

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

ESCUELA DE POSGRADOS

MAESTRÍA TECNOLÓGICA EN STARTUPS COMO EMPRENDIMIENTO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN
MAGISTER TECNOLÓGICO EN STARTUPS COMO EMPRENDIMIENTO**

**TEMA: DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL STARTUP
MICARRITO.COM**

AUTOR: TLGA. ALEXANDRA DEL CARMEN CARDENAS LEIVA

DIRECTOR: MGS. JORGE SALDAÑA MOYA

CC: 1709336596

FECHA: AGOSTO 2024

SANGOLQUÍ – ECUADOR

Autor:



Cárdenas Leiva Alexandra del Carmen

Título a obtener: Magister Tecnológico en Startups como
Emprendimiento

Matriz: Sangolquí – Ecuador

Correo electrónico: flaquitacardenas-28@outlook.com

Dirigido por:

Saldaña Moya Jorge Giovanni

Título: Director del Trabajo de Titulación

Matriz: Sangolquí – Ecuador

Correo electrónico: gsaldanamoya@gmail.com

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

CÁRDENAS LEIVA ALEXANDRA DEL CARMEN

Aprobación del Director del Trabajo Titulación

Sangolquí, 17 de agosto del 2024

Msc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: Diseño de un Plan de Negocios para La Creación del Startup MICARRITO.COM., realizado por Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la institución, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Jorge Giovanny Saldaña Moya
Directo del Trabajo de Titulación
C.I.: 1709336596
Correo electrónico: gsaldanamoya@gmail.com

Carta de Cesión de Derechos del Trabajo de Titulación

Sangolquí, 17 de agosto del 2024

Msc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

Por medio de la presente, yo, Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: ser autor del trabajo de titulación denominado “Diseño de un Plan de Negocios para La Creación del Startup MICARRITO.COM”, de la Maestría Tecnológica en Startups como emprendimiento.; manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva

CI: 1105540569

Formulario para entrega de proyecto de titulación en biblioteca del Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui.

MAESTRÍA TECNOLÓGICA: En Startup como emprendimiento.

AUTOR/ES:

Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva

TUTOR:

Jorge Giovanny Saldaña Moya

CONTACTO ESTUDIANTE:

0967198043

CORREO ELECTÓNICO:

Flaquitacardenas-28@outlook.com

TEMA:

Diseño de un Plan de Negocios para La Creación del Startup MICARRITO.COM.

RESUMEN EN ESPAÑOL:

El presente trabajo investigativo aborda el desafío de acceder al financiamiento vehicular en Quito, Ecuador, donde una parte significativa de los posibles compradores enfrenta dificultades debido a historiales crediticios insuficientes y la falta de asesoramiento financiero especializado. El objetivo principal de esta investigación es diseñar un plan de negocios integral para la creación de MiCarrito.com, un startup fintech destinada a llenar esta brecha en el mercado al proporcionar una solución innovadora y basada en la tecnología para el financiamiento vehicular. La investigación se sitúa en el contexto de un mercado automotriz dinámico pero desatendido en Quito, donde la demanda es alta, pero muchos consumidores tienen dificultades para asegurar financiamiento a través de medios tradicionales. La metodología empleada implica un enfoque de métodos mixtos, combinando datos cualitativos obtenidos de grupos focales y entrevistas a expertos, con datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas estructuradas. Este enfoque dual permite una

comprensión exhaustiva de las necesidades del mercado y de las posibles barreras para la entrada. El estudio se justifica por la necesidad urgente de soluciones financieras más inclusivas que puedan atender a un segmento más amplio de la población, fomentando así una mayor movilidad y mejorando la calidad de vida. La conclusión fundamental es que un plan de negocios bien estructurado y adaptado localmente puede establecer con éxito a MiCarrito.com como líder en el espacio fintech, ofreciendo opciones de financiamiento vehicular personalizadas y accesibles a un segmento del mercado que actualmente está desatendido.

Palabras clave: Plan de negocios, financiamiento vehicular, startup, fintech

Abstract

The present investigative work addresses the challenge of accessing vehicle financing in Quito, Ecuador, where a significant portion of potential buyers faces difficulties due to insufficient credit histories and a lack of specialized financial advice. The main objective of this research is to design a comprehensive business plan for the creation of MiCarrito.com, a fintech startup aimed at filling this market gap by providing an innovative, technology-driven solution for vehicle financing. The research is set within the context of a dynamic but underserved automotive market in Quito, where demand is high, yet many consumers struggle to secure financing through traditional means. The methodology employed involves a mixed-method approach, combining qualitative data obtained from focus groups and expert interviews with quantitative data gathered through structured surveys. This dual approach allows for a thorough understanding of market needs and potential barriers to entry. The study is justified by the urgent need for more inclusive financial solutions that can cater to a broader segment of the population, ultimately fostering greater mobility and improving quality of life. The fundamental conclusion is that a well-structured and locally adapted business plan can successfully establish MiCarrito.com as a leader in the fintech space, offering personalized and accessible vehicle financing options to a currently underserved market segment.

Keywords: Business plan, vehicle financing, startup, fintech

Solicitud de publicación del trabajo de titulación

Sangolquí, 17 de agosto del 2024

Msc. Elizabeth Aldás

Directora de Posgrados

Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: Diseño de un Plan de Negocios para La Creación del Startup MICARRITO.COM., de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “DsPace” del estudiante: por Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva, con documento de identificación No. 1105540569, estudiante de la Maestría Tecnológica en Startup como Emprendimiento.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje máximo de 10%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,

Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva

CI: 1105540569

Dedicatoria

Dedico esto a mis padres por su apoyo incondicional y amor, la enseñanza que me han otorgado hasta ahora, también a mi esposo mi compañero inquebrantable que no me deja sola, apoyándome en mis desafíos y cada logro que he tenido.

Con amor y gratitud sincera.

Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva

Agradecimiento

No hay palabras suficientes para expresar la gratitud que siento a mis padres quienes con su sabiduría, amor y apoyo incondicional me han inspirado a mejorar cada día. A mi esposo, mi compañero de vida por su comprensión y paciencia al acompañarme en todo momento especialmente en los más difíciles, sin olvidar a mi familia la cual, por su cariño, confianza en mi cuando yo misma dudaba, me motivaron a seguir adelante, este logro es para ustedes con quienes estoy agradecida.

Con gratitud eterna

Alexandra del Carmen Cárdenas Leiva

Resumen

El presente trabajo investigativo aborda el desafío de acceder al financiamiento vehicular en Quito, Ecuador, donde una parte significativa de los posibles compradores enfrenta dificultades debido a historiales crediticios insuficientes y la falta de asesoramiento financiero especializado. El objetivo principal de esta investigación es diseñar un plan de negocios integral para la creación de MiCarrito.com, un startup fintech destinada a llenar esta brecha en el mercado al proporcionar una solución innovadora y basada en la tecnología para el financiamiento vehicular. La investigación se sitúa en el contexto de un mercado automotriz dinámico pero desatendido en Quito, donde la demanda es alta, pero muchos consumidores tienen dificultades para asegurar financiamiento a través de medios tradicionales. La metodología empleada implica un enfoque de métodos mixtos, combinando datos cualitativos obtenidos de grupos focales y entrevistas a expertos, con datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas estructuradas. Este enfoque dual permite una comprensión exhaustiva de las necesidades del mercado y de las posibles barreras para la entrada. El estudio se justifica por la necesidad urgente de soluciones financieras más inclusivas que puedan atender a un segmento más amplio de la población, fomentando así una mayor movilidad y mejorando la calidad de vida. La conclusión fundamental es que un plan de negocios bien estructurado y adaptado localmente puede establecer con éxito a MiCarrito.com como líder en el espacio fintech, ofreciendo opciones de financiamiento vehicular personalizadas y accesibles a un segmento del mercado que actualmente está desatendido.

Palabras clave: Plan de negocios, financiamiento vehicular, startup, fintech

Abstract

The present investigative work addresses the challenge of accessing vehicle financing in Quito, Ecuador, where a significant portion of potential buyers faces difficulties due to insufficient credit histories and a lack of specialized financial advice. The main objective of this research is to design a comprehensive business plan for the creation of MiCarrito.com, a fintech startup aimed at filling this market gap by providing an innovative, technology-driven solution for vehicle financing. The research is set within the context of a dynamic but underserved automotive market in Quito, where demand is high, yet many consumers struggle to secure financing through traditional means. The methodology employed involves a mixed-method approach, combining qualitative data obtained from focus groups and expert interviews with quantitative data gathered through structured surveys. This dual approach allows for a thorough understanding of market needs and potential barriers to entry. The study is justified by the urgent need for more inclusive financial solutions that can cater to a broader segment of the population, ultimately fostering greater mobility and improving quality of life. The fundamental conclusion is that a well-structured and locally adapted business plan can successfully establish MiCarrito.com as a leader in the fintech space, offering personalized and accessible vehicle financing options to a currently underserved market segment.

