



Administración bancaria

- **Integrantes:**
- BETZABET QUISPE LLACSA
- BELINA QUISPE LLACSA

- **Unidad didáctica:**

IMPLEMENTACION DE MODELOS DE NEGOCIOS

- **Ciclo:**

5to ciclo

- **Docente:**

GUSTAVO ADAM CANCINO

AÑO 2021



Índice temático:

Capítulo II: Generación y validación del modelo de negocio

2.1 Modelo de negocio original

2.1.1 Descripción de lienzo de modelos de negocio

2.2 Evolución del modelo de negocio

2.2.3 Descripción del modelo de negocio validado: lienzo validado.

2.2.1 Interacción con el segmento de cliente: malla receptora y validación board

2.2.2 Modificaciones realizadas al prototipo de negocio (concierte MVP).



Índice Tablas

Capito I : Introducción	4
Capitulo II : Resumen ejecutivo	5
CAPÍTULO III: GENERACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	6
3.1 Modelo de negocio original.....	6
3.1.1 Descripción del Lienzo de modelo de negocios	7
3.2 Evolución del modelo de negocio	7
3.2.1 Interacción con el segmento de cliente: Malla receptora y Validation Board ...	7
3.2.2 Modificaciones realizadas al prototipo de negocio (Concierge MVP).....	9
3.2.3 Descripción del modelo de negocio validado: Lienzo validado	11



Introducción

Definición de préstamos: son los préstamos Durante los últimos años el Sector Solidario que se ha caracterizado por estar conformado por un “conjunto de créditos organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro, para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía” (Código De La Economía Solidaria); lo que significa que el fin primordial es el bien común para todos los asociados mediante la prestación de servicios satisfaciendo las necesidades de forma eficiente para ellos y la comunidad, velando siempre por el cumplimiento de los principios cooperativos y buenas prácticas de sus derechos y sus deberes siendo miembros activos pertenecientes a una cooperativa.

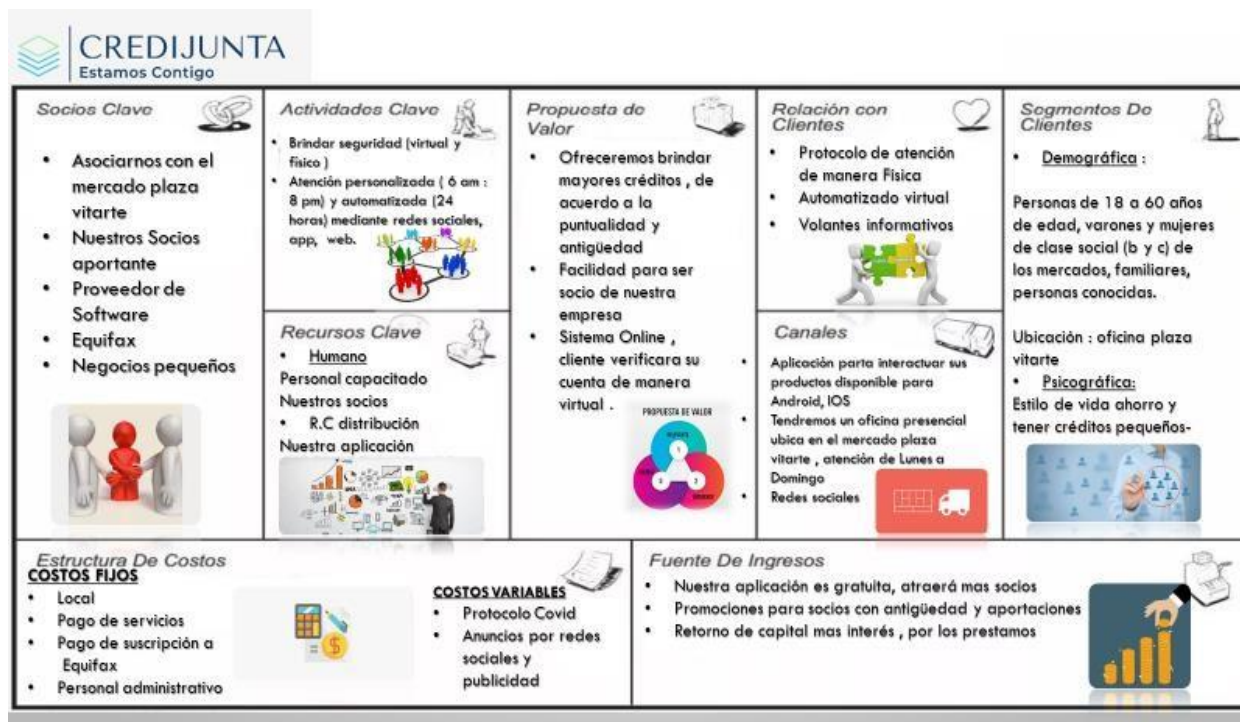
Actualmente el Sector Solidario es regulado por la Superintendencia de Economía Solidaria, entidad del estado encargada de la supervisión de las empresas entidades pertenecientes a este, asegurando el cumplimiento de las leyes, los estatutos establecidos por la cooperativa y los propósitos socioeconómicos mas no lucrativos que guiaran la organización y su funcionamiento. Otra entidad importante es el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria encargado de dirigir y coordinar las políticas para la promoción, planeación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las entidades de Economía Solidaria.

