

1-1-2017

## Edu financiera

Lina Paola Guañarita Charry

Angie Katherine Montañez Fuentes

Diana Catalina Ruíz Guerrero

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio)

---

### Citación recomendada

Guañarita Charry, L. P., Montañez Fuentes, A. K., & Ruíz Guerrero, D. C. (2017). Edu financiera. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/328](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/328)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Económicas y Sociales at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Finanzas y Comercio Internacional by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

**EDU FINANCIERA**

**LINA PAOLA GUAÑARITA CHARRY  
ANGIE KATHERINE MONTAÑEZ FUENTES  
DIANA CATALINA RUIZ GUERRERO**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL  
Bogotá, Noviembre de 2017**

**EDU FINANCIERA**

**LINA PAOLA GUAÑARITA CHARRY**

**Código: 63122117**

**ANGIE KATHERINE MONTAÑEZ FUENTES**

**Código: 63122111**

**DIANA CATALINA RUIZ GUERRERO**

**Código: 63122002**

**Plan de negocio para obtener el título de:  
Profesional en Finanzas y Comercio Internacional**

**JACKSON PAUL PEREIRA SILVA**

**Master in Imprenditorialità e Strategia Aziendale**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

**FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**Bogotá, Noviembre de 2017**

## CONTENIDO

1.	Resumen Ejecutivo .....	8
1.1.	Concepto del Negocio.....	8
1.2.	Potencial del mercado en cifras .....	8
1.3.	Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor.....	9
1.4.	Resumen de las inversiones requeridas.....	10
1.5.	Proyecciones de venta y rentabilidad.....	10
1.6.	Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad.....	11
2.	Elementos de planeación estratégica .....	12
2.1.	Nombre de la empresa. ....	12
2.2.	Justificación de la empresa. ....	12
2.2.1.	Ubicación y tamaño de la empresa. ....	13
2.2.2.	Misión. ....	14
2.2.3.	Visión.....	14
2.2.4.	Objetivos. ....	14
3.	Mercado .....	15
3.1.	Investigación de Mercados .....	15
3.1.1.	Justificación y antecedentes del proyecto. ....	15
3.1.2.	Análisis del sector. ....	18
3.1.3.	Análisis de mercado .....	22
3.1.4.	Análisis de la Competencia.....	27
3.2.	Estrategias de mercado .....	27
3.2.1.	Caracterización del Servicio de Venta. ....	27
3.2.2.	Estrategias de Distribución. ....	28
3.2.3.	Estrategia de Precio.....	28
3.2.4.	Estrategia de Promoción. ....	29
3.2.5.	Estrategias de Comunicación.....	30
3.2.6.	Estrategias de Servicio.....	30
3.2.7.	Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo. ....	30
3.2.8.	Estrategias de Aprovisionamiento. ....	31

3.3.	Proyecciones de Ventas. ....	31
4.	Operación.....	34
4.1.	Ficha técnica del producto o servicio.....	34
4.2.	Estado del desarrollo.....	34
4.3.	Descripción del Proceso de Producción.....	35
4.4.	Necesidades y Requerimientos .....	35
4.5.	Plan de Producción .....	36
4.6.	Plan de Compras .....	37
4.7.	Costos de Producción.....	37
4.8.	Infraestructura .....	38
5.	Organización.....	39
5.1.	Estrategia Organizacional .....	39
5.1.1.	Análisis DOFA.....	39
5.1.2.	Organismos de Apoyo.....	43
5.2.	Estructura Organizacional.....	44
5.3.	Aspectos Legales .....	44
5.4.	Costos Administrativos.....	46
5.4.1.	Gastos de Personal. ....	46
5.4.2.	Gastos de Puesta en Marcha. ....	48
5.4.3.	Gastos Anuales de administración.....	48
6.	Finanzas .....	49
6.1.	Fuentes de Financiación.....	49
6.2.	Formatos Financieros.....	49
6.3.	Egresos.....	52
6.4.	Capital de Trabajo.....	54
7.	Plan Operativo .....	54
7.1.	Cronograma de Actividades.....	54
7.2.	Metas Sociales .....	56
7.3.	Plan Nacional de Desarrollo .....	56
7.4.	Plan Regional de Desarrollo .....	57

7.5.	Clúster o Cadena Productiva.....	57
7.6.	Empleo .....	58
8.	Impacto .....	58
8.1.	Impacto Económico .....	58
8.2.	Impacto Regional .....	58
8.3.	Impacto Social .....	58
8.4.	Impacto Ambiental.....	59
9.	Equipo de Trabajo.....	59
10.	Listado de Referencias .....	59

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proyección número descargas aplicativo Edu Financiera.....	9
Tabla 2. Proyecciones de Venta, 2018,2022.....	11
Tabla 3. Ratios Financieros Edu Financiera, 2018-2022.....	11
Tabla 1. Caracterización del Tipo de Sociedad de Edu Financiera .....	13
Tabla 2. Variables Evaluación de Mercado .....	22
Tabla 3. Calificación Variables Selección de Mercados .....	23
Tabla 4. Matriz Evaluación de Mercados, Países Latinoamericanos.....	23
Tabla 5. Variables de Evaluación de Mercados para los países preseleccionados .....	23
Tabla 6. Matriz Evaluación Mercados Internacionales, Países Preseleccionados .....	24
Tabla 7. Escenarios de la organización para determinar la cuota de Mercado .....	26
Tabla 8. Estimación de la demanda con base en los escenarios de la cuota de mercado, en Millones de Habitantes .....	26
Tabla 9. Perfil del Consumidor.....	26
Tabla 10. Costos de la Estrategia de Distribución .....	28
Tabla 11. Presupuesto de la Estrategia de Promoción .....	29
Tabla 12. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo .....	30
Tabla 13. Proyecciones de Ventas Aplicativo Edu Financiera .....	32
Tabla 14. Ficha Técnica del Aplicativo Virtual.....	34
Tabla 15. Necesidades y Requerimientos Oficina 2020 .....	36
Tabla 16. Plan de Compras .....	37
Tabla 17. Costos de Producción.....	38
Tabla 18. Infraestructura Edu Financiera 2020-2022, Pesos Colombianos.....	38
Tabla 19. DOFA Edu Financiera .....	39
Tabla 20. Organismos de apoyo.....	43
Tabla 21. Normatividad vigente aplicable a la compañía.....	45
Tabla 22. Nomina Edu Financiera .....	47
Tabla 23. Presupuesto de Gastos de Puesta en Marcha .....	48
Tabla 24. Balance General Edu Financiera, 2018, 2022, Pesos Colombianos .....	49
Tabla 25. Estado de Resultados, Edu Financiera, 2018-2022, Pesos Colombianos .....	50

Tabla 26. Flujo de Caja de la compañía, Edu Financiera, 2018-2022, Pesos Colombianos.....	51
Tabla 27.Egresos Edu Financiera, 2018-2022 .....	52
Tabla 28.Capital de Trabajo, 2018.....	54
Tabla 29.Cronograma de Actividades, 2018-2022 .....	54

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Colombia, Importaciones del sector servicios (2006-2016).....	20
Figura 2. Colombia, Exportaciones del sector servicios (2006-2016).....	21
Figura 3. Diagrama de Flujo del Proceso de Producción.....	35
Figura 4. Estructura Organizacional Edu Financiera. ....	44



## **1. Resumen Ejecutivo**

En el siguiente capítulo se encuentra un resumen de los puntos más importantes del presente plan de negocios, entre los cuales se encuentra el concepto, ventajas competitivas, propuesta de valor, rentabilidad, inversiones y conclusiones, en otras palabras, el objetivo de éste es exhibir de manera concisa y clara el proyecto.

### **1.1. Concepto del Negocio**

Edu Financiera será una organización dedicada a capacitar en temas de educación financiera, donde por medio del primer aplicativo virtual de educación financiera en Colombia, resaltaré la importancia en temas financieros y empoderaré a la población en la toma de decisiones.

Según la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera - EEF- los factores críticos encontrados en la población colombiana en cuanto a temas financieros son: la desinformación sobre temas básicos de economía y finanzas, la escasez de competencias básicas para la toma de decisiones económicas y financieras, creciente número y complejidad de los servicios financieros, escaso acceso a servicios financieros, mayor uso de crédito informal en estratos bajos, fraude de organizaciones, resumido dentro de un concepto general de desconocimiento masivo en temas financieros (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, et al. , 2010, pp 2-9). Por ello surge la necesidad de educar a la población frente a la educación financiera, de esta manera se consolida el primer plan de negocio que fusiona la educación financiera con aplicativos virtuales.

Es importante resaltar que para este proyecto se ha planteado, como parte de la responsabilidad social empresarial, llegar a población vulnerable, con capacitaciones gratuitas, por ello manejamos un sentido lucrativo para las organizaciones y personas naturales o jurídicas que requieran nuestra asesoría, financiando así esta iniciativa.

La investigación se realizó en 20 países de América Latina, se utilizó una metodología de selección por medio de variables, donde se encontró que Edu Financiera ingresará al país mexicano, esperamos penetrar en principio a su capital, dado el acceso a tecnologías por parte de su población, siendo la segunda entidad federativa a nivel nacional con mayor población mexicana en 2015 en número de habitantes, 4 687 003 mujeres y 4 231 560 hombres, el mayor porcentaje de la población se encuentra entre los 20 y los 44 años y su población es 99,5 % urbana y tan solo un 0,05% rural (INEGI, s.f.).

### **1.2. Potencial del mercado en cifras**

Ciudad de México representa el mercado objetivo del presente plan de negocios, se tomó la información de población total de la ciudad, en millones de habitantes, junto con la tasa de crecimiento de 1990 a 2015, donde a partir de una regresión se proyectó la población de 2016 a 2021, donde según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía Ciudad de Mexico - INEGI, de 1900 a 1970, la población de la Ciudad de México creció aceleradamente y de 1970 a 1990, la

población en la capital del país aumentó en más de 1 millón de habitantes, en Ciudad de México, el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más es de 11.1, lo que equivale a segundo año de educación media superior. Dado el alto nivel de riesgo de la idea de negocio se hizo necesario plantear escenarios de la cuota de mercado (Pesimista, Neutral y Optimista), donde las estimaciones realizadas fueron realizadas en escenario pesimista.

En la tabla 1. se encuentran las proyecciones del número de descargas del aplicativo Edu Financiera para los próximos cinco años, el número de suscriptores de contenido pago y de desinstalación del aplicativo.

Tabla 1. *Proyección número descargas aplicativo Edu Financiera*

<b>Año</b>	<b>Numero de Descargas</b>	<b>Nº Suscripción Paga</b>	<b>Nº Desinstalación App</b>	<b>Nº Suscriptores</b>
2018	18.750	13.125	3.938	9.188
2019	19.122	13.385	4.016	18.557
2020	19.503	13.652	4.096	28.114
2021	19.902	13.931	4.179	37.866
2022	20.292	14.204	4.261	47.809

Fuente: Elaboración Propia

### **1.3. Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor**

Edu Financiera presenta el componente de internacionalización a partir de la exportación del servicio del aplicativo virtual. Esta aplicación es una guía de educación financiera personalizada, de acuerdo al perfil de cada uno de nuestros usuarios, naturalmente se encontrará disponible en las plataformas virtuales, App Store y Google Play, donde nuestros usuarios podrán descargarla de manera gratuita.

Queremos llegar a quienes realmente lo necesitan, deseamos ser el asesor elegido por la gente del común, quienes recibirán de la compañía en un lenguaje sencillo, contundente y eficaz, la información de índole educativo financiero y económico.

El modelo de ingreso de nuestra aplicación se dará por medio de suscripción, en donde se ofrecerá una asesoría permanente, 24 horas al día 7 días a la semana, nuestro talento humano calificado brindará apoyo, información y solucionará inquietudes en temas financieros y económicos.

Edu Financiera presenta la primera aplicación virtual de educación económica y financiera en el mercado; resaltamos nuevamente nuestro carácter social por lo cual, ofreceremos nuestras capacitaciones presenciales de manera gratuita para la población vulnerable, de esta manera nuestros clientes no solo reciben nuestra guía, sino que también apoyan al desarrollo de la educación económica y financiera en Colombia.

#### **1.4. Resumen de las inversiones requeridas**

Las inversiones del presente plan de negocios son fruto de los socios de la compañía, Lina Guañarita, Angie Fuentes, Catalina Ruiz y un socio inversionista, el total aportado por los socios es de \$130.000.000 de pesos colombianos; el capital de trabajo inicial, estará destinado para cubrir los egresos de la compañía en el primer año. Iniciamos con la elaboración del aplicativo (\$18.000.000 COP), el cual será tercerizado con Panamericana, dada la experiencia y soporte técnico brindado para la compañía, asegurando su correcto uso y funcionamiento en las plataformas Google Store (25 USD) y App Store (99 USD); continuamos con el pago de la inscripción como desarrollador en las plataformas que nos permitirá realizar las actualizaciones necesarias del aplicativo y velar por el correcto funcionamiento de la app.

Seguido por el pago de las campañas de promoción en redes sociales (12.600 USD), dado que internet se convierte en la herramienta de comunicación empresarial y de reconocimiento ante los usuarios del aplicativo y la compañía, este rubro representa el 29% de las ventas en 2018, para 2019 y 2020 corresponderá al 45% de las ventas, en 2022 será del 50%.

Se plantea la creación de cuentas en redes sociales gratuitas, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, como medios de comunicación y promoción de la descarga del aplicativo virtual en las plataformas, donde se realizarán diversas campañas, tales como: CPC (Coste por clic), CPL (Coste por like) y Coste por instalación de app en México.

Finalmente, el último rubro corresponde al talento humano de la compañía (\$49.557.048 COP), contratado directamente, con tipo de contrato por prestación de servicios, en las áreas de programación y contenidos, software y aplicativos, contaduría y financiera; incluyendo el pago de la administradora de riesgos profesionales. Edu financiera será una compañía con un excelente ambiente laboral, trabajamos para mejorar la salud financiera de nuestros usuarios. Edu Financiera para todos.

Según la ley 1429 de 2010, en el artículo séptimo, progresividad en la matrícula mercantil y su renovación, aplicamos los descuentos en los pagos correspondientes allí señalados, cero por ciento para el primer año, cincuenta por ciento para el segundo año, setenta y cien por ciento para el tercer y cuarto año de funcionamiento de la compañía.

#### **1.5. Proyecciones de venta y rentabilidad**

A partir de un escenario pesimista, dado el alto riesgo de la presente idea de negocio, las cantidades aquí presentadas corresponden al número de descargas anuales del aplicativo, el número de usuarios afiliados a la suscripción paga mensual, el cálculo de los usuarios que podrían desinstalar el aplicativo, los ingresos unitarios mensuales en pesos mexicanos y en pesos colombianos, el pago de la comisión a las plataformas, el cual corresponde al 30% y finalmente el ingreso neto.

La Tasa Interna de Retorno TIR, es del 32%, lo cual supone una rentabilidad atractiva del proyecto con base en un escenario pesimista, el Valor Presente Neto del proyecto es de \$ 96.292.628, con una WACC de 9,91% (Wacc Expert, s.f.).

Tabla 2. *Proyecciones de Venta, 2018,2022*

Año	Numero de Descargas	Nº .Suscripción Paga	Nº. Desinstalación App	Nº Suscripción	Ing.Uni. MXN	Ing. Unit. COP	Ingreso Total COP	Comisión Plataforma a 30% COP	Ingreso Neto
2018	18.750	13.125	3.938	9.188	\$17	\$2.786	\$167.239.447	\$50.171.834	\$117.067.613
2019	19.122	13.385	4.016	18.557	\$21	\$3.443	\$590.491.868	\$177.147.561	\$413.344.308
2020	19.503	13.652	4.096	28.114	\$25	\$4.101	\$1.187.987.028	\$356.396.108	\$831.590.919
2021	19.902	13.931	4.179	37.866	\$29	\$4.760	\$1.909.362.926	\$572.808.878	\$1.336.554.048
2022	20.292	14.204	4.261	47.809	\$33	\$5.419	\$2.814.845.152	\$844.453.545	\$1.970.391.606

Fuente: Elaboración Propia

## 1.6. Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Edu Financiera es una empresa viable financieramente, para comprobarlo aplicamos diversos ratios financieros que dan cuenta del atractivo rentable, social, educativo y financiero del negocio. Iniciamos puntualizando que la empresa carece de deuda, puesto que su financiación surge en principio fruto de los aportes de sus socios, el pago de los rubros anuales de la operación de la compañía se realizará de contado; donde los pasivos de la compañía están constituidos únicamente por el pago de impuestos.

Cuenta con un capital contable promedio de \$ 191.712.975 millones de pesos, de 2018 a 2022, un margen operacional y bruto promedios cercano al 70%, rentabilidad sobre el capital invertido (ROE) promedio de 25%, una rentabilidad sobre activos promedio (ROA) de 22%. Dada la naturaleza de la compañía carece de inventarios, por lo cual los activos están compuestos por el aplicativo virtual (intangibles), la caja y los activos fijos (Mobiliario).

Tabla 3. *Ratios Financieros Edu Financiera, 2018-2022*

Ratios	2018	2019	2020	2021	2022
<b>LIQUIDEZ</b>					
CAPITAL DE TRABAJO CONTABLE	\$ 129.010.873	\$ 163.522.485	\$ 168.802.151	\$ 214.077.058	\$ 283.152.309
<b>RENTABILIDAD</b>					
MARGEN OPERACIONAL	68%	69%	70%	70%	70%
MARGEN BRUTO	68%	69%	70%	70%	70%
EBITDA	\$ 25.774.050	\$ 64.204.549	\$ 92.234.718	\$ 113.691.846	\$ 159.943.313
ROA	11%	21%	24%	25%	28%
ROE	12%	24%	28%	29%	32%

Fuente: Elaboración Propia

## **2. Elementos de planeación estratégica**

En la primera parte del plan de negocios se busca comprender los elementos básicos de la planeación estratégica, lo que se busca en este apartado es que se cumpla con la misión, visión y todo propósito básico del proyecto, determinando las estrategias y programas necesarios para lograr el objetivo y establecer los métodos que aseguren que estos sean ejecutados.

### **2.1. Nombre de la empresa.**

EDU FINANCIERA

### **2.2. Justificación de la empresa.**

La Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera - EEF- identifica algunos factores críticos en la población colombiana en cuanto a temas financieros, los cuales son: la desinformación sobre temas básicos de economía y finanzas, la escasez de competencias básicas para la toma de decisiones económicas y financieras, creciente número y complejidad de los servicios financieros, escaso acceso a servicios financieros, mayor uso de crédito informal en estratos bajos, fraude de organizaciones; resumido dentro de un concepto general de desconocimiento masivo en temas financieros (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio de Educación Nacional, el Banco de la República, la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas , 2010, pp 2-9). Existen tres razones principales para impulsar la EEF de un país, las cuales a su vez justifican que, instituciones públicas y privadas del sector económico y financiero desarrollen programas que la fomenten. La primera es la contribución de la estrategia a suavizar el funcionamiento de los mercados financieros, la segunda es el favorecimiento de una política económica sostenible al empoderar a las personas y finalmente la contribución a la educación en general como un bien público. De igual manera la Ley 1328 de 2009 (Reforma Financiera), define que todas las entidades del sector financiero deben desarrollar programas de educación económica y financiera:

Las cuales procurarán una adecuada educación de los consumidores financieros respecto de los productos y servicios financieros que ofrecen las entidades vigiladas, de la naturaleza de los mercados en los que actúan, de las instituciones autorizadas para prestarlos, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la defensa de sus derechos. (Art. 3, numeral f).

El presente plan de negocios también hace parte de la inclusión financiera, definida por Subirats, Gomà y Brugué (Citado por Cano, Esguerra, García, Rueda y Velasco, 2014)

El cual señala si un individuo o grupo social tiene acceso a los productos financieros formales y hace uso de ellos. En ese sentido, el acceso a los servicios financieros es una condición necesaria pero no suficiente para lograr la inclusión financiera, se requiere además garantizar el uso efectivo de los mismos. En muchas de las discusiones que han

rodeado estas agendas incluso se afirma que en el contexto actual la exclusión financiera equivale a una forma de exclusión social (p.2.).

