológico	2.300.000	27.600.000	14.034.600	41.634.600
Subtotal MOD				**273.340.200**
Mano de obra indirecta				
Servicios generales	908.526	10.902.312	5.543.826	16.446.138
Subtotal MOI				**16.446.138**
Total				**289.786.338**

Fuente: Elaboración propia

La mano de obra de la empresa está conformada por el personal encargado de la atención a los clientes, los procesos de evaluación crediticia y demás actividades que garantizan la prestación de un excelente servicio. El sobrecosto en términos porcentuales para el pago de prestaciones sociales, corresponde al 50,85% de la remuneración anual.

Tabla 24 Costo de servicios primer año de operación

Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Gb	12	100.000	1.200.000
Energía	Kw/Hora	12	190.000	2.280.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	95.000	1.140.000
Teléfono	Impulso	12	87.000	1.044.000
Gas natural	Kw/Hora	12	60.000	720.000
Total				**6.384.000**

Fuente: Elaboración propia

Los costos que se muestran en la tabla anterior corresponden al suministro de los servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa, los cuales serán prestados por las empresas públicas del municipio de Cereté y alcanzan un valor de $6.384.000.

Tabla 25 Gasto por depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	2022	2023	2024	2025	2026	Valor Residual
Plataforma tecnológica	5	20.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	-
Inversión en desarrollo web	5	15.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	-
Software	5	8.000.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	-
Pc Dell Vostro 3681 Core I5 10400 8gb 1tb Win 10 Pro C9cm7	5	17.843.000	3.568.600	3.568.600	3.568.600	3.568.600	3.568.600	-
Computador Portátil Dell Core I5 10gen 8gb 1tera 14pulgadas	5	7.799.600	1.559.920	1.559.920	1.559.920	1.559.920	1.559.920	-
Impresora Canon Multifuncional Canon G2100	5	1.875.600	375.120	375.120	375.120	375.120	375.120	-
Teléfono Diadema Para Call Center	5	519.600	103.920	103.920	103.920	103.920	103.920	-
Teléfono Alcatel para Oficina	5	79.800	15.960	15.960	15.960	15.960	15.960	-
Escritorio En L Vidrio 002lv	10	7.350.000	735.000	735.000	735.000	735.000	735.000	3.675.000

Escritorio Centro De Trabajo Vidrio Negro	10	1.700.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	850.000
Combo de mesa de sala de juntas + sillas	10	3.127.500	312.750	312.750	312.750	312.750	312.750	1.563.750
Juego de mesa y 4 Sillas para Cafeterías	10	479.800	47.980	47.980	47.980	47.980	47.980	239.900
Aire Acondicionado Inverter Tayrona Haceb 9.000 Btu 110 V	10	15.257.000	1.525.700	1.525.700	1.525.700	1.525.700	1.525.700	7.628.500
Ventilador De Techo Vento Café	10	491.700	49.170	49.170	49.170	49.170	49.170	245.850
Sofá 3 Puestos Empire Tela Beige	10	1.919.800	191.980	191.980	191.980	191.980	191.980	959.900
sanduchera waflera asador kalley	10	115.000	11.500	11.500	11.500	11.500	11.500	57.500
Licuadora Black Decker-DuraPro	10	137.800	13.780	13.780	13.780	13.780	13.780	68.900
Cafetera automática PrimaLatte	10	899.900	89.990	89.990	89.990	89.990	89.990	449.950
Nevera No Frost 400 Lts	10	1.429.900	142.990	142.990	142.990	142.990	142.990	714.950
Total			**17.514.360**	**17.514.360**	**17.514.360**	**17.514.360**	**17.514.360**	**16.454.200**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar, en la tabla anterior se encuentran los gastos en los que incurre la empresa por la pérdida de valor de sus activos fijos, y el valor residual en los mismos después de los 5 años del horizonte estudiado. El valor depreciado anualmente se halló mediante la división del valor total de cada activo entre los años de vida útil que posee.

Tabla 26 Remuneración al personal administrativo

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Actual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
CEO	3.500.000	42.000.000	21.357.000	63.357.000
Auxiliar admin	1.200.000	14.400.000	7.322.400	21.722.400
Total				**85.079.400**

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el gasto de personal en el que incurre la empresa durante el primer año de operación, este gasto está compuesto por el sueldo de los empleados del área administrativa y el sobrecosto en materia de prestaciones sociales (50,85%), el cual corresponde a 8,5%, por salud; 12% pensión; ARL nivel I 0,522%; parafiscales 9%; prima 8,33%, cesantías 8,33%; y vacaciones 4,17%.

Tabla 27 Otros gastos administrativos

Detalle	**Costo Mensual**	**Costo Anual**
Elementos de aseo y Cafetería	600.000	7.200.000
Industria y comercio	1.200.000	14.400.000
Útiles y Papelería	800.000	9.600.000
Arrendamiento	1.100.000	13.200.000
Total		**44.400.000**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28 Gastos de venta

Detalle	**Costo Anual**	**Observación**
Marketing digital	14.400.000	Costos asociados a la publicidad en redes sociales y posicionamiento SEO
Total	**14.400.000**	

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de venta corresponden a la estrategia de publicidad que se implementará en redes sociales para el posicionamiento de la marca y el reconocimiento de los consumidores potenciales, alcanzando un valor anual de $14.400.000.

Tabla 29 Amortización de gastos diferidos

Activos	**Plazo de Amortización**	**Costo**	**Valor Anual a Amortizar**				
			2022	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Estudio de prefactibilidad	5	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Estudio de factibilidad	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Licencias de funcionamiento	5	2.500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000

Trámites de constitución	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Montaje y puesta en marcha	5	1.350.000	270.000	270.000	270.000	270.000	270.000
Gastos de organización	5	800.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Imprevistos	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Total preoperativos		**9.250.000**	**1.850.000**	**1.850.000**	**1.850.000**	**1.850.000**	**1.850.000**

Fuente: Elaboración propia

Los gastos preoperativos que se detallan en la tabla 22, serán amortizados por un periodo de 5 años, teniendo en cuenta la legislación colombiana, dando lugar a una amortización anual de $200.000.

Tabla 30 Distribución de costos

		Costos Totales	
Detalle	**Costos**	**Costos Fijos**	**Costos Variables**
Costos de Producción.			
M de O. Directa	273.340.200		273.340.200
M de O. indirecta	16.446.138	16.446.138	
Servicios	6.384.000		6.384.000
Depreciación	17.514.360	17.514.360	
SUBTOTAL	313.684.698	33.960.498	279.724.200
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	85.079.400	85.079.400	
Otros Gast. Adm.	44.400.000	44.400.000	
Amortización.	1.850.000	1.850.000	
SUBTOTAL	131.329.400	131.329.400	
Gastos de ventas			
Publicidad	14.400.000	14.400.000	
SUBTOTAL	14.400.000	14.400.000	
Total	**459.414.098**	**179.689.898**	**279.724.200**

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se clasifican los costos en fijos y variables, siendo los primeros los desembolsos que permanecen iguales independientemente de las cantidades vendidas; y los

segundos los que guardan una relación directa con las ventas, es decir, aumentarán o disminuirán conforme estas lo hagan.

5.4 Punto de equilibrio

Empleando las palabras de (Medina, Arreola, Rascón, Nava, & Martínez, 2015), el punto de equilibrio es un indicador que permite observar en qué momento de la producción de una empresa será suficiente para equiparar los costos y los ingresos, sin tener pérdidas ni utilidades. De acuerdo con lo anterior, proporciona información que le permite al emprendedor planificar, coordinar y controlar eficientemente los recursos y le contribuye a la toma de decisiones asertiva.

Tabla 31 Punto de equilibrio

Costo unitario	33.593
Costos Totales	459.414.098
Precio de venta unitario	41.991
Costo variable unitario	20.454
Punto de Equilibrio	**8.343**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, la empresa deberá realizar durante el primer año 8.343 transacciones, para que sus ingresos puedan igualar sus costos y no incurra en pérdidas.

5.5 Capital de trabajo

Considerando a (Rizzo, 2007), el capital de trabajo está conformado por los activos circulantes que requiere la empresa para mantener su ciclo operativo, y que son indispensables para su funcionamiento, es decir, proporcionan un margen de seguridad que tiene como propósito financiar el giro habitual de la operación de la empresa y evitar las interrupciones de su actividad.

Tabla 32 Cálculo del capital de trabajo

Costo de producción – depreciación	296.170.338
Gastos de administración - amortización	129.479.400
Gastos de venta	14.400.000
Costo de operación anual	440.049.738
Costo de operación diaria	1.222.360
Ciclo operativo	24
Inversión en Capital de trabajo	**29.336.649**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Inversión en capital de trabajo

		Años			
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Capital de trabajo	29.336.649	997.446	1.031.359	1.066.425	1.102.684
Valor residual Capital de trabajo		**30.334.095**	**31.365.454**	**32.431.880**	**33.534.564**

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestran las adiciones que deben hacerse año tras año al capital de trabajo, teniendo en cuenta el potencial crecimiento de la empresa.

5.6 Flujo neto de inversión

En este apartado se condensan las inversiones fijas de la empresa, que están compuestas por los activos fijos y diferidos; la inversión anual en capital de trabajo; y finalmente se adiciona el valor residual de ambas partidas.