Keywords: Business plan, vehicle financing, startup, fintech

Índice

Índice

Aprobación del Director del Trabajo Titulación	3
Carta de Cesión de Derechos del Trabajo de Titulación	4
Formulario para entrega de proyecto de titulación en biblioteca del Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui	5
Solicitud de publicación del trabajo de titulación	7
Dedicatoria	8
Agradecimiento	9
Resumen	10
Abstract	11
Índice	12
Índice de Ilustraciones	14
Índice de Tablas	14
Introducción:	16
Capítulo 1	21
1. Marco Teórico	21
1.1. Contextualización espacio temporal del problema	21
1.1.1. Nivel Macro: Situación global y latinoamericana	21
1.1.2. Nivel Meso: Situación en Ecuador	21
1.1.3. Nivel Micro: Situación concreta del problema a investigar	22
1.2. Investigaciones previas sobre el objeto de estudio	22
1.2.1. "Transformación de la industria fintech en América Latina" - BID y Finnovista (2018)	23
1.2.2. "Diseño y creación del modelo de negocio de un startup fintech" - Trujillo Rueda, G. J. (2022)	23
1.2.3. "Plan de negocio de un startup tecnológico en Ecuador" - Lago Sánchez, M. E. (2023)	24
1.2.4. "Inclusión financiera y acceso al crédito en Ecuador" - Banco Central del Ecuador (2020)	24
1.2.5. "Fintech y la transformación del mercado financiero en Ecuador" - Andrade, G. (2019)	25
1.3. Cuerpo teórico-conceptual	26
1.3.1. Inclusión financiera:	26
1.3.2. Fintech:	27
1.3.3. Modelos de negocio de startups	27
1.3.4. Financiamiento vehicular:	29
1.3.5. Conceptos clave	29

1.4. Tendencias actuales	31
Capítulo 2	34
Capítulo 2: Marco metodológico	34
2.1. Enfoque Metodológico de la Investigación.....	34
2.1.1. Enfoque Cuantitativo	34
2.1.2. Enfoque Cualitativo.....	34
2.1.3. Triangulación de Datos	35
2.1.4. Consideraciones Éticas.....	35
2.1.5. Tipo de Estudio	36
2.2. Población, unidades de estudio y muestra.....	37
2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información	37
2.3.1. Métodos empíricos:.....	38
2.3.2. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:	38
2.3.3. Operacionalización de variables	39
2.4 Procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas.....	39
2.4.1. Organización y tabulación de datos:.....	39
2.4.2. Análisis de datos:	41
2.4.3. Elaboración de regularidades, gráficos y tablas:.....	43
Capítulo 3	48
Capítulo 3: Propuesta: Implementación práctica/creación de empresa/ desarrollo Tecnológico.....	48
3.1. Fundamentos de la Propuesta	48
3.1.2. Postulados Fundamentales	48
3.1.3. Objetivos e Instrumentos	49
3.1.4. Relación de los Objetivos de Investigación con los Resultados obtenidos en Encuestas y grupos focales.....	50
3.1.5. Estructuración del Modelo de Negocio.....	53
3.2. Presentación de la propuesta:.....	53
3.2.1 Resumen Ejecutivo	53
3.2.2 Análisis de la Situación Actual	55
3.3 Ejecución de la propuesta.	68
3.3.1 Contextualización del Caso Sometido a Estudio.....	68
3.3.2. Comportamiento de las Variables Sometidas a Estudio	68
3.3.3. Desempeño y Evolución en el Entorno	70
3.3.4. Conclusión del desempeño y evolución en el entorno.....	70

3.3.5. Aplicación Práctica a manera de MVP (Producto Mínimo Viable)	71
Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	78
Bibliografía.....	80
Anexos.....	82
Anexo #1	82
Anexo #2	82
Anexo #3	84
Anexo #4	91
Anexo #5	92

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Cartera de Latinoamericana de Negocios al 30/05/2023.....	37
Ilustración 2 Operaciones de variables	39
Ilustración 3 Datos Demográficos Elaborado por: Alexandra Cárdenas.....	39
Ilustración 4 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes	40
Ilustración 5 Temas abordados en grupos focales	41
Ilustración 6 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.	43
Ilustración 7 Intento de adquisición Autos	44
Ilustración 8 Obstáculos al obtener financiamiento vehicular.....	44
Ilustración 9 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.	44
Ilustración 10 Disposición a utilizar plataformas	44
Ilustración 11 Factores importantes al elegir Financiamiento.....	45
Ilustración 12 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.	45
Ilustración 13 Confianza en plataformas para transacciones.....	45
Ilustración 14 Nivel de Satisfacción con servicios financieros.	45
Ilustración 15 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.	46
Ilustración 16 Importancia de asesoramientos personalizado	46
Ilustración 17 Características de la Plataforma	46
Ilustración 18 Modelo Canvas MiCarrito.com	53
Ilustración 19 Análisis FODA	56
Ilustración 20 Estrategias.....	57
Ilustración 21 Entes, actividad y competencia	58
Ilustración 22 Variables.....	71
Ilustración 23 Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios	73
Ilustración 24 Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios	74

Índice de Tablas

Tabla 1 Objetivo, instrumento y resultado.	50
Tabla 2 Estado de Resultados Proyectado	64
Tabla 3 Flujo de efectivo proyectado	64
Tabla 4 Análisis de Sensibilidad	66

Tabla 5 Plan de contingencia de la empresa..... 67

Introducción:

La empresa ecuatoriana Latinoamericana de Negocios ha venido prestando servicios de asesoría financiero comercial en la ciudad de Quito desde noviembre del 2022. En el desarrollo de sus actividades diarias, ha visto oportunidades de negocio en el área automotriz a través de la creación de un startups dedicada a brindar servicios de gestión de compra de vehículos con apalancamiento del sistema financiero y con la inclusión de tecnologías innovadoras, razón por la cual nos ha colaborado facilitando datos reales de su cartera (300 clientes) recaudada en operaciones comerciales realizadas durante el año 2023, para que podamos realizar trabajo investigativo.

El mercado automotriz en Quito, Ecuador, se enfrenta a un desafío significativo; a pesar de la alta demanda de vehículos, muchas personas no pueden acceder al financiamiento vehicular tradicional. Esta situación se debe principalmente a dos factores como la falta de un historial crediticio sólido y la ausencia de asesoramiento especializado en el proceso de compra de vehículos nuevos o usados. Según Trujillo, G. (2022), en el mercado financiero ecuatoriano, existe una brecha en la demanda insatisfecha, que se estima entre el 20% y el 30% de la demanda total de créditos. Esta brecha representa una oportunidad considerable para ofrecer servicios financieros innovadores y personalizados a través de un modelo de negocio tipo startup.

Actualmente, la falta de acceso a crédito vehicular en el mercado ecuatoriano no es un problema aislado, sino que refleja una tendencia más amplia en la economía ecuatoriana. Estudios previos indican que, aunque el 72% de los adultos ecuatorianos tienen una cuenta bancaria, solo el 38% de ellos tiene acceso a algún tipo de crédito otorgado por el sector financiero. Trujillo, (2022). Esto muestra una desconexión significativa entre la inclusión financiera y el acceso a servicios de crédito, impidiendo que una parte sustancial de la población pueda financiar la compra de un vehículo.

Las causas de esta situación problemática son diversas y variadas, en primer lugar, el sistema financiero tradicional en Ecuador requiere un historial crediticio robusto además de parámetros complementarios como capacidad de pago, solvencia patrimonial entre otros para aprobar préstamos, lo que excluye a muchas personas que no tienen una trayectoria financiera estable. Además, la falta de asesoramiento adecuado durante el proceso de compra de un vehículo puede desalentar a los potenciales compradores, quienes a menudo se enfrentan a procedimientos complicados y engorrosos.

La falta de acceso a financiamiento vehicular en Quito se agrava por la rigidez de los criterios de aprobación crediticia, que no consideran las realidades económicas de una parte significativa de la población. Además, la concentración del mercado financiero en un número limitado de instituciones, con poca competencia y escasa flexibilidad en sus productos, perpetúa esta exclusión. Como resultado, muchas personas con ingresos estables, pero sin un historial crediticio robusto se ven atrapadas en un ciclo de inaccesibilidad financiera. Esto no solo limita sus oportunidades de mejorar su calidad de vida y movilidad, sino que también contribuye a una desaceleración en la renovación del parque automotor en la ciudad.

Los efectos de esta situación son múltiples. Por un lado, las personas que necesitan un vehículo para su movilidad diaria o para fines laborales se ven obligadas a posponer o abandonar sus planes de compra. Por otro lado, las empresas automotrices y las instituciones financieras pierden oportunidades de negocio significativas debido a la incapacidad de satisfacer esta demanda no cubierta.