En Colombia no existe ningún aplicativo en el mercado, que ofrezca información económica y financiera actualizada, relevante, carente de conflictos de intereses, por tanto, surge Edu Financiera presentando el componente de internacionalización a partir de la exportación del servicio del aplicativo virtual. Esta aplicación es una guía de educación financiera personalizada, de acuerdo al perfil de cada uno de nuestros usuarios y naturalmente se encontrará disponible en las plataformas virtuales, App Store y Google Play, donde nuestros usuarios podrán descargarla de manera gratuita. Queremos llegar a quienes realmente lo necesitan, deseamos ser el asesor elegido por la gente del común, quienes recibirán de la compañía en un lenguaje sencillo, contundente y eficaz, de manera objetiva y neutra.

Frente al proyecto del plan de desarrollo 2016-2020, titulado Bogotá Mejor Para Todos, Edu Financiera se acoge al segundo eje transversal, enfocado al desarrollo económico basado en el conocimiento, en donde se pretende incentivar el emprendimiento en la población Bogotana, dentro de un marco de valor agregado, con una estructura productiva sofisticada que genera empleo e ingresos para los bogotanos y con un tejido empresarial que aprovecha las potencialidades de los encadenamientos, clúster y aglomeraciones y el fortalecimiento del modelo de innovación empresarial y extensionismo tecnológico a través de la generación de capacidades para el mejoramiento de la productividad, la sofisticación de la oferta y la generación de valor agregado (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2016). De esta manera el presente plan de negocio constituye una idea emprendedora sostenible y rentable.

### 2.2.1. Ubicación y tamaño de la empresa.

Edu Financiera brindará sus servicios desde la ciudad de Bogotá, su servicio será netamente virtual; en los dos primeros años, dada la cuantificación de costos; según el código de comercio, la actividad económica de la compañía será de servicios, su tamaño es correspondiente a pequeña empresa, cuyo talento humano será de 1 a 10 empleados (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2016). La procedencia de capital será de carácter privado provisto por los socios, constituyendo así una sociedad por acciones simplificada (S.A.S) caracterizadas en la tabla 4.

Tabla 4. Caracterización del Tipo de Sociedad de Edu Financiera

Tipo De Sociedad	EDU FINANCIERA S.A.S.
Accionistas	Diana Catalina Ruiz Guerrero- c.c. 1.023.926.595 de Bogotá Lina Paola Guañarita Charry c.c. 1.016.043.636 de Bogotá Angie Katherine Montañez Fuentes c.c. 1.031.150.783 de Bogotá Socio Capitalista
Capital Social	Acciones de igual valor por un monto de \$32.500.000 de pesos
Responsabilidad Social	Hasta por el monto de sus aportes
Órganos de Gobierno	Asamblea General de Accionistas, reunidos de manera anual Junta Directiva conformada por los accionistas Representante Legal, Diana Catalina Ruiz Guerrero

Transferencia y/o enajenación de la participación	Acciones libremente negociables	
Pago de Capital	Capital Social Autorizado	\$130.000.000
	Capital Social Suscrito	\$130.000.000
	Capital Social Pagado	\$130.000.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en ANDI (s.f.).

### **2.2.2. Misión.**

Edu Financiera será una organización dedicada a la capacitación en temas de educación financiera de manera objetiva y neutra, la cual buscará satisfacer las necesidades de nuestros clientes por medio de capacitaciones y el primer aplicativo virtual, empoderando a la población en la toma de decisiones económicas, prestamos todos nuestros servicios dentro de un marco de mejora continua, generando rentabilidad para las partes interesadas.

### **2.2.3. Visión.**

Edu Financiera será consolidada como una de las empresas de educación financiera con mayor recordación en la población de América Latina, “empoderando a la población en la toma de decisiones económicas”, de esta manera trazamos la siguiente ruta:

- ) En el 2020 Edu Financiera buscará ser una compañía con una participación del 5% del sector en el mercado mexicano, mejorando continuamente los procesos, para continuar prestando servicios de excelente calidad.
- ) Se espera que, en 2024, la compañía se encuentre consolidada en el mercado mexicano, de esta manera iniciará procesos de expansión a otros mercados con una distancia psicológica menor.

### **2.2.4. Objetivos.**

Para el cumplimiento de la misión y visión de la organización Edu Financiera define los siguientes objetivos estratégicos y financieros para la compañía:

#### ***2.2.4.1. Objetivos Estratégicos.***

- ) Obtener el 3% de participación en el mercado internacional en el primer año de funcionamiento de la compañía
- ) Poseer capacidades tecnológicas, de contenido educativo financiero relevante, oportuno y transparente, en pro de ayuda a la población en el proceso de toma de decisiones económicas.

- ) Innovar continuamente en los servicios ofrecidos por la compañía, de esta manera brindar servicios personalizados, a la vanguardia conforme las necesidades de nuestros clientes proactivamente.
- ) Brindar capacitaciones gratuitas para la población vulnerable colombiana durante todo el funcionamiento de la compañía, utilizando un lenguaje claro, brindando información real, contundente, objetivo, neutro y oportuno.
- ) Desarrollar todos nuestros servicios dentro de un marco ambientalmente sostenible.

#### ***2.2.4.2. Objetivos Financieros.***

- ) Obtener un incremento en los ingresos anuales del 3% en el segundo año de funcionamiento de la compañía
- ) Tener incrementos anuales en las ganancias después de impuestos superiores al 3% en los mercados internacionales donde se encuentre la compañía.
- ) Incrementar el valor de la compañía, de esta manera cada acción de la misma debe estar enmarcada con el cumplimiento de la misión y visión.

### **3. Mercado**

En el siguiente capítulo se encontrarán la investigación de mercado, las estrategias de mercado y las proyecciones de ventas para el plan de negocios.

#### **3.1. Investigación de Mercados**

A continuación, presentamos el componente de análisis, identificación, recopilación y difusión de información relevante para el desarrollo de la investigación de mercados, del componente de internacionalización de la compañía con base en el aplicativo virtual.

##### **3.1.1. Justificación y antecedentes del proyecto.**

La idea surgió a partir de la carencia de conocimiento en temas financieros que se hace evidente en las personas que cotidianamente nos rodean y no obstante se ven enfrentadas a solicitar créditos bancarios o acceder a tarjetas de crédito, desconociendo su manejo correcto o los términos técnicos usados por las entidades financieras y terminan acogiéndose a los mismos, en una situación de desigualdad y en la mayoría de ocasiones de exclusión. El propósito personal del presente plan de negocios será constituir una organización que llegue a las personas interesadas permitiéndoles tomar decisiones financieras con conocimiento, ya que un consumidor informado se espera tome las mejores decisiones.



### ***3.1.1.1.Aspecto Social***

En la actualidad, en Colombia se ha evidenciado un esfuerzo por crear una estrategia nacional de EEF que coordine los esfuerzos individuales de las instituciones públicas, entidades del sector financiero y varias ONG en pro de ejercer un liderazgo colectivo, dado que estos programas tienen objetivos, contenidos, metodologías y audiencias muy variadas que en la gran mayoría de los casos funcionan sin suficientes lineamientos, recursos o coordinación como para garantizar la calidad e impacto. Según (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio de Educación Nacional, el Banco de la República, la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas , 2010) la EEF propone:

La adopción de una estrategia nacional para dotar a la población colombiana de más y mejores herramientas para apoyar las decisiones que deben tomar diariamente en temas relacionados con sus finanzas personales y familiares, con énfasis en el desarrollo de competencias ciudadanas y en la identificación sustentada de las audiencias cuya formación en temas económicos y financieros es más urgente u ofrece mejores perspectivas desde el punto de vista costo-beneficio (p.3).

El objetivo final de la EEF radica en contribuir al desarrollo integral del individuo y de la sociedad en su conjunto mediante herramientas para impulsar competencias que hacen parte de la integración social y del alfabetismo económico y financiero (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio de Educación Nacional, el Banco de la República, la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas , 2010).

Por lo tanto se muestra que la creación de un aplicativo de educación financiera traerá numerosos beneficios a nivel personal y social, a nivel personal se resalta que, con la asertiva toma de decisiones mediante la creación de estrategias de ahorro e inversión, se hace valer los derechos y se exige el cumplimiento de los deberes de las entidades financieras, se administra de manera óptima las cuentas y el capital propio lo cual se ve reflejado en una mejor calidad de vida no solo para el individuo sino para toda la familia, lo que se espera genere a su vez beneficios notorios para todo el país ya que cuando las personas ahorran e invierten acertadamente, el crecimiento económico para la nación será mayor; en general existe un amplio acuerdo sobre los beneficios sociales de mediano y largo plazo que general la EEF en una sociedad. En consecuencia, Edu Financiera busca informar y capacitar a las personas de manera objetiva y neutra para evaluar los servicios que reciben, los costos y riesgos que asumen.

### ***3.1.1.2 Aspectos económicos***

A través de los años se han generado algunas crisis financieras las cuales están precedidas de crisis monetarias, crisis de endeudamiento externo, crisis bursátiles y crisis bancarias, siendo esta última la causa de crisis financieras internacionales, alterando los sistemas financieros y

bancarios nacionales, así como la composición y dinámica del comportamiento de los flujos de capital a escala internacional. Durante la década de los sesenta se crearon los primeros programas de educación financiera, especialmente en Estados Unidos, pero a partir de la crisis financiera del 2008 la cual hizo evidente el escaso nivel de sofisticación financiera se generó un creciente interés de instituciones tanto públicas como privadas de Estados Unidos y en general de todo el mundo, para promover programas que mejoren las competencias financieras de los ciudadanos. Las diferentes iniciativas para la promoción de la EEF pueden generar cambios relevantes en el conocimiento, habilidades, actitudes, capacidades y comportamientos en cuanto a temas económicos y financieros.

La población realiza un amplio uso de los diferentes servicios financieros ofrecidos en el mercado, todos asociados a costos muy elevados. Un estudio realizado por Nidia García Bohórquez<sup>1</sup> muestra que el 79% de los hogares estudiados han hecho uso del crédito informal por lo menos una vez. Adicional a esto, existe un bajo nivel de educación financiera en la población bogotana bancarizada; de los jefes de hogar que fueron encuestados solo el 0.76% respondieron correctamente a la totalidad de preguntas realizadas sobre educación financiera. Existen diferentes fuentes de financiación informal utilizadas por las familias colombianas como el conocido fenómeno de las “pirámides”, lo cual afirma el bajo nivel de información y educación financiera de la mayoría de la población colombiana.

Es por esto que el interés de Edu Financiera es brindar el conocimiento pertinente en temas de economía y finanzas promoviendo en la población las competencias necesarias para una buena toma de decisiones. Así como se evidencio anteriormente el desconocimiento e inexperiencia financiera por parte de la población tiene como resultado una errónea toma de decisiones y el uso indebido del sistema financiero generando costos elevados y perdida de bienestar para el sistema y la población.

### ***3.1.1.3 Aspectos ambientales***

La responsabilidad ambiental es uno de los temas claves dentro de una organización, por lo cual la idea de negocio que se ha venido desarrollando, ha implementado desde su inicio como método de operación el medio virtual, es decir, carece de elementos de producción tangibles que puedan afectar el medio ambiente por medio de su desintegración o descomposición, por lo cual busca un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente.

### ***3.1.1.4 Antecedentes***

Como antecedente al presente plan de negocios se evidencia el trabajo de (Polania, Suaza, Arevalo y Gonzalez, 2016) quienes realizaron la tesis: “La cultura financiera como el nuevo motor para el desarrollo económico de Latinoamérica”. En este trabajo se da respuesta a la

---

<sup>1</sup> Profesional especializado del Departamento de Educación Económica y Financiera del Banco de la República. Tesis de magister en economía de la Universidad de los Andes.

pregunta ¿cuáles son los aspectos relevantes que llega a influir en la cultura financiera de la población en Latinoamérica y que implicaciones tienen en la calidad de vida de los colombianos? Para este fin plantearon un objetivo general que constataba en analizar e identificar aspectos relacionados con la carencia de educación financiera y la manera cómo repercute en la sociedad colombiana. La investigación se enmarcó por medio de la agrupación de fuentes teóricas desde lo macroeconómico, el entorno latinoamericano y regional, que brindan solidez al estudio de investigación; todo esto se hizo con una metodología de enfoque mixto y transversal. La conclusión a la que llega este estudio es que el nivel educativo es el eje principal dado que es directamente proporcional a la cultura financiera la cual permite la toma de decisiones asertivas en ahorro e inversión en la persona de manera potencial.

Estos trabajos se relacionan con nuestro proyecto, ya que toman como referente principal la importancia que tiene la educación financiera en la comunidad demostrando los fuertes impactos que puede tener la ausencia de la misma en la calidad de vida de una población. En las dos investigaciones se resalta la carencia de educación financiera exponiendo la necesidad existente de guiar a la población para una mejor toma de decisiones en el ámbito económico y financiero.

### **3.1.2. Análisis del sector.**

El análisis del sector en primer lugar es un factor fundamental que pretende identificar como afecta el entorno al funcionamiento de la empresa, en cuanto a oportunidades de aumentar el beneficio de la misma; en segundo lugar, es primordial para identificar la ventaja competitiva, reconocer al cliente potencial y desarrollar las estrategias empresariales necesarias para que el servicio que la empresa ofrece tenga una oportunidad en el mercado.

Edu Financiera según la división de sectores económicos de la Subgerencia Cultural del Banco de la República (2015), pertenece al sector terciario o de servicios el cual:

Incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc. (párr. 5).

El primer paso, para exponer este análisis sectorial es enmarcar a nuestra empresa dentro el listado de códigos por Clasificación Industrial Internacional Uniforme (Banco De La República, s.f.) , siendo este así:

SECCIÓN	J	Información y comunicaciones
División	63	Actividades de servicios de información
Grupo	639	Otras actividades de servicio de información
Clase	6399	Otras actividades de servicio de información n.c.p.

#### ***3.1.2.1. Comportamiento del sector de servicios***

En los últimos años, el sector servicios se ha convertido en una fuente importante de ingresos y empleo en el país. A mediados del 2011 la participación de este sector dentro de la actividad económica llegó a casi el 46% del total del PIB, superando la suma de los sectores tradicionales de la economía. El subsector de las actividades informáticas y empresariales se expandieron +2.8 puntos porcentuales comparados al periodo inmediatamente anterior, siendo este el mayor contribuyente del sector, dado que agrupa el 32% de los ingresos de éste y el 71% de los empleados; parte del impulso de este sector se debió al crecimiento de las actividades empresariales, donde la tercerización ha pasado a jugar un papel fundamental (ANIF, 2011).

Para el año 2013 la participación dentro de la actividad económica aumentó al 58% contrarrestando los bajos resultados de la industria, el agro y la minería mediante las actividades del sector, particularmente de servicios sociales y empresariales

Durante el año 2014, el mercado de servicios TI en Colombia, registró un porcentaje de participación de ventas, liderado por outsourcing 43%, implementación y soporte 25%, integración y desarrollo 19%, consultoría 12%, educación y entrenamiento 1% (Procolombia, s.f). Durante el año 2015, los sectores de servicios exhibieron una expansión del 3.5% anual, según las cuentas nacionales del Dane. Dicho resultado, aunque continuó superando el registro de toda la economía (3.1%), representó una desaceleración respecto al 5.2% observado un año atrás. Ello se explica por la menor dinámica de los sectores de servicios sociales (expandiéndose un 2.9% anual en 2015 vs. 5.2% en 2014) y la intermediación financiera, los servicios empresariales (4.3% vs. 5.7%). En el primer caso, pesó la desaceleración de la administración pública (2.4% vs. 5.7% de 2014), dadas las menores asignaciones presupuestales forzadas por el fin del auge minero-energético. En el segundo caso, se destacó el bajo crecimiento de las actividades empresariales-alquiler (0.9% vs. 7.2%) (Asociación Nacional De Instituciones Financieras-ANIF y Citibank, 2016).

En el presente año el sector de servicios en Colombia compone el 57,5% del PIB nacional, por ello se ha convertido en una de las mayores apuestas comerciales para el país. Actualmente se están llevando a cabo iniciativas para explorar nuevas oportunidades y mercados, mejorando las políticas del sector y así ampliar la oferta (Procolombia, s.f.).

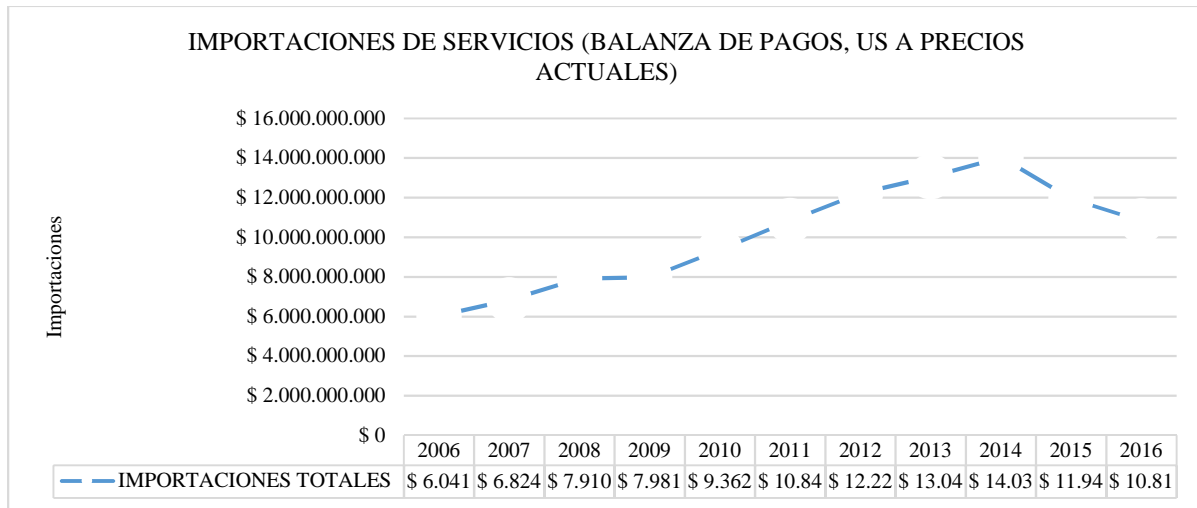
### ***3.1.2.2. Importaciones y exportaciones del sector servicios***

A continuación, se presenta mediante gráficas los comportamientos presentados por el sector de servicios en las importaciones y exportaciones en Colombia.

La crisis financiera de los Estados Unidos ocurrida en el 2008 tuvo consecuencias imposibles de anticipar con exactitud, es por esto que tanto la economía colombiana como la economía mundial se vieron afectadas. Se produjo una desaceleración del crecimiento mundial, afectando el comportamiento de las importaciones y exportaciones de nuestro país. Por otro lado, la liquidez

mundial también disminuyó, afectando los flujos de inversión, todo esto seguido de una depreciación de la moneda colombiana.