Tabla 34 Programa de inversión fija del proyecto

		Años				
Concepto	**2.022**	**2023**	**2.024**	**2025**	**2.026**	**2027**
Activos fijos tangibles						
Maquinaria y equipo	43.000.000					
Equipo de comp. y com.	28.117.600					
Muebles y enseres	32.908.400					
Subtotal	104.026.000					
Activos Diferidos						

Gastos Preoperativos	9.250.000
Subtotal	9.250.000
Total Inversión Fija	**113.276.000**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Programa de inversión

	Años					
Concepto	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**
Inversión fija	113.276.000					
Capital de trabajo	29.336.649	997.446	1.031.359	1.066.425	1.102.684	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Valor residual de activos

	Años				
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Activos de producción					16.454.200
Vr. Residual Capital de Trabajo					33.534.564
Total Vr. Residual					**49.988.764**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Flujo neto de inversiones

Concepto	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**
Inversión fija	(113.276.000)					
Capital de trabajo	(29.336.649)	(997.446)	(1.031.359)	(1.066.425)	(1.102.684)	
Valor residual						49.988.764
Inversiones	**(142.612.649)**	**(997.446)**	**(1.031.359)**	**(1.066.425)**	**(1.102.684)**	**49.988.764**

Fuente: Elaboración propia

5.7 Proyecciones financieras

En el siguiente epígrafe se muestra el comportamiento futuro del proyecto durante un horizonte de 5 años, lo cual permitirá pronosticar los resultados económicos de la empresa durante el periodo señalado y evaluar su factibilidad; para llevar a cabo las proyecciones que se muestran a

continuación, se tomaron como referencia los valores del primer año de operación y se proyectaron con un índice inflacionario de 3,4%.

Tabla 38 Presupuesto de ingresos

	Años				
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Ingresos por ventas	574.267.622	591.495.651	609.240.520	627.517.736	646.343.268
Total Ingreso	**574.267.622**	**591.495.651**	**609.240.520**	**627.517.736**	**646.343.268**

Fuente: Elaboración propia

El valor de los ingresos se obtuvo multiplicando el precio de venta por el número de transacciones que se espera realizar cada año.

Tabla 39 Volúmenes de créditos proyectados

Volumen promedio colocado	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Menos de $1.000.000	5.470	5.635	5.804	5.978	6.157
Entre $1.000.000 y $2.000.000	4.103	4.226	4.353	4.483	4.618
Entre $2.000.000 y $5.000.000	2.735	2.817	2.902	2.989	3.078
Entre $5.000.000 y $10.000.000	1.368	1.409	1.451	1.494	1.539
Total	**13.676**	**14.086**	**14.509**	**14.944**	**15.392**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40 Ingresos totales

Intereses devengados	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Menos de $1.000.000	229.707.049	236.598.260	243.696.208	251.007.094	258.537.307
Entre $1.000.000 y $2.000.000	172.280.287	177.448.695	182.772.156	188.255.321	193.902.980
Entre $2.000.000 y $5.000.000	114.853.524	118.299.130	121.848.104	125.503.547	129.268.654
Entre $5.000.000 y $10.000.000	57.426.762	59.149.565	60.924.052	62.751.774	64.634.327
Total	**574.267.622**	**591.495.651**	**609.240.520**	**627.517.736**	**646.343.268**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41 Presupuesto de costo de producción

	Años				
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Costos directos					
Mano de obra directa	289.786.338	299.639.073	309.826.802	320.360.913	331.253.184
Depreciación	17.514.360	17.514.360	17.514.360	17.514.360	17.514.360
Subtotal costo directo	307.300.698	317.153.433	327.341.162	337.875.273	348.767.544
Gastos generales de fab.					
Mano de obra indirecta	16.446.138	17.005.306	17.583.487	18.181.325	18.799.490
Servicios	6.384.000	6.601.056	6.825.492	7.057.559	7.297.516
Subtotal	22.830.138	23.606.362	24.408.979	25.238.884	26.097.006
Total	**330.130.835**	**340.759.795**	**351.750.140**	**363.114.157**	**374.864.550**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42 Presupuesto de gastos de administración

	Años				
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Sueldos y prestaciones	85.079.400	87.972.100	90.963.151	94.055.898	97.253.799
Otros gastos de administración	44.400.000	45.909.600	47.470.526	49.084.524	50.753.398
Amortización	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000
Total	**127.629.400**	**132.031.700**	**136.583.677**	**141.290.422**	**146.157.197**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43 Presupuesto de gastos de venta

	Años				
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Marketing digital	14.400.000	14.889.600	15.395.846	15.919.305	16.460.562
Total	**14.400.000**	**14.889.600**	**15.395.846**	**15.919.305**	**16.460.562**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años 2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	330.130.835	340.759.795	351.750.140	363.114.157	374.864.550
Gastos de administración	127.629.400	132.031.700	136.583.677	141.290.422	146.157.197
Gastos de ventas	14.400.000	14.889.600	15.395.846	15.919.305	16.460.562
Total Cost. Oper.	**472.160.235**	**487.681.095**	**503.729.664**	**520.323.884**	**537.482.308**

Fuente: Elaboración propia

5.8 Flujo neto de operación

La siguiente tabla muestra el beneficio neto que se genera por la prestación del servicio durante el horizonte estudiado; para obtenerlo se descontaron de los ingresos por ventas, los costos operativos, el impuesto a la renta, y los gastos por depreciación y amortización de los activos.

Tabla 45 Flujo neto de operaciones

Detalle	Años 2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos operacionales	574.267.622	591.495.651	609.240.520	627.517.736	646.343.268
Egresos operacionales	472.160.235	487.681.095	503.729.664	520.323.884	537.482.308
Utilidad operacional	102.107.387	103.814.556	105.510.856	107.193.851	108.860.960
Impuestos (32%)	32.674.364	33.220.658	33.763.474	34.302.032	34.835.507
UTILIDAD NETA	69.433.023	70.593.898	71.747.382	72.891.819	74.025.453
Más depreciación	17.514.360	17.514.360	17.514.360	17.514.360	17.514.360
Más amortización	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000	1.850.000
Beneficio Neto	**50.068.663**	**51.229.538**	**52.383.022**	**53.527.459**	**54.661.093**

Fuente: Elaboración propia

5.9 Flujo neto del plan de negocios

El flujo neto que se muestra a continuación, corresponde a la diferencia del flujo neto de inversión y operación, y muestra el total generado por el proyecto durante los 5 años estudiados.

Tabla 46 Flujo neto del proyecto

	Años					
Detalle	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**
Flujo neto de inversión	(142.612.649)	(997.446)	(1.031.359)	(1.066.425)	(1.102.684)	49.988.764
Flujo Neto de Operación		50.068.663	51.229.538	52.383.022	53.527.459	54.661.093
Total Neto del Proyecto	(142.612.649)	49.071.217	50.198.179	51.316.597	52.424.775	104.649.856

Fuente: Elaboración propia

5.10 Evaluación Financiera

Para determinar la factibilidad de la empresa desde el punto de vista financiero se utilizaron tres indicadores ampliamente utilizados en el marco de la evaluación de proyectos, los cuales son denominados Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio/Costo; su cálculo se efectuó con ayuda de las herramientas financieras que proporciona Excel.

5.10.1 Valor Presente Neto

El Valor Presente Neto, también conocido como Valor Actual Neto es un indicador de evaluación de proyectos que según (Salinas, 2015), consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y compararla con el desembolso inicial, para su cálculo se debe determinar una tasa de rentabilidad mínima requerida por el inversionista, que es el valor mínimo que se espera que genere la inversión.

Tabla 47 Valor presente neto

	(142.612.649)
	49.071.217
	50.198.179
	51.316.597
	52.424.775
	104.649.856
VPN	**25.146.185**

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, tomando como base el planteamiento de (Mete, 2014), quien señala que el criterio de decisión de este indicador es que, si el valor obtenido es mayor o igual a cero el proyecto debe ser aceptado, de lo contrario se debe rechazar; se considera que la creación de una empresa dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas es factible, ya que alcanza un Valor Presente Neto de $25.146.185.

5.10.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa Interna de Retorno es definida por (Mete, 2014), como la tasa de descuento que iguala el valor actual de los ingresos del proyecto con el valor actual de los egresos, y que utilizada en el cálculo del Valor Presente Neto, hace que este sea igual a 0, el autor hace énfasis en que el criterio de aceptación es que, si la TIR es mayor a la tasa de expectativa, el proyecto es financieramente atractivo.

Tabla 48 Tasa interna de retorno

	(142.612.649)
	49.071.217
	50.198.179
	51.316.597
	52.424.775
	104.649.856
TIR	**28,26%**

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del VPN se consideró una tasa de descuento del 20% que representa la tasa de rendimiento mínima exigida por los inversionistas; cómo se puede evidenciar en la tabla anterior se obtuvo una TIR 28,26%, que, por ser superior a la tasa de descuento mencionada inicialmente, permite afirmar que el proyecto es atractivo para el inversionista ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa.

5.10.3 Relación beneficio/costo

La relación beneficio/costo es un indicador en el que tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualizan a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital, con el fin de compararlos; como criterio de aceptación se tiene que si el valor obtenido es mayor que 1, el proyecto debe ser considerado, porque esto indica que los beneficios son mayores a los costos (Marquéz, 2015).

Tabla 49 Relación beneficio/costo

49.071.217	
50.198.179	
51.316.597	
52.424.775	
104.649.856	
307.660.624	142.612.649
R B/C	**2,16**

Fuente: Elaboración propia

El valor que se muestra en la tabla anterior se obtuvo al dividir los beneficios y los costos del proyecto durante los cinco años estudiados; los resultados indican que por cada peso invertido en la empresa se obtendrá una ganancia de 1.16 pesos.

6 Fuentes de Financiación

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha de la empresa dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas en el municipio de Cereté es igual a $142.612.649, la cual será obtenida a través de financiamiento interno, pues serán recursos propios que los dos socios aportarán en igualdad de condiciones, para una suma equivalente a $71.306.325 para cada uno de ellos.