RESUMEN **EJECUTIVO**

Credi junta es una app que brinda hoy en día mucha información de productos financieros s (término inglés compuesto por las palabras financiero y technology) y han tenido un crecimiento acelerado en los últimos años dejando evidencia de su relación con la inclusión financiera. Es por ello que esta investigación tuvo como objetivo analizar de qué manera las empresas. buscando demostrar estadísticamente la correlación existente entre ambas variables y haciendo énfasis en el fuerte grado de dicha correlación que denotan un cierto grado de incidencia, pero sin establecer una causalidad propiamente dicha. Por otra parte, existen diferentes tipos de empresas de acuerdo al segmento de mercado al cual se dirigen, no obstante, esta investigación se centró en el estudio de créditos con la finalidad de “préstamos”.

. El alcance de la investigación fue descriptivo y correlacional de enfoque cuantitativo y se utilizó un diseño de investigación no experimental. La recolección de datos secundarios fueron la base de esta investigación, y para su análisis e interpretación se realizaron análisis descriptivos de las variables, para determinar la relación entre estas se utilizó la prueba estadística del coeficiente de correlación de Pearson. De esta manera se llegó a la conclusión de la incidencia y correlación positiva fuerte que ha existido entre las empresas financiera en Perú durante el periodo 2015 - 2017, permitiendo mayores canales de acceso para servicios y productos financieros.

1.1. Generación de idea de negocio



1.1.1 Descripción del problema o necesidad a resolver.

- 1)no tener un financiamiento para emprender un negocio
- 2)falta de asesoramiento para el manejo de su negocio
- 3)Tener canales de atención por páginas web y aplicativo móvil
- 4)buscan fidelidad por nuestra entidad
- 5)tiene la necesidad de tener un aval para adquirir un crédito ya que no cuenta no cuenta con un historial crédito.

1.1.2 Descripción de la solución inicial.

- Ofrecemos financiamiento a nuestros clientes sin tanto requisito.
- Brindamos asesoramiento para logara el éxito de su negocio.
- Contamos con aplicativo y estamos en nuestras redes sociales.
- Fidelizamos a todos nuestros clientes y les ofrecemos un servicio de calidad.
- Si no cuentas con un aval puedes mostrar evidencias de cosas de valor

1.1.3 Descripción del producto mínimo viable.

- Investigamos: que muchas personas necesitan un préstamo para su negocio
- Psicograficos: personas dependientes e independientes.
- Observamos: que loa clientes tienen mucha dificultad en la ora de sacar un préstamo porque les pide mucho requisito.

1.1.4 Plan de Investigación: 4 E's: Empatía, Expertos, Entorno y Experiencia.

- **¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?:** el cliente piensa en iniciar o modificar su negocio y siente temor al sacar un préstamo Ya que los bancos podrían pedir demasiados requisitos y los intereses altos.
- **¿QUÉ OYE?**
Sus amigos le cuentan las experiencias que tuvieron al sacar un crédito, oye mucha motivación por



parte de su familia.

- **¿QUÉ VE?**

Que credijunta es una asociación de créditos que se dedican a otorgar créditos y asesorar a sus clientes ya sea para iniciar ampliar su negocio.

- **¿QUÉ DICE Y HACE?**

Dice Sentirse satisfecho por plantearse metas y objetivos.

¿Qué hace? Elige a credijunta como una buena oportunidad para trabajar ya que en credijunta brinda asesoramiento no pide tantos requisitos.

- **ESFUERZOS**

miedo a sacar un préstamo ya que su negocio le pueda generar pérdidas.