Si no se aborda esta problemática, la brecha en el acceso a financiamiento vehicular podría ampliarse, exacerbando las desigualdades económicas y limitando el crecimiento del mercado automotriz. Sin embargo, si se implementan soluciones innovadoras como MiCarrito.com, es posible transformar esta brecha en una oportunidad de negocio, ofreciendo un servicio integral que incluya asesoramiento especializado y soluciones de financiamiento accesibles.

El ámbito de esta investigación se limita a la ciudad de Quito, Ecuador, y se centra en el mercado de la comercialización y el financiamiento vehicular. Temporalmente, se enfoca en la situación actual del mercado y en la proyección de escenarios futuros a corto y mediano plazo.

Estudios previos, como los realizados por Trujillo, G. (2022) y otros análisis del sector fintech en Ecuador, destacan la necesidad de soluciones digitales para mejorar el acceso al crédito. Estos estudios evidencian que, aunque se han realizado esfuerzos para mejorar la inclusión financiera, todavía existen vacíos significativos tanto en el conocimiento teórico como en la práctica de proporcionar acceso efectivo a servicios de crédito. MiCarrito.com busca llenar este vacío ofreciendo una plataforma innovadora que conecte a los compradores de vehículos con opciones de financiamiento personalizadas.

Sintetizando, el mercado automotriz en Quito, Ecuador, enfrenta una problemática crítica; aunque existe una alta demanda de vehículos, muchas personas no pueden acceder

al financiamiento vehicular tradicional debido a la falta de un historial crediticio sólido y la ausencia de asesoramiento especializado. Esta brecha, que representa entre el 20% y el 30% de la demanda total de créditos, es agravada por la rigidez de los criterios de aprobación crediticia y la falta de competencia en el sector financiero, lo que excluye a una parte significativa de la población. Como resultado, tanto los consumidores como las instituciones financieras pierden oportunidades, perpetuando la exclusión financiera y limitando la renovación del parque automotor en la ciudad.

La pregunta de investigación derivada de esta situación problemática es: **¿De qué manera el plan de negocios diseñado para la creación del Startup MiCarrito.com, permite concretar la viabilidad del proyecto?** Esta pregunta de investigación es fundamental para resolver el problema identificado. La formulación del plan de negocios para MiCarrito.com no solo busca estructurar y guiar la creación del startup, sino también demostrar cómo un enfoque innovador y bien planificado puede transformar una brecha de mercado en una oportunidad viable y lucrativa. Responder a esta pregunta implica un proceso investigativo detallado que abarca el análisis del mercado, la identificación de oportunidades y desafíos, y la implementación de estrategias específicas para asegurar el éxito del proyecto.

Objetivos

El objetivo general de esta investigación es **diseñar un plan de negocios para la creación del Startup MiCarrito.com**, y se enfoca en establecer una hoja de ruta detallada para la implementación y crecimiento del startup. Los objetivos específicos de esta investigación son:

- Describir detalladamente el negocio MiCarrito.com detectando su elemento diferenciador.
- Analizar el mercado y la competencia en el sector de financiamiento vehicular en la ciudad de Quito, Ecuador.
- Definir el modelo de negocio y el plan financiero a aplicarse para el Startup MiCarrito.com.
- Diseñar una estrategia de marketing digital para el Startup MiCarrito.com para llegar al mercado objetivo.

Hipótesis

La hipótesis de esta investigación es que **el desarrollo de un plan de negocios estructurado y adaptado a las condiciones del mercado local permite la creación exitosa**

del Startup MiCarrito.com, ofreciendo soluciones financieras innovadoras y accesibles a un segmento del mercado automotriz que actualmente no está satisfecho. Esta hipótesis se basa en varias consideraciones clave como que:

La hipótesis está directamente relacionada con el problema identificado de la falta de acceso a financiamiento vehicular en Quito. Proponer un plan de negocios que incluya soluciones financieras innovadoras, como las ofrecidas por MiCarrito.com, es una respuesta directa a esta necesidad insatisfecha.

La hipótesis guía la investigación hacia los objetivos específicos planteados, como describir detalladamente el negocio, analizar el mercado y la competencia, definir el modelo de negocio y diseñar estrategias de marketing. Cada uno de estos objetivos contribuye a validar la hipótesis al proporcionar evidencia sobre la viabilidad y efectividad del plan de negocios.

En este trabajo investigativo, el marco teórico detallado en el siguiente capítulo respalda la hipótesis al proporcionar una base conceptual sobre la importancia del acceso a crédito y la innovación en el sector Fintech. Estudios previos como el de Trujillo, G. (2022) han demostrado que la implementación de soluciones digitales y modelos de negocio innovadores puede mejorar significativamente el acceso a servicios financieros.

La hipótesis establece una relación entre las **variables dependientes (éxito y viabilidad de MiCarrito.com) e independientes (plan de negocios estructurado y adaptado al mercado)**. Al demostrar cómo un plan de negocios bien diseñado puede impactar positivamente en la creación y operación del startup, la investigación valida esta relación.

Justificación

La investigación sobre el diseño de un plan de negocios para MiCarrito.com es crucial por varias razones como:

Identificación de criterios y razones: Esta investigación busca abordar una necesidad crítica en el mercado automotriz de Quito: la falta de acceso a financiamiento vehicular. Identifica criterios como la alta demanda de vehículos y la falta de opciones de crédito accesibles, lo que justifica la creación de una solución específica como MiCarrito.com.

Definición de prioridad y propuesta de solución: La prioridad de esta investigación radica en transformar una demanda no satisfecha en una oportunidad de negocio. Proponer un plan de negocios para MiCarrito.com no solo atiende esta necesidad

inmediata, sino que también establece un modelo replicable para otros sectores y mercados. La solución propuesta incluye una plataforma digital que conecta a los compradores con opciones de financiamiento personalizadas y asesoramiento especializado, abordando directamente las causas del problema. Trujillo, G. (2022)

Los beneficios de esta investigación son múltiples y abarcan varios ámbitos como el económico ya que al mejorar el acceso al crédito vehicular puede dinamizar el mercado automotriz, aumentar las ventas de vehículos y generar ingresos tanto para MiCarrito.com como para las instituciones financieras asociadas. También en el ámbito social, en vista de que al facilitar el acceso a vehículos puede mejorar la movilidad de las personas, aumentar su capacidad para acceder a oportunidades laborales y mejorar su calidad de vida. Por otra parte, en el ámbito tecnológico, la implementación de una plataforma digital innovadora posiciona a MiCarrito.com como un líder en la adopción de tecnología fintech en Ecuador, fomentando un ecosistema de innovación y desarrollo tecnológico. Y por último en el ámbito educacional, esta investigación proporciona un modelo metodológico que puede ser utilizado por otros emprendedores y académicos interesados en el desarrollo de startups y soluciones fintech.

Este estudio proporciona una base teórica y práctica para futuras investigaciones sobre modelos de negocio innovadores y acceso a servicios financieros. y la justificación se fundamenta en la necesidad urgente de soluciones innovadoras en el mercado de financiamiento vehicular, los beneficios económicos y sociales esperados, y el valor metodológico que aporta al campo de estudio de startups y fintech. Trujillo, G. (2022).

Capítulo 1

1. Marco Teórico

1.1. Contextualización espacio temporal del problema

1.1.1. Nivel Macro: Situación global y latinoamericana

El acceso al crédito es un desafío significativo a nivel global, especialmente en regiones en desarrollo. Según el Banco Mundial, aproximadamente 1.7 mil millones de adultos en todo el mundo carecen de acceso a servicios financieros formales, lo que limita sus oportunidades de crecimiento económico y desarrollo personal. Este problema es particularmente agudo en sectores específicos como el automotriz, donde la adquisición de un vehículo suele requerir financiamiento. La falta de acceso al crédito no solo afecta a los individuos, sino que también limita el crecimiento económico general y la movilidad social.

En América Latina, la situación del acceso al crédito muestra un panorama mixto. A pesar de los avances en la inclusión financiera y la bancarización, un gran segmento de la población sigue excluido del acceso a crédito formal. Según un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista, la industria fintech en América Latina creció un 66% entre 2017 y 2018, lo que refleja una respuesta a la demanda de soluciones financieras más accesibles y personalizadas. Sin embargo, el acceso al crédito en sectores como el automotriz sigue siendo limitado, afectando la capacidad de las personas para adquirir vehículos y mejorar su calidad de vida. Trujillo, G. (2022).