7 Conclusiones

En el presente trabajo de investigación se elaboró un estudio para determinar la factibilidad de mercado, técnica, organizacional, de impacto y financiera de la creación de una empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas en el municipio de Cereté, Córdoba; los hallazgos obtenidos permitieron determinar que el proyecto es factible en cada uno de los ámbitos estudiados, como lo ratifican las siguientes conclusiones:

- ✓ El módulo de mercado permitió determinar que existe un número considerable de habitantes en el municipio de Cereté que no se encuentran bancarizados en la actualidad, más específicamente el 47% de la población estudiada, la mayoría de ellos afirma que han experimentado dificultades para acceder al crédito en la banca tradicional, y han tenido que recurrir a fuentes de financiamiento informales. Por su parte, del grupo de los participantes que afirma encontrarse actualmente bancarizado, el 66% se sienten insatisfechos por los servicios y productos que ofrece el sistema tradicional, pues consideran que poseen costos elevados, ponen muchas barreras y el tiempo de respuesta es demasiado largo.
- ✓ Existe en el municipio de Cereté un número de potenciales consumidores, que estarían dispuestos a demandar un servicio de bancarización para acceder al sistema financiero y obtener los beneficios que se derivan del crédito, el cuestionario aplicado a la muestra arrojó un grado de aceptación equivalente al 94%, el cual se logra principalmente por las barreras de acceso y los costos elevados característicos de la banca tradicional. Lo anterior ha dado lugar a una demanda insatisfecha de 47.393 transacciones en el año.
- ✓ En el módulo técnico se determinó que el tamaño de operación de la empresa, teniendo en cuenta los recursos tecnológicos y humanos podría ser equivalente a 13.676 transacciones, y permite satisfacer el 20% de la demanda insatisfecha; sin embargo, a medida que la empresa

logre consolidarse en el mercado podrá diseñar estrategias para aumentar su cuota de mercado año tras año, y aprovechar que la empresa por su naturaleza tecnológica y omnipresencia podrá incursionar en otros mercados dentro de la región e incluso el país.

- ✓ Por su parte, el módulo organizacional permitió determinar las necesidades de personal que requiere la empresa, así como las líneas de autoridad, funciones y responsabilidades de cada uno de ellos, con el fin de alcanzar una operación eficiente; se diseñó un direccionamiento organizacional centrado en las necesidades de los habitantes de la población, en donde no solo se aborda el tema de bancarización sino también la educación financiera que requiere la población, con el fin de promover las conductas y comportamientos que les permitan alcanzar la salud financiera, proteger e incrementar su patrimonio.
- ✓ El análisis del impacto de la creación de la empresa sobre la sociedad cereteana, arrojó resultados altamente positivos, en primera instancia porque la puesta en marcha de la empresa se encuentra ligada a la generación de fuentes de empleo directo, que contribuyen al aumento del ingreso en las familias y la mejora de su calidad de vida; en segundo lugar, porque se aumenta la inclusión financiera, al ofrecer productos y servicios cada vez más ágiles y menos costosos a las personas que no tienen acceso a la banca tradicional, para así contribuirles a adquirir los recursos necesarios para su supervivencia, ahorro, inversión, etc. y disminuir los riesgos asociados a la financiación informal. Adicionalmente, se espera con la operación de la empresa ofrecer como valor agregado la sensibilización en conceptos, comportamientos, capacidades y conocimientos financieros, para potenciar la educación financiera en el municipio, ya que la falta de conocimientos en este campo puede conducir a las personas a la toma de decisiones erróneas y a un comportamiento equívoco sobre su economía personal y familiar.

- ✓ Finalmente, se trasladaron las necesidades de mercado, técnicas y organizacionales a términos económicos, los cuales incluyen el capital de inversión fija, las inversiones intangibles, el capital de trabajo, los costos y gastos asociados a la operación, alcanzando una inversión inicial equivalente a $142.612.649, capital que será obtenido a través de financiación interna, por medio de recursos propios, aportados por las dos socias en igualdad de condiciones. Las cifras del flujo neto del proyecto indican que la inversión generará un valor presente neto de $25.146.185; a partir del primer año la empresa podrá generar utilidades con una tasa interna de retorno del 28,26%, y los beneficios obtenidos por cada peso que se invierta en el proyecto serán de $1,16 de acuerdo con el análisis de la relación beneficio/costo; lo que permite concluir que la inversión es factible en términos financieros y debe ser puesta en marcha.

8 Recomendaciones

- ✓ Partiendo de la premisa que uno de los elementos necesarios para la prestación de un servicio ágil, innovador y menos costoso, es el uso de la tecnología y los medios digitales, se recomienda a la empresa invertir constantemente en desarrollo tecnológico, así podrá estar a la vanguardia de la tecnología del mercado y satisfacer las necesidades de este.
- ✓ Se recomienda a la empresa que los procesos de reclutamiento y selección de personal sean muy estrictos, principalmente en el personal que se encargará de ofrecer la atención al cliente y las evaluaciones crediticias, ya que de su desenvolvimiento depende el correcto funcionamiento de la empresa y la prestación de un excelente servicio.
- ✓ Promover la inclusión financiera es un elemento de suma importancia tanto para las personas de la ciudad como para la economía municipal y nacional, de manera que las campañas de marketing podrán aprovechar la contribución de la empresa a la sociedad para mantener la reputación y el buen nombre de la empresa, y alcanzar el reconocimiento de la audiencia.
- ✓ Aprovechando las funcionalidades de la plataforma digital, se podrá trabajar de la mano con los usuarios para mejorar constantemente la plataforma y el servicio, esto se podrá lograr creando una función en donde los usuarios puedan compartir su experiencia dentro del sistema y hacer las sugerencias que consideren oportunas.
- ✓ Utilizar sistemas de ciberseguridad empresarial, teniendo en cuenta que se manejará información confidencial y de suma importancia, así se podrán disminuir los riesgos operativos relacionados con el hackeo y el phishing (suplantación de identidad, revelar información confidencial, robo de información personal de los usuarios, robo de dinero, entre otros).

9 Bibliografía

Acosta, A. L. (2017). *Canales de Distribución.* Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina.

Alcaldía Municipal de Cereté. (2020). *Alcaldía Municipal de Cereté*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de Alcaldía Municipal de Cereté: http://www.cerete-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio

Alves, D., Cirera, Y., & Giuliani, A. (2013). *Vida con calidad y calidad de vida en el trabajo.* Rosario, Argentina: Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.

Andrade, O. W., & Sánchez, J. A. (2018). La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional de Cochabamba. *Perspectivas, Año 21 – Nº 41*, 33-72.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica.* Caracas: EPISTEME, C.A.

Banco de la República. (2020). *Tasa de Usura*. Obtenido de Banco de la República: https://www.banrep.gov.co/es/tasa-usura#:~:text=La%20Superintendencia%20Financiera%20de%20Colombia,y%20contable%20suministrada%20por%20los

Banco Mundial. (2019). *Crecimiento de la población (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: https://datos.bancomundial.org/indicator/SP.POP.GROW

Benjumea, V. C. (2017). *Conocimiento del manejo de las finanzas personales en los estudiantes asalariados de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad de Buenaventura Medellín.* Medellín, Colombia: Universidad de Buenaventura Medellín.

Cadena, J. J. (2019). *La Sociedad por Acciones Simplificada SAS, un caso de éxito.* Universidad Católica de Colombia.

CAF. (13 de Mayo de 2020). *Las microfinanzas en tiempos de COVID-19*. Obtenido de Banco de Desarrollo da América Latina: https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/05/las-microfinanzas-en-tiempos-de-covid19/

Cámara, N., Peña, X., & Tuesta, D. (2013). *Determinantes de la inclusión financiera en Perú.* Madrid: BBVA.

Canaviri, R. M. (2018). *Educación de la inteligencia financiera para mejorar la administración económica personal.* La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.

Cano, C. G., Esguerra, M. d., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2014). *Inclusión financiera en Colombia.* Bogotá, D.C: Banco de la República.

Caparroso, J. (26 de Septiembre de 2018). *Fintech: La inesperada revolución que encara el sector financiero*. Recuperado el 14 de Mayo de 2020, de Dinero: https://www.dinero.com/economia/articulo/reportaje-explica-las-fintech-en-colombia-y-america-latina/262418

Cassinello, N., Conte, I. C., Jiménez, J. I., & Villar, C. L. (2017). El desarrollo de las soluciones Fintech en España. *Revista de la Facultad de Derecho, (101)*.

CEPAL. (2020). *Panorama de las fintech.* Uruguay: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Chishti, S., & Barberis, J. (2017). *El Futuro es Fintech.* Barcelona: Ediciones Deusto.

Colombia FinTech. (20 de Octubre de 2019). *Colombia se posiciona como el tercer hub de FinTech en Latinoamerica*. Recuperado el 21 de Marzo de 2020, de Colombia FinTech:

https://www.colombiafintech.co/novedades/colombia-se-posiciona-como-el-tercer-hub-de-fintech-en-latinoamerica-finnovista

Colombia Fintech. (08 de Septiembre de 2020). *Cinco Fintech que le prestan desde $110.000 hasta $2.000.000 en menos de 30 minutos*. Obtenido de Colombia Fintech: https://www.colombiafintech.co/novedades/cinco-fintech-que-le-prestan-desde-110-000-hasta-2-000-000-en-menos-de-30-minutos

Colombia Fintech. (08 de Septiembre de 2020). *Fintech en Colombia; anatomía de un crecimiento imparable*. Obtenido de Colombia Fintech: https://www.colombiafintech.co/novedades/fintech-en-colombia-anatomia-de-un-crecimiento-imparable#:~:text=Colombia%20es%20el%20tercer%20ecosistema,en%20un%20a%C3%B1o%20y%20medio.