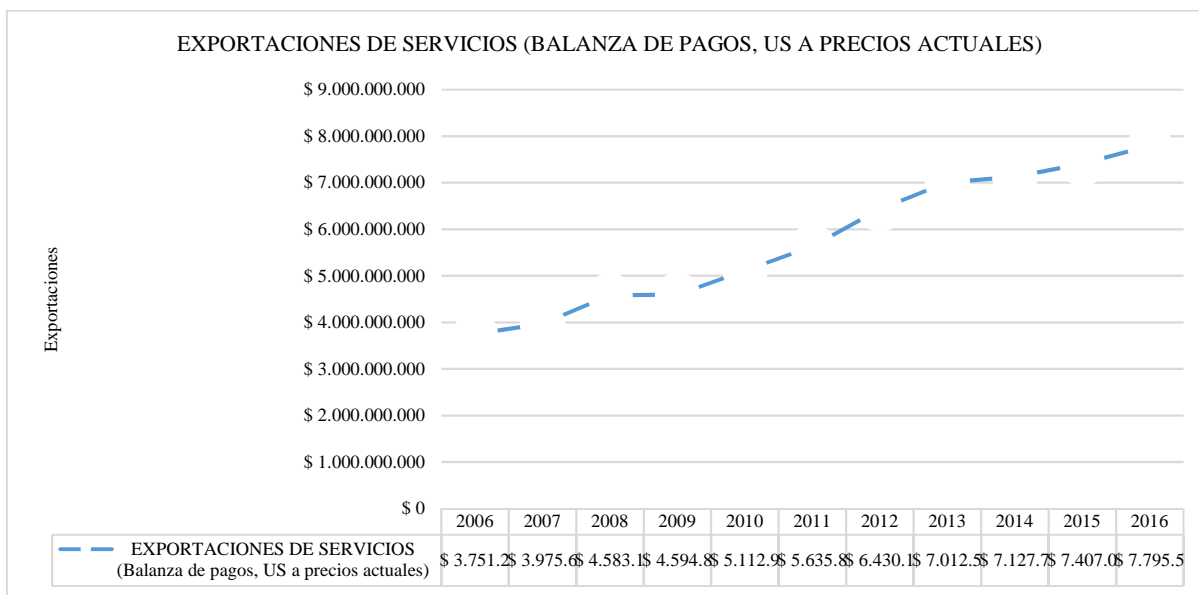
Figura 1. Colombia, Importaciones del sector servicios (2006-2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Banco Mundial (2016)

En la figura 1. se evidencia una desaceleración en las importaciones totales del sector servicios asumiendo que una de las causas de dicho comportamiento fue la crisis financiera de los Estados Unidos ocurrida en el 2008. A pesar de los efectos negativos a nivel real y financiero de la crisis externa en todo el mundo, en comparación con muchos países, la economía colombiana salió “bien” librada, al registrar en 2009 un crecimiento promedio del PIB de 0,8% (García, Ríos, & Callejas, 2010). El comportamiento del sector servicios presentó un ritmo de crecimiento negativo, pero no peor al ritmo presentado en el año anterior, por esto que evidencia que entre el año 2008 y 2009 el incremento en las importaciones no fue muy dinámico, siendo este casi constante. Es importante resaltar que en el 2009 también se registró una fuerte caída de la tasa de inflación siendo este un impacto positivo en la economía colombiana ya que incentivó la inversión y disminuyó la incertidumbre. Una de las proyecciones realizadas en el 2014 para el año 2015 frente al crecimiento mundial, es que este sería muy bajo ya que Estados Unidos se venía recuperando de una fuerte depresión al igual que Europa. En América Latina la situación de Venezuela revela un panorama de inestabilidad macroeconómica lo que también contribuye a que Colombia se vea impactado en su economía.

Figura 2. Colombia, Exportaciones del sector servicios (2006-2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Banco Mundial (2016)

Con respecto a las exportaciones totales del sector de servicios durante los años 2008 y 2009 se evidencia el mismo comportamiento anteriormente mencionado con respecto a las importaciones debido a la gran crisis financiera de los Estados Unidos. Durante el año 2013 el sector de servicios se convirtió en una fuente importante de ingresos y empleo en el país; su participación dentro de la actividad económica fue del 58% durante el primer trimestre del 2013 superando la ponderación de sectores tradicionales como lo son el agro y la industria (ANIF, 2013), es por esto que en la figura 2. se evidencia un comportamiento creciente de las exportaciones hasta el año 2015.

### 3.1.2.2 Incentivos gubernamentales

El Gobierno está comprometido a apoyar y dar impulso al sector de servicios por medio del Programa de Transformación Productiva (PTP), como una estrategia consolidada para su fomento y crecimiento, que en los últimos años generaron un ambiente adecuado para su reconocimiento a nivel mundial. Con los programas Gobierno en Línea, Fortalecimiento de la Industria TI (FITI) y Vive Digital, a través del Ministerio de Tecnologías de la Información, el gobierno colombiano trabaja por una mayor cobertura en el uso redes y aprovechamiento de las mismas. Estos programas abren un amplio espectro de oportunidades para las industrias de software y servicios TI en el país por la masificación y acceso de la tecnología, un crecimiento en la demanda de la industria y los habitantes de estos bienes y servicios (Procolombia, s.f.).

### 3.1.3. Análisis de mercado

El presente análisis de mercado se realizará en la región de América Latina, tomando como base la carencia de implementación de la EEF. En la tabla 5 tomaremos las siguientes variables de evaluación de mercados, en los 20 países que conforman la región.

Tabla 5. Variables Evaluación de Mercado

Variable	Concepto
PIB - Us a precios Actuales	Según el Banco de la República (2017) “Es el total de bienes y servicios producidos en un país durante un periodo de tiempo determinado”.
Población Total – en Millones de Habitantes	Según el Banco Mundial (2017) “Incluye a todos los residentes independientemente de su estado legal o ciudadanía, con excepción de los refugiados no asentados permanentemente en el país de asilo, que suelen considerarse parte de la población del país de origen”.
Tasa de Incidencia de la Pobreza, sobre la base de la línea de pobreza nacional - % de la población	El Banco Mundial (2017) la define “La tasa de pobreza nacional es el porcentaje de personas que vive debajo de la línea de pobreza nacional. Las estimaciones nacionales se basan en estimaciones de subgrupos ponderados según la población, obtenidas a partir de encuestas de los hogares”.
PIB Per Cápita Us a precios Actuales	El Banco Mundial (2017) “Es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año”.
Índice de Estabilidad Política - -2,5 debil- 2,5 fuerte	Según el Ministerio De Economía Y Finanzas De Uruguay ( 2016) “Mide la percepción de la probabilidad de inestabilidad política y/o de violencia de motivación política, incluido el terrorismo “.

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de Banco de la Republica (2017), Banco Mundial (2017) y Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay (2016).

En la tabla 6 utilizaremos los criterios de evaluación, de acuerdo a la importancia que representan las variables para la organización, de esta manera las mismas con mayor ponderación en el proceso de selección de mercados son: la estabilidad política (25%)- ya que ingresamos a un nuevo mercado y no tenemos experiencia internacional, Población (25%)- para conocer el número de habitantes que conforman el mercado, PIB Per Cápita (25%)- Para conocer el poder adquisitivo de la población. Adicionalmente se analiza el PIB (10%) y la Pobreza (15%) como determinantes de la caracterización general de la economía del país.

Se utilizó una metodología de selección por medio de rangos, determinados por la participación de los datos dentro del total de cada variable, se ha otorgado una calificación de (0,1 y 2) siendo cero el menos favorable y 2 el más favorable.

Tabla 6. Calificación Variables Selección de Mercados

VARIABLE	RANGOS	CALIFICACION	PESO DE LAS VA
PIB Per Capita	0-1,5	C	25%
	1,6-3,5	1	
	3,5-12	2	
Población	C-B	C	25%
	16-3L	1	
	3I-4C	2	
Estabilidad Política	2,5) (1	C	25%
	(-0,95) (-0,62)	1	
	(0,63) (-2,55)	2	
Pobresa	0-4,5	C	15%
	4,6-3,5	1	
	3,5-12	2	
PE	141,33	1	10%
	3,34-3,57	1	
	0,00-1	2	

Fuente: Elaboración Propia.

Después de analizar las variables en cada uno de los 20 países de América Latina, obtuvimos cuatro países (Argentina, Brasil, México y Uruguay) cuya ponderación se encontró dentro del rango de 0,86 y 1,2 (Sumatoria de ponderaciones, 0-0,45- escenario menos favorable, 0,46-0,85 escenario neutral, 0,86-1,2, escenario más favorable). Como se puede observar, Colombia queda por fuera de los países pre-seleccionados para el ingreso del aplicativo virtual Edu Financiera, dado que su ponderación equivale al 0.4 y por lo tanto queda dentro del rango de los escenarios menos favorables.

Tabla 7. Matriz Evaluación de Mercados, Países Latinoamericanos

País	PIB (2015) (Mn. millones de dólares)	% Participación	Calificación PIB per cápita	Población (millones)	% Participación	Calificación Población	Estabilidad política (0-100)	% Participación	Calificación Pobreza	PE	% Participación	Calificación PIB per cápita	% Participación	Calificación Población	Índice de Profundidad de Información Crediticia (0-10)	Calificación Índice	Ponderación			
Argentina	532.126.571,07	20,220%	2	0,2	41.100.000	5,000%	0	0,0	30,10%	0,400%	1	0,10	12.431,00	10,000%	1	0,2	-0,07	1	0,22	0,4
Bolivia	31.007,00	0,000%	0	0,0	10.714.700	1,700%	0	0,0	30,00%	0,000%	1	0,10	2.070,00	2,000%	0	0	-0,20	1	0,22	0,4
Brazil	1.774.724,01	0,000%	0	0,0	207.347.523	24,000%	2	0,5	7,40%	1,200%	0	0	8.536,00	2,000%	1	0,22	-0,30	1	0,22	0,0
Chile	240.700,00	0,041%	0	0,0	17.243.341	2,040%	0	0,0	14,40%	2,000%	0	0	13.400,00	10,000%	1	0,2	0,4	1	0,22	0,3
Colombia	202.000,00	0,020%	0	0,0	43.223.704	7,010%	0	0,0	27,00%	4,000%	1	0,10	4.600,00	4,000%	1	0,22	-1,00	0	0	0,4
Costa Rica	24.125,00	0,009%	0	0,0	4.807.000	0,780%	0	0,0	23,10%	0,000%	0	0	5.000,00	0,000%	1	0,22	0,08	1	0,22	0,0
Cuba	0,000%	0,000%	0	0,0	11.229.000	0,000%	0	0,0	0,000%	0,000%	0	0	0,000%	0,000%	0	0	0,00	1	0,22	0,0
Ecuador	710.170,00	0,027%	0	0,0	16.101.400	0,000%	0	0,0	30,00%	0,000%	0	0	4.300,00	0,000%	1	0,2	0,7	1	0,22	0,0
El Salvador	24.000,00	0,009%	0	0,0	6.100.000	0,100%	0	0,0	40,00%	0,000%	1	0,10	3.700,00	0,000%	0	0	-0,04	1	0,22	0,0
Guatemala	40.000,00	0,015%	0	0,0	16.000.000	0,000%	0	0,0	30,00%	0,000%	0	0	2.500,00	0,000%	0	0	-0,04	1	0,22	0,0
Honduras	30.000,00	0,012%	0	0,0	7.000.000	0,100%	0	0,0	30,00%	0,000%	0	0	4.300,00	0,000%	0	0	0,01	1	0,22	0,0
México	1.140.700,00	0,000%	0	0,0	117.017.324	10,000%	1	0,3	20,10%	0,010%	1	0,10	3.000,00	0,000%	1	0,22	-0,07	1	0,22	0,0
Nicaragua	12.000,00	0,000%	0	0,0	5.000.000	0,000%	0	0,0	20,00%	0,000%	1	0,10	2.000,00	0,000%	0	0	-0,00	1	0,22	0,4
Panamá	21.120,00	0,000%	0	0,0	3.000.000	0,040%	0	0,0	20%	0,010%	0	0	7.000,00	10,000%	1	0,2	0,41	1	0,22	0,3
Paraguay	27.000,00	0,000%	0	0,0	7.000.000	0,000%	0	0,0	20,00%	0,070%	0	0	4.000,00	0,1400%	0	0	-0,00	1	0,22	0,0
Perú	130.131,14	0,020%	0	0,0	21.370.000	0,240%	0	0,0	23,00%	0,011%	0	0	6.000,00	4,000%	1	0,22	-0,21	1	0,22	0,0
República Dominicana	30.000,00	0,012%	0	0,0	10.000.000	0,120%	0	0,0	20,00%	0,000%	0	0	3.000,00	0,000%	1	0,22	0,00	1	0,22	0,0
Uruguay	30.000,00	0,009%	0	0,0	3.500.000	0,000%	0	0,0	20,00%	1,000%	0	0	8.500,00	0,000%	1	0,22	0,09	1	0,22	0,0
Venezuela	470.000,00	0,018%	0	0,0	27.000.000	0,000%	0	0,0	40,00%	0,000%	0	0	1.000,00	0,000%	0	0	0,00	0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>5.000.000,00</b>	<b>1,000%</b>			<b>400.000.000</b>	<b>1,000%</b>			<b>1,00%</b>	<b>1,00%</b>			<b>10.000,00</b>	<b>1,00%</b>			<b>0,00</b>			<b>0,0</b>

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Banco Mundial (2017).

A los países pre-seleccionados se les aplicó tres variables que reúnen la información necesaria para el desarrollo del presente plan de negocios.

Tabla 8. Variables de Evaluación de Mercados para los países preseleccionados

Variable	Concepto
Índice de Profundidad de la Información Crediticia (0 bajo -	Según el Banco Mundial, mide las normas que afectan el alcance, la accesibilidad y la calidad de la información crediticia disponible por medio de



8 alto)	registros públicos y privados de crédito
Uso de Aplicaciones Móviles (Por Participación en Latinoamérica)	Mide la participación de los países latinoamericanos en el uso de aplicaciones móviles.
Idioma	Conforma el modo verbal de comunicación de la población en un lugar determinado

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Banco Mundial (2017).

Finalmente, se realizó la calificación de las variables, donde el uso de aplicaciones móviles es la variable que mejor reúne la información relevante del presente plan de negocios, por ello tiene el (60%), seguido por el idioma (20%) y el índice de profundidad de la información crediticia (20%).

Tabla 9. *Matriz Evaluación Mercados Internacionales, Países Preseleccionados*

Países	Índice de Profundidad de la Información Crediticia (0 bajo - 8 alto) Año 2016	Calificación	Ponderación	Idioma	Calificación	Ponderación	Uso de Aplicaciones Móviles (Por Participación en Latinoamérica) 2016	Calificación	Ponderación	Sumatoria Ponderaciones
Argentina	8	2	0,4	Español	1	0,2	8%	0	0,048	0,648
Brasil	7	2	0,4	Portugues	0	0	34%	2	0,204	0,604
México	8	2	0,4	Español	1	0,2	21%	1	0,126	0,726
Uruguay	8	2	0,4	Español	1	0,2	2,50%	0	0,015	0,615

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos Banco Mundial (2017).

Obtuvimos finalmente México como el país al que Edu Financiera ingresará. Lamentablemente para muchos países el tema de educación en general no representa una prioridad nacional y por ende los recursos de la misma no constituyen una participación considerable en este rubro. Cómo es el caso del país de México, la educación financiera ha sido ignorada por muchos años, existe un alto grado de desconocimiento de la población en este tema; reflejados en cuatro aspectos “Escasa participación en los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras, malos hábitos al momento de utilizar los productos y servicios financieros, falta de planeación financiera y desconocimiento de los derechos y obligaciones frente a las instituciones financieras” Eva Amezcua (2014).

Se manifiesta que “66% de los mexicanos califican su conocimiento financiero por debajo del promedio; lo cual representa una oportunidad para elevar ese nivel y proveer mejores herramientas e información adecuada a través de programas de educación financiera” Junco (2013) a raíz de esto la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios ha creado la Semana Nacional de Educación Financiera.

Para México la inclusión financiera da señales de ser un tema de prioridad, dado que los actores del sector y el propio gobierno han convertido este tema en un compromiso inevitable, como

prueba de lo dicho anteriormente se ha manifestado en un reporte presentado por OCDE llamado *Advancing National Strategies for Financial Education*, una lista publicada de países que han demostrado un avance de gran importancia en el desarrollo de la estrategia nacional en beneficio a la Edu Financiera eficazmente interconectada con los objetivos de la inclusión financiera.

#### ***2.1.3.4. Caracterización del Mercado Mexicano.***

En México, no existe ninguna estrategia para la banca móvil, los bancos reconocen que no pueden trabajar por su cuenta y que aún no se han desarrollado acuerdos con instituciones para progresar (Deloitte, 2011). Actualmente, continúan manejando un sistema tecnológico de primera generación esperando por un mayor desarrollo en el manejo de sistemas de medios de pago, seguro e infraestructura tecnológica. Solamente bancos como Banamex y Santander ya permiten la alianza con un dispositivo móvil para poder cobrar y generar tarjetas de crédito virtuales.

Un estudio realizado por eMarketer señala que México se encuentra en el segundo lugar de los países latinoamericanos con mayoría de sesiones de uso de aplicaciones móviles representando el 21% sobre el total (eMarketer, 2016). La llegada de los smartphones ha llevado a la sociedad a dar un salto tecnológico, según Amipci - Asociación Mexicana de Internet, México cuenta con más de 65 millones de usuarios de internet siendo el 70.5% de los cibernautas mexicanos menores de 35 años (Tena, 2016). Según cifras de la consultora IDC, los mexicanos aún siguen haciendo uso de los servicios financieros “a la antigua”, es decir, optan por ir directamente a las sucursales pese a la cantidad y diversidad de aplicaciones y dispositivos móviles. Todo esto debido a la desconfianza y desconocimiento por parte del usuario al utilizar los servicios de banca móvil, apenas el 1% de aplicaciones móviles descargadas en México son de bancos.

#### ***2.1.3.5. Mercado Objetivo.***

Edu Financiera ingresará al país mexicano, esperamos penetrar en principio a su capital, dado el acceso a tecnologías por parte de su población, ocupa el segundo lugar a nivel nacional de entidad federativa con mayor población mexicana en 2015 en número de habitantes, 4 687 003 mujeres y 4 231 560 hombres, donde el mayor porcentaje de la población se encuentra entre los 20 y los 44 años y su población es 99,5 % urbana y tan solo un 0,05% rural (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, s.f.).

#### ***2.1.3.6. Estimación Mercado Potencial.***

La presente estimación se realiza con base en la población total mexicana de los últimos cinco años, donde se toma como base el porcentaje de participación de la entidad federativa, distrito federal (Mercado Objetivo), se plantearon tres escenarios posibles para definir la cuota de mercado y la estimación del mercado potencial.

Tabla 10. *Escenarios de la organización para determinar la cuota de Mercado*

Escenario	Descripción	Cuota de Mercado
<b>Pesimista</b>	No hubo gran acogida por parte de la población frente a la descarga del aplicativo.	5%
<b>Neutral</b>	La descarga y uso del aplicativo virtual fue el esperado por Edu Financiera	25%
<b>Optimista</b>	Hubo gran acogida por parte de la población en el aplicativo	45%

Fuente: Elaboración Propia.

Ciudad de México representa el mercado objetivo del presente plan de negocios, se tomó la información de población total de la ciudad, en millones de habitantes, junto con la tasa de crecimiento de 1990 a 2015, donde a partir de una regresión se proyectó la población de 2016 a 2021, donde según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía Ciudad de México - INEGI, de 1900 a 1970, la población de la Ciudad de México creció aceleradamente y de 1970 a 1990, la población en la capital del país aumentó en más de 1 millón de habitantes, en Ciudad de México, el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más es de 11.1, lo que equivale a segundo año de educación media superior, de esta manera la tabla a continuación refleja la estimación de la demanda para Edu Financiera.

Tabla 11. *Estimación de la demanda con base en los escenarios de la cuota de mercado, en Millones de Habitantes*

Años	1990	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Población Ciudad De México	8,2	8,6	8,8	8,9	13,5	18,1	22,7	27,3	31,9	36,5	41,1
Escenario Pesimista 5%	0,4	0,4	0,4	0,4	0,7	0,9	1,1	1,4	1,6	1,8	2,1
Escenario Neutral 25%	2,1	2,2	2,2	2,2	3,4	4,5	5,7	6,8	8,0	9,1	10,3
Escenario Optimista 45%	3,7	3,9	4,0	4,0	6,1	8,1	10,2	12,3	14,4	16,4	18,5

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos INEGI (2017).

### **2.1.3.7. Perfil del Consumidor.**

El perfil del consumidor de Edu Financiera se encuentra caracterizado de la siguiente forma:

Tabla 12. *Perfil del Consumidor*

Genero	Todos
Edad	15 – 50 años
Preferencias	Salud Financiera Optima Conocimiento Financiero para toma de decisiones Uso de tecnología
Gustos	Aplicaciones Virtuales Conocimiento Financieros en Lenguaje Sencillo Videos, Pedagogías Información económica y financiera actualizada, reunida en un solo lugar

Localización	México
Nivel Educativo	Todos
Ingresos Familiares	Medio- Alto
Profesión	Todos

Fuente: Elaboración Propia

### **3.1.4. Análisis de la Competencia.**

El objetivo del análisis de la competencia es estudiar y analizar a los competidores, es decir, saber dónde y con quién se compite realmente, identificar las oportunidades de negocio, detectar los elementos en los que la empresa puede diferenciarse y así mismo prever la reacción de la competencia.