Estrés de pagar las cuotas mensuales.

Desconfianza por ser un cliente nuevo ya que no sabe si lo van a otorgar un préstamo.

- **RESULTADOS**

Obtener el crédito, trabajar con credijunta y convertirse en un potencial cliente.

Construir un negocio estable cumpliendo sus metas y objetivos.

1.2. Evolución de la idea de negocio

- **Publicidad:**

Banners de publicidad dinámica o estática

Anuncios clasificados

Anuncios publicados por los buscadores

- **Prestación de Servicios**

Servicio por nuestras aplicaciones ya que es gratuita.

1.2.1 Primera Interacción con el segmento de cliente: Malla receptora de ideas o matriz de información.

Ideas interesantes:

El diseño, estilo, dinámicas

Críticas constructivas:

¿Cómo se si confiar en ustedes?

Como sé que su app es buena

Preguntas nuevas:

Porque sé si debería confiar en ustedes

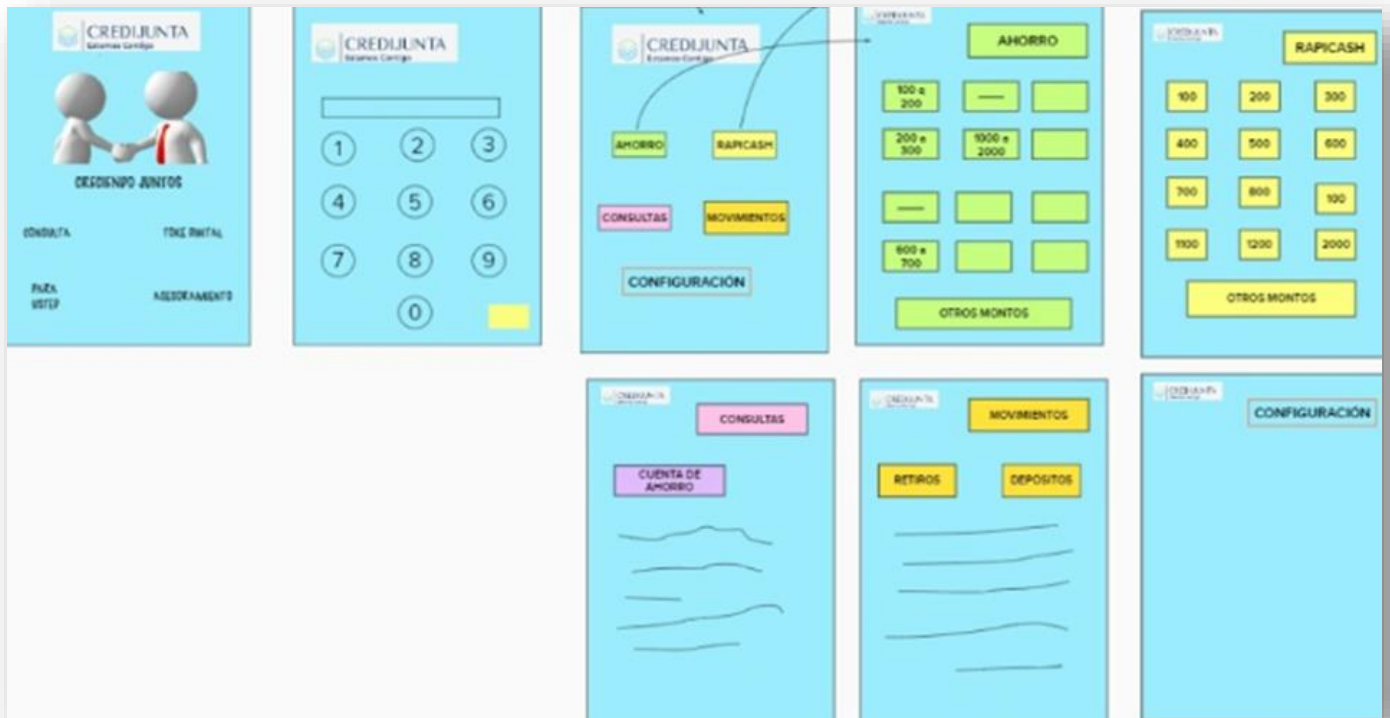
Que me garantiza que mi dinero subirá subirá con ustedes

Ideas nuevas:

Prestamos como servicio

Implementación promoción y descuentos.