Colombia Fintech. (30 de Noviembre de 2020). *La guerra del sector financiero por los usuarios digitales*. Obtenido de Colombia Fintech: https://www.colombiafintech.co/novedades/la-guerra-del-sector-financiero-por-los-usuarios-digitales

Corporación Andina de Fomento. (2015). *Encuesta de medición de capacidades financieras en los Paises Andinos.* Banco de Desarrollo de América Latina.

Credomatic. (2008). *Libro Maestro de Educación Financiera. Un sistema para vivir mejor.* San José, Costa Rica: Red Financiera.

Cruz, M., Pozo, M., Aushay, H., & Parra, A. (2019). Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil. *e-Ciencias de la Información, 9(1)*.

DANE. (12 de Noviembre de 2019). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.* Bogotá, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018

Diéguez, A. I. (2018). *El desarrollo de los Servicios Fintech como oportunidad para la empresa andaluza.* CEA Empresas.

El Tiempo. (10 de Septiembre de 2018). *Fuerte polémica por regulación para firmas de tecnología financiera*. Obtenido de El tiempo: https://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/cual-es-la-regulacion-fintech-en-colombia-266774

FMI. (2019). *Fintech in Latin America and the Caribbean: Stocktaking. Working Paper.* Fondo Monetario Internacional.

García, M. d., Expósito, M. M., & Verdugo, M. C. (2015). La expansión de las redes sociales, un reto para la gestión del marketing. *Contabilidad y Negocios, 10 (20)*, 59-69.

García, M. I., & Codina, L. (2016). Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). *Universidad Pompeu Fabra*, 929-944.

García, N., Grifoni, A., & López, J. C. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe.* Banco de Desarrollo de América Latina.

García, O. A. (2016). *Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la diversificación empresarial.* España: Mondragón Univertsitatea.

González, C. O., Villacres, A. S., & Astudillo, J. B. (2016). Incidencia del crédito informal en el crecimiento económico de los microempresarios en el cantón la Troncal, Ecuador. *Universidad, ciencia y tecnología*, 114-123.

González, F. (2020). *FinTech en el mundo la revolución digital de las finanzas ha llegado a México.* México: Finnovista.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta edicón.* México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Izaipe, J. J. (2018). *Tecnologías Financieras: términos y definiciones multidisciplinarias.* Caracas, Venezuela: Proyecto TIC TAC.

López, D., Sánchez, C., & Segovia, S. (2020). *Reporte de la situación del Microcrédito en Colombia.* Bogotá, D.C.: Banco de la República.

López, E. (2011). *Politica fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial Sinaloense. Un estudio de caso.* Culiacán, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa.* Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2009). *How Ordinary Consumers Make Complex Economic Decisions: Financial Literacy and Retirement Readiness.* Dartmouth University.

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2016). La importancia económica de la alfabetización financiera teoría y pruebas. *CEMLA*, 20-321.

Marquéz, C. y. (2015). Uso del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio-Costo en la Evaluación Financiera de un Programa de Vacunación de Fiebre

Aftosa en el estado Yaracuy, Venezuela. *Revista de la facultad de ciencias Veterinarias UCV*, 58-61.

Martínez, C. (27 de Junio de 2017). *Revista Digital*. Recuperado el 15 de Abril de 2020, de Los efectos sociales de la tecnología: ¿La era de la tecnología está influyendo en la sociedad?: https://revistadigital.inesem.es/educacion-sociedad/influencia-tecnologia-sociedad/

Martínez, R., Palma, A., Flores, L., & Collinao, M. P. (2013). *El impacto económico de las politicas sociales.* Santiago de Chile: CEPAL.

Medina, I. M., Arreola, D. V., Rascón, R. T., Nava, J. d., & Martínez, M. J. (2015). Competitividad privada, costos de producción y análisis del punto de equilibrio. *Revista Mexicana de Ciencias, 6(2)*, 193-205.

Mejía, D. (2012). *Tendencias de la educación financiera en América*. Obtenido de Banco de la República: https://www.banrep.gov.co/educacioneconomica/OECD/009543/documentos/mejia_oecd_2012.pdf

Mete, M. R. (2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides Et Ratio (7)*, 67-85.

Mete, M. R. (2014). Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno: su utilidad como herramientas para el analisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio*, 67-85.

Monjo, M. S. (2016). *FinTech Panorama actual y tendencias regulatorias.* Cuatrecasas.

Muñoz, J. M., Borja, N. M., Londoño, Y. R., & Quejada, Y. R. (2020). *Análisis microfinanciero de las diversas tasas de interés de los créditos informales "gota a gota" en el banco de los Chalets, municipio de Carepa-Antioquia.* Apartadó: Universidad Cooperativa de Colombia.

Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos.* Chile: Facultad de ciencias Económicas y Administrativas .

Paredo, J. S. (08 de Septiembre de 2020). *Fintech ¿En qué vamos en términos de regulación?* Obtenido de Colombia Fintech: https://www.colombiafintech.co/novedades/fintech-en-que-vamos

Quiroa, M. (24 de Abril de 2020). *Canal de distribución directo*. Obtenido de Economipedia : https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-directo.html

Rizzo, M. M. (2007). El capital de trabajo neto y el valor de las empresas. *Revista EAN No. 61* , 103-122.

Rojas, L. (2016). *La revolución de las empresas FinTech y el futuro de la Banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero.* Corporación Andina de Fomento.

Salgado, C. M., & Aguilar, J. M. (2014). *Educación Financiera: Caracterización socieconómica y diagnóstico en educación financiera en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la universidad de Bio-Bio, sede Chillán.* Chillán, Chile: Universidad del Bio-Bio.

Salinas, R. J. (2015). Criterios para la toma de decisión en inversiones . *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas* , 101-117.

Stango, V., & Zinman, J. (2009). Exponential Growth Bias and Household Finance. *Journal of Finance 64 (6)*, 2807–49.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos Sexta edición.* México: Mc Graw Hill Educación.

Vallejo, L., & Martínez, M. (2016). *Perfil de Bienestar Financiero: Aporte Hacia Una Comunidad Inteligente.* México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Vallejo, P. M. (2011). *Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?* Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Villacorta, O., & Reyes, J. D. (2012). Servicios financieros para las mayorías La inclusión financiera en México. *Revista MBS, (2),* 5-21.

Vosloo, W., Fouche, J., & Barnard, J. (2014). The Relationship Between Financial Efficacy, Satisfaction With Remuneration And Personal Financial Well-Being. *International Business & Economics Research Journal (IBER),* 1455-1470.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.* Perú: USAID.

Zamora, M. A. (2014). *Internet.* Hidalgo: Universidad Autónoma del Estago de Hidalgo.

10 Anexos

Anexo 1 Cuestionario de la investigación de mercados

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Objetivo del cuestionario: Reconocer si existe una demanda insatisfecha para una empresa Fintech dedicada al impulso de la bancarización en el municipio de Cereté, Córdoba, así como las características, gustos y preferencias de los clientes potenciales de dicho servicio.

Nombres y apellidos _____

Edad: _____ Género: _____ Estrato: _____

1. ¿Ha tenido usted la necesidad de acceder a un crédito?

a. Si b. No

2. ¿Se encuentra usted bancarizado? (Proceso de inclusión y participación en el sistema financiero)

a. Si b. No

Si la respuesta es negativa, pase a la pregunta 6.

3. ¿Con qué frecuencia solicita crédito en un año?

a. Una vez b. Dos veces

c. Tres veces d. Cuatro veces

e. Más de cuatro veces

4. ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios de la banca tradicional?

a. Si b. No

Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 9.

5. Si la respuesta anterior es negativa, ¿Cuál son los motivos de su insatisfacción?

a. Demora en los tiempos de respuesta

b. Costos elevados

c. Demasiadas barreras de acceso

d. Otro ¿cuál? _____

Pase a la pregunta 9.

6. ¿Ha realizado usted alguna solicitud de crédito a una institución financiera?

a. Si No

7. ¿Por qué no se encuentra bancarizado?

a. No le interesa

b. No tiene acceso al crédito

c. No le parece necesario

d. Otro ¿cuál?

8. Si no tiene acceso al crédito formal ¿a través de que medio obtiene créditos?

a. Familiar b. Crédito informal

c. Amigos d. Ninguno

e. Otro ¿cuál? _____

9. ¿Ha escuchado hablar del término fintech?

a. Si b. No

Si la respuesta es negativa se debe explicar el término.

(Servicios que combinan lo financiero con la tecnología)

10. ¿Le gustaría acceder a la bancarización en una empresa tecnológica que promueva la inclusión, y ofrezca servicios a costos bajos?

a. Si b. No

11. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?

a. Tv local b. Radio local

c. Redes sociales d. Volantes

e. Otro ¿cuál?