#### ***3.1.4.1. Productos Sustitutos y Complementarios.***

México carece de aplicativos virtuales como la estructurada por Edu Financiera. Actualmente, Nacional Financiera, institución de banca de desarrollo en México, en compañía con Google lanzaron una convocatoria “Reto Appliquemos México Innovación Financiera”, con el objetivo de apoyar el desarrollo e implementación de aplicaciones financieras para ofrecer más soluciones al mercado mexicano (Universal, 2016). Tonatiuh Salinas, director general de Banca Emprendedora, indica que México es uno de los principales usuarios tecnológicos, siendo la generación de los millennials los principales protagonistas representando más del 80% de compras y participación por internet. Lo que representa una oportunidad de acceso al mercado en este país.

#### ***3.1.4.2. Competencia.***

Edu Financiera carece de competencia directa, pero se encuentra la convocatoria “Reto Appliquemos México Innovación Financiera”, la cual analizaremos y buscaremos hacer parte de ella para el ingreso en el mercado mexicano con el aplicativo virtual.

## **3.2. Estrategias de mercado**

### **3.2.1. Caracterización del Servicio de Venta.**

Edu Financiera presenta el componente de internacionalización con base en la exportación del servicio del aplicativo virtual. Esta aplicación es una guía de educación financiera personalizada, de acuerdo al perfil de cada uno de nuestros usuarios, naturalmente se encontrará disponible en las plataformas virtuales, App Store y Google Play, donde nuestros usuarios podrán descargarla de manera gratuita.

El modelo de ingreso de nuestra aplicación se dará por medio de suscripción, en donde se ofrecerá una asesoría permanente, 24 horas al día 7 días a la semana, nuestro talento humano

calificado brindará apoyo, información y solucionará inquietudes en temas financieros y económicos.

Edu Financiera presenta la primera aplicación virtual que de educación económica y financiera en el mercado; resaltamos nuevamente nuestro carácter social por lo cual, ofreceremos nuestras capacitaciones de manera gratuita para la población vulnerable, de esta manera nuestros clientes no solo reciben nuestra guía, sino que también apoyan al desarrollo de la educación económica y financiera en Colombia.

### 3.2.2. Estrategias de Distribución.

Edu Financiera define la estrategia de distribución del aplicativo virtual en el mercado mexicano, de la siguiente manera:

#### 1. Alternativas de Penetración:

- ) La compañía pretende una vez listo el diseño del aplicativo se procederá a subir la aplicación a las plataformas virtuales Google Store en principio (Primeros meses de funcionamiento, mes 1 a 3 de 2018) y posteriormente en la plataforma App Store (Meses 4 a 12 de 2018). Estas plataformas están disponibles alrededor del mundo, incluyen por supuesto México y Colombia, en estos países no hay ninguna restricción legal para su libre funcionamiento.

#### 2. Costos de la Estrategia

Tabla 13. *Costos de la Estrategia de Distribución*

Acción	Valor
Subir la aplicación a Google Store	
Registro como desarrollador en Google Store	25 dólares un solo pago, sin cuota anual (QODE, 2013)
Subir la aplicación a App Store	
Registro como desarrollador en App Store	99 dólares al año (The App Market, 2017)

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos obtenidos en The App Market (2017), QODE (2013), Vilma Nuñez, (2017), Google AdWords (s.f.).

### 3.2.3. Estrategia de Precio.

El crecimiento de la descarga de aplicaciones en México, ha tenido un incremento anual del 33,4%, registrando más de 82.3 millones de usuarios en el primer trimestre de 2016, se conoce que el 8,6% de los usuarios descargan aplicaciones de pago, lo que representa una gran oportunidad para la compañía, dado que el aplicativo Edu Financiera, es de descarga gratuita y ofrece compras dentro del app, característica de gran acogida por los usuarios mexicanos, quienes continúan incrementando el número de dispositivos móviles en el país; en el primer trimestre de 2016 se registraron, 79.98 millones de dispositivos, cerca de 21.7 millones de tabletas en el país, dada la diversificación de dispositivos móviles asequibles, los consumidores de menor poder adquisitivo ahora pueden acceder a aplicaciones.

Por otra parte, se registra una contracción en el gasto de aplicaciones de paga, dado la devaluación del peso mexicano frente al dólar, el precio promedio de este tipo de aplicaciones paso de 13 pesos a 17 pesos, lo que representó un aumento del 30,8% del precio de pago en el aplicativo virtual (The Competitive Intelligence Unit).

Por tanto, la decisión de fijación del precio de suscripción para el aplicativo será con base en una orientación de precios de Statu Quo, considerando que en el mercado actualmente no existe un aplicativo similar a Edu Financiera, la compañía toma como referencia el precio promedio de los aplicativos dentro de la categoría de aplicaciones de paga para fijar su valor mensual en \$17 Mxn (Pesos Mexicanos), a partir del costeo detallado en la sección costos de producción.

### 3.2.4. Estrategia de Promoción.

Edu Financiera planteará la estrategia de promoción por medio del uso de redes sociales, como medio de reconocimiento de la compañía por parte de los usuarios de internet. Al ser el servicio a exportar una app, se considera el canal virtual adecuado para llegar a la población objetivo:

De esta manera se plantea la creación de cuentas en redes sociales gratuitas, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, como medios de comunicación y promoción de la descarga del aplicativo virtual en las plataformas, de esta manera se pretende realizar las siguientes publicaciones:

- ) Frases motivacionales de educación financiera
- ) Tips y consejos financieros
- ) Videos cortos educativos en temas financieros

#### 1. Costo de la Estrategia

Tabla 14. *Presupuesto de la Estrategia de Promoción*

Promoción en Facebook de las publicaciones	
CPC (Coste por clic) México	\$0.05 dólares (Vilma Nuñez, 2017)
CPL (Coste por like) México	\$0.03 dólares
Coste por instalación de app México	\$0.35 dólares
Promoción en Instagram de las publicaciones	
CPC (Coste por clic) México	\$0.05 dólares (Vilma Nuñez, 2017)
CPL (Coste por like) México	\$0.03 dólares
Coste por instalación de app México	\$0.35 dólares
Promoción en YouTube de las publicaciones	
Promoción video corto por segundo	\$0.35 dólares (Google AdWords, s.f.)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Vilma Nuñez (2017) ,Google AdWords,(s.f.).

De esta manera se destinará un presupuesto de \$12600 dólares anuales para las actividades de promoción, divididas en \$350 dólares para las campañas de Facebook, \$350 dólares para Instagram y \$350 dólares para YouTube cada mes. Los primeros 3 meses se emplearán campañas de CPL (Costo por Like) con el fin de dar a conocer a la compañía y sus servicios,

luego se proseguirá a realizar campañas de CPC (Costo por Clic) con el fin de generar recordación por parte de los usuarios frente al aplicativo, finalmente se aplicarán la campaña de coste por instalación del aplicativo en México, con el fin de incrementar el número de descargas de la app.

De manera gradual este presupuesto corresponde al 29% de las ventas para el primer año; para 2019 y 2020 corresponderá al 45% de las ventas, en 2022 será del 50%, los valores totales del presupuesto para los próximos 5 años, se detallan en el literal 3.7. referente a los costos de producción.

### 3.2.5. Estrategias de Comunicación.

Edu Financiera determina la difusión del aplicativo virtual por medio del uso de las redes sociales, donde crearemos perfiles empresariales oficiales de la compañía, compartiremos información relevante, solucionaremos inquietudes, generaremos de manera objetiva y clara contenido de educación financiera en base a las preferencias de nuestros usuarios, como canal masivo de comunicación virtual, de esta manera las ventajas, bondades y servicios de la compañía llegarán de manera directa al mercado objetivo en ciudad de México, cuyo presupuesto corresponde a aquel planteado en la estrategia de promoción.

### 3.2.6. Estrategias de Servicio.

Edu Financiera cuenta con un servicio 100% personalizado, de esta manera nuestro compromiso con nuestros clientes es de siete días a la semana y 24 horas al día, los canales de comunicación con la compañía serán de carácter directo, por medio del aplicativo virtual en el menú de panel de administración y en nuestras redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube).

Los servicios de soporte técnico de la compañía frente al funcionamiento del aplicativo virtual, pagos contenidos, dudas e inquietudes se resolverán en línea, directamente dentro del menú del panel de administración.

### 3.2.7. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo.

Dadas las estrategias de la compañía frente a la mezcla de mercadeo, se define el siguiente presupuesto de producto, plaza y promoción para 2018:

Tabla 15. *Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo*

Ítem	Actividad	Frecuencia	Costo
Producto	Desarrollo Aplicación	1 vez	\$18.000.000 COP
Plaza	Subir la aplicación a Google Store	1 vez	25 dólares
	Subir la aplicación a App Store	Anual	99 dólares
Promoción	Apertura Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	1 vez	\$0
	Subir contenido redes sociales	Diaria	\$0
	Publicidad en Facebook	Mensual	350 dólares

Publicidad en Instagram	Mensual	350 dólares
Publicidad en YouTube	Mensual	350 dólares

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.8. Estrategias de Aprovisionamiento.

Al ser un servicio, el proceso de desarrollo del aplicativo virtual se describirá dentro del área de operación y se cancelará una vez se tenga finalizada la aplicación por parte de la empresa desarrolladora, los proveedores de contenido educativo estarán conformados por el talento humano de la compañía, compuesto por profesionales en finanzas y comercio internacional de la Universidad de la Salle, la edición y solución del funcionamiento del aplicativo lo desarrollará un profesional de contenido virtual e informática, vinculado directamente a la compañía.

### 3.3. Proyecciones de Ventas.

Según la clasificación central de productos (CPC), el aplicativo virtual corresponde a la sección 4: Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo, División 47: Equipo y Aparatos de Radio, Televisión y Comunicaciones, Grupo: 478 Paquetes de Software, Clase: 4782 Paquetes de Aplicaciones para Software, Subclase: 47821, Producto/Servicio: Paquetes de aplicaciones de productividad general de negocio y usos de aplicaciones del hogar (DANE, s.f.).

Las proyecciones de ventas se realizan para un periodo de 5 años iniciando en 2018 y finalizando en 2022, los ingresos unitarios y totales se encuentran expresados en moneda local, pesos colombianos (Cop) y en moneda extranjera, pesos mexicanos (MXN), dentro de un escenario pesimista, dado el alto nivel de riesgo de la idea de negocio.

El número de descargas se realizó con base en una regresión basada en el número de descargas de la categoría Educación, en ciudad de México, de 2006 a 2016 donde se espera que el 70% de los usuarios que descarguen el aplicativo se suscriban al contenido pago, por otro lado, se espera que cerca del 30% del total de los suscriptores desinstalen el aplicativo, resaltando los posibles escenarios:

- ) El usuario ya accedió al servicio financiero que requería
- ) Por disminución de gastos decide no continuar con la suscripción del aplicativo
- ) Desinterés por el contenido ofrecido por la compañía

Para la proyección de los ingresos en moneda local se realizó una regresión, cuya variable X, corresponde a Años (2009-2016) y la variable Y corresponde al promedio anual del tipo de cambio de pesos colombianos por peso mexicano. La compañía mediante el uso de derivados financieros estabilizará la tasa de cambio, de esta manera se presentan cifras cercanas a la realidad esperada por la compañía.

Se tomó en cuenta los meses de aumento del número de descargas en los meses de enero, junio y diciembre, por temporada vacacionales, junto con un promedio de descargas constantes para el resto de los meses con un número de descargas menor (febrero, marzo, abril, julio, agosto,



septiembre, noviembre), de igual manera se estableció el número total anual de descargas, junto con el número de suscriptores de pago por el aplicativo mensual y el número de suscriptores de pago acumulados (anual). Dada la naturaleza del servicio de exportación el pago de la suscripción será mensual y de contado.

Una vez el aplicativo se encuentra en las plataformas ya mencionadas (App Store y Google Store), por normativa de Google y Apple, el 30% de los ingresos del aplicativo serán para la plataforma y 70% para el desarrollador (Yeeply, s.f.).

El contenido no pago del aplicativo se financiará por medio de publicidad de las plataformas App Store y Google Store, de esta manera la compañía contará con ingresos extras, provistos por otras compañías, administradas y vigiladas por las plataformas anteriormente señaladas.

Tabla 16. *Proyecciones de Ventas Aplicativo Edu Financiera*

Año	Mes	Numero de Descargas	Nº Suscripción Paga	Nº Desinstalación App	Nº Suscripción	Ingresos Unitario MXN	Ingreso Total MXN	Ingresos Unitario COP	Ingreso Total COP
2018	Enero	2.500	1.750	525	1.225	\$ 17	\$ 20.825	\$ 2.786	\$ 3.413.050
	Febrero	1.250	875	263	1.838	\$ 17	\$ 31.238	\$ 2.786	\$ 5.119.575
	Marzo	1.250	875	263	2.450	\$ 17	\$ 41.650	\$ 2.786	\$ 6.826.100
	Abril	1.250	875	263	3.063	\$ 17	\$ 52.063	\$ 2.786	\$ 8.532.625
	Mayo	1.250	875	263	3.675	\$ 17	\$ 62.475	\$ 2.786	\$10.239.150
	Junio	2.500	1.750	525	4.900	\$ 17	\$ 83.300	\$ 2.786	\$13.652.200
	Julio	1.250	875	263	5.513	\$ 17	\$ 93.713	\$ 2.786	\$15.358.725
	Agosto	1.250	875	263	6.125	\$ 17	\$104.125	\$ 2.786	\$17.065.250
	Septiembre	1.250	875	263	6.738	\$ 17	\$114.538	\$ 2.786	\$18.771.775
	Octubre	1.250	875	263	7.350	\$ 17	\$124.950	\$ 2.786	\$20.478.300
	Noviembre	1.250	875	263	7.963	\$ 17	\$135.363	\$ 2.786	\$22.184.825
	Diciembre	2.500	1.750	525	9.188	\$ 17	\$156.188	\$ 2.786	\$25.597.874
	Anual	<b>18.750</b>	<b>13.125</b>	<b>3.938</b>	<b>9.188</b>	\$	1.020.425	\$	167.239.447
30% Porcentaje para la Plataforma						\$	306.128	\$	50.171.834
<b>Ingresos Netos</b>						<b>\$</b>	<b>714.298</b>	<b>\$</b>	<b>117.067.613</b>
2019	Enero	2.600	1.820	546	10.462	\$ 21	\$219.692	\$ 3.443	\$36.023.709
	Febrero	1.258	881	264	11.078	\$ 21	\$232.636	\$ 3.443	\$38.146.324
	Marzo	1.258	881	264	11.694	\$ 21	\$245.581	\$ 3.443	\$40.268.939
	Abril	1.258	881	264	12.311	\$ 21	\$ 258.526	\$ 3.443	\$42.391.554
	Mayo	1.258	881	264	12.927	\$ 21	\$ 271.471	\$ 3.443	\$44.514.169
	Junio	2.600	1.820	546	14.201	\$ 21	\$ 298.225	\$ 3.443	\$48.901.131
	Julio	1.258	881	264	14.818	\$ 21	\$ 311.170	\$ 3.443	\$51.023.746
	Agosto	1.258	881	264	15.434	\$ 21	\$ 324.114	\$ 3.443	\$53.146.360
	Septiembre	1.258	881	264	16.050	\$ 21	\$ 337.059	\$ 3.443	\$55.268.975
	Octubre	1.258	881	264	16.667	\$ 21	\$ 350.004	\$ 3.443	\$57.391.590
	Noviembre	1.258	881	264	17.283	\$ 21	\$ 362.949	\$ 3.443	\$59.514.205
	Diciembre	2.600	1.820	546	18.557	\$ 21	\$ 389.703	\$ 3.443	\$63.901.167
	Anual	<b>19.122</b>	<b>13.385</b>	<b>4.016</b>	<b>18.557</b>	\$	3.601.130	\$	590.491.868
30% Porcentaje para la Plataforma						\$	1.080.339	\$	177.147.561
<b>Ingresos Netos</b>						<b>\$</b>	<b>2.520.791</b>	<b>\$</b>	<b>413.344.308</b>
2020	Enero	2.700	1.890	567	19.880	\$ 25	\$ 497.007	\$ 4.101	\$81.537.073

	Febrero	1.267	887	266	20.501	\$ 25	\$ 512.528	\$ 4.101	\$84.083.348
	Marzo	1.267	887	266	21.122	\$ 25	\$ 528.049	\$ 4.101	\$86.629.623
	Abril	1.267	887	266	21.743	\$ 25	\$ 543.569	\$ 4.101	\$89.175.898
	Mayo	1.267	887	266	22.364	\$ 25	\$ 559.090	\$ 4.101	\$91.722.173
	Junio	2.700	1.890	567	23.687	\$ 25	\$ 592.165	\$ 4.101	\$97.148.331
	Julio	1.267	887	266	24.307	\$ 25	\$ 607.686	\$ 4.101	\$99.694.606
	Agosto	1.267	887	266	24.928	\$ 25	\$ 623.207	\$ 4.101	\$102.240.881
	Septiembre	1.267	887	266	25.549	\$ 25	\$ 638.727	\$ 4.101	\$ 104.787.156
	Octubre	1.267	887	266	26.170	\$ 25	\$ 654.248	\$ 4.101	\$ 107.333.431
	Noviembre	1.267	887	266	26.791	\$ 25	\$ 669.769	\$ 4.101	\$ 109.879.706
	Diciembre	2.700	1.890	567	28.114	\$ 29	\$ 815.299	\$ 4.758	\$ 133.754.803
	Anual	<b>19.503</b>	<b>13.652</b>	<b>4.096</b>	<b>28.114</b>	\$	7.241.343	\$	1.187.987.028
	30% Porcentaje para la Plataforma					\$	2.172.403	\$	356.396.108
			<b>Ingresos Netos</b>			<b>\$</b>	<b>5.068.940</b>	<b>\$</b>	<b>831.590.919</b>
2021	Enero	2.800	1.960	588	29.486	\$ 29	\$ 855.087	\$ 4.760	\$ 140.352.487
	Febrero	1.278	895	268	30.112	\$ 29	\$ 873.247	\$ 4.760	\$ 143.333.301
	Marzo	1.278	895	268	30.738	\$ 29	\$ 891.408	\$ 4.760	\$ 146.314.115
	Abril	1.278	895	268	31.364	\$ 29	\$ 909.568	\$ 4.760	\$ 149.294.929
	Mayo	1.278	895	268	31.991	\$ 29	\$ 927.728	\$ 4.760	\$ 152.275.742
	Junio	2.800	1.960	588	33.363	\$ 29	\$ 967.516	\$ 4.760	\$ 158.806.477
	Julio	1.278	895	268	33.989	\$ 29	\$ 985.677	\$ 4.760	\$ 161.787.291
	Agosto	1.278	895	268	34.615	\$ 29	\$1.003.837	\$ 4.760	\$ 164.768.105
	Septiembre	1.278	895	268	35.241	\$ 29	\$1.021.997	\$ 4.760	\$ 167.748.919
	Octubre	1.278	895	268	35.868	\$ 29	\$1.040.158	\$ 4.760	\$ 170.729.733
	Noviembre	1.278	895	268	36.494	\$ 29	\$1.058.318	\$ 4.760	\$ 173.710.547
	Diciembre	2.800	1.960	588	37.866	\$ 29	\$1.098.106	\$ 4.760	\$ 180.241.282
	Anual	<b>19.902</b>	<b>13.931</b>	<b>4.179</b>	<b>37.866</b>	\$	11.632.647	\$	1.909.362.926
	30% Porcentaje para la Plataforma					\$	3.489.794	\$	572.808.878
			<b>Ingresos Netos</b>			<b>\$</b>	<b>8.142.853</b>	<b>\$</b>	<b>1.336.554.048</b>
2022	Enero	2.900	2.030	609	39.287	\$ 33	\$1.296.462	\$ 5.419	\$ 212.905.546
	Febrero	1.288	902	270	39.918	\$ 33	\$1.317.289	\$ 5.419	\$ 216.325.758
	Marzo	1.288	902	270	40.549	\$ 33	\$1.338.116	\$ 5.419	\$ 219.745.970
	Abril	1.288	902	270	41.180	\$ 33	\$1.358.943	\$ 5.419	\$ 223.166.182
	Mayo	1.288	902	270	41.811	\$ 33	\$1.379.770	\$ 5.419	\$ 226.586.394
	Junio	2.900	2.030	609	43.232	\$ 33	\$1.426.663	\$ 5.419	\$ 234.287.182
	Julio	1.288	902	270	43.863	\$ 33	\$1.447.490	\$ 5.419	\$ 237.707.394
	Agosto	1.288	902	270	44.494	\$ 33	\$1.468.317	\$ 5.419	\$ 241.127.606
	Septiembre	1.288	902	270	45.126	\$ 33	\$1.489.144	\$ 5.419	\$ 244.547.818
	Octubre	1.288	902	270	45.757	\$ 33	\$1.509.971	\$ 5.419	\$ 247.968.030
	Noviembre	1.288	902	270	46.388	\$ 33	\$1.530.798	\$ 5.419	\$ 251.388.242
	Diciembre	2.900	2.030	609	47.809	\$ 33	\$1.577.691	\$ 5.419	\$259.089.030
	Anual	<b>20.292</b>	<b>14.204</b>	<b>4.261</b>	<b>47.809</b>	\$	17.140.653	\$	2.814.845.152
	30% Porcentaje para la Plataforma					\$	5.142.196	\$	844.453.545
			<b>Ingresos Netos</b>			<b>\$</b>	<b>11.998.457</b>	<b>\$</b>	<b>1.970.391.606</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Banco de la República (s.f.).