1.2.2 Modificaciones realizadas al producto mínimo viable (PMV).



1.2.3 Lecciones aprendidas.

- Mejorar nuestras apps para un mejor servicio
- Dar asesoramiento a nuestros clientes con la finalidad de que ellos creen en nosotros.
- Mejorar nuestras infraestructuras.
- Capacitar más a nuestros colaboradores para un mejor servicio a nuestros clientes.
- Mejorar nuestras páginas web con menos anuncios.

1.2.4 Descripción del prototipo mejorado.

- más rápido y sencillo al momento de entrar a nuestras apps
- contamos con un asesor capacitado para brindar asesoramientos.
- Brindamos capacitación a nuestro personal para una excelente atención.
- Mejor servicio para nuestras aplicaciones.

Anexo: En éste capítulo agregar las evidencias del testeo de su PMV



WhatsApp Audio 2021-05-02 at 12.14.01 PM.mp4

<https://www.facebook.com/Credijunta-102196225153913/#> =



<https://b24-c457kf.bitrix24.site/>



CAPÍTULO II: GENERACIÓN Y VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

2.1 Modelo de negocio original

Socios Clave <ul style="list-style-type: none"> Asociarnos con el mercado plaza vitarte Nuestros Socios aportante Proveedor de Software Equifax Negocios pequeños 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> Brindar seguridad (virtual y físico) Atención personalizada (6 am : 8 pm) y automatizada (24 horas) mediante redes sociales, app, web.  Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> Humano Personal capacitado Nuestros socios R.C distribución 	Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> Ofreceremos una junta formalizada creando ahorros en los clientes con posibilidad de prestamos de acuerdo a la puntualidad y antigüedad Facilidad para ser socio de nuestra empresa Sistema Online , cliente verificara su cuenta de manera virtual . 	Relación con Clientes <ul style="list-style-type: none"> Protocolo de atención de manera Física Automatizado virtual Volantes informativos  Canales <ul style="list-style-type: none"> Aplicación para interactuar sus productos disponible para Android, IOS Tendremos un oficina presencial ubica en el mercado plaza vitarte , atención de Lunes a Domingo Redes sociales 	Segmentos De Clientes <ul style="list-style-type: none"> Demográfica : Personas de 18 a 60 años de edad, varones y mujeres de clase social (b y c) de los mercados, familiares, personas conocidas. Ubicación Ate, Santa Anita, Lurigancho Psicográfica: Estilo de vida ahorro y tener créditos pequeños- personas con buenas calificaciones. 
Estructura De Costos COSTOS FIJOS <ul style="list-style-type: none"> Local Pago de servicios Pago de suscripción a Equifax Personal administrativo 	COSTOS VARIABLES <ul style="list-style-type: none"> Protocolo Covid Anuncios por redes sociales y publicidad 	Fuente De Ingresos <ul style="list-style-type: none"> Nuestra aplicación es gratuita, atraerá mas socios Promociones para socios con antigüedad y aportaciones Retorno de capital mas interés , por los prestamos 		

2.1.1 Descripción del Lienzo de modelo de negocios.

- Propuesta de valor:** nuestro proyecto está basado en poder formalizar las juntas ofreciendo ahorros y créditos
- Segmento de clientes:** nuestra APP va dirigido a personas de 18 a 60 años con clase social A y B ya que nuestro negocio estará ubicado en vitarte.
- Canales:** son servicios que nos permite mediante nuestra aplicación interactuar de una manera más fácil con nuestros clientes por las redes sociales o de manera presencial en nuestras oficinas.
- Relación de clientes:** utilizaremos todos los protocolos de atención en caso que sea presencial de esa manera darle seguridad a nuestro cliente, también ofreceremos una atención automatizado virtual ya que por todo lo que estamos viviendo actualmente sería lo ideal.
- Fuentes de ingresos:** nuestra aplicación es totalmente gratuita, ofreceremos promociones para los clientes más antiguos y pagaremos interés por guardar su dinero en credijunta de esta manera atraer a más clientes.
- Recursos claves:** contrataremos personas capacitadas y daremos capacitaciones a nuestro personal para una mejor atención y cada cierto tiempo renovaremos nuestra aplicación.
- Actividades claves:** brindaremos seguridad tanto presencialmente como virtualmente y atenderemos las 24 horas mediante nuestras redes sociales para así atender a cualquier duda.
- Socio claves:** queremos llegar asociarnos con el mercado plaza vitarte, proveedores de software, Esquifas y negocios pequeños
- Estructura de costos:** aquí viene hacer todos nuestros gastos fijos los pagos de servicios (de local, luz, agua, pago al personal) y pago de suscripción a Equifax.