1.1.2. Nivel Meso: Situación en Ecuador

En Ecuador, la inclusión financiera ha mejorado en los últimos años, pero aún enfrenta desafíos significativos. Según datos del Banco Central del Ecuador, el 72% de los adultos ecuatorianos tiene una cuenta bancaria, pero solo el 38% tiene acceso a algún tipo de crédito. Este desbalance refleja una brecha considerable entre la bancarización y el acceso real a servicios de crédito. En el contexto del financiamiento vehicular, esta brecha se traduce en una demanda no satisfecha, con muchas personas incapaces de obtener préstamos para la compra de vehículos debido a la falta de un historial crediticio sólido o a la ausencia de asesoramiento especializado.

La pandemia de COVID-19 ha exacerbado estos desafíos, afectando negativamente la capacidad de los individuos para mantener buenos historiales crediticios y aumentando la necesidad de soluciones financieras flexibles y accesibles. A pesar de estos obstáculos, el crecimiento de la industria fintech en Ecuador ofrece una oportunidad para innovar en el acceso al crédito. Según un estudio de Finnovista, Ecuador cuenta con un ecosistema fintech en crecimiento, aunque aún en una dimensión inferior comparado con sus vecinos regionales .

1.1.3. Nivel Micro: Situación concreta del problema a investigar

En Quito, la dinámica del mercado automotriz refleja estos desafíos de acceso al crédito. A pesar de la alta demanda de vehículos, muchas personas enfrentan dificultades para acceder a financiamiento vehicular tradicional. Las principales causas de esta problemática son la falta de un historial crediticio sólido y la ausencia de asesoramiento especializado durante el proceso de compra. Esta brecha de demanda no satisfecha, estimada entre un 20% y un 30%, representa una oportunidad significativa para desarrollar servicios financieros innovadores y personalizados, como los propuestos por MiCarrito.com.

La situación actual en Quito muestra que, aunque existe un interés considerable en la adquisición de vehículos, las barreras financieras impiden que una parte significativa de la población realice estas compras. Esto no solo afecta a los potenciales compradores, sino también a las empresas automotrices y a las instituciones financieras que pierden oportunidades de negocio. En este contexto, la creación de una plataforma como MiCarrito.com, que ofrezca asesoramiento especializado y soluciones de financiamiento accesibles, puede transformar esta brecha en una oportunidad de negocio viable y lucrativa.

Esta contextualización espaciotemporal destaca la urgencia de abordar el problema del acceso al crédito vehicular en Quito y proporciona una base sólida para el desarrollo de un plan de negocios que responda a esta necesidad insatisfecha. La investigación de MiCarrito.com no solo busca llenar este vacío, sino también contribuir al crecimiento del sector fintech y mejorar la inclusión financiera en Ecuador.

1.2. Investigaciones previas sobre el objeto de estudio

Para desarrollar un plan de negocios efectivo para MiCarrito.com, es crucial revisar investigaciones previas relacionadas con la inclusión financiera, el acceso al crédito vehicular y el desarrollo de startups en el sector fintech. A continuación, se presentan investigaciones relevantes realizadas en los últimos cinco años que abordan estos temas:

1.2.1. "Transformación de la industria fintech en América Latina" - BID y Finnovista (2018)

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista

Enfoque: Analizó el crecimiento de la industria fintech en América Latina, destacando su impacto en la inclusión financiera y el acceso a servicios financieros.

Metodología: Investigación cuantitativa basada en encuestas y análisis de datos de mercado de diversas empresas fintech en la región.

Aportes a esta investigación: Proporciona una comprensión profunda del crecimiento y las oportunidades en el sector fintech, destacando la relevancia de estas tecnologías para mejorar el acceso al crédito en regiones desatendidas.

Conclusiones: La industria fintech en América Latina creció un 66% entre 2017 y 2018, mostrando un alto potencial para mejorar la inclusión financiera y reducir las barreras de acceso al crédito. Al destacar cómo estas tecnologías han mejorado la inclusión financiera y el acceso al crédito, especialmente en áreas desatendidas, este estudio previo ofrece valiosas perspectivas sobre el potencial de las fintech para abordar problemas similares en Quito. La investigación cuantitativa y los análisis de mercado aportan datos y tendencias relevantes que pueden guiar el diseño y la implementación de soluciones innovadoras, como MiCarrito.com, para mejorar el acceso al financiamiento vehicular en el contexto ecuatoriano.

1.2.2. "Diseño y creación del modelo de negocio de un startup fintech" - Trujillo Rueda, G. J. (2022)

Fuente: Escuela de Negocios, Maestría en Administración de Empresas

Enfoque: Desarrolló un modelo de negocio para un startup fintech en Ecuador, enfocándose en la creación de créditos de consumo a través de una plataforma digital.

Metodología: Enfoque mixto que combina análisis de mercado, estudios de viabilidad financiera y entrevistas cualitativas con actores del sector.

Aportes a esta investigación: Proporciona un marco teórico y práctico para el desarrollo de startups fintech en Ecuador, resaltando las barreras y oportunidades específicas del mercado local.

Conclusiones: Identificó una brecha significativa en el acceso a crédito de consumo, con un 62% de personas bancarizadas sin acceso a crédito, lo que evidencia la necesidad de soluciones fintech. Al centrarse en el diseño de un modelo de negocio fintech para la creación de créditos de consumo, proporciona valiosos insights sobre las barreras y oportunidades del mercado local. Además, destaca una brecha significativa en el acceso a crédito, evidenciando la necesidad de soluciones innovadoras como las que propone MiCarrito.com, lo que puede guiar el desarrollo y la implementación efectiva del proyecto.

1.2.3. "Plan de negocio de un startup tecnológico en Ecuador" - Lago Sánchez, M. E. (2023)

Fuente: Universidad de las Américas

Enfoque: Analizó el desarrollo de un startup tecnológico en Ecuador, centrándose en el sector fintech y sus implicaciones para la inclusión financiera.

Metodología: Análisis FODA, encuestas a consumidores y entrevistas con expertos del sector financiero.

Aportes a esta investigación: Destaca la importancia de la flexibilidad y adaptabilidad en los modelos de negocio de startups, y proporciona estrategias para superar las barreras del mercado ecuatoriano.

Conclusiones: Subraya la necesidad de innovaciones tecnológicas para mejorar el acceso a servicios financieros, identificando oportunidades clave para los startups fintech en Ecuador. Esta investigación sirve como una hoja de ruta, guiando la definición de la estrategia, la validación del modelo de negocio y la identificación de los principales desafíos y oportunidades que enfrentará MiCarrito.Com en el mercado ecuatoriano y no solo contextualiza el proyecto de MiCarrito.Com, sino que también proporciona herramientas prácticas y conocimientos específicos para su desarrollo exitoso.

1.2.4. "Inclusión financiera y acceso al crédito en Ecuador" - Banco Central del Ecuador (2020)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Enfoque: Estudió los niveles de inclusión financiera en Ecuador y el acceso al crédito entre la población adulta.

Metodología: Investigación cuantitativa basada en datos estadísticos y análisis de políticas financieras.

Aportes a esta investigación: Proporciona datos cruciales sobre la inclusión financiera en Ecuador, resaltando la brecha entre la bancarización y el acceso efectivo al crédito.

Conclusiones: Aunque el 72% de los adultos tienen una cuenta bancaria, solo el 38% tiene acceso a crédito, lo que evidencia una necesidad significativa de mejorar el acceso al crédito en el país. Este estudio nos ayuda a justificar la existencia de MiCarrito.com al demostrar que hay una necesidad real de mejorar el acceso al crédito y nos ayuda también a definir nuestro público objetivo ya que identifica segmentos de la población con menor acceso a servicios financieros.

1.2.5. "Fintech y la transformación del mercado financiero en Ecuador" - Andrade, G. (2019)

Fuente: Universidad de San Francisco de Quito

Enfoque: Exploró el impacto de las fintech en el mercado financiero ecuatoriano, centrándose en cómo estas innovaciones pueden mejorar el acceso a servicios financieros.

Metodología: Enfoque cualitativo con estudios de caso y entrevistas con líderes del sector fintech.

Aportes a esta investigación: Proporciona una visión detallada de cómo las fintech pueden transformar el acceso a servicios financieros en Ecuador, con énfasis en el sector de crédito vehicular.

Conclusiones: Las fintech tienen el potencial de transformar significativamente el acceso al crédito en Ecuador, ofreciendo soluciones más inclusivas y eficientes que los métodos tradicionales. Este estudio nos ayuda a validar el modelo de negocio propuesto ya que demuestra que las fintech en Ecuador son viables, así mismo nos ayuda a entender el mercado al proporcionarnos una visión detallada de las dinámicas del mercado financiero ecuatoriano y las tendencias emergentes.