## 4. Operación

El capítulo de operación cuantifica los rubros correspondientes al desarrollo del objeto social de Edu. Financiera, frente al componente de internacionalización del aplicativo virtual, de esta manera se detallará la ficha técnica, estado de desarrollo, descripción del proceso de producción, necesidades, requerimientos y plan de desarrollo. A su vez se analiza el plan de compras, los costos de producción y su infraestructura.

### 4.1. Ficha técnica del producto o servicio

A continuación, se evidencia un documento que resume el funcionamiento y otras características de la aplicación virtual enfocada en temas financieros que pretende ofrecer Edu. Financiera a los usuarios de forma objetiva y neutra.

Tabla 17. *Ficha Técnica del Aplicativo Virtual*

Tipo de Servicio	Aplicación Virtual
Plataformas Disponibles	) App Store ) Google Play
Modelo de Ingreso	Por Suscripción
Descripción de Servicio	) Asesoría Financiera ) Educación Financiera y Económica ) Información actual del sistema financiero ) Información de procedimientos y requisitos bancarios ) Asesoría en: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Créditos <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hipotecarios</li> <li>▪ Leasing</li> <li>▪ Libre Inversión</li> </ul> </li> <li>○ Inversión</li> <li>○ Ahorro</li> </ul>
Características	) Educación Financiera y Económica
Ventajas para el Cliente	) Disminuye la brecha de exclusión financiera en el país ) Empodera a las personas en la toma de decisiones de índole económico y financiero ) Concientiza a la población ) Ayuda a mantener unas finanzas personales saludable, por lo cual se mejorará la calidad de vida de nuestros clientes ) No solamente reciben nuestra asesoría, sino que además contribuyen con la población vulnerable

Fuente: Elaboración Propia

### 4.2. Estado del desarrollo

El proyecto se encuentra actualmente en proceso de planeación, se espera que al finalizar el presente plan de negocio se inicie todo el proceso de ejecución del proyecto, iniciando con la

legalización de la compañía seguido de realizar el lanzamiento del aplicativo virtual en las plataformas Google y App Store, junto con todas las actividades plasmadas en el presente proyecto.

### 4.3. Descripción del Proceso de Producción

El proceso del desarrollo del aplicativo virtual será contratado a un proveedor de apps, dada la complejidad en el desarrollo y los requerimientos por parte de las plataformas de obligatorio cumplimiento por parte de los aplicativos, dentro de este proceso se trabajará mancomunadamente en el diseño, contenido, funcionalidad y aspectos propios del aplicativo, la secuencialidad del desarrollo de la app, se detalla en la figura 3.

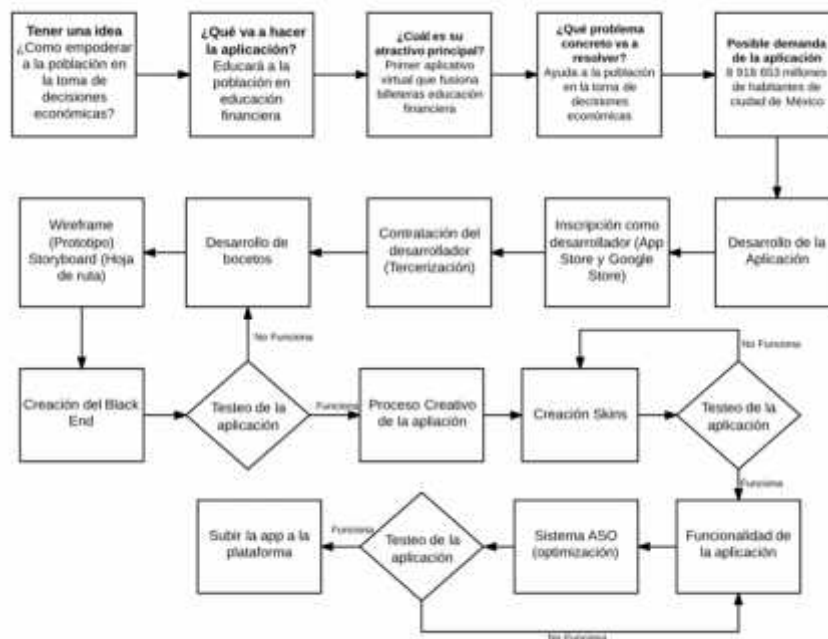


Figura 3. Diagrama de Flujo del Proceso de Producción. Fuente: Elaboración Propia a partir de datos obtenidos en Ignacio Santiago (s.f.), YeePLY, (s.f.)

### 4.4. Necesidades y Requerimientos

Edu Financiera desarrollará virtualmente todos los servicios de la compañía, de esta manera internet se convertirá en la herramienta de comunicación empresarial; el talento humano de la compañía se comunicará por medio de esta herramienta para diseñar y programar el contenido del aplicativo virtual, recopilar, formular y estructurar la información de la organización, estructurar cronogramas, responsabilidades y funciones a realizar, este enfoque se realizará con base en una estrategia de reducción de costos, dado que Edu Financiera constituye una idea nueva en el mercado y por tanto es altamente riesgosa. Se proyecta que en 2020 Edu Financiera

cuenta con una oficina donde se estructurarán los contenidos, programas, videos de los servicios ofrecidos por la compañía, cuyas necesidades y requerimientos a precios de 2017 fueron obtenidos en catálogos de grandes superficies, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 18. *Necesidades y Requerimientos Oficina 2020*

Cantidad	Descripción	Valor	Valor Total
12	Escritorios	\$ 200.000	\$ 2.400.000
12	Computadores de Escritorio	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000
12	Licencias de Software	\$ 388.000	\$ 4.656.000
2	Impresora	\$ 250.000	\$ 500.000
12	Sillas Escritorio	\$ 400.000	\$ 4.800.000
6	Sillas Visitantes	\$ 100.000	\$ 600.000
4	Archiveros	\$ 100.000	\$ 400.000
12	Lámparas Escritorio	\$ 30.000	\$ 360.000
Varios	Sumisitos Oficina (Mensual)	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Varios	Papelería (Mensual)	\$ 100.000	\$ 1.200.000
1	Cámaras de Video	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
1	Kit Accesorios Iluminación	\$ 300.000	\$ 300.000
TOTAL			\$ 37.116.000

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5. Plan de Producción

Edu financiera espera contar con la aplicación en la plataforma Google Store en el mes de enero de 2018 y App Store a partir del mes de marzo de 2018, debido a la complejidad normativa por parte de la plataforma frente a las nuevas aplicaciones. Este desarrollo se tercerizará con base en la complejidad y características propias del aplicativo, algunas de las características son:

- a. Calidad optima
- b. Aplicación Android + IOS
- c. Interfaz Personalizada
- d. Aplicación con compras dentro de la app
- e. Sistema de login: con redes sociales y e-mail
- f. Los usuarios tienen perfiles propios
- g. Cuenta con un panel de administración

El soporte y actualización del aplicativo será desarrollado por personal calificado de nuestra compañía, en caso de reinversión estructural del aplicativo relevante, ya sea por cambio de tecnología, cambio normativo importante, será necesario tercerizarlo, este rubro se cuantificará en los costos de producción. El uso de las redes sociales será utilizado para dar a conocer la compañía, ofrecer nuestros servicios e impulsar la descarga y suscripción del aplicativo.

#### 4.6. Plan de Compras

A continuación, se presenta a detalle el costo de cada insumo necesario en el diseño del aplicativo virtual Edu Financiera:

Tabla 19. *Plan de Compras*

ITEM	COSTO	JUSTIFICACIÓN
Elaboración de la aplicación	\$18.000.000 COP	Se contratará la elaboración del aplicativo virtual a la empresa Panamericana formas e impresos S.A. ubicada en Bogotá: Calle 65 # 95-28, dada la larga trayectoria, reconocimiento y experiencia en Colombia en el diseño de aplicativos virtuales para grandes compañías nacionales y suramericanas
Inscripción como desarrollador en las plataformas (App Store y Google Store)	App Store (99 dólares anuales) Google Store (25 dólares)	En cumplimiento a la normativa de las plataformas Google y App Store frente al requerimiento de la inscripción como desarrollador y su respectivo pago, lo que permite subir, modificar y actualizar los aplicativos virtuales propios, de esta manera en el caso de App Store será un rubro anual y Google Store un pago único.
Promoción	1050 USD	Este rubro corresponde al presupuesto mensual de las estrategias de promoción de la compañía Edu Financiera en ciudad de México, las cuales incluyen Redes Sociales, como Facebook Instagram y YouTube.
Talento Humano	\$4.100.000 COP	Corresponde al personal contratado por la compañía, en las áreas de programación - contenidos, software – aplicativos y financiera. El valor corresponde a un rubro mensual.

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7. Costos de Producción

En la siguiente tabla se encuentra la proyección de los costos de producción del aplicativo virtual, dado que existen valores en dólares (Inscripción como desarrollador en las plataformas y presupuesto de promoción), la proyección de estos para los próximos 5 años se realizó con base en los datos mensuales de inflación de Estados Unidos, de junio de 2018 a junio de 2017; frente al valor en pesos (Talento Humano), las proyecciones se realizaron de acuerdo al incremento anual del salario mínimo en un periodo de tiempo de 1990 a 2017, la incorporación de nuevo talento humano en la compañía se especifica en el literal 4.4.1. referente a Gastos de Personal.

Existen costos que se cancelarán una sola vez, estos corresponden a: Elaboración de la aplicación (COP \$18.000.000) e Inscripción como desarrollador en Google Store (USD 25).

Se considera la cuantificación del 10% del valor del aplicativo anual frente a una posible reinversión estructural de los aplicativos por mejoras, en caso tal de cambio de tecnología y/o normativa relevante que deba ser necesario tercerizar. Este rubro es de carácter opcional, hace las veces de un presupuesto de seguro frente a un cambio relevante en el sector y que pueda afectar a la compañía. Su proyección se realizó con base en una regresión cuya variable X correspondió a

la variable años en el periodo comprendido entre enero-2000 y junio-2017 y la Variable Y el IPC, específicamente la variación porcentual.

El rubro de promoción corresponde al 29% del valor de las ventas en 2018, para 2019 y 2020 corresponderá al 45% de las ventas, en 2022 será del 50%, dada la naturaleza de la compañía, la promoción corresponde a los esfuerzos de la compañía para llegar a los usuarios, internet constituye la herramienta más importante para el desarrollo de Edu Financiera.

Se incluye la cuantificación de la renta de una oficina, suministros, compra del mobiliario, pago de servicios públicos a partir de 2020, la proyección se realizó basado en el IPC, bajo la metodología expuesta anteriormente.

Tabla 20. *Costos de Producción*

Ítem	2018	2019	2020	2021	2022
Elaboración de la aplicación	\$18.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inscripción como Desarrollador App Store	USD 99	USD 102	USD 105	USD 108	USD 112
Inscripción como Desarrollador Google Store	USD 25	USD -	USD -	USD -	USD -
Promoción	USD 12.600	USD 56.094	USD190.957	USD301.308	USD436.234
Talento Humano	\$ 49.506.936	\$ 78.851.157	\$143.798.068	\$230.929.929	\$278.298.095
Posible Reinversión Estructural	\$ 1.800.000	\$ 1.936.963	\$ 2.096.351	\$ 2.281.846	\$ 2.497.895
Gastos de Puesta en Marcha (Tramites Legalización)	\$ 1.219.000	\$ 1.311.755	\$ 1.419.696	\$ 1.545.317	\$ 1.691.630
Necesidades y Requerimientos (Mobiliario)			\$ 35.009.070		
Suministros Oficina y Papelería Mensual (Licencias)			\$ 8.217.698	\$ 8.944.837	\$ 9.791.748
Renta y Servicios Públicos			\$ 20.963.515	\$ 22.818.462	\$ 24.837.544

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de Proyecciones de IPC Banco de la República (2017) y Proyecciones Inflación EEUU Global Rates (s.f.).

#### 4.8. Infraestructura

El rubro de los costos de infraestructura no será tenido en cuenta para los dos primeros años de funcionamiento, de esta manera se espera para 2020, rentar una oficina en la ciudad de Bogotá, donde se brindarán los servicios de la compañía, la caracterización del mobiliario se detalla en el literal 3.4 Necesidades y Requerimientos. La Tabla 21. presenta en resumen el rubro concerniente a la oficina de 2020 a 2022.

Tabla 21. *Infraestructura Edu Financiera 2020-2022, Pesos Colombianos*

Ítem	2020	2021	2022
Necesidades y Requerimientos (Mobiliario)	\$ 35.009.070		
Suministros Oficina y Papelería Mensual (Licencias)	\$ 8.217.698	\$ 8.944.837	\$ 9.791.748
Renta y Servicios Públicos	\$ 20.963.515	\$ 22.818.462	\$ 24.837.544

Fuente: Elaboración propia

## 5. Organización

La organización de Edu Financiera consta de cuatro componentes importantes como lo son la estrategia organizacional, la estructura organizacional, la constitución de la empresa y por último los costos administrativos que consta de los siguientes gastos: de personal, puesta en marcha y administrativos anuales.

### 5.1. Estrategia Organizacional

Mediante este ítem se busca identificar en primer lugar las fortalezas y debilidades de la empresa, en segundo lugar, las oportunidades y amenazas del mercado. A partir de esta información describir las etapas de definición, implementación, operación de Edu Financiera, las entidades que intervienen en cada una de las etapas y las acciones a realizar.

#### 5.1.1. Análisis DOFA.

A continuación, se presenta el análisis DOFA de la organización:

*Tabla 22. DOFA Edu Financiera*

EDU FINANCIERA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1 Plan de negocios con objetivos claros y una estrategia definida.	D1 Imagen débil por ser una empresa nueva en el sector de servicios, y en el mercado de aplicaciones virtuales
	F2 La compañía cuenta con una unidad de negocio innovadora en el servicio ofrecido al cliente	D2 La compañía cuenta con recursos limitados
	F3 La compañía cuenta con responsabilidad social empresarial, para la población vulnerable colombiana	D3 No hay reconocimiento de marca, al ser nueva en el mercado
	F4 La compañía cuenta con talento humano capacitado e idóneo	D4 La ubicación física de la compañía es desconocida en el mercado
	F5 Enfoque de Internacionalización de la organización	D5 Desconocimiento de la aceptación del aplicativo por clientes internacionales
	F6 Servicio de fácil exportación a países con distancia psicológica menor	D6 Falta de Experiencia en mercados nacionales e internacionales
	F7 Tolerancia al riesgo de penetración a mercados internacionales	D7 Desconocimiento de las preferencias en metodologías de asesorías de educación financiera en mercados internacionales
	F8 Actitud organizacional proactiva	D8 Toma de decisiones reactiva por parte de las empresarias en el mercado
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO CRECIMEINTO	ESTRATEGIAS DO SUPERVIVENCIA



O1	Apoyo Gubernamental para Pymes, por medio de organizaciones como Proexport, Cámara de Comercio, Súper Sociedades, entre otros	F3-O3 Aprovechar la incursión simultanea (Física y Virtual) para dar a conocer la compañía, expresando ventajas y beneficios propios de la compañía junto con aspectos relevantes a una estrategia de marketing enfocada a incursionar dentro de este mercado poco explorado y así poder maximizar el potencial de la compañía, buscar apoyo de entidades gubernamentales para llegar a la población vulnerable	D1-O1 Edu Financiera debe enfocar sus estrategias y herramientas a hacer uso de estos apoyos Gubernamentales, con el fin de obtener recursos y asesoría gratuita de personal idóneo que resolverá dudas y ayudará a guiar a la compañía a un establecimiento firme en el mercado objetivo
O2	Mercado creciente en uso de aplicaciones virtuales para optimizar los procesos, creciente necesidad de incursionar en el sector financiero, grandes requisitos y exclusión financiera	F4-O4 Utilizar el Talento humano capacitado en pro de aprovechar los beneficios del Gobierno Colombiano frente a las pymes y trabajar de la mano de las Organizaciones del sector servicios de educación financiera en el país para renovar y actualizar el desarrollo estructural de la compañía a la vanguardia de mercado, adoptando un actuar proactivo	D3-O2 Edu Financiera debe evocar sus estrategias al reconocimiento de marca, por ello es necesario trabajar tanto en la presencia física como es la presencia virtual con identidad propia dada en servicio, calidad, innovación, presentación del producto, oportunidad en el servicio... que permita al cliente familiarizarse con la marca, resaltando la responsabilidad social empresarial
O3	Segmento de Mercado poco explorado	F1-O2 Edu Financiera debe enfocarse en estrategias de mejora de la experiencia para al cliente, resaltando los beneficios y ventajas de las asesorías personalizadas con base en las necesidades identificadas, por lo cual debe plantear una estrategia que permita ser reconocido	D2-O3 En este aspecto Edu Financiera debe consolidarse como una organización eficaz, eficiente y confiable para los clientes, es así como se debe trabajar en pro de estrategias de fidelización de los clientes, de esta manera esta voz a voz, propio de la experiencia en nuestra compañía alimentará los recursos publicitarios y permitirá una utilización eficiente de recursos
O4	Beneficios de índole tributaria para Mipymes	F2-O1 Edu Financiera debe constituirse dentro de los lineamientos de la política Gubernamental del país sede, por lo cual se hace necesario acogerse a los planes que ofrece el Gobierno y las Instituciones, con miras de actualización y obtención de consultoría, dentro del marco de mejora continua	D4-O4 Se hace necesario publicar la compañía en la ubicación física con anterioridad, dando a conocer a nuestros futuros clientes la compañía, de manera simultánea se debe diseñar una estrategia solida de marketing digital que permita una penetración eficiente en el mercado y ser una empresa perdurable.
O5	Mercado Internacional carente de organizaciones en temas de educación financiera y económica	F5-O5 Edu Financiera fusiona la oportunidad de carencia de empresas orientadas hacia la educación financiera y económica, junto con el enfoque de internacionalización con el fin de llevar a cada vez más mercados internacionales nuestros servicios y empoderar a la población en la toma de decisiones	D5-O5 El factor de carencia de organizaciones en el mercado internacional permite que las estrategias que realice la compañía estén enfocadas en la enseñanza a los clientes de las ventajas, beneficios y el fácil uso del aplicativo virtual por parte de la población.