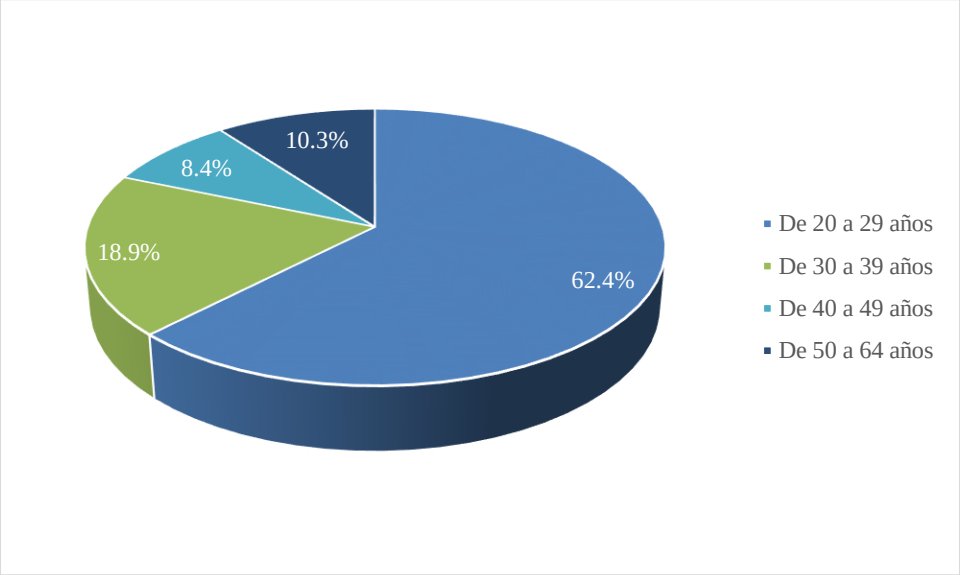
Anexo 2 Análisis de resultados de la investigación de mercados

Tabla 50 Edad

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
De 20 a 29 años	237	62,4%
De 30 a 39 años	72	18,9%
De 40 a 49 años	32	8,4%
De 50 a 64 años	39	10,3%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Edad



Fuente: Elaboración propia

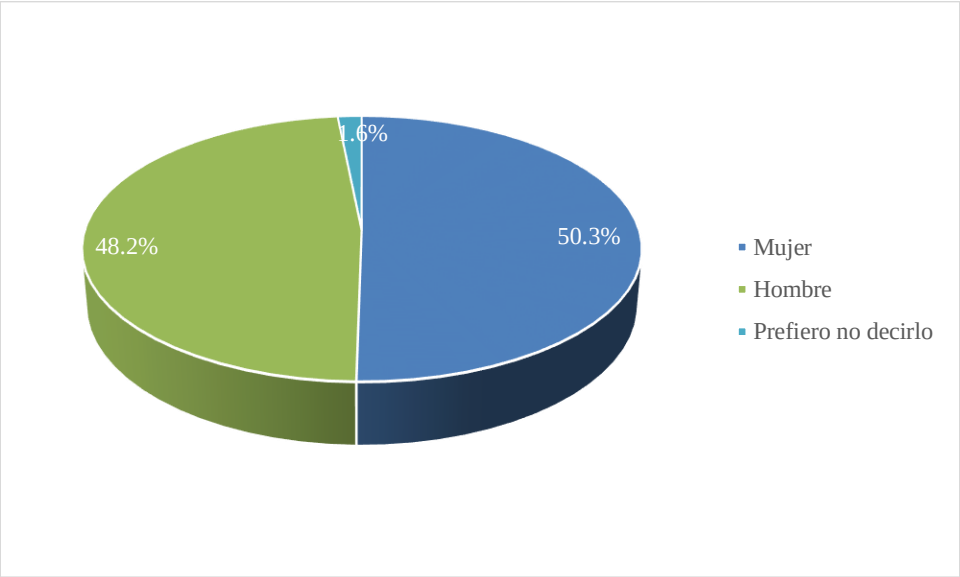
En la figura anterior se muestran las edades de los entrevistados, como se puede evidenciar el 62,4% se encuentra entre los 20 y 29 años de edad, la edad del 18,9% oscila entre 30 y 39 años, el 8,4% tienen de 40 a 49 años y el 10, 3% restante se encuentran entre los 50 y 64 años. Los valores obtenidos en este interrogante, permiten un primer acercamiento con las características demográficas de los participantes, para así, inferir acerca de los elementos comportamentales que se encuentran ligados a la edad de estos individuos.

Tabla 51 Género

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Mujer	191	50,3%
Hombre	183	48,2%
Prefiero no decirlo	6	1,6%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Género



Fuente: Elaboración propia

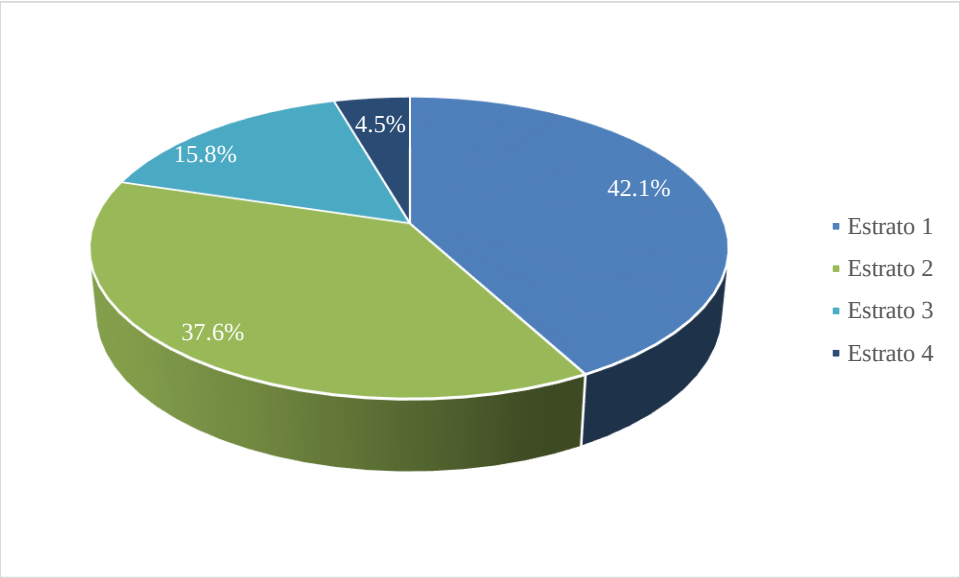
Los resultados obtenidos en la gráfica anterior muestran que el mayor número de encuestados pertenece al género femenino con un 50,3% de participación, mientras que el género masculino ocupó una participación de 48,2%, y un pequeño porcentaje (1,6%), prefirió no catalogarse como ninguno de los géneros señalados, los valores obtenidos con relación a esta variable, también permitirán reconocer las características demográficas de la población y serán de suma importancia para diseñar las estrategias de acercamiento al consumidor.

Tabla 52 Estrato

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Estrato 1	160	42,1%
Estrato 2	143	37,6%
Estrato 3	60	15,8%
Estrato 4	17	4,5%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Estrato



Fuente: Elaboración propia

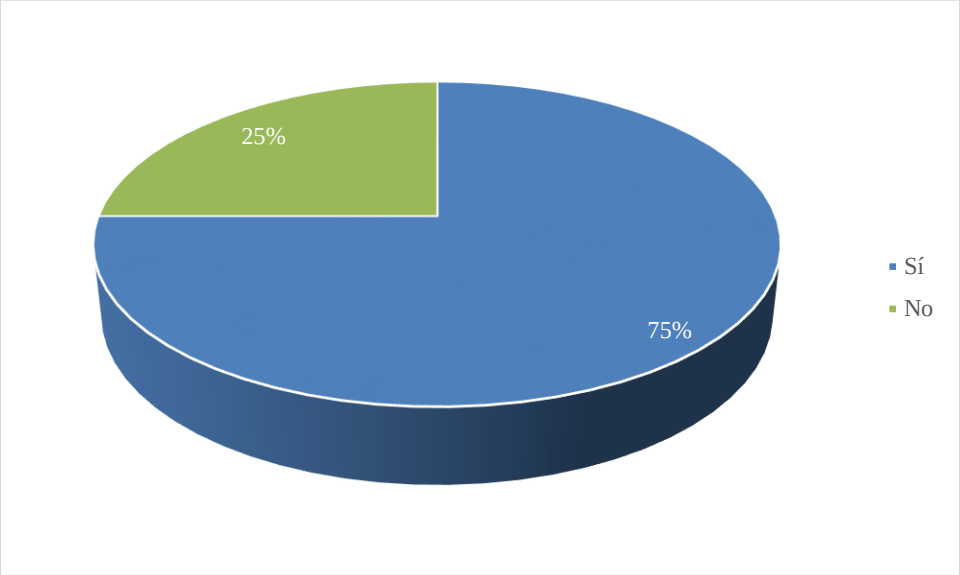
Con relación al estrato, se obtuvo que el 42,1% pertenece al estrato socioeconómico 1, el 37,6% al 2, el 15,8% al 3 y tan solo un 4,5% pertenece al estrato 4; de acuerdo con lo anterior, se podrá tener una consideración acerca de la calidad de vida, necesidades, expectativas, estilos de vida, capacidad de pago y demás características indispensables para determinar los perfiles de los potenciales clientes.

Tabla 53 ¿Ha tenido usted la necesidad de acceder a un crédito?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	285	75%
No	95	25%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 ¿Ha tenido usted la necesidad de acceder a un crédito?



Fuente: Elaboración propia

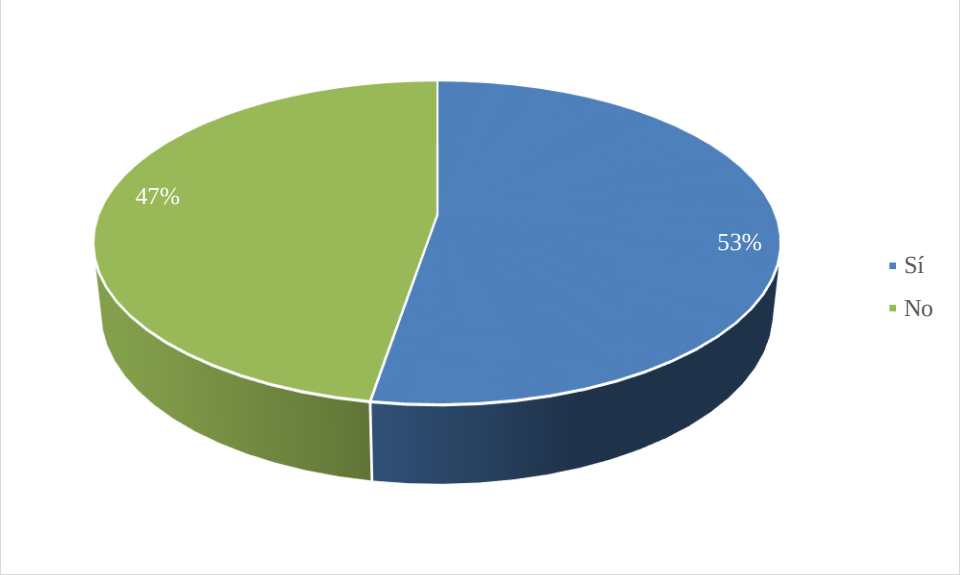
Cómo se puede evidenciar en la figura anterior, el 75% de los participantes, manifiestan haber tenido en alguna ocasión la necesidad de acceder a un crédito; esto se debe a que el crédito es un servicio financiero que proporciona a las personas los ingresos necesarios para sufragar gastos de vivienda, formación, seguros de vida, y que de manera general pueden contribuir al bienestar de las personas y sus familias.