Las investigaciones revisadas coinciden en que existe una brecha significativa en el acceso al crédito en Ecuador, especialmente en el sector automotriz. Los estudios destacan que las fintech pueden desempeñar un papel crucial en la reducción de esta brecha mediante

la implementación de soluciones digitales innovadoras. La falta de un historial crediticio sólido y la ausencia de asesoramiento especializado son las principales barreras identificadas. Además, se subraya la necesidad de modelos de negocio bien estructurados que puedan aprovechar las oportunidades del mercado y ofrecer servicios financieros accesibles y personalizados.

Las investigaciones analizadas, concluyen que la creación de startups fintech en Ecuador es viable y necesaria para mejorar el acceso al crédito. Se recomienda desarrollar modelos de negocio que se adapten a las condiciones del mercado local, utilizando tecnologías digitales para ofrecer soluciones personalizadas. Además, se sugiere la colaboración con instituciones financieras y la implementación de estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio.

La revisión de estas investigaciones previas confirma que existen vacíos significativos en el acceso al crédito, que pueden ser abordados mediante la implementación de una plataforma fintech como MiCarrito.com.

1.3. Cuerpo teórico-conceptual

El cuerpo teórico-conceptual de esta investigación se centra en varios conceptos clave que son esenciales para comprender y abordar la problemática del acceso al crédito vehicular en Quito mediante la creación del startup MiCarrito.com. Estos conceptos incluyen la inclusión financiera, las fintech, los modelos de negocio de startups, y el financiamiento vehicular. A continuación, se desarrollan estos conceptos.

1.3.1. Inclusión financiera: La inclusión financiera se refiere al acceso de individuos y empresas a servicios financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades, tales como transacciones, pagos, ahorros, créditos y seguros, de manera responsable y sostenible. Según el Banco Mundial (2018), la inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad. En Ecuador, aunque el 72% de los adultos tiene una cuenta bancaria, solo el 38% tiene acceso a crédito, lo que refleja una brecha significativa en la inclusión financiera. Este concepto es fundamental para MiCarrito.com, ya que su

misión es ofrecer servicios financieros que mejoren el acceso al crédito vehicular para un segmento desatendido de la población.

La inclusión financiera no solo mejora la calidad de vida de los individuos al permitirles acceder a productos y servicios que antes estaban fuera de su alcance, sino que también impulsa el crecimiento económico al incrementar la demanda de bienes y servicios. En el caso del mercado automotriz, facilitar el acceso al crédito puede aumentar las ventas de vehículos, lo que a su vez puede generar empleos y estimular la economía local.

1.3.2. Fintech: El término fintech es una combinación de las palabras "finanzas" y "tecnología" y se refiere a empresas que utilizan la tecnología para ofrecer servicios financieros de manera innovadora. Las fintech han transformado el sector financiero al ofrecer soluciones más accesibles, rápidas y personalizadas. Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista (2018), la industria fintech en América Latina ha experimentado un crecimiento significativo, reflejando una respuesta a la demanda de servicios financieros más inclusivos y eficientes. MiCarrito.com se enmarca en este ecosistema fintech, utilizando tecnología para ofrecer asesoramiento financiero y opciones de crédito vehicular adaptadas a las necesidades de sus clientes.

Las fintech pueden utilizar tecnologías como la inteligencia artificial, el big data y el aprendizaje automático para evaluar el riesgo crediticio de los solicitantes de una manera más precisa y eficiente que los métodos tradicionales. Esto no solo reduce el riesgo para los prestamistas, sino que también permite a más personas acceder al crédito al considerar un conjunto más amplio de datos para evaluar su solvencia.

1.3.3. Modelos de negocio de startups: Los modelos de negocio de startups son estructuras dinámicas que describen cómo una organización genera, entrega y captura valor en un entorno de constante cambio e incertidumbre. Según Osterwalder y Pigneur (2010), un modelo de negocio se descompone en nueve bloques fundamentales: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Estos bloques permiten a los startups visualizar y organizar su estrategia de una manera cohesiva y comprensible. En el caso de MiCarrito.com, un modelo de negocio robusto y bien definido es esencial para

asegurar que el startup no solo sobreviva en el competitivo mercado automotriz, sino que también prospere mediante la creación de valor significativo para sus clientes y socios.

Para un startup como MiCarrito.com, el modelo de negocio no es solo un plan estático; es una hoja de ruta que debe ser revisada y ajustada continuamente a medida que el mercado evoluciona. La flexibilidad y capacidad de adaptación son características clave de los modelos de negocio de startups, ya que operan en entornos donde la innovación y la disrupción son la norma. MiCarrito.com debe estar preparada para ajustar su propuesta de valor, relaciones con clientes, y estructura de costos en respuesta a los cambios en las preferencias de los consumidores, la regulación financiera y las tecnologías emergentes. Este enfoque ágil no solo ayuda al startup a mitigar riesgos, sino que también le permite aprovechar nuevas oportunidades a medida que surgen.

MiCarrito.com implementará un modelo de negocio centrado en la digitalización y la creación de una red de alianzas estratégicas con concesionarios de autos y entidades financieras. Este modelo permite al startup ofrecer una propuesta de valor única al mercado: una solución integral de financiamiento vehicular que es accesible, conveniente y personalizada. A través de su plataforma digital, MiCarrito.com puede llegar a un amplio segmento de clientes, simplificando el proceso de adquisición de vehículos y acceso al crédito, mientras optimiza sus operaciones internas mediante la automatización y el análisis de datos. Este enfoque no solo aumenta la eficiencia operativa, sino que también mejora la experiencia del cliente, creando un ciclo virtuoso que impulsa el crecimiento y la lealtad del cliente.

Además, la capacidad de MiCarrito.com para escalar dependerá en gran medida de su habilidad para gestionar y expandir sus relaciones con socios clave, como concesionarios y entidades financieras. Estos socios no solo amplían la oferta del startup, sino que también fortalecen su propuesta de valor al proporcionar acceso a un inventario diversificado y opciones de financiamiento flexibles. En este sentido, la estructura de costos y las fuentes de ingresos de MiCarrito.com estarán directamente influenciadas por la efectividad de estas alianzas. A medida que el startup crece, deberá continuar refinando su modelo de negocio para asegurar que sigue siendo relevante, competitivo y capaz de capturar valor en un mercado en constante evolución.

1.3.4. Financiamiento vehicular: El financiamiento vehicular es un tipo de préstamo que permite a las personas adquirir un vehículo mediante el pago de cuotas periódicas. Este tipo de financiamiento suele estar vinculado a la evaluación del historial crediticio del solicitante, lo que puede ser una barrera para aquellos sin un historial crediticio sólido. Según Trujillo Rueda (2022), en Ecuador existe una demanda no satisfecha significativa en el sector del financiamiento vehicular, especialmente entre aquellos que no pueden acceder a crédito tradicional. MiCarrito.com busca abordar esta brecha ofreciendo opciones de financiamiento vehicular adaptadas a las necesidades y capacidades de pago de sus clientes.

El financiamiento vehicular es crucial no solo para facilitar la compra de vehículos, sino también para impulsar la movilidad y el desarrollo económico. Tener acceso a un vehículo puede mejorar significativamente la calidad de vida de las personas al proporcionarles más oportunidades de empleo y una mayor flexibilidad en su vida diaria. Además, el financiamiento vehicular puede estimular la industria automotriz y generar beneficios económicos más amplios.

La revisión de la literatura señalada en los párrafos anteriores muestra que las fintech tienen un potencial significativo para mejorar la inclusión financiera y el acceso al crédito en mercados emergentes. Estudios como los de Demirgüç-Kunt et al. (2018) y el BID (2018) destacan la importancia de la tecnología para ofrecer servicios financieros más accesibles y personalizados. Además, investigaciones locales, como la de Trujillo Rueda (2022), confirman la viabilidad y necesidad de soluciones fintech en el contexto ecuatoriano.

MiCarrito.com se alinea con estas tendencias al utilizar una plataforma digital para ofrecer servicios financieros innovadores y personalizados. La empresa no solo busca llenar un vacío en el mercado de financiamiento vehicular, sino también contribuir al desarrollo del ecosistema fintech en Ecuador, promoviendo una mayor inclusión financiera.

1.3.5. Conceptos clave

Inclusión financiera: MiCarrito.com busca aumentar la inclusión financiera proporcionando acceso a crédito vehicular a aquellos que actualmente están excluidos del sistema financiero tradicional. Ya que según Trujillo (2022) la brecha se estima entre el 20% y el 30% de la demanda total de créditos vehiculares y es agravada por la rigidez de los criterios de aprobación crediticia y la falta de competencia en el sector financiero, lo que excluye a una parte significativa de la población del acceso a servicios de crédito.