2.2.1 Interacción con el segmento de cliente: Malla receptora y Validation



Board

<u>IDEAS INTERESANTES</u> Segura Dinámica Las herramientas	<u>CRITICAS CONSTRUCTIVAS</u> Certificación de seguridad de la app Videos de orientación Simuladores de prestamos
<u>PREGUNTAS NUEVAS</u> ¿Cuál es la tasa de interés que me cobran menos? ¿Por qué debería ahorrar? ¿Qué me garantiza que mi dinero este seguro con ustedes?	<u>IDEAS NUEVAS</u> Implementar promociones y descuentos Videos de introducción Convenios con alguna institución financiera.

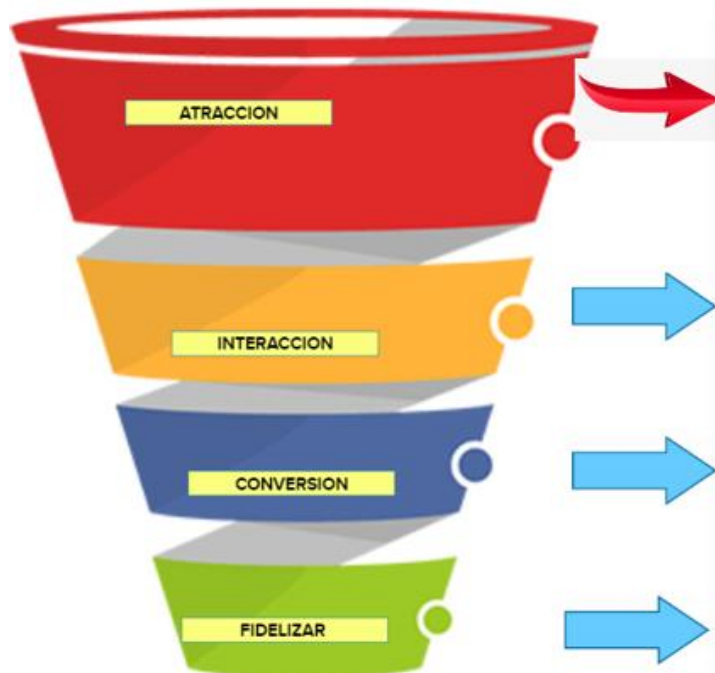
2.2 Evolución del modelo de negocio





CERTUS

Embudo de ventas



Realizar publicaciones mediante Facebook atractivas otorgando campañas, promociones y tasas de interés bajas.

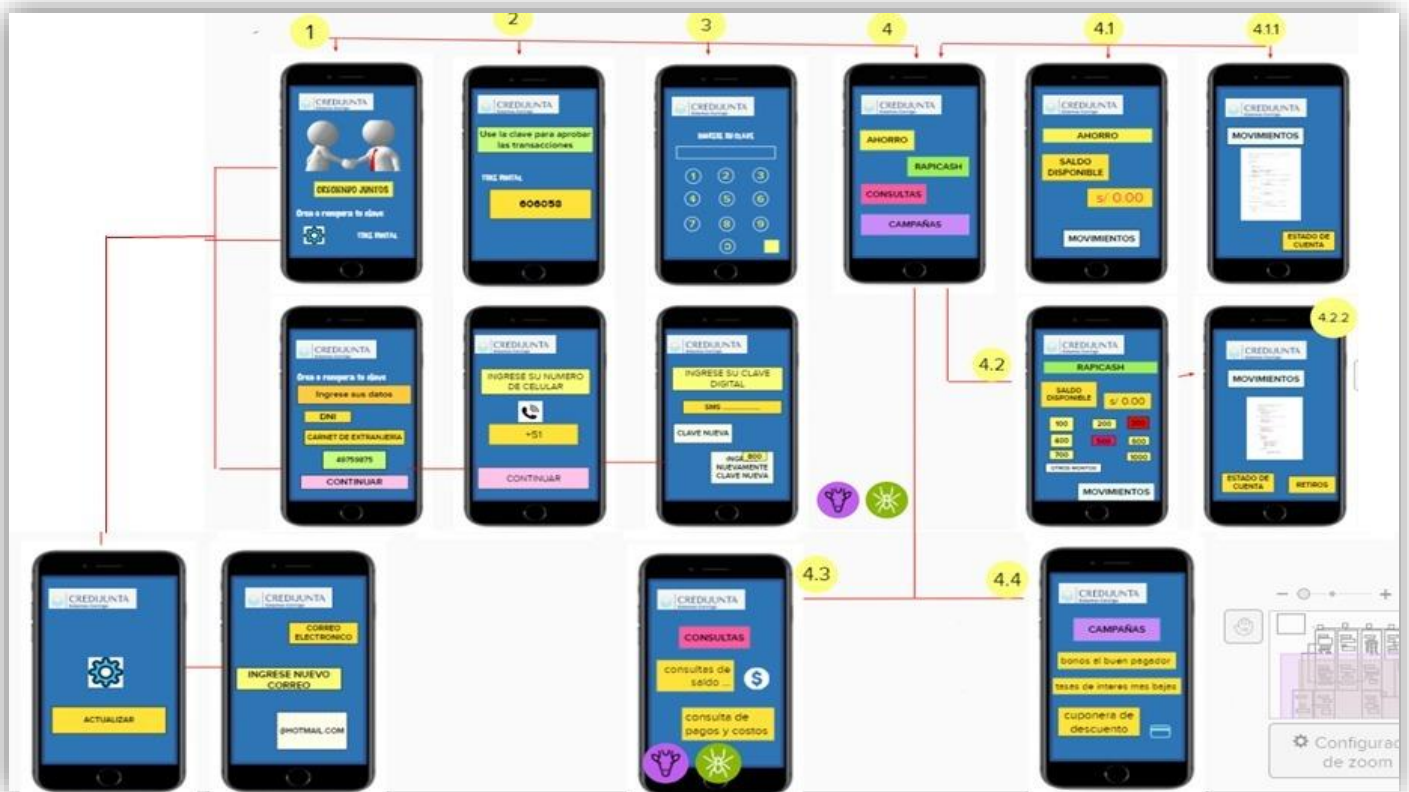
Realizar videos del uso de nuestro aplicativo, dar asesoramiento personalizado.