Tabla 54 ¿Se encuentra usted bancarizado? (Proceso de inclusión y participación en el sistema financiero)

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	200	53%
No	180	47%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 ¿Se encuentra usted bancarizado? (Proceso de inclusión y participación en el sistema financiero)



Fuente: Elaboración propia

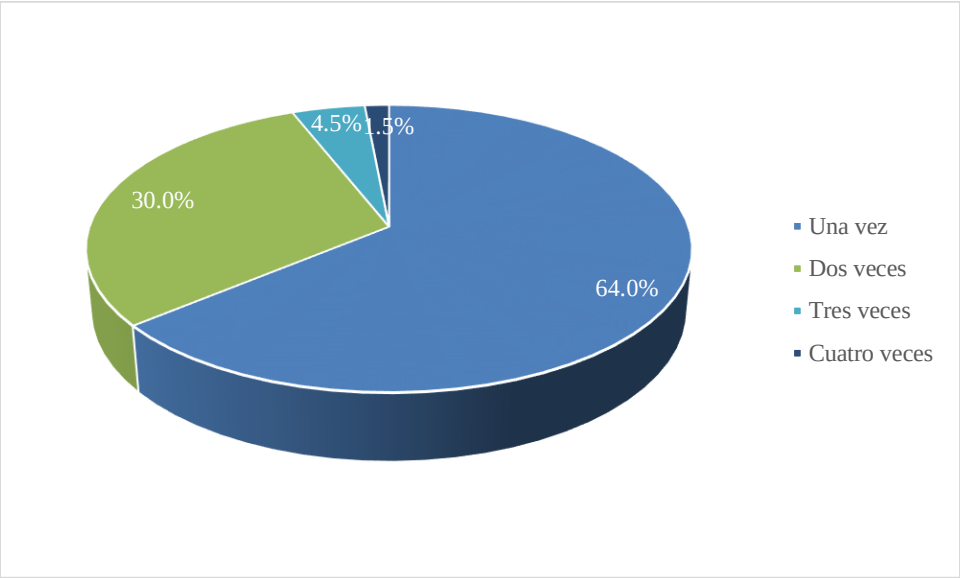
Teniendo en cuenta que el objetivo primordial de la empresa estudiada es impulsar la bancarización en el municipio de Cereté, se interrogó a los encuestados si tenían acceso a los productos y servicios del sistema bancario, y se obtuvo que el 53% si contaban con esta posibilidad, pero el 47% no participan actualmente en el sistema. Lo anterior se puede interpretar como una necesidad de inclusión financiera para este grupo de la población, que como se puede observar en la figura es relativamente alto.

Tabla 55 ¿Con qué frecuencia solicita crédito en un año?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Una vez	128	64,0%
Dos veces	60	30,0%
Tres veces	9	4,5%
Cuatro veces	3	1,5%
Total	**200**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ¿Con qué frecuencia solicita crédito en un año?



Fuente: Elaboración propia

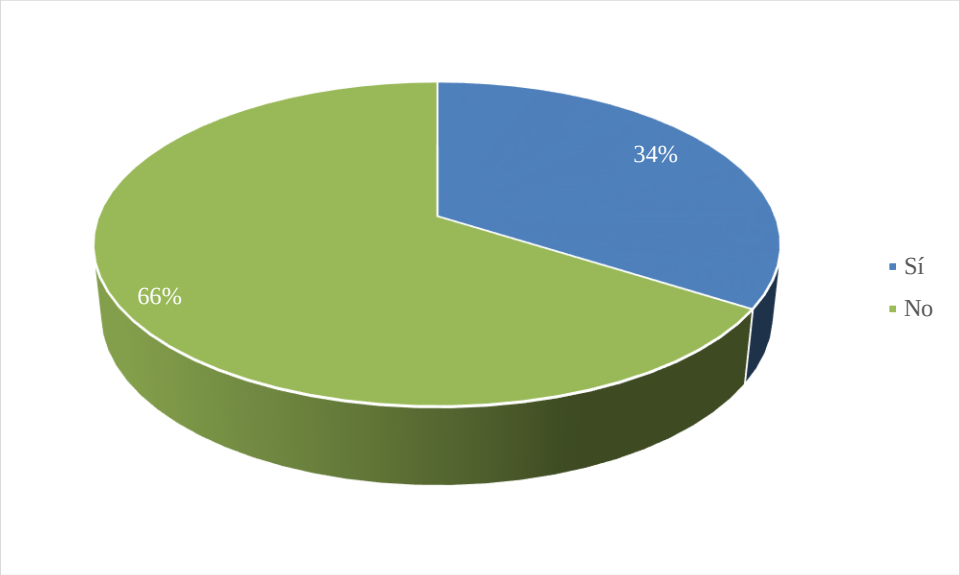
Del grupo de participantes que manifestó encontrarse actualmente bancarizados, el 64% señala que solicita créditos de forma anual, el 30% lo hace como máximo dos veces al año, el 4,5% tres veces y tan solo el 1,5% lo hace cuatro veces por año. Estos valores se podrán utilizar como referencia para estimar la frecuencia de consumo del servicio ofrecido.

Tabla 56 ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios de la banca tradicional?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	68	34%
No	132	66%
Total	**200**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Se encuentra usted satisfecho con los servicios de la banca tradicional?



Fuente: Elaboración propia

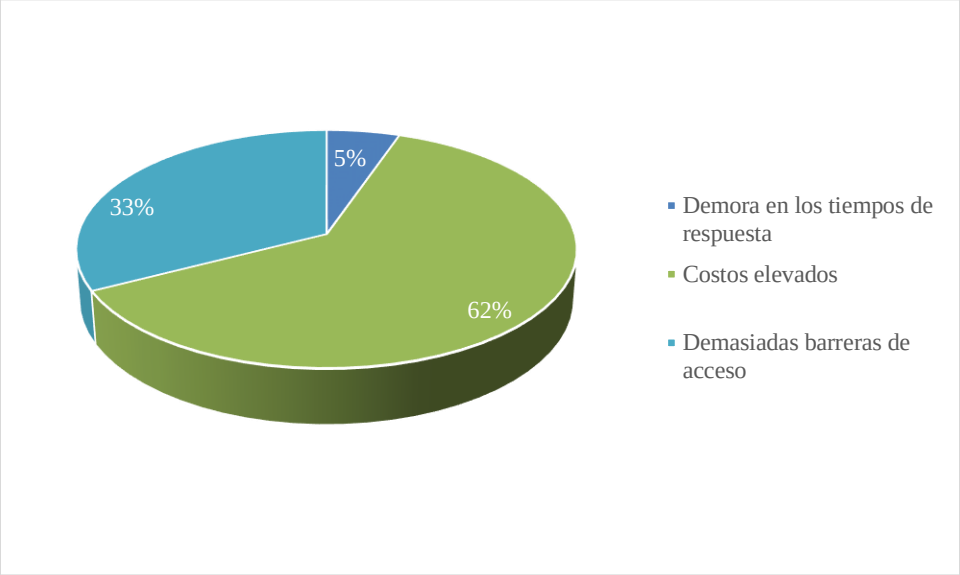
Como se puede evidenciar en la tabla anterior la mayor parte de los encuestados que se encuentran actualmente bancarizados, manifestaron que no se encuentran satisfechos con los servicios de la banca tradicional, de manera que es necesario profundizar en este aspecto y reconocer cuales son las razones que motivan su insatisfacción.

Tabla 57 ¿Cuál son los motivos de su insatisfacción?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Demora en los tiempos de respuesta	7	5%
Costos elevados	82	62%
Demasiadas barreras de acceso	43	33%
Total	**132**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ¿Cuál son los motivos de su insatisfacción?