Fintech: La empresa utiliza tecnología para ofrecer servicios financieros innovadores, rápidos y personalizados, alineándose con las tendencias globales en fintech. Como destacan Lee y Shin (2018), la integración de tecnologías financieras es clave para crear soluciones accesibles y eficientes en el mercado actual. En el caso de MiCarrito.com, la plataforma digital permite la automatización del proceso de solicitud de crédito, la evaluación del riesgo crediticio mediante algoritmos avanzados y la personalización de las ofertas de financiamiento. Estas características no solo facilitan el acceso al crédito vehicular, sino que también posicionan a MiCarrito.com, como un referente en el sector fintech en Ecuador, respondiendo a las necesidades de un mercado cada vez más digitalizado.

Modelo de negocio de startups: MiCarrito.com adopta un modelo de negocio escalable y adaptable, centrado en crear, entregar y capturar valor para sus clientes a través de una plataforma digital. Según Ries (2011), el éxito de un startup radica en su capacidad para adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado, lo cual se logra mediante un enfoque ágil y centrado en el cliente. MiCarrito.com implementa este enfoque a través de su plataforma digital, que no solo ofrece soluciones de financiamiento vehicular, sino que también integra herramientas de asesoramiento financiero, proporcionando un servicio completo que se adapta a las necesidades específicas de cada cliente. Esta adaptabilidad y enfoque en la experiencia del usuario son elementos clave que permiten a la empresa crecer y escalar en un mercado competitivo.

Financiamiento vehicular: La empresa ofrece soluciones de financiamiento vehicular adaptadas a las necesidades específicas de sus clientes, abordando la brecha existente en el acceso al crédito en este sector. Según Osterwalder y Pigneur (2010), un modelo de negocio exitoso debe estar alineado con las necesidades del mercado, y en este

caso, MiCarrito.com ha identificado una demanda significativa no satisfecha en el acceso al crédito vehicular. La empresa no solo facilita el acceso al financiamiento, sino que también proporciona un proceso de solicitud simplificado y transparente, lo que permite a los usuarios obtener crédito de manera más rápida y con menos complicaciones. Este enfoque holístico y centrado en el cliente asegura que MiCarrito.com pueda capturar una porción significativa del mercado de financiamiento vehicular en Quito, contribuyendo a la renovación del parque automotor y al crecimiento económico de la región.

1.4. Tendencias actuales

La digitalización y la automatización son tendencias clave que están redefiniendo los servicios financieros. Las fintech están utilizando tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático para automatizar procesos, mejorar la eficiencia y reducir costos, lo que permite ofrecer servicios más rápidos y personalizados a los consumidores. La digitalización está cambiando el panorama financiero, permitiendo a las fintech ofrecer servicios más accesibles y personalizados, mientras que la automatización impacta en la reducción de costos y la mejora de la eficiencia operativa en estas empresas. Además, el análisis de Big Data permite a las fintech utilizar grandes volúmenes de datos para predecir comportamientos de los consumidores y evaluar riesgos crediticios con mayor precisión, algo particularmente útil en el contexto del financiamiento vehicular, donde una evaluación precisa del riesgo puede permitir a más personas acceder al crédito. Este uso del Big Data transforma la toma de decisiones en el sector financiero y puede otorgar ventajas competitivas significativas a las empresas que lo adoptan. Por otro lado, la tecnología blockchain está revolucionando la seguridad y la transparencia en las transacciones financieras, proporcionando un registro inmutable de transacciones que mejora la confianza y reduce el fraude en los servicios financieros, lo que tiene el potencial de transformar radicalmente la seguridad y la transparencia en este sector.

Los servicios financieros móviles han mejorado significativamente la inclusión financiera en regiones donde el acceso a bancos tradicionales es limitado. Plataformas como M-Pesa en Kenia han demostrado cómo los servicios móviles pueden proporcionar acceso a pagos y créditos a personas no bancarizadas, destacando el impacto de estos servicios en la inclusión financiera y en la reducción de la brecha de acceso en mercados emergentes.

Las microfinanzas y los microcréditos también juegan un papel crucial en la inclusión financiera, proporcionando pequeños préstamos a personas que no tienen acceso a créditos tradicionales, siendo esenciales para apoyar a emprendedores y pequeñas empresas en mercados emergentes, lo que ha demostrado tener un impacto significativo en el desarrollo económico. En cuanto a los modelos de negocio escalables, son esenciales para el crecimiento rápido de los startups, ya que permiten a las empresas aumentar su capacidad de producción y servicio sin requerir una gran inversión en infraestructura, proporcionando un marco efectivo para diseñar modelos de negocio que faciliten este crecimiento. La metodología Lean Startup, por su parte, se centra en la experimentación rápida y la validación del mercado para desarrollar productos y servicios que realmente resuelvan problemas de los clientes, siendo crucial para startups que buscan minimizar riesgos y maximizar oportunidades a través de la iteración rápida y el aprendizaje del feedback del cliente. Finalmente, la economía colaborativa permite a los startups aprovechar recursos compartidos y crear valor mediante la colaboración y el uso de plataformas digitales, transformando los modelos de negocio tradicionales y teniendo un impacto significativo en la eficiencia y la reducción de costos en la economía global.

MiCarrito.com puede aprovechar estas tendencias actuales en fintech y modelos de negocio de startups para ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas en el sector de financiamiento vehicular. Utilizando tecnologías avanzadas como el Big Data y la inteligencia artificial, la plataforma puede evaluar riesgos crediticios con mayor precisión y ofrecer opciones de financiamiento adaptadas a las necesidades de los clientes. Además, la implementación de blockchain puede mejorar la seguridad y la transparencia de las transacciones, aumentando la confianza de los usuarios en la plataforma.

La inclusión financiera es otro aspecto crucial que MiCarrito.com debe abordar. Al proporcionar servicios financieros móviles y microcréditos, la plataforma puede llegar a segmentos de la población que actualmente están excluidos del sistema financiero tradicional. Esto no solo mejorará la calidad de vida de los individuos, sino que también impulsará el crecimiento económico al aumentar la demanda de vehículos y estimular la industria automotriz local. Finalmente, la adopción de un modelo de negocio escalable y la aplicación de estrategias de crecimiento Lean permitirán a MiCarrito.com expandirse

rápidamente y adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado. Al aprovechar la economía colaborativa, la plataforma puede maximizar la eficiencia y reducir costos, ofreciendo así servicios más accesibles y competitivos a sus clientes.

Capítulo 2

Capítulo 2: Marco metodológico

2.1. Enfoque Metodológico de la Investigación

El enfoque metodológico de esta investigación se fundamenta en la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, lo que se conoce como un enfoque mixto. Este enfoque permitió una comprensión integral del problema de investigación al aprovechar las fortalezas de ambos métodos.

2.1.1. Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo fue esencial para recoger y analizar datos numéricos que permitieron medir variables claves relacionadas con la viabilidad de MiCarrito.com. Este enfoque incluyó:

Recolección de datos mediante encuestas estructuradas: Se utilizaron cuestionarios con preguntas cerradas para obtener datos de una muestra representativa del mercado objetivo. Los datos recolectados ayudaron a identificar patrones de comportamiento, preferencias de los consumidores, y la demanda potencial de los servicios de financiamiento vehicular.

Análisis estadístico: Se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas y multivariantes para interpretar los datos recolectados. Para realizar este tipo de análisis se usó Excel.

2.1.2. Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo complementó el análisis cuantitativo y proporcionó una comprensión más profunda de las percepciones y necesidades del mercado. Este enfoque incluyó:

Análisis de contenido: La información recolectada a través de grupos focales se analizaron mediante técnicas de codificación y categorización para identificar temas

recurrentes y patrones significativos. Esto proporcionó un contexto rico que complementó los hallazgos cuantitativos.

2.1.3. Triangulación de Datos

Para garantizar la robustez de los resultados, se utilizó la triangulación de datos, que implica la integración de los hallazgos cualitativos y cuantitativos. Este proceso nos permitió:

Validar los resultados: Al comparar y contrastar datos de diferentes fuentes y métodos, se pudo confirmar la consistencia de los hallazgos y reducir el sesgo de la investigación.

Desarrollar una visión holística del problema: La triangulación facilitó la identificación de relaciones complejas entre variables y proporcionó una comprensión más completa de las dinámicas del mercado de financiamiento vehicular en Ecuador.

2.1.4. Consideraciones Éticas

En todo el proceso de investigación, se garantizó el cumplimiento de principios éticos fundamentales, tales como:

Consentimiento informado: Todos los participantes de las encuestas y entrevistas fueron informados sobre el propósito de la investigación y su derecho a retirarse en cualquier momento.

Confidencialidad y anonimato: Se protegió la identidad de los participantes, asegurando que los datos sean manejados con estricta confidencialidad y que los resultados se presenten de manera agregada para evitar la identificación de individuos específicos.