O6	Posible de acogimiento de programas gubernamentales en pro de incentivar la educación financiera en el mercado internacional	F6-O6 La región seleccionada para la realización del análisis de mercado, fue América Latina, donde es bien conocida la distancia psicológica menor con nuestra cultura regional, esto permite que existe una necesidad de educación financiera y económica similar, que hace parte de los planes gubernamentales de fomento para la población.	D6-O6 La falta de experiencia en acceso a mercados internacionales puede verse acogida a los programas de incentivos, reducciones y beneficios gubernamentales para pequeñas y medianas empresas, resaltando el enfoque social del presente plan de negocios
O7	Inclusión de Edu Financiera como solución a las entidades financieras obligadas a realizar programas de educación financiera a los clientes	F7-O7 Edu Financiera surge de una visión emprendedora, por tanto, estamos dispuestos a tomar riesgos para ingresar en el mercado nacional y en mercados internacionales. Tocar puertas y buscar oportunidades en cualquier lugar.	D7-O7 Pretendemos actuar de la mano con nuestros clientes, por ello planteamos trabajo mancomunado donde personalizamos nuestros servicios de acuerdo a las necesidades específicas de nuestros clientes, de esta manera adquirimos experiencia y conocimiento en el mercado
O8	Servicio innovador en el mercado nacional e internacional	F8-O8 Nuestra actitud organizacional es proactiva, por tanto, utilizamos la informaron disponible, los recursos limitados y las organizaciones de apoyo a nuevas empresas para dar a conocer nuestro servicio innovador, para tratar de entender el mercado y planear las estrategias frente a cambios en el mercado	D8-O8 Es característica de la pequeñas y medianas empresas la toma de decisiones reactiva, aprovechamos la cercanía con nuestros clientes para dar a conocer las ventajas de nuestros servicios y así personalizar y mejorar los aspectos que nuestros clientes a partir de su experiencia requieran
<b>AMENAZAS</b>		<b>ESTRATEGIAS FA SUPERVIVENCIA</b>	
<b>ESTRATEGIAS DA DEFENSA</b>			
A1	Productos Sustitutos en el mercado	A1-F1 Plantear la idea central de la compañía, permite conocer de manera firme el nicho de mercado al que se pretende incursionar, es por ello que un servicio innovador como es el caso de Edu Financiera debe hacer énfasis en dar a conocer los beneficios de la educación financiera y económica la cual permite empoderar a la población en la toma de decisiones	A1-D1 Edu Financiera más que una organización de asesoría en educación financiera, es una organización que trabaja de la mano de nuestros clientes con el fin de solucionar sus necesidades financieras y económicas, por medio de un acompañamiento 24-7, constituye de esta manera una compañía que brinda experiencias a sus clientes, brindando nuestros servicios gratuitamente a la población vulnerable colombiana. Por ello se hace necesario crear reconocimiento en nuestros clientes, brindado en conjunto con todos los aspectos ofrecidos por la compañía
A2	Amplia competencia de aplicaciones virtuales en internet	A2-F2 Analizar los competidores directos e indirectos hace necesario contrastar los beneficios de la compañía para el cliente, puesto que Edu Financiera ofrece una propuesta de valor solida permite primero la incursión en el mercado y la preferencia del cliente por el servicio, dentro de un marco	A2 - D2 La compañía debe realizar un análisis del mercado y sus preferencias que le proporcionara cerca de un 80% de certeza del conocimiento de su mercado objetivo, por ello se hace necesaria realizar alianzas en pro de utilizar herramientas eficaces y

	de un trabajo mancomunado en cada área de la compañía en pro de la satisfacción del cliente y en conocer sus necesidades y satisfacerlas	estratégicamente utilizadas que permitan el uso de recursos de manera adecuada y así controlar los costes de la compañía
A3 Porcentaje alto de MiPymes en quiebra cada año	A3-F3 Y F4 En este aspecto, Edu Financiera debe resaltar el compromiso con la población vulnerable, de esta manera se concientiza al cliente de las ventajas de utilizar nuestros servicios, e impulsara el reconocimiento en el mercado, de igual manera con una planeación detallada de la propuesta se minimiza el porcentaje de quiebra de la organización	A3-D3 Edu Financiera necesita acudir a las organizaciones que asesoran las nuevas empresas, mostrar sus servicios y promocionar la aplicación con el fin de resaltar los beneficios de la compañía, de esta manera se incentiva el uso de nuestros servicios, dando a conocer nuestra marca de organización. De esta manera se intentará fidelizar nuestros clientes, enfocándonos en un excelente servicio al cliente y asesorías completas, personalizadas y oportunas
A4 Falta de fidelidad por parte de los clientes		
A5 Aplicativo virtual de fácil plagio	A5 - F5 Edu Financiera requiere la generación de contratos que protejan la propiedad intelectual de la organización de esta manera se debe especificar a detalle la protección internacional con base en la reglamentación del país en el que se esté operando, de esta manera a partir de los recursos limitados se protegerá contra el plagio internacional	A5-D5 Edu Financiera debe diseñar estrategias de diferenciación del aplicativo virtual, con el fin de que los clientes seleccionen la descarga del aplicativo frente a sus competidores
A6 Posibles cambios de políticas gubernamentales para ingreso de empresas extranjeras en México	A6 - F6 El hecho que se pretenda incursionar en mercados con distancias psicológicas menores frente al país local, permite que la cultura de toma de decisiones se de en un marco cambiante y dinámico, lo que permite que nos podamos adaptar de una mejor manera en diferentes mercados.	A6 - D6 La organización acude a la información de acuerdos entre nuestro mercado local y los mercados internacionales a los que pretendemos incursionar, de esta manera pretendemos aprovechar las ventajas y posibles mecanismos que nos permitan incursionar y mantenerse en los mercados internacionales
A7 Información limitada acerca de los mercados internacionales	A7 - F7 Edu Financiera realizara estudios de mercado detallados con el fin de obtener la mayor cantidad de información confiable de acceso gratuito, asumiendo la toma de riesgos en el acceso a nuevos mercados internacionales	A7 - D7 Hace parte del asumir riesgos en los mercados internacionales, Edu Financiera en principio no se permite comprar información, por tanto, acude a las fuentes oficiales de información gratuita, y de nuestros clientes como proveedores de información que la empresa puede recopilar para conocer de mejor manera el mercado.
A8 Reglamentación en acceso a la información y aplicativos virtuales en mercados internacionales	A8 - F8 Es necesario que la organización estudie a detalle la reglamentación del país en que se pretende incursionar, de esta manera se evitaran las restricciones en el acceso a aplicativos virtuales y se ganará	A8 - D8 Es necesario conocer la reglamentación para el acceso a mercados internacionales, con el fin de acatar y realizar los procedimientos conforme la normativa del país así lo

experiencia en el desarrollo normativo de requiere  
acceso al mercado

Fuente: Elaboración propia

### 5.1.2. Organismos de Apoyo.

A continuación, se muestran las etapas de definición, implementación y operación del negocio, las entidades en cada etapa y las acciones a realizar:

Tabla 23. *Organismos de apoyo*

ETAPA	ORGANIZACIÓN	ACCIONES	
<b>Definición del Negocio</b>	Universidad de la Salle	Apoyo en la definición de la idea de negocio	
		Apoyo en la elaboración del proyecto de negocio	
		Apoyo en la redacción de los estatutos de la compañía	
		Consulta de la disponibilidad del nombre de la compañía	
<b>Implementación del Negocio</b>	Cámara de Comercio de Bogotá	Tramite del Pre-Rut	
		Inscripción en el Registro	
		Solicitud del Certificado de Existencia y Representación legal Definitivo	
		Solicitud de Inscripción de los libros (Libro de actas y Libro de accionistas)	
	Banco	Inscripción como Exportador	
		Apertura de cuenta bancaria, (cuenta corriente en moneda extranjera)	
		DIAN	Solicitud el RUT
			Solicitud de la resolución de facturación
		Proexport	Apoyo en la exportación de los servicios
		Asesoría en trámites para la exportación de servicios	
<b>Operación del Negocio</b>	Analdex	Asesoría en fomento y fortalecimiento de las exportaciones	
		Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Apoyo a la actividad exportadora
	Panamericana	Asesoría en trámites de exportación	
			Diseño del aplicativo virtual
	DIAN	Pago de impuestos de Renta, IVA, Retención en la fuente	
			Renovación de la resolución de facturación
	Cámara de Comercio de Bogotá	Renovación de la cámara de comercio	
			Renovación del RUT
Banco	Pago Nomina de empleados		
		Recepción de divisas	

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de Cámara de Comercio de Medellín (2014), Cámara de Comercio de Bogotá (s.f.), Procolombia, (2017), Cámara de Comercio de Bogotá (s.f.), GLC Consultores (2014)

## 5.2. Estructura Organizacional

Edu Financiera cuenta con una junta directiva conformada por nuestras accionistas, Diana Ruiz, Angie Fuentes, Lina Guañarita, junto con el socio capitalista, con participación igualitaria de 25%. El nivel directivo estará conformado por la accionista Diana Ruiz, quien será el representante legal de la compañía, profesional en finanzas y comercio internacional y creadora de la idea de negocio Edu Financiera.

En el nivel administrativo se encontrarán Angie Fuentes, Lina Guañarita y Diana Ruiz, profesionales en Finanzas y Comercio Internacional de la Universidad de la Salle, quienes conformarán el área de programación y contenidos de educación financiera, las cuales estructurarán y diseñarán toda la información para los usuarios; en el área de software y aplicativos tendremos en principio a un Ingeniero de sistemas o Técnico/Tecnólogo en Desarrollo de Software, quien se encargará de la actualización del aplicativo, soporte técnico, manejo de contenidos audiovisuales en redes sociales; además de ello, contaremos con un Contador que será contratado por la compañía para llevar al día la situación contable.

En cinco años contaremos con un número de talento humano mayor, con 13 programadores de contenido, 3 diseñadores web y naturalmente nuestro contador, detallados en el literal referente a gastos de personal.

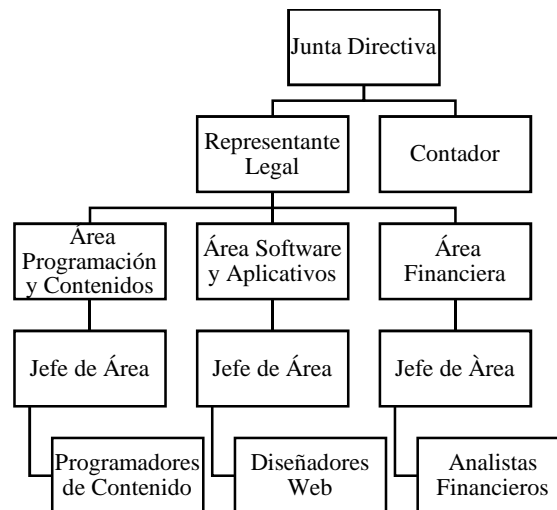


Figura 4. Estructura Organizacional Edu Financiera. Fuente: Elaboración propia

## 5.3. Aspectos Legales

Edu Financiera constituye una sociedad por acciones simplificada, caracterizada en el ítem 1.1.2. Ubicación y tamaño de la Empresa, constituido por cuatro accionistas con participación igualitaria del 25%, Diana Catalina Ruiz, Angie Fuentes Lina Guañarita y el socio capitalista los socios de la compañía deciden por normatividad realizar la distribución de utilidades del 50% de

las mismas, el restante se mantendrá en la compañía con el fin de reinvertir en las mejoras necesarias.

A continuación, se presenta la normatividad vigente para la compañía frente a la constitución legal de la compañía, contratación, protección de datos, desarrollo de aplicativos e impuestos.

Tabla 24. *Normatividad vigente aplicable a la compañía*

Área	Norma. Fecha de Expedición	Encabezado
<b>Constitución Legal</b>	Ley 232/1995. Diciembre 26 de 1995	"Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales"
	Ley 222 de 1995. Art. 373 y s.s. del Código de Comercio.	Constitución tipo de Sociedad por Acciones Simplificada
	Ley 590 /2000. Julio 10 de 2000	"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa."
	Ley 863 de dic. 2003 y reglamentado mediante el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004, adicionado por los decretos 3426 de 2004, 65 de 2005 y 189 de 2006	Registro Único Tributario - RUT
	Decreto 4149 de 2004	Verificación Electrónica del RUT
	Norma general (Artículo 48 del código del comercio)	Todo empresario conformará su contabilidad, libros, registros contables, inventarios y estados financieros en general, las disposiciones del Código de Comercio y demás normas sobre la materia.
<b>Contratación</b>	Código Sustantivo del Trabajo	Regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.
<b>Exportación de Servicios</b>	Decreto 525 de 2009, que reglamenta el beneficio del artículo 43, ley 590 de 2000.	Los empresarios pueden acceder a los beneficios de reducción que otorga el Artículo 43 de la Ley 590 del 2000, (Ley Mipyme), en relación con las contribuciones parafiscales destinadas al Sena, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar
	AGCS- párrafo 2 del artículo 1	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios – AGCS
<b>Protección de Datos</b>	Ley 1581 de 2012. Octubre 17 de 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
	México. Julio 05 de 2010	Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares
<b>Desarrollos Aplicativos</b>	Ley 1341. Julio 30 de 2009	"Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones - tic-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones
<b>Régimen Cambiario</b>	Ley 9 de enero 17 de 1991, Artículo 6.	Los ingresos de divisas por concepto de servicios prestados por residentes en el país, quedaran exentos de la obligación de ser transferidos o negociados a través de mercado cambiario. Sin perjuicio de lo anterior, estos ingresos podrán ser regulados por la Junta Monetaria.

<b>IVA</b>	Resolución Externa 8 de mayo de 2000, Capítulo XI	Cuentas Corrientes en Moneda Extranjera, Artículo 55. Autorización. Los residentes en el país podrán constituir libremente depósitos en cuentas corrientes en el exterior con divisas adquiridas en el mercado cambiario o a residentes en el país que no deban canalizarlas a través del mercado cambiario.
<b>IVA</b>	Decreto 2223 de 2013.	Exención del Impuesto de Valor agregado, Si su servicio cruza la frontera de Colombia y el servicio no regresará al país (por vía de reexportación o porque el servicio fue usado efectivamente en Colombia), facture con IVA 0 (cero) y conserve los documentos de soporte
<b>ICA. Impuesto de Industria Comercio y Avisos</b>	Ley 14 de 1983	Es un impuesto que se genera por la realización directa o indirecta de cualquier actividad comercial, industrial o de servicio, en las respectivas jurisdicciones municipales o distritales
<b>Impuesto de Renta</b>	Artículos 5 a 364 del Estatuto Tributario Nacional. Ley 1429 de 2010.	El impuesto de Renta grava los ingresos percibidos en el año gravable.
<b>Ambiental</b>	Ley 26/2007 de 23 de octubre.	Ley de responsabilidad medioambiental, Se aplica a todo tipo de actividades económicas y regula la responsabilidad de prevenir, evitar y reparar daños ambientales.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Ministerio de Comercio Industria y Turismo, ICONTEC (2009), Alcaldía de Bogotá (2012), Cámara de Comercio de Manizales Caldas, Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.

## 5.4. Costos Administrativos

A continuación, se evidenciará los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, es decir, los costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos.

### 5.4.1. Gastos de Personal.

A continuación, se presenta la caracterización del personal a contratar por la compañía, un total de 5 personas para el primer año, en las áreas de programación y contenidos (3) asesorando a cerca de 20.008 usuarios anuales cada uno, software y aplicativos (1) y contador (1). Para 2019, se espera incorporar dos talentos humanos en el área de programación y contenidos, para un total de 5 personas, encargadas de asesorar a nuestros usuarios. En 2020, se incorporará a la compañía tres talentos humanos para programación y contenidos, junto con un talento humano para el área de software y aplicativos. En 2021, se espera contar con (11) talentos humanos en el área de programación y contenidos y (2) talentos humanos en el área de software y aplicativos. Finalmente, para 2022, contaremos con (13) talentos humanos en el área de programación y contenidos y (3) talentos humanos en el área de software y aplicativos. Desde luego la presencia

del contador es indispensable en la compañía por ello su contratación se tiene presente a lo largo de los cinco años de proyección de los gastos de personal.

En la tabla 26, se presenta la nómina de la compañía, con los rubros de salario mensual y riesgos profesionales, cuyo porcentaje corresponde a 0,52% de acuerdo a la clasificación de los puestos de trabajo por los administradores de riesgos profesionales (Positiva Compañía de Seguros, 2017). El porcentaje de riesgos profesionales se toma constante para el presente plan de negocios. La proyección del valor de los salarios se realizó con base en una regresión lineal del incremento porcentual de los salarios en Colombia para un periodo de 1990 a 2017.

Tabla 25. *Nomina Edu Financiera*

<b>2018</b>					
Personal	N <sup>a</sup> Personas	Salario	Riesgos Profesionales	Neto Mensual	
Programador de Contenidos	3	\$900.000	\$5.220	\$2.715.660	
Diseñador Web	1	\$900.000	\$5.220	\$905.220	
Contador	1	\$500.000	\$4.698	\$504.698	
<b>TOTAL</b>				\$ 4.125.578	\$ 49.506.936
<b>2019</b>					
Personal	N <sup>a</sup> Personas	Salario	Riesgos Profesionales	Neto Mensual	
Programador de Contenidos	5	\$996.851	\$5.220	\$5.010.355	
Diseñador Web	1	\$996.851	\$5.220	\$1.002.071	
Contador	1	\$553.806	\$4.698	\$558.504	
<b>TOTAL</b>				\$ 6.570.930	\$ 78.851.157
<b>2020</b>					
Personal	N <sup>a</sup> Personas	Salario	Riesgos Profesionales	Neto Mensual	
Programador de Contenidos	8	\$1.129.858	\$5.220	\$9.080.621	
Diseñador Web	2	\$1.129.858	\$5.220	\$2.270.155	
Contador	1	\$627.699	\$4.698	\$632.397	
<b>TOTAL</b>				\$ 11.983.172	\$ 143.798.068
<b>2021</b>					
Personal	N <sup>a</sup> Personas	Salario	Riesgos Profesionales	Neto Mensual	
Programación y Contenidos	11	\$1.316.774	\$5.220	\$14.541.938	
Diseñador Web	3	\$1.316.774	\$5.220	\$3.965.983	
Contador	1	\$731.541	\$4.698	\$736.239	
<b>TOTAL</b>				\$ 19.244.161	\$ 230.929.929
<b>2022</b>					
Personal	N <sup>a</sup> Personas	Salario	Riesgos Profesionales	Neto Mensual	
Programador de Contenidos	13	\$1.586.870	\$5.220	\$20.697.172	
Diseñador Web	3	\$1.586.870	\$5.220	\$4.776.270	
Contador	1	\$881.595	\$4.698	\$886.293	



TOTAL	\$ 26.359.734	\$ 316.316.813
-------	---------------	----------------

Fuente: Elaboración propia

#### 5.4.2. Gastos de Puesta en Marcha.

A continuación, se presentan los gastos de puesta en marcha, la tabla 27 determina el trámite la entidad y los costos a 2017, presentados por las entidades competentes, cuyo rubro anual es de \$ 1.219.100 pesos moneda corriente. Según la ley 1429 de 2010, en el artículo séptimo, progresividad en la matrícula mercantil y su renovación, aplicamos los descuentos en los pagos correspondientes allí señalados, cero por ciento para el primer año, cincuenta por ciento para el segundo año, setenta y cien por ciento para el tercer y cuarto año de funcionamiento de la compañía.