Fuente: Elaboración propia

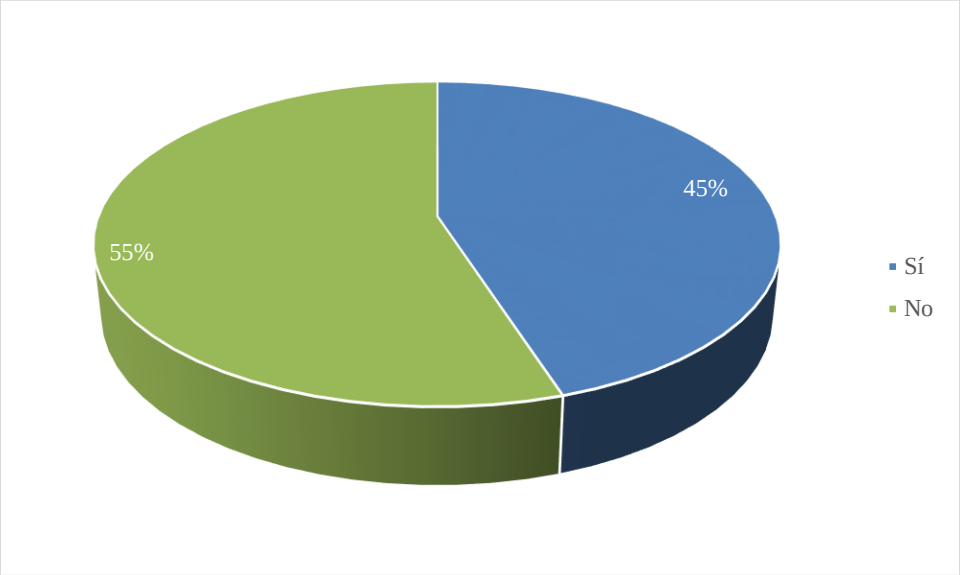
Como se puede observar en la figura anterior, de los participantes que manifestaron encontrarse insatisfechos con los servicios ofrecidos por la banca tradicional, el 5% considera que muestran demora en los tiempos de respuesta, el 62% afirma que ofrecen costos elevados y el 33% que existen demasiadas barreras de acceso; lo anterior permite validar las hipótesis planteadas inicialmente acerca de los costos y barreras que se encuentran asociados a los servicios ofrecidos por el sistema bancario tradicional.

Tabla 58 ¿Ha realizado usted alguna solicitud de crédito a una institución financiera?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	81	45%
No	99	55%
Total	**180**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Ha realizado usted alguna solicitud de crédito a una institución financiera?



Fuente: Elaboración propia

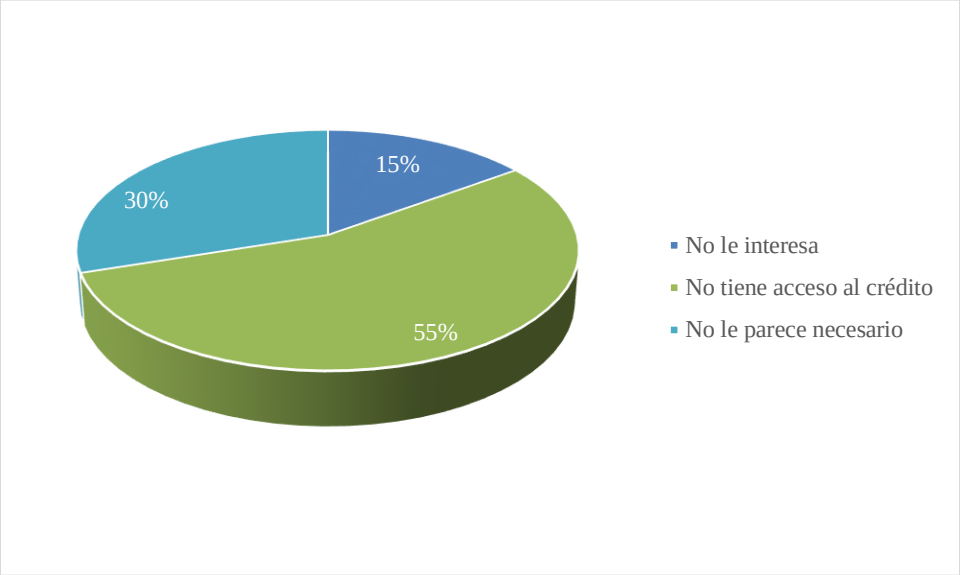
En la figura anterior se muestran los resultados del interrogante realizado a los miembros de la población objetivo que no se encuentran actualmente bancarizados, como se puede notar, el 45% de este grupo ha realizado en alguna ocasión alguna solicitud de crédito a una institución financiera y el 55% no se siente interesado en realizarlo. Lo anterior permite inferir que existe un grupo de la población que ha intentado acceder al sistema financiero, pero por su perfil no ha sido incluido dentro de este.

Tabla 59 ¿Por qué no se encuentra bancarizado?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
No le interesa	27	15%
No tiene acceso al crédito	99	55%
No le parece necesario	54	30%
Total	**180**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿Por qué no se encuentra bancarizado?



Fuente: Elaboración propia

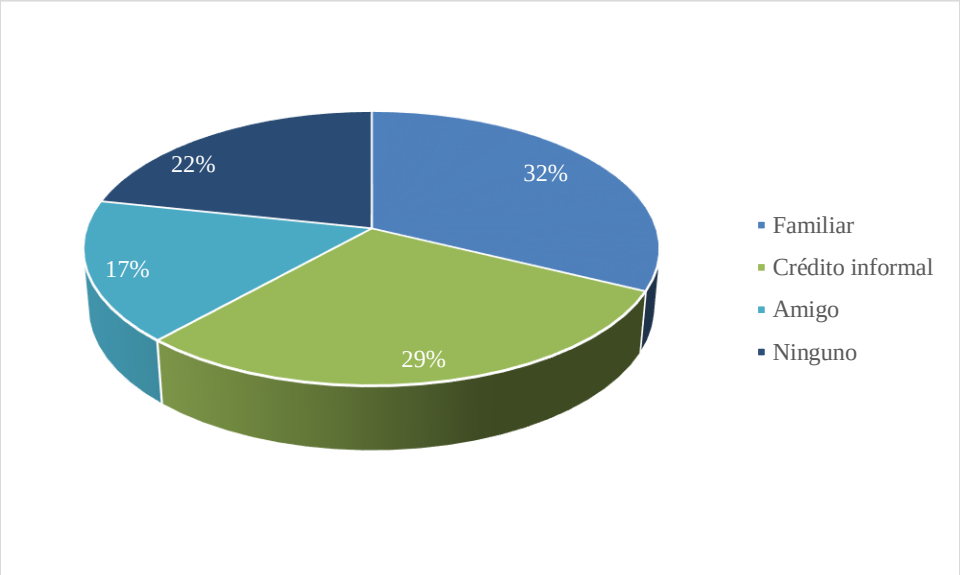
La figura anterior corrobora las afirmaciones expuestas a lo largo del proyecto de investigación, pues el 55% de las personas que no se encuentran bancarizadas, no tienen acceso al crédito; mientras que el resto no considera necesario acceder a este tipo de servicios, lo cual puede estar dado por la desconfianza en el sector bancario, las percepciones o predisposiciones que en muchas ocasiones tiene la población acerca de sus servicios.

Tabla 60 Si no tiene acceso al crédito formal ¿a través de qué medio obtiene créditos?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Familiar	58	32%
Crédito informal	53	29%
Amigo	30	17%
Ninguno	39	22%
Total	**180**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 Si no tiene acceso al crédito formal ¿a través de qué medio obtiene créditos?



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta, que el acceso al crédito formal para un enorme grupo de la población cereteana es limitado, se cuestionó a los participantes no bancarizados sobre si acudían a algún otro tipo de crédito, a lo que se obtuvo que, el 32% acude a algún familiar, el 29% utiliza créditos informales, el 17% solicita ayuda a un amigo y el 22% no utiliza ninguno de los anteriores. Como se puede evidenciar en los resultados obtenidos, existe un grupo que participa en créditos informales como el denominado “paga diario” que como se ha mencionado a lo largo

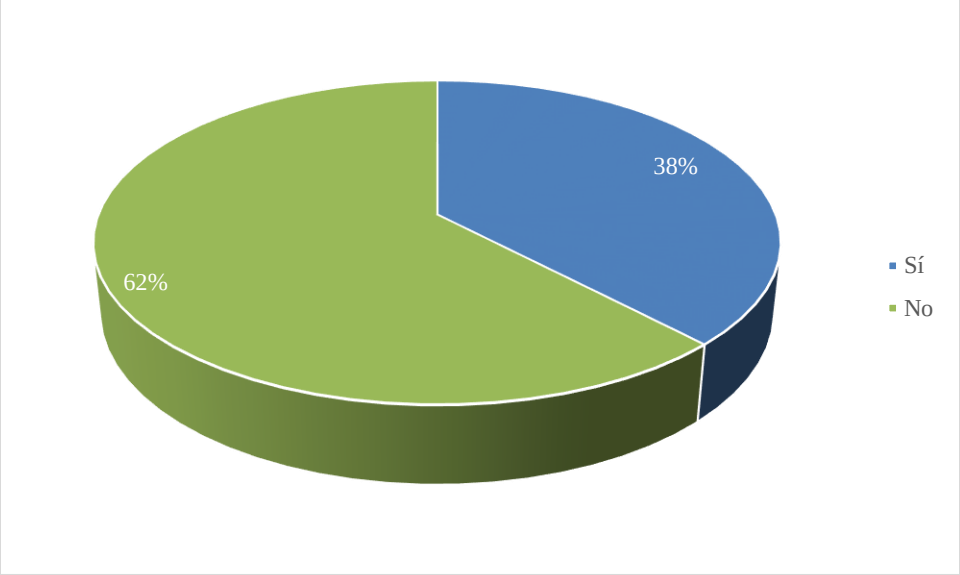
de la investigación, puede poner en riesgo el bienestar financiero, físico y psicológico de las personas y sus familias.

Tabla 61 ¿Ha escuchado hablar del término fintech?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	144	38%
No	236	62%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 ¿Ha escuchado hablar del término fintech?