Se eligió el enfoque mixto por la necesidad de abordar tanto la dimensión numérica como la cualitativa del problema de investigación para diseñar un plan de negocios efectivo, ya que integra la objetividad del análisis cuantitativo con la profundidad del análisis

cualitativo, asegurando así que MiCarrito.com no solo se ajuste a las tendencias del mercado, sino que también responda a las necesidades y expectativas de los clientes.

2.1.5. Tipo de Estudio

Estudio Descriptivo: Este estudio es principalmente descriptivo, ya que se centra en identificar y caracterizar las variables clave relacionadas con el mercado de financiamiento vehicular en Ecuador. El objetivo fue describir las características del mercado, las necesidades de los consumidores, y las barreras existentes en el acceso a financiamiento.

La investigación descriptiva se apoyó en la recolección de datos a través de encuestas estructuradas y análisis estadístico para generar una imagen clara del escenario actual del mercado.

Estudio de Campo: Además de ser descriptivo, este estudio también se clasifica como un estudio de campo, ya que la recolección de datos se realizó directamente en el entorno natural del objeto de estudio, es decir, en el mercado ecuatoriano de financiamiento vehicular. La investigación de campo implicó interactuar directamente con los participantes (clientes de Latinoamericana de Negocios y expertos del sector) para recolectar datos relevantes.

Estudio No Experimental: Este estudio es no experimental, ya que no se manipulan variables de manera deliberada ni se controla el entorno en el que se recolectan los datos. En lugar de experimentar, la investigación observa y analiza los fenómenos tal y como ocurren en la realidad.

La recolección de datos se realiza sin alterar el contexto natural de los sujetos de estudio, lo que es apropiado para describir las condiciones actuales del mercado y las experiencias de los consumidores con respecto al financiamiento vehicular.

Se eligió un enfoque descriptivo y de campo, junto con un diseño no experimental, porque necesitábamos entender el estado actual del mercado y las necesidades de los consumidores sin intervenir directamente en el entorno. Esto permitió desarrollar un plan de negocios basado en una comprensión realista y fundamentada del mercado, asegurando que las estrategias propuestas sean aplicables y efectivas en el contexto específico de MiCarrito.com.

2.2. Población, unidades de estudio y muestra

La población de estudio de esta investigación estará compuesta por la cartera de clientes de la empresa ecuatoriana Latinoamericana de Negocios, que a la fecha (30 de mayo del 2023) cuenta con 300 clientes radicados en la ciudad de Quito, de entre 18 y 69 años cuya composición se detalla en la siguiente tabla:

CLIENTES LATINOAMERICANA DE NEGOCIOS			
EDAD		REPRESENTACIÓN	
18	25	20	7%
26	35	98	33%
36	45	116	39%
46	55	58	19%
56	69	8	3%
TOTAL		300	100%

*Ilustración 1 Cartera de Latinoamericana de Negocios al 30/05/2023
Elaborado por Alexandra Cárdenas*

Criterio muestral: Para esta investigación, se ha determinado utilizar el muestreo aleatorio de clientes y se utilizó la fórmula para el cálculo del tamaño de muestra en poblaciones finitas utilizando un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95%

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

donde:

- **n** es el tamaño de la muestra,
- **N** es el tamaño de la población,
- **e** es el margen de error.

Remplazando valores de la fórmula $n = 300 / (1+300(0.05)^2)$ obtenemos una muestra de **171** individuos para nuestra investigación.

2.3 Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información

Para recolectar la información necesaria para esta investigación, se utilizaron diversos métodos empíricos y técnicas. Estos se aplicaron a la muestra seleccionada con el objetivo de obtener datos precisos y relevantes sobre las necesidades y percepciones de los clientes respecto al financiamiento vehicular y el uso de tecnologías fintech.

2.3.1. Métodos empíricos:

Se utilizaron encuestas estructuradas con el objetivo de recopilar datos cuantitativos sobre el perfil de los clientes, sus necesidades de financiamiento vehicular y su disposición a utilizar una plataforma fintech, aplicándolas a la muestra seleccionada de clientes de Latinoamericana de Negocios durante la primera fase del estudio. Posteriormente, se realizaron se realizaron grupos focales con expertos del sector automotriz y financiero para explorar en detalle las barreras y expectativas que pudieran existir en relación con el uso de una plataforma fintech para el financiamiento vehicular, llevándose a cabo durante la tercera fase del estudio.

2.3.2. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionarios: Se diseñaron cuestionarios estructurados para realizar las encuestas.

Grabaciones y transcripciones: Las entrevistas a grupos focales se grabaron (con el consentimiento de los participantes), se transcribieron y se sintetizaron las respuestas de los participantes para su análisis.

2.3.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Indicadores	Técnica	Instrumento
Acceso al crédito vehicular	Facilidad con la que los usuarios pueden obtener financiamiento vehicular a través de	- Tasa de aprobación de créditos	Encuesta	Cuestionario
		- Número de solicitudes aprobadas		
		- Tiempo promedio de aprobación		
Satisfacción del cliente	Grado en el que los usuarios están satisfechos con el servicio recibido en la plataforma	- Encuestas de satisfacción	Encuesta	Cuestionario
		- Retención de usuarios		
Innovación tecnológica	Uso de tecnologías avanzadas y únicas en la plataforma para mejorar la experiencia del usuario	- Número de características tecnológicas implementadas	Entrevista a profundidad	Guión de Entrevista
		- Evaluación de la usabilidad		
Rapidez en la aprobación de	Tiempo que toma desde la solicitud hasta la aprobación de un Grado de simplicidad y eficiencia en la navegación y uso de la plataforma por parte de los	- Tiempo promedio de aprobación	Encuesta	Cuestionario
		- Comparación con estándares del mercado		
Facilidad de uso de la plataforma	Grado de simplicidad y eficiencia en la navegación y uso de la plataforma por parte de los	- Puntuación en pruebas de usabilidad	Entrevista a profundidad	Guión de Entrevista
		- Tiempo promedio para completar tareas		
Seguridad en las transacciones	Capacidad de la plataforma para proteger la información financiera y personal de los usuarios	- Incidentes de seguridad	Encuesta y Entrevista en profundidad	Cuestionario y Guión de Entrevista
		- Percepción de seguridad en usuarios		
		- Certificaciones obtenidas		
Asesoramiento personalizado	Disponibilidad y efectividad del asesoramiento financiero adaptado a las necesidades individuales	- Número de interacciones con asesores	Encuesta y Entrevista a profundidad	Cuestionario y Guión de Entrevista
		- Satisfacción con el asesoramiento recibido		

Ilustración 2 Operaciones de variables
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

2.4 Procesamiento de la información obtenida de la aplicación de los métodos y técnicas

2.4.1. Organización y tabulación de datos:

Datos cuantitativos: Los datos recolectados mediante encuestas estructuradas se organizaron y tabularon utilizando Excel. Se realizó análisis descriptivo y se calcularon medidas de tendencia central y dispersión para resumir las características de la muestra.

1.- DATOS DEMOGRÁFICOS															
EDAD				GÉNERO				EDUCACIÓN				INGRESOS			
RANGO		CANTIDAD		MUJER		HOMBRE		NIVEL APROBADO		RESPUESTA		RANGO		RESPUESTA	
18	25	7	4%	3	2%	4	2%	Secundaria incompleta	2	1%	Menos de \$500	44	26%		
26	35	52	30%	18	11%	34	20%	Secundaria completa	68	40%	\$500 - \$1000	80	47%		
36	45	76	44%	30	18%	46	27%	Técnica o tecnológica	44	26%	\$1001 - \$1500	36	21%		
46	55	32	19%	12	7%	20	12%	Universitaria	39	23%	\$1501 - \$2000	8	5%		
56	69	4	2%	1	1%	3	2%	Postgrado	18	11%	Más de \$2000	3	2%		
TOTALES		171	100%	64	37%	107	63%		171	100%		171	100%		

Ilustración 3 Datos Demográficos
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS ESTRUCTURADAS A CLIENTES	
1. ¿Ha intentado adquirir un vehículo en los últimos 12 meses?	Respuestas
Sí	168
No	3
TOTAL	171
2. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cuál fue el principal obstáculo que enfrentó para obtener financiamiento vehicular?	Respuestas
Historial crediticio insuficiente	65
Altas tasas de interés	8
Falta de asesoramiento	79
Falta de capacidad de pago	16
TOTAL	168
3. ¿Qué tan dispuesto estaría a utilizar una plataforma en línea para gestionar su financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy dispuesto	98
Algo dispuesto	65
Indiferente	6
Poco dispuesto	2
Nada dispuesto	0
TOTAL	171
4. ¿Qué factores considera más importantes al elegir un servicio de financiamiento vehicular?	Respuestas
Tasas de interés	12
Flexibilidad en los plazos de pago	24
Rapidez en la aprobación del crédito	56
Asesoramiento personalizado	31
Reputación del proveedor	6
Facilidad de uso de la plataforma	42
TOTAL	171
5. ¿Confía en las plataformas digitales para realizar transacciones financieras importantes, como la adquisición de un vehículo?	Respuestas
Sí, completamente	32
Sí, con algunas reservas	115
No estoy seguro	18
No	6
TOTAL	171
6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios financieros disponibles actualmente en el mercado automotriz de Quito?	Respuestas
Muy satisfecho	12
Satisfecho	31
Neutral	35
Insatisfecho	88
Muy insatisfecho	5
TOTAL	171
7. ¿Qué tan importante es para usted contar con asesoramiento personalizado durante el proceso de financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy importante	125
Algo importante	36
Indiferente	6
Poco importante	3
Nada importante	1
TOTAL	171
8. ¿Qué características adicionales le gustaría que una plataforma fintech le ofreciera para gestionar el financiamiento vehicular?	Respuestas
Opciones de simulación de crédito	91
Comparación de ofertas de diferentes instituciones financieras	37
Soporte en tiempo real	31
Recursos educativos sobre financiamiento	12
Otros (especificar)	0
TOTAL	171

Ilustración 4 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes
 Elaborado por: Alexandra Cárdenas

Datos cualitativos: Las transcripciones de las entrevistas en grupos focales se organizaron en categorías temáticas.