Tabla 26. *Presupuesto de Gastos de Puesta en Marcha*

Trámite	Entidad	Tarifa 2017
Solicitud de la Cámara de Comercio	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 1.140.000
Inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos respecto de los cuales la ley exige formalidad	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 39.000
Inscripción en el registro mercantil de los libros de los cuales la ley exige formalidad	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 12.800
Depósitos de Estados Financieros	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 19.300
Fotocopias simples de Documentos Inscritos de registros públicos	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 200
Certificación del Registro Mercantil	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 2.600
Certificado de existencia, representación legal e inscripción de documentos	Cámara de Comercio de Bogotá	\$ 5.200
Actualización del Registro Único Tributario-RUT	DIAN	Gratuito
Autorización, habilitación e inhabilitación de la numeración de facturación	DIAN	Gratuito
Emisión, renovación o revocación del Instrumento de Firma Electrónica (IFE).	DIAN	Gratuito
Habilitación del Facturador Electrónico	DIAN	Gratuito
Inscripción en el Registro Único Tributario - RUT	DIAN	Gratuito
Registro de libros de contabilidad	DIAN	Gratuito

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de DIAN (s.f.), Cámara de Comercio de Bogotá.

#### 5.4.3. Gastos Anuales de administración.

Edu Financiera no cuenta con rubro por concepto de gastos anuales de administración, para 2021 espera rentar una oficina y de esta manera se realizarán las proyecciones en cuanto al valor de renta y servicios públicos de la compañía, detallados en el literal 3.8 concerniente a la infraestructura.

## 6. Finanzas

Este capítulo contiene el rubro financiero del presente plan de negocios, contiene la elaboración de los formatos financieros iniciando en 2018 finalizando en 2022; las proyecciones de los mismos fueron realizadas en pesos colombianos, según la normatividad colombiana vigente. De esta manera brindamos una perspectiva financiera de cada uno de los rubros de la compañía detallados en el documento.

### 6.1. Fuentes de Financiación

Edu Financiera iniciará la puesta en marcha de la compañía con los recursos proporcionados por los socios al legalizar la compañía, la suma de dinero inicial será de \$130.000.000 millones de pesos, definidos en partes iguales, es decir \$25.000.000 millones de pesos proporcionados por cada socio. Estos recursos se aplicarán en la etapa de implementación y parte en la etapa de operación de la compañía. La rentabilidad anual del proyecto es de 32%.

### 6.2. Formatos Financieros

Las proyecciones de los formatos financieros se presentan para un periodo de 5 años, iniciando en 2018 y finalizando en 2022, a continuación, se presenta el balance general de la compañía, la caracterización de cada uno de los rubros se encuentra detallados en los egresos; iniciamos con los activos, compuestos por el valor de caja y bancos, que está conformado por el efectivo fruto proveniente de las ventas (Suscripción al aplicativo), detallado en el flujo de caja. Los activos fijos netos se componen del aplicativo y del mobiliario que en 2020 adquirirá la compañía para la puesta en marcha de la oficina, los valores se encuentran detallados en 3.7 Costos de Producción. Frente a los pasivos, nos encontramos con los impuestos por pagar, calculados a partir de la normatividad colombiana vigente, detallados en el estado de resultados; se tiene en cuenta que el pago del aplicativo se realiza en el 2018, de esta manera: 50% en el mes de Enero de 2018 (\$9.000.000 millones de pesos), momento en el cual hacen entrega del aplicativo en la plataforma Google Store y el saldo restante (\$9.000.000 millones de pesos) tres meses después, con el aplicativo en la plataforma de App Store.

El patrimonio se compone del aporte igualitario de los socios (\$130.000.000) al momento de legalizar la compañía, donde se repartirá el 50% de los dividendos anuales entre los socios, las utilidades retenidas (50% restante de los dividendos anuales de Edu financiera) y la utilidad Neta Final, calculada en el estado de resultados.

Tabla 27. *Balance General Edu Financiera, 2018, 2022, Pesos Colombianos*

---

<b>EDU FINANCIERA S.A.S.</b>
<b>BALANCE GENERAL</b>
<b>(Cifras Expresadas en Pesos Colombianos)</b>

---

		2018	2019	2020	2021	2022
<b>ACTIVO</b>						
(+)	Caja y Bancos	\$ 137.774.050	\$ 184.709.986	\$ 199.239.608	\$ 251.595.367	\$ 335.933.602
(=)	ACTIVO CORRIENTE	\$ 137.774.050	\$ 184.709.986	\$ 199.239.608	\$ 251.595.367	\$ 335.933.602
(+)	Intangible (App)	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
(+)	Propiedad Planta y Equipo	\$ -	\$ -	\$ 35.009.070	\$ 35.009.070	\$ 35.009.070
(=)	ACTIVO FIJO NETO	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 53.009.070	\$ 53.009.070	\$ 53.009.070
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 155.774.050</b>	<b>\$ 202.709.986</b>	<b>\$ 252.248.678</b>	<b>\$ 304.604.437</b>	<b>\$ 388.942.672</b>
<b>PASIVO</b>						
(+)	Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)	Impuestos por Pagar	\$ 8.763.177	\$ 21.187.501	\$ 30.437.457	\$ 37.518.309	\$ 52.781.293
(=)	PASIVO CORRIENTE	\$ 8.763.177	\$ 21.187.501	\$ 30.437.457	\$ 37.518.309	\$ 52.781.293
	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 8.763.177</b>	<b>\$ 21.187.501</b>	<b>\$ 30.437.457</b>	<b>\$ 37.518.309</b>	<b>\$ 52.781.293</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
(+)	Capital	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000
(+)	Utilidades Retenidas	0	\$ 8.505.437	\$ 30.013.961	\$ 60.912.591	\$ 98.999.359
(+)	Utilidad Neta Final	\$ 17.010.873	\$ 43.017.048	\$ 61.797.261	\$ 76.173.537	\$ 107.162.019
(=)	TOTAL PATRIMONIO	\$ 147.010.873	\$ 181.522.485	\$ 221.811.221	\$ 267.086.128	\$ 336.161.379
	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 155.774.050</b>	<b>\$ 202.709.986</b>	<b>\$ 252.248.678</b>	<b>\$ 304.604.437</b>	<b>\$ 388.942.672</b>

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultados incluye todos los rubros detallados en los egresos, el costo de ventas incluye el costo del aplicativo, el pago de la inscripción como desarrollador en las plataformas, la comisión del 30% a las plataformas (Google y App Store), las ventas corresponden a los ingresos detallados en las proyecciones, los gastos de administración y de ventas corresponden al valor de las nóminas, los gastos de legalización, renovación de la matrícula mercantil y el presupuesto de la mezcla de mercadeo, finalmente el pago de impuesto de renta, 34% para 2018 y 33% vigente a partir de 2019.

Tabla 28. Estado de Resultados, Edu Financiera, 2018-2022, Pesos Colombianos

**EDU FINANCIERA S.A.S.**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

<b>(Cifras Expresadas en Pesos Colombianos)</b>					
Años	2018	2019	2020	2021	2022
(+) Ventas	\$ 167.239.447	\$590.491.868	\$1.187.987.028	\$1.909.362.926	\$2.814.845.152
(-) Costo De Ventas	\$ 54.143.206	\$181.058.944	\$ 360.322.723	\$ 576.751.072	\$ 848.414.892
(=) Utilidad Bruta	\$ 113.096.241	\$409.432.925	\$ 827.664.305	\$1.332.611.855	\$1.966.430.260
(-) Gastos Administración Y De Ventas	\$ 87.322.191	\$345.228.375	\$ 735.429.587	\$1.218.920.009	\$1.806.486.947
(=) Utilidad Operacional	\$ 25.774.050	\$ 64.204.549	\$ 92.234.718	\$ 113.691.846	\$ 159.943.313
(=) Utilidad Antes De Impuestos	\$ 25.774.050	\$ 64.204.549	\$ 92.234.718	\$ 113.691.846	\$ 159.943.313
(-) Impuestos	\$ 8.763.177	\$ 21.187.501	\$ 30.437.457	\$ 37.518.309	\$ 52.781.293
(=) Utilidad Neta Final	\$ 17.010.873	\$ 43.017.048	\$ 61.797.261	\$ 76.173.537	\$ 107.162.019

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se incluye el flujo de caja de la compañía para el periodo propuesto, incluye los movimientos de efectivo en operación, inversión y financiación, se incluye naturalmente la inversión de Edu financiera en 2022 en la compra de activos fijos correspondiente al mobiliario, como se resaltó en el balance general, incluye en pago de dividendos a los socios, correspondiente al 50% de los mismos. Se apunta que el presente plan de negocios, constituye una idea de negocio rentable, un ente proveedor de empleo que ayuda a la población colombiana, por medio de su compromiso social, genera rentabilidad para sus socios, se enmarca dentro de las nuevas tecnologías, en la búsqueda de una educación financiera para todos.

Tabla 29. *Flujo de Caja de la compañía, Edu Financiera, 2018-2022, Pesos Colombianos*

<b>EDU FINANCIERA S.A.S.</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>(Cifras Expresadas en Pesos Colombianos)</b>						
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	
<b><u>OPERACIÓN</u></b>						
Ventas	\$167.239.447	\$590.491.868	\$1.187.987.028	\$1.909.362.926	\$2.814.845.152	
Costos	\$ 54.143.206	\$181.058.944	\$ 360.322.723	\$ 576.751.072	\$ 848.414.892	
Gastos	\$ 87.322.191	\$345.228.375	\$ 735.429.587	\$1.218.920.009	\$1.806.486.947	
Impuestos	0	\$ 8.763.177	\$ 21.187.501	\$ 30.437.457	\$ 37.518.309	\$52.781.293
Subtotal Operación	\$ 25.774.050	\$ 55.441.372	\$ 71.047.216	\$ 83.254.389	\$122.425.004	\$ -52.781.293
<b><u>INVERSIÓN</u></b>						
Compra de Activos Fijos	\$ 18.000.000		\$ 35.009.070			
Subtotal Inversión	\$ -18.000.000	\$ -	\$ -35.009.070	\$ -	\$ -	
<b><u>FINANCIACIÓN</u></b>						
Aportes	\$130.000.000					
Pago de Dividendos		\$ 8.505.437	\$ 21.508.524	\$ 30.898.630	\$ 38.086.768	\$ 53.581.010
Subtotal Financiación	\$130.000.000	\$ -8.505.437	\$ -21.508.524	\$ -30.898.630	\$ -38.086.768	\$ -53.581.010

Movimiento Del Periodo	\$137.774.050	\$ 46.935.936	\$ 14.529.622	\$ 52.355.759	\$ 84.338.235	\$106.362.303
Saldo Inicial	0	\$137.774.050	\$ 184.709.986	\$199.239.608	\$251.595.367	\$335.933.602
Saldo Final	\$137.774.050	\$184.709.986	\$ 199.239.608	\$251.595.367	\$335.933.602	\$229.571.299

Fuente: Elaboración propia

### 6.3. Egresos

Los egresos de la compañía, se caracterizan de forma anual, detallando la periodicidad, la moneda, dado que hay rubros en pesos colombianos y dólares, el valor mensual, para aquellos egresos mensuales (Como la campaña promoción (Redes Sociales) y el Pago Salarios Talento Humano + ARL), el valor anual, junto con el valor anual en pesos colombianos. La proyección de los valores en dólares, se realizó una regresión, cuya variable X, corresponde a Años (enero 1992 -agosto 2017) y la variable Y corresponde a la Tasa de cambio representativa del mercado (TRM). La compañía mediante el uso de derivados financieros estabilizará la tasa de cambio, de esta manera se presentan cifras cercanas a la realidad esperada por la compañía.

Se incluye el pago de la comisión del 30% de los ingresos derivados por suscripción a contenido pago por parte de nuestros usuarios (Rubro detallado en las proyecciones de ventas); el pago de impuesto de renta, 34% para 2018 y 33% vigente a partir de 2019.

Edu Financiera se acoge a la Ley 1429 de 2010, en el artículo séptimo, progresividad en la matrícula mercantil y su renovación, aplicando las tarifas progresivas de acuerdo a los siguientes parámetros:

- ) Cero por ciento (0%) del total de la tarifa establecida para la obtención de la matrícula mercantil en el primer año de desarrollo de la actividad económica principal.
- ) Cincuenta por ciento (50%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil en el segundo año de desarrollo de la actividad económica principal.
- ) Setenta y cinco por ciento (75%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil en el tercer año de desarrollo de la actividad económica principal.
- ) Ciento por ciento (100%) del total de la tarifa establecida para la renovación de la matrícula mercantil del cuarto año en adelante del desarrollo de la actividad económica principal (Congreso de Colombia, 2017).

Tabla 30. Egresos Edu Financiera, 2018-2022

Egresos	2018				
	Periodicidad	Moneda	Valor Mensual	Valor Anual	COP Anual
Gastos de Puesta en Marcha (Tramites Legalización)	1 Vez	COP		\$1.219.000	\$1.219.000
Elaboración del Aplicativo	1 Vez	COP		\$18.000.000	\$18.000.000
Inscripción como desarrollador Google Store	1 Vez	USD		25	\$74.873

Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD		99	\$296.498
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	1.050	12.600	\$37.736.155
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$4.125.578	\$49.506.936	\$49.506.936
Pago Comisión Ingresos Plataformas (30%)	Mensual	COP		\$50.171.834	\$50.171.834
Pago Impuestos	Anual	COP		\$8.763.177	\$8.763.177
Total	Anual	COP			\$165.768.473
2019					
Egresos	Periodicidad	Moneda	Valor Mensual	Valor Anual	COP Anual
Renovación Cámara de Comercio	Anual	COP		\$1.311.755	\$1.311.755
Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD		102	\$ 311.383
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	7.254	87.043	\$265.721.341
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$6.570.930	\$78.851.157	\$78.851.157
Pago Comisión Ingresos Plataformas (30%)	Mensual	COP		\$177.147.561	\$177.147.561
Pago Impuestos	Anual	COP		\$21.187.501	\$21.187.501
Total	Anual	COP			\$544.530.698
2020					
Egresos	Periodicidad	Moneda	Valor Mensual	Valor Anual	COP Anual
Renovación Cámara de Comercio	Anual	COP		\$1.419.696	\$1.419.696
Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD		105	\$ 326.615
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	14.322	171.861	\$ 534.594.163
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$11.983.172	\$143.798.068	\$143.798.068
Pago Comisión Ingresos Plataformas (30%)	Mensual	COP		\$356.396.108	\$356.396.108
Pago Impuestos	Anual	COP		\$30.437.457	\$30.437.457
Necesidades y Requerimientos (Mobiliario)	1 Vez	COP		\$35.009.070	\$35.009.070
Renta y Servicios Públicos	Mensual	COP	\$1.746.960	\$20.963.515	\$20.963.515
Total	Anual	COP			\$1.122.944.691
2021					
Egresos	Periodicidad	Moneda	Valor Mensual	Valor Anual	COP Anual
Renovación Cámara de Comercio	Anual	COP		\$1.545.317	\$1.545.317
Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD		108	\$ 342.194
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	25.109	301.308	\$ 954.681.463
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$19.244.161	\$230.929.929	\$230.929.929
Pago Comisión Ingresos Plataformas (30%)	Mensual	COP		\$572.808.878	\$572.808.878
Pago Impuestos	Anual	COP		\$37.518.309	\$37.518.309
Suministros Oficina y Papelería Mensual (Licencias)	Mensual	COP	\$745.403	\$8.944.837	\$8.944.837
Renta y Servicios Públicos	Mensual	COP	\$1.901.539	\$22.818.462	\$22.818.462
Total	Anual	COP			\$1.829.589.390
2022					
Egresos	Periodicidad	Moneda	Valor Mensual	Valor Anual	COP Anual
Renovación Cámara de Comercio	Anual	COP		\$1.691.630	\$1.691.630
Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD		112	\$ 361.346
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	38.534	462.408	\$ 1.491.867.930
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$23.191.508	\$278.298.095	\$278.298.095
Pago Comisión Ingresos Plataformas (30%)	Mensual	COP		\$844.453.545	\$844.453.545

Pago Impuestos	Anual	COP		\$52.781.293	\$52.781.293
Suministros Oficina y Papelería Mensual (Licencias)	Mensual	COP	\$815.979	\$9.791.748	\$9.791.748
Renta y Servicios Públicos	Mensual	COP	\$2.069.795	\$24.837.544	\$24.837.544
Total	Anual	COP			\$2.704.083.132

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Banco de la República (s.f.).

## 6.4. Capital de Trabajo

Con base en los rubros detallados en literales previos, se sintetiza el aporte de los socios y los egresos anuales de la compañía, en su primer año de funcionamiento, a continuación, se presenta la periodicidad, moneda y el detalle de cada rubro a considerar:

Tabla 31. *Capital de Trabajo, 2018*

Capital de Trabajo	Periodicidad	Moneda	Valor Anual
Aporte Socios	1 Vez	COP	\$130.000.000
Gastos de Puesta en Marcha (Tramites Legalización)	1 Vez	COP	\$1.219.000
Elaboración del Aplicativo	1 Vez	COP	\$18.000.000
Inscripción como desarrollador Google Store	1 Vez	USD	25
Inscripción como desarrollador App Store	Anual	USD	99
Campaña Promoción (Redes Sociales)	Mensual	USD	12.600
Pago Salarios Talento Humano + ARL	Mensual	COP	\$49.557.048

Fuente: Elaboración propia.

## 7. Plan Operativo

En el plan operativo se encuentran las herramientas que permiten registrar las actividades, recursos y tiempos que se llevarán a cabo para ejecutar el presente plan de negocios y de esta manera alcanzar los objetivos y metas de Edu. Financiera. En una segunda instancia se establecen las metas sociales a lograr por Edu. Financiera que se enmarcan bajo los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, adicionalmente se indica el clúster a la que se asocia el plan de negocios.

### 7.1. Cronograma de Actividades

A continuación, se presenta el cronograma propuesto para el desarrollo de las actividades de la compañía, Edu Financiera, el periodo del mismo va de 2018 a 2022, se toma el segundo semestre de 2017 para el desarrollo del plan de negocio.

Tabla 32. *Cronograma de Actividades, 2018-2022*

Actividades	2018											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Tramite del Pre-Rut												
Inscripción en el Registro												

Solicitud del Certificado de Existencia y Representación legal Definitivo												
Solicitud de Inscripción de los libros (Libro de actas y Libro de accionistas)												
Inscripción como Exportador												
Apertura de cuenta bancaria, (cuenta corriente en moneda extranjera)												
Solicitud el RUT												
Solicitud de la resolución de facturación												
Inscripción como desarrollador Google Store												
Inscripción como desarrollador App Store												
Lanzamiento Aplicativo Google Store												
Lanzamiento Aplicativo App Store												
Estrategias de Promoción												
Pago Nomina Talento Humano + ARL												
Diseño de Contenido App												
Soporte Técnico Aplicativo												
Actualización del aplicativo												
Actividades	2019											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Pago Anual desarrollador App Store												
Estrategias de Promoción												
Pago Nomina Talento Humano + ARL												
Diseño de Contenido App												
Soporte Técnico Aplicativo												
Actualización del aplicativo												
Actividades	2020											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Pago Anual desarrollador App Store												
Estrategias de Promoción												
Pago Nomina Talento Humano + ARL												
Diseño de Contenido App												
Soporte Técnico Aplicativo												
Actualización del aplicativo												
Apertura Oficina Ciudad Bogotá												
Actividades	2021											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Pago Anual desarrollador App Store												
Estrategias de Promoción												
Pago Nomina Talento Humano + ARL												
Diseño de Contenido App												
Soporte Técnico Aplicativo												
Actualización del aplicativo												
Actividades	2022											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Pago Anual desarrollador App Store												
Estrategias de Promoción												



Pago Nomina Talento Humano + ARL												
Diseño de Contenido App												
Soporte Técnico Aplicativo												
Actualización del aplicativo												

Fuente: Elaboración propia.

## 7.2. Metas Sociales

Edu Financiera se plantea las siguientes metas sociales en el desarrollo del plan de negocio:

- ) Realizar capacitaciones gratuitas, de manera presencial para la población vulnerable de Colombia
- ) Ofrecer estabilidad laboral, con ello nuestro talento humano contará con condiciones laborales favorables, horarios flexibles, comunicación empresarial vía internet, pagos oportunos según normatividad colombiana vigente

## 7.3. Plan Nacional de Desarrollo

Edu financiera se acoge al Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, en el V. Capítulo Competitividad e Infraestructura Estratégicas, donde se plantean un conjunto de acciones enfocadas a mejorar la competitividad de las empresas nacionales, tal estrategia pretende:

- 1) Incrementar la productividad de las empresas colombianas a partir de la sofisticación y diversificación del aparato productivo.
  - 2) Contribuir al desarrollo productivo y la solución de desafíos sociales del país a través de la ciencia, tecnología e innovación.
  - 3) Promover las TIC como plataforma para la equidad, la educación y la competitividad.
  - 4) Proveer la infraestructura y servicios de logística y transporte para la integración territorial.
  - 5) Consolidar el desarrollo minero-energético para la equidad regional.
- (Departamento Nacional de Planeación -DNP, 2014, p109).