Brindarle campañas con tasas de interes minimas.

Hacer sorteos por fiestas patrias dia de las madres y fiestas navideñas. Por cada crédito otorgado darles algún regalo como. Mochilas o algún material educativo.



2.2.2 Modificaciones realizadas al prototipo de negocio (Concierte MVP).



2.2.3 Descripción del modelo de negocio validado: Lienzo validado.

Experimentar el producto mínimo viable y usar las métricas ya podemos validar el Canvas

Proceso de validación de las hipótesis del bloque Segmento de clientes

¡Creamos! Primer Paso

Mi Propuesta Única de Valor (PUV) es: Ofrecer juntas formalizadas creando el ahorro seguro y posibilidad de prestamos

Hipótesis de mis clientes En el segmento de clientes tenemos: • Los “early adopters” Son personas de 18 a 60 años personas conocidas y familiares

Bloque segmento de cliente

Datos demográficos: Personas de 18 a 60 años varones y mujeres de clase social (b y c) personas conocidas, familiares

- 1. Investigar** Para que tu proyecto sea sostenible en el tiempo, deberías tener un gran grupo de clientes. Si bien hiciste una estimación, para lograr tener datos más precisos y confiables, puedes recurrir a fuentes fiables como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), RENIEC, municipios, entre otros

Ubicación Ate, santa Anita Lurigancho

Psicográficos: Estilo de vida ahorrista y personas que adquieran crédito

Posibles clientes que compraran nuestro prototipo

2. Observar

Vimos

Vimos que las personas que trabajan en el mercado trabajan con juntas entre sus compañeros

Algunos están actualizados con la plataforma digital, tienen cuentas bancarias y revisan sus canales por la web

Algunos clientes están bien historial crediticio, pero como Empresa
Como personas naturales tienen problemas

2 Entrevistar

- preguntas sugeridas para aliviar
(permiten explorar y conocer más a nuestro segmento): -
Cuénteme, ¿Tienes negocio propio?
¿Juegas juntas vecinales?
¿Tienes prestamos activos como personal Natural?

En nuestro caso haremos 2 entrevistas por semana. –
Iremos a los mercados de Ate vitarte
Máximo media hora.

Total, de las entrevistas realizadas: - Varones y mujeres de 18 a 60 años con negocio y buena calificación en la sbs

4. Experimentar

¿Cuál fue el resultado de nuestra validación?

Nuestros posibles clientes juegan juntas vecinales entre amigos y familiares de mercado
Son personas clase social (b y c) , tiene prestamos activos como personal Natural
Si les gustaría participar de una junta formalizada