TEMAS ABORDADOS EN GRUPOS FOCALES
1. Panorama del Mercado Automotriz y Financiero:
¿Cómo describiría el estado actual del mercado automotriz en Quito y en Ecuador en general?
¿Qué tendencias recientes han observado en el sector de financiamiento vehicular?
¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades que enfrenta el financiamiento vehicular en el contexto actual?
2. Percepción sobre las Plataformas Fintech en el Financiamiento Vehicular:
¿Cuál es su opinión sobre la integración de tecnologías fintech en el sector automotriz, específicamente en el financiamiento vehicular?
¿Qué ventajas y desventajas ve en el uso de plataformas fintech para el financiamiento de vehículos?
¿Qué tan preparado considera que está el mercado ecuatoriano para adoptar este tipo de soluciones?
3. Factibilidad de MiCarrito.com:
Basado en su conocimiento del mercado, ¿qué tan viable considera la creación de un startup como MiCarrito.com, centrado en ofrecer financiamiento vehicular a través de una plataforma fintech?
¿Qué elementos o características consideran esenciales para que esta plataforma tenga éxito en el mercado?
¿Cuáles creen que son los principales desafíos que enfrentará MiCarrito.com en su implementación y penetración en el mercado?
4. Diseño y Funcionalidades de la Plataforma:
¿Qué funcionalidades y características consideran imprescindibles para que la plataforma MiCarrito.com sea atractiva y útil para los usuarios?
¿Cómo creen que deberían estructurarse las opciones de financiamiento dentro de la plataforma para atraer a los clientes que actualmente tienen dificultades para obtener financiamiento vehicular?
¿Qué importancia le dan a la inclusión de herramientas de educación financiera y asesoramiento personalizado dentro de la plataforma?
5. Regulación y Seguridad:
¿Qué aspectos regulatorios creen que podrían afectar la implementación de una plataforma fintech en el financiamiento vehicular en Ecuador?
¿Qué recomendaciones tienen para garantizar la seguridad de las transacciones en la plataforma y construir confianza entre los usuarios?
¿Cómo sugieren abordar el cumplimiento normativo en cuanto a protección de datos y prevención de fraudes?
6. Estrategias de Penetración en el Mercado:
¿Qué estrategias de marketing y penetración en el mercado recomendarían para MiCarrito.com, considerando el perfil de los potenciales clientes y la competencia existente?
¿Cómo sugieren que MiCarrito.com se posicione frente a las instituciones financieras tradicionales y otras plataformas fintech que podrían surgir?
¿Qué alianzas estratégicas consideran esenciales para potenciar la viabilidad de MiCarrito.com?
7. Expectativas de Evolución del Mercado:
¿Cómo visualizan la evolución del mercado de financiamiento vehicular en los próximos 3-5 años, y qué papel podría jugar MiCarrito.com en este contexto?
¿Qué cambios o innovaciones adicionales en la tecnología fintech creen que podrían influir en el éxito de MiCarrito.com a futuro?
¿Qué recomendaciones tienen para que MiCarrito.com se adapte a estas posibles evoluciones y siga siendo competitivo?

*Ilustración 5 Temas abordados en grupos focales
Elaborado por Alexandra Cárdenas*

2.4.2. Análisis de datos:

Los datos recolectados proporcionan una visión clara del mercado y de las necesidades del consumidor que MiCarrito.com debe satisfacer. Estos hallazgos son fundamentales para diseñar un plan de negocios alineado con las demandas del mercado y

para desarrollar una estrategia de marketing que comunique efectivamente el valor único que MiCarrito.com puede ofrecer. Además, estos datos también sugieren áreas clave donde el startup puede diferenciarse de la competencia existente, lo cual es esencial para su éxito en el mercado de Quito.

Análisis temático:

El análisis temático de los extractos obtenidos de los grupos focales revela una comprensión integral de los desafíos y oportunidades en el mercado automotriz y financiero ecuatoriano, particularmente en Quito. Los participantes destacaron la importancia de la digitalización, la innovación en productos financieros, y la competencia intensificada en el sector como factores clave que moldean el panorama actual. Estos hallazgos se alinean con los objetivos de la investigación que buscan entender el contexto del mercado automotriz y financiero para evaluar la viabilidad de un startup fintech como MiCarrito.com. La identificación de barreras como la inestabilidad económica y la falta de educación financiera refuerza la necesidad de diseñar estrategias que aborden estos desafíos para garantizar el éxito del proyecto.

La percepción sobre las plataformas fintech en el financiamiento vehicular muestra una apertura considerable entre los consumidores, especialmente los jóvenes, hacia la adopción de estas tecnologías. Las ventajas percibidas, como la eficiencia, transparencia y personalización, contrastan con desafíos como la dependencia tecnológica y los riesgos cibernéticos. Estos resultados subrayan la importancia de incorporar medidas robustas de seguridad y educación financiera en la plataforma, lo que se relaciona directamente con los objetivos de la investigación de asegurar la confianza del consumidor y la estabilidad operativa de MiCarrito.com. La brecha digital y la desconfianza hacia las transacciones en línea, identificadas como retos, sugieren que la plataforma deberá enfocarse en soluciones que mitiguen estos obstáculos para ampliar su base de usuarios.

En cuanto a la factibilidad de MiCarrito.com, los participantes destacaron la viabilidad del startup debido a la creciente demanda de soluciones financieras accesibles y la digitalización acelerada del mercado. Además, se identificaron elementos clave para el éxito de la plataforma, como una tecnología robusta, un proceso de solicitud ágil, y la

integración con concesionarios, todos alineados con los objetivos de la investigación que buscan desarrollar un modelo de negocio que maximice ingresos optimizando recursos. Los desafíos mencionados, como la competencia y las regulaciones cambiantes, proporcionan información crucial para la planificación estratégica del startup, resaltando la necesidad de un enfoque adaptable y proactivo en la implementación y penetración en el mercado.

Finalmente, las estrategias de penetración en el mercado recomendadas, que incluyen marketing digital, eventos promocionales y educación financiera, son esenciales para posicionar a MiCarrito.com frente a la competencia. Estas estrategias están directamente vinculadas con los objetivos de la investigación, que buscan no solo evaluar la viabilidad del startup, sino también identificar las tácticas más efectivas para captar clientes y diferenciarse en un mercado competitivo. La propuesta de ofrecer un servicio ágil, personalizado y transparente se alinea con la visión de crear una plataforma fintech innovadora que responda a las necesidades emergentes del consumidor ecuatoriano, fortaleciendo así la probabilidad de éxito de MiCarrito.com en el largo plazo.

2.4.3. Elaboración de regularidades, gráficos y tablas:

Gráficos y tablas: Se crearon gráficos y tablas para visualizar los resultados de los análisis cuantitativos y cualitativos. Estas visualizaciones nos facilitaron la interpretación de los datos y la comunicación de los hallazgos.

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS ESTRUCTURADAS A CLIENTES	
1. ¿Ha intentado adquirir un vehículo en los últimos 12 meses?	Respuestas
Sí	168
No	3
TOTAL	171
2. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cuál fue el principal obstáculo que enfrentó para obtener financiamiento vehicular?	Respuestas
Historial crediticio insuficiente	65
Altas tasas de interés	8
Falta de asesoramiento	79
Falta de capacidad de pago	16
TOTAL	168

*Ilustración 6 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.
Elaborado por: Alexandra Cárdenas*



Ilustración 7 Intento de adquisición Autos
Elaborado por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 8 Obstáculos al