Fuente: Elaboración propia

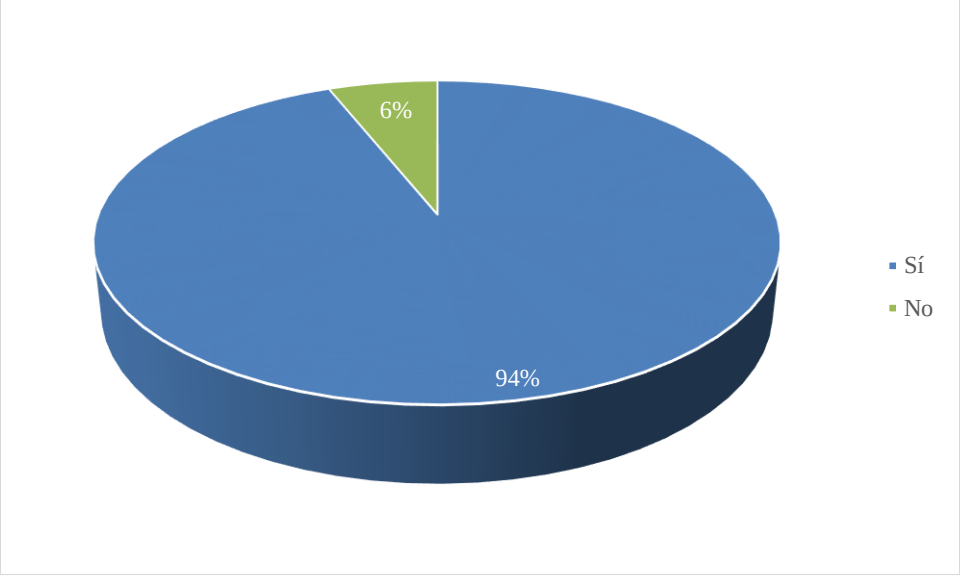
De acuerdo con lo anterior el 62% de la población objetivo no tiene conocimiento del ecosistema Fintech, por lo que es necesario sensibilizar a la población acerca de las características, beneficios y ventajas de este tipo de empresas, para obtener la confianza de los consumidores y ofrecerles servicios transparentes que les contribuyan a mejorar su calidad de vida y bienestar financiero.

Tabla 62 ¿Le gustaría acceder a la bancarización en una empresa tecnológica que promueva la inclusión, y ofrezca servicios a costos bajos?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	357	94%
No	23	6%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 18 ¿Le gustaría acceder a la bancarización en una empresa tecnológica que promueva la inclusión, y ofrezca servicios a costos bajos?



Fuente: Elaboración propia

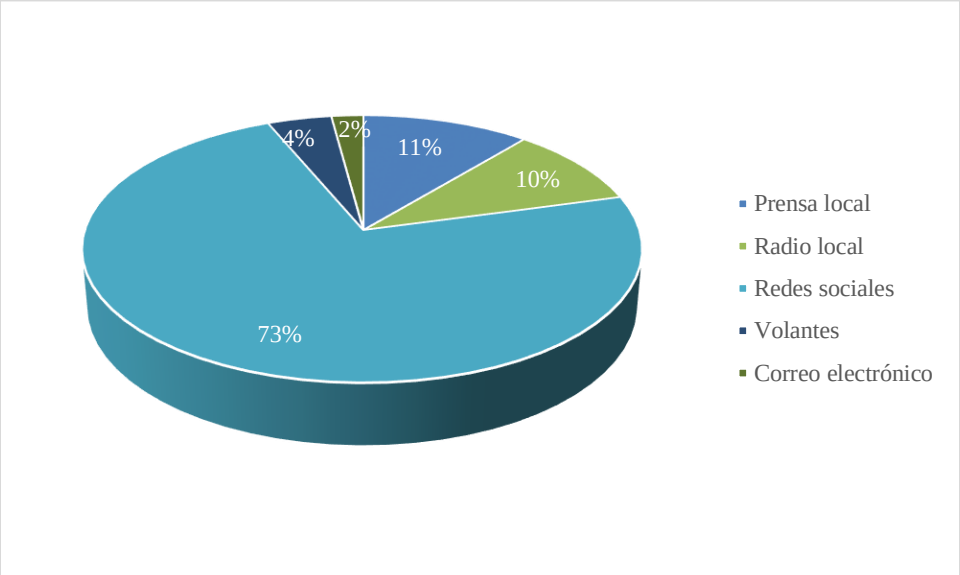
La figura anterior muestra la aceptación de la empresa Fintech para el impulso de la bancarización mediante herramientas tecnológicas, como se puede evidenciar el 94% de la población estudiada manifiesta que le gustaría acceder a este tipo de servicios. Lo anterior se puede percibir como una oportunidad de innovar en el mercado financiero con un servicio centrado en la transparencia y el bienestar del consumidor.

Tabla 63 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Prensa local	42	11%
Radio local	37	10%
Redes sociales	277	73%
Volantes	16	4%
Correo electrónico	8	2%
Total	**380**	**100%**

Fuente: Elaboración propia

Figura 19 ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

Durante el diseño del instrumento, se consideró oportuno interrogar a los entrevistados acerca del medio de comunicación que, desde su punto de vista, podría ser de mayor utilidad para difundir la información de la apertura de la empresa y los aspectos relacionados con este nuevo servicio, y se obtuvo que, el 73% prefieren recibir información a través de las redes sociales.

Anexo 3 Reglamento interno de trabajo

Reglamento Interno de Trabajo de la Empresa Credicer S.A.S

La Empresa "**Credicer S.A.S**", legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Cereté, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.- 1. OBJETO GENERAL. - Credicer S.A.S, tiene como objetivo principal otorgar préstamos dirigidos a los grupos de población normalmente desatendidos por la banca tradicional, con el propósito de impulsar la Bancarización Mediante Herramientas Tecnológicas, en conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. OBJETO DEL REGLAMENTO. - El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre **Credicer S.A.S** y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 3. VIGENCIA. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde que dé inicio el proyecto, fecha en que sea aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art.- 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. - La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. ORDENES LEGÍTIMAS. - Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN. - El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa **Credicer S.A.S**.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para

nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto. Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal o quien haga sus veces.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de **Credicer S.A.S** a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado. Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de

trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de "datos personales del trabajador"; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio. Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- **a)** Hoja de vida actualizada.
- **b)** Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- **c)** Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- **d)** Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- **e)** Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- **f)** Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- **g)** Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- **h)** Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 14. CONTRATO ESCRITO. - Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 15. PERIODO DE PRUEBA. - Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

TIPOS DE CONTRATO. - De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 16. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 48 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 17. De conformidad con la ley, estos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Santa Cruz de Lorica - Córdoba.

Art.- 18. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 19. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 20. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces. El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento.

Art.- 21. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 22. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 23. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 24. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 25. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados

fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 26. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.

b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 27. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores. En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 28. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 29. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe

Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 30. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo. El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 31. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES

Art.- 32. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 33. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos o quien haga las veces.

Art.- 34. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.

b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 35. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinadas en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos. Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

a) Por motivos de maternidad y paternidad

b) Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.

c) Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.

d) Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores. e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 36. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 37. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 38. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 39. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- **a)** Aportes personales del IESS;
- **b)** Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- **c)** Ordenados por autoridades judiciales.

d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.

e) Multas establecidas en este Reglamento

f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 40. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 41. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 42. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 43. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Art.- 44. El departamento de Dirección General o quien haga las veces de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Dirección General y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 45. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 46. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 47. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 48. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. - La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;

b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;

c) Afectar el desempeño laboral; y,

d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 49. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 50. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 51. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 52. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 53. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de responsabilidades, del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.

1. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
2. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignoran de la labor específica confiada.
3. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
4. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
5. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.

6. Velar por los intereses de la empresa **Credicer S.A.S** y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
7. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de **Credicer S.A.S** o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
8. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
9. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
10. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.

11. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.

12. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.

13. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.

14. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de **Credicer S.A.S**, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.

15. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.

16. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.

17. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.

18. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.

19. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.

20. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.

21. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador**.**

22. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.

23. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.

24. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.

25. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.

26. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.

27. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa**.**

DE LOS DERECHOS

Art.- 54. Serán derechos de los trabajadores de **Credicer S.A.S**:

a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.

b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.

c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.

d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.

e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.

g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos y disposiciones

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 55. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.

b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.

d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.

e) Encargar a otro trabajador o a terceras personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.

f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.

g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, perdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de

trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.

i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;

j) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.

k) Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.

l) Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.

m) Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.

n) Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.

o) Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la

Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.

p) Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.

q) Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.

r) Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.

s) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.

t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.

u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.

v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.

w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.

x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.

y) Fumar en el interior de la empresa.

z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;

aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.

bb) Ingresar televisores y cualquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.

cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográficas o lesivas, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.

dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;

ee) Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación o causa para ello.

ff) Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto, la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.

gg) Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.

hh) Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.

ii) Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo

jj) Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación, así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.

kk) Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.

ll) Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.

mm) Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.

nn) Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.

oo) Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 56. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 57. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 58. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 59. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 60. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

a) Amonestaciones Verbales;

b) Amonestaciones Escritas;

c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;

d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 61. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla. Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 62. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 63. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA preparare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Art.- 64. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 65. Se considerarán faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos anteriores. Son además faltas leves:

a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.

b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.

c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.

d) Los trabajadores que, durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.

e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.

f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.

g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.

h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.

i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sean sancionadas con multa y no constituya causal para sanción grave.

j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.

k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 66. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como el artículo 65 serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.

b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.

c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.

d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.

e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.

f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.

g) Encubrir la falta de un trabajador.

h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.

i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.

j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.

k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.

l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;

m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;

n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.

o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.

p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.

q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado. r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.

r) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.

s) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.

t) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.

u) Se considerará falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 67. Los trabajadores de **Credicer S.A.S**, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

a) Por las causas legalmente previstas en el contrato

b) Por acuerdo de las partes.

c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.

d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.

e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.

f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.

g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 68. El trabajador que termine su relación contractual con **Credicer S.A.S**, por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 69. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- **a)** Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- **b)** Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- **c)** Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- **d)** Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- **e)** Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- **f)** Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- **g)** Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 70. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- **a)** Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- **b)** Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;

c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;

d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;

e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de Cereté.

Atentamente,

Gerente General: Danne Paola Guerra Moreno