Por tanto, el desarrollo de la compañía está orientada dentro del lineamiento de generar un incremento del valor económico y social, adoptando el desarrollo de las TIC como impulsador de las distintas estrategias empresariales del PND, la innovación como herramienta de implementación de nuevos productos o servicios, reducción de costos y acceso a nuevos mercados. Finalmente, combinamos la ruptura de las barreras de aprovechamiento entre el talento humano y los recursos, por medio del diseño de una comunicación empresarial vía internet, la cual facilita el desarrollo de las actividades de la compañía, sin limitantes como el desplazamiento, genera una reducción de costos importante, frente a la infraestructura y requerimientos, genera un ambiente laboral cómodo y favorable.

#### **7.4. Plan Regional de Desarrollo**

Edu Financiera se acoge al plan Regional de desarrollo en el literal C. Conectividad para la integración y el desarrollo productivo sostenible de la región Centro-Oriente y Bogotá D. C., en el marco del objetivo 2: Potenciar servicios ambientales de la franja oriental, procesos de innovación que aumenten la competitividad de la franja central y el emprendimiento de pequeños productores en toda la región, dentro de la estrategia n° 3) Incentivar la innovación, el desarrollo tecnológico y las competencias laborales de los sectores estratégicos.

Donde se pretende “la conformación de encadenamientos productivos para la generación de valor y su desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología de la innovación a través de mecanismos de incentivo y reconocimiento a renglones económicos formalizados a través de empresas”. (DNP, 2014, p 714). La compañía acoge esta estrategia a través de la empleabilidad, capacitación del personal, desarrollo tecnológico y generación de valor en el planteamiento del servicio del aplicativo a exportar.

#### **7.5. Clúster o Cadena Productiva**

Edu Financiera se acoge a la mesa de inclusión y educación financiera, clúster de servicios financieros, en sus conferencias gratuitas emitidas por la Cámara de Comercio de Bogotá, en sus diferentes sedes, la iniciativa pretende posicionar la ciudad como principal centro financiero internacional de la región andina, Centroamérica y el Caribe. El pasado 24 de mayo del presente año, se llevó a cabo la presentación de la iniciativa en la sede y centro empresarial Chapinero (Calle 67 n° 8-32/44), allí se expusieron los beneficios de la iniciativa como componente de competitividad colombiana para el mundo, resaltando casos exitosos como los sistemas financieros dinámicos de Lima Perú, con una iniciativa de billetera virtual integrada (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

Colombia Fintech es la Asociación Colombiana de Empresas de Tecnología e Innovación Financiera, su sede se encuentra en la ciudad de Bogotá, para 2018 iniciaremos a ser parte de su comunidad, donde recibiremos información de la industria de manera gratuita, una vez evaluada la pertinencia de la misma y los costos de membresía consideraremos, iniciar con el proceso de solicitud de la membresía, los beneficios de pertenecer a esta asociación:

- ) Acceso y conexión con los asociados
- ) Reportes y estadísticas de la industria
- ) Presentación de la compañía ante eventos de la agremiación
- ) Invitaciones a los eventos nacionales e internacionales de la industria
- ) Asesorías legales
- ) Acompañamiento y posibilidad de defensa ante asimetrías de la información, (Colombia Fintech, s.f.)

## **7.6. Empleo**

La contratación del talento humano iniciará en el mes de enero de 2018, a partir de allí se empezarán a realizar los pagos de nómina y ARL, detallados en los literales anteriores. El tipo de contrato será por prestación de servicios. En este caso se contratará el personal dependiendo la formación requerida, así: para programación y contenido, serán profesionales en finanzas y comercio internacional o carreras afines, para el área de software y contenidos será un Ingeniero de sistemas, Técnico/Tecnólogo en Desarrollo de Software o carreras afines, por último, para el área contable será un profesional en Contaduría, con tarjeta profesional vigente.

## **8. Impacto**

La compañía presenta el componente de impactos económico, regional, social y ambiental; resaltando los beneficios que como compañía queremos aportar a la sociedad, al medio ambiente, a la economía y su gente, sobre todo aquello que queremos retribuir, en pro del bienestar social de la población vulnerable en nuestro país.

### **8.1. Impacto Económico**

Edu Financiera comprende la importancia de las finanzas personales como factor estabilizador de la economía, por ello diseña y estructura la presente idea de negocio con el fin de empoderar a la población en la toma de decisiones financieras y económicas, aportamos al emprendimiento en nuevas tecnologías, con el desarrollo de un aplicativo que generara un acercamiento entre la población y las finanzas, se espera contribuir a una mejor toma de decisiones de la población que permita el acceso de una manera consciente al sistema financiero

### **8.2. Impacto Regional**

Creemos firmemente en el emprendimiento, por ello trabajamos arduamente en el desarrollo del presente plan de negocios, nos acogemos por tanto a las iniciativas emprendedoras del país, esperamos con nuestra organización llegar a la mayor cantidad de regiones de Colombia con nuestras capacitaciones gratuitas, con ello esperamos contribuir al desarrollo regional, por medio de la educación financiera.

### **8.3. Impacto Social**

Edu Financiera espera llegar a la mayor cantidad de población vulnerable en el país, por ello impulsamos las capacitaciones y la descarga uso de nuestro aplicativo virtual, donde nuestros clientes nos ayudaran a hacer este sueño realidad.

Pretendemos visitar poblaciones alejadas del país, principalmente pueblos agricultores, donde queremos ofrecer nuestro servicio de manera gratuita, esperamos poder ayudar a mejorar la salud financiera de nuestros campesinos, enseñarles más acerca de temas financieros, asesorarlos en el ingreso al sistema financiero y por tanto ayudar a su mejora en calidad de vida.

Se espera brindar cerca de 12 capacitaciones anuales en el primer año de funcionamiento, con la ayuda de nuestros usuarios esperamos llegar a duplicar esta cifra para los siguientes años, consideramos importante empoderar a la población en finanzas personales. Esperamos que Edu Financiera sea para todos.

Adicionalmente, Edu Financiera contratará el talento humano calificado de manera directa, con ello se espera contribuir al empleo directo en nuestro país, esperamos a lo largo de la consolidación de la presente organización aumentar nuestro talento humano y por tanto ser un mayor ente generador de empleo estable en Colombia. Incluiremos a nuestro equipo de trabajo recién egresados de la Universidad de la Salle, y en otras dependencias (Software y Aplicativos), contribuyendo a la disminución de las cifras de desempleo de nuestro país.

#### **8.4. Impacto Ambiental**

Edu Financiera se compromete a ser una organización consciente con el medio ambiente y su conservación, donde la naturaleza de la compañía misma, impulsa el uso de servicios basados en información digital, significando disminución en el uso de papel y otros contaminantes.

#### **9. Equipo de Trabajo**

El equipo de trabajo de Edu Financiera, está compuesto por tres profesionales en Finanzas y Comercio Internacional de la Universidad de la Salle, con gusto por el emprendimiento y el bienestar de la población colombiana.

Diana Catalina Ruiz Guerrero es la creadora de la idea Edu Financiera, junto con Lina Paola Guañarita Charry y Angie Katherine Montañez Fuentes, estructuraron el presente plan de negocios, con el firme propósito de llevar a la realidad la compañía. Trabajamos arduamente por hacer realidad nuestros sueños profesionales y personales; Edu Financiera se convierte por tanto en un proyecto de vida, que esperamos haya cumplido el propósito de inspirar y alentar a muchos que todo es posible.

#### **10. Listado de Referencias**

Alcaldía de Bogotá. (18 de Octubre de 2012). *Régimen Legal de Bogotá D.C.* . (A. d. Bogotá, Productor, & Alcaldía de Bogotá) Recuperado el 07 de Agosto de 2017, de Régimen Legal de Bogotá D.C. :

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981>

ANIF. (2011). *Desempeño reciente del Sector Servicios*. Bancoldex.

- ANIF. (2013). *Dinámica y comportamiento del Sector Servicios en 2013*. Asociación Nacional de Instituciones Financieras.
- ANDI. (s.f.). *Asociación Nacional de Empresarios de Colombia*. Recuperado el 09 de Junio de 2017, de Asociación Nacional de Empresarios de Colombia:  
<http://www.andi.com.co/es/GAI/GuiInv/CrEmp/ConsSoc/Paginas/default.aspx>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (s.f.). *Asociación Nacional de Empresarios de Colombia*. Recuperado el 26 de Marzo de 2017, de Asociación Nacional de Empresarios de Colombia:  
<http://www.andi.com.co/Documents/Documentos%202016/ANDI-Balance%202016-Perspectivas2017.pdf>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras-ANIF, CITI BANK. (26 de Junio de 2016). *Asociación Nacional de Instituciones Financieras*. Recuperado el 26 de Marzo de 2017, de Asociación Nacional de Instituciones Financieras:  
<http://anif.co/sites/default/files/jul25-16.pdf>
- Banco de la República. (30 de Marzo de 2017). *Banco de la República*. Obtenido de Banco de la República: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-producto-interno-bruto-pib>
- Banco de la República. (s.f.). *Banco de la República*. Recuperado el 27 de Junio de 2017, de Banco de la República:  
[http://obieebr.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&Action=prompt&path=%2Fshared%2Fseries%20Estad%C3%ADsticas\\_T%2F1.%20Monedas%20disponibles%2F1.2.TCM\\_Serie%20para%20un%20rango%20de%20fechas%20dado&Options=rdf&lang=es&NQUser=publico&NQPassword=publico](http://obieebr.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&Action=prompt&path=%2Fshared%2Fseries%20Estad%C3%ADsticas_T%2F1.%20Monedas%20disponibles%2F1.2.TCM_Serie%20para%20un%20rango%20de%20fechas%20dado&Options=rdf&lang=es&NQUser=publico&NQPassword=publico)
- Banco de la República. (Junio de 2017). *Banco de la República*. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de Banco de la República: <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>
- Banco de la República. (s.f.). *Banco de la República*. (B. d. República, Productor) Recuperado el 31 de Agosto de 2017, de Banco de la República: <http://www.banrep.org/es/trm>
- Banco De La República. (s.f.). *Estructura Detallada de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme Adaptada para Colombia - CIIU REV 4 AC*. Recuperado el 26 de Octubre de 2017, de Estructura Detallada de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme Adaptada para Colombia - CIIU REV 4 AC:  
<http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIIU.html>
- Banco Mundial. (30 de Marzo de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:  
<http://datos.bancomundial.org/indicador>
- Banco Mundial. (30 de Marzo de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:  
<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>
- Banco Mundial. (30 de Marzo de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:  
<http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.NAHC>
- Banco Mundial. (30 de Marzo de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:  
<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

- Carlos Gustavo Cano, M. d. (02 de Mayo de 2014). *Banco de la República*. Obtenido de Banco de la República:  
[http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sem\\_357.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sem_357.pdf)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Cámara de Comercio de Bogotá:  
[http://www.ccmpec.org.co/ccm/contenidos/128/ABC\\_de\\_la\\_Exportacion\\_de\\_Servicios.pdf](http://www.ccmpec.org.co/ccm/contenidos/128/ABC_de_la_Exportacion_de_Servicios.pdf)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. (C. d. Bogotá, Productor) Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Cámara de Comercio de Bogotá:  
<http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 08 de Agosto de 2017, de Cámara de Comercio de Bogotá:  
<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-2017>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 17 de Agosto de 2017, de Cámara de Comercio de Bogotá: <http://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Eventos-Cluster/2017/Lanzamiento-Iniciativa-Cluster-de-Servicios-Financieros-de-Bogota>
- Cámara de Comercio de Manizales Caldas. (s.f.). *El ABC de la exportación de servicios*. Cámara de Comercio de Manizales Caldas, Manizales Caldas. Manizales: Cámara de Comercio de Manizales Caldas.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2014). *Cámara de Comercio de Medellín*. Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Cámara de Comercio de Medellín:  
<http://www.camaramedellin.com.co/site/portals/0/documentos/guia%20entidades%20exportaciones.pdf>
- Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. (s.f.). *Cámara De Diputados del Congreso de La Unión*. Recuperado el 07 de Agosto de 2017, de Cámara de Diputados del Congreso de la Unión: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf>
- Colombia Fintech. (s.f.). *Colombia Fintech*. Recuperado el 17 de Agosto de 2017, de Colombia Fintech: <https://www.colombiafintech.co>
- Congreso de Colombia. (15 de Agosto de 2017). *Congreso de Colombia*. Recuperado el 04 de Septiembre de 2017, de Congreso de Colombia:  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1429\\_2010.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html)
- Deloitte. (2011). *El Futuro de la Banca Movil en America Latina*. Deloitte.
- Departamento Nacional De Estadística. (s.f.). *Clasificación Central de Productos*. Recuperado el 27 de Junio de 2017, de [http://frmweb.dane.gov.co:8001/CPCV2-ViewController-context-root/faces/home.jspx?\\_afLoop=11927584889292092&Adf-Window-Id=w0&\\_afWindowMode=0&\\_adf.ctrl-state=12h7j2p2ur\\_3&\\_afRedirect=11927585404926092](http://frmweb.dane.gov.co:8001/CPCV2-ViewController-context-root/faces/home.jspx?_afLoop=11927584889292092&Adf-Window-Id=w0&_afWindowMode=0&_adf.ctrl-state=12h7j2p2ur_3&_afRedirect=11927585404926092)
- Departamento Nacional de Planeación. (2014 de 2014). Plan Nacional de Desarrollo: Todos por un nuevo país. En D. N. Planeación, *Plan Nacional de Desarrollo: Todos por un nuevo*

- país* (2014-2018 ed., Vol. 1, pág. 109). Bogotá, Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional de Colombia. Recuperado el 17 de Agosto de 2017, de Departamento Nacional de Planeación: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Que-es-el-Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). Conectividad para la integración y el desarrollo productivo sostenible de la región Centro-Oriente y Bogotá D. C. En D. N. Planeación, *Plan Regional de Desarrollo* (Vol. 3, pág. 32). Bogotá, Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional.
- DIAN. (s.f.). *DIAN*. Recuperado el 08 de Agosto de 2017, de DIAN: <http://www.dian.gov.co/DIAN/Tramites.nsf/40B40782A4C64296052577E500530958/810AFF681E885A5A05257E2300585D95?OpenDocument>
- eMarketer. (2016). *In Latin America, Brazil leads in Mobile App Usage*. eMarketer.
- García, J. A., Ríos, C. E., & Callejas, R. J. (2010). *Desempeño financiero empresarial en Colombia en 2009: un análisis por sectores*. Universidad de Antioquia.
- GLC Consultores. (09 de Agosto de 2014). *Revista M prende*. Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Revista M prende: <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>
- Global Rates. (s.f.). *Global Rates*. Recuperado el 26 de Julio de 2017, de Global Rates: <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>
- Google AdWords. (s.f.). *Google AdWords*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de Google AdWords: [https://www.google.com.co/adwords/costs/?channel=ha&sourceid=awo&subid=co-es-ha-aw-bhrh&gclid=Cj0KEQjwmv7JBRDXkMWW4\\_Tf8ZoBEiQA11B2fi2CaB3J5epj9bgXt8PMPANChYROaN6eBu4O\\_kL1kD0aAsZZ8P8HAQ&dclid=COeLxYbWu9QCFQZHhgo dVbAB6A](https://www.google.com.co/adwords/costs/?channel=ha&sourceid=awo&subid=co-es-ha-aw-bhrh&gclid=Cj0KEQjwmv7JBRDXkMWW4_Tf8ZoBEiQA11B2fi2CaB3J5epj9bgXt8PMPANChYROaN6eBu4O_kL1kD0aAsZZ8P8HAQ&dclid=COeLxYbWu9QCFQZHhgo dVbAB6A)
- Ignacio Santiago. (s.f.). *Ignacio Santiago*. Recuperado el 14 de Junio de 2017, de Ignacio Santiago: <https://ignaciosantiago.com/aso-posicionamiento-tiendas-aplicaciones-moviles/>
- Ignacio Santiago. (s.f.). *7 Claves para Optimizar las Apps de las Tiendas*. Recuperado el 14 de Junio de 2017, de 7 Claves para Optimizar las Apps de las Tiendas: <https://ignaciosantiago.com/aso-posicionamiento-tiendas-aplicaciones-moviles/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado el 04 de Abril de 2017, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/poblacion/>
- Ministerio de Economía y Finanzas De Uruguay. (2016). *Índice de Estabilidad Política*. Montevideo.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (25 de Agosto de 2016). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Recuperado el 09 de Junio de 2017, de Ministerio de Comercio Industria y Turismo:

- [http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/2761/definicion\\_tamano\\_empresarial\\_micro\\_pequena\\_mediana\\_o\\_grande](http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande)
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo, ICONTEC. (2009). *Guía Técnica Colombiana Formalización de Empresa*. gtc 184, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, ICONTEC.
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio de Educación Nacional, el Banco de la República, la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, el Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas . (2010). *Estrategia Nacional de Educacion Financiera y Economica*. En e. M. Ministerio de Hacienda y Crédito Público, *Estrategia Nacional de Educacion Financiera y Economica*.
- ProColombia. (s.f.). *ProColombia*. Recuperado el 25 de Marzo de 2017, de ProColombia: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios/software-y-servicios-de-ti.html>
- ProColombia. (s.f.). *ProColombia*. Recuperado el 26 de Marzo de 2017, de ProColombia: <http://inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios/software-y-servicios-de-ti.html>
- ProColombia. (s.f.). *ProColombia*. Recuperado el 26 de Marzo de 2017, de ProColombia: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/servicios.html>
- ProColombia. (01 de Agosto de 2017). *ProColombia*. (ProColombia, Productor) Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Procolombia: <http://www.procolombia.co/noticias/empresas-colombianas-se-apoyan-para-exportar>
- Positiva Compañía de Seguros. (07 de Febrero de 2017). *Positiva Compañía de Seguros*. (P. C. Seguros, Productor) Recuperado el 07 de Agosto de 2017, de Positiva Compañía de Seguros: <https://www.positiva.gov.co/arl/paginas/default.aspx>
- QODE. (08 de Septiembre de 2013). *QODE*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de QODE: <http://qode.pro/blog/regitrarse-como-desarrollador-en-google-play-y-app-store/>
- Tena, M. (23 de Septiembre de 2016). Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/noticias/economia/bancos/fintech/descubriendo-el-dorado/>
- The App Market. (13 de Febrero de 2017). *The App Market*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de The App Market: <https://theappmaker8.zendesk.com/hc/es/articles/218631297-Cuanto-cuesta-el-registro-en-App-Store-como-desarrollador->
- The Competitive Intelligence Unit. (s.f.). *The Competitive Intelligence Unit*. Recuperado el 24 de Junio de 2017, de The Competitive Intelligence Unit: [http://the-ciu.net/nwsltr/534\\_1Distro.html](http://the-ciu.net/nwsltr/534_1Distro.html)
- Universal, E. (2016). Apps financieras, un nuevo nicho de desarrollo en Mexico. *El Universal*.
- Vilma Nuñez. (16 de Enero de 2017). *Vilma Nuñez*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de Vilma Nuñez: <https://vilmanunez.com/cuando-cuesta-anuncio-facebook-ads-guia-precios/>
- Wacc Expert. (s.f.). *Wacc Expert*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2017, de Wacc Expert: <http://www.waccexpert.com/?country=1685&sector=139&detailedView=true>
- YeePLY. (s.f.). Recuperado el 14 de Junio de 2017, de <https://www.cuantocuestamiapp.com>



Yeeply. (s.f.). *Yeeply*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2017, de Yeeply:  
<https://www.yeeply.com/blog/beneficio-economico-de-las-apps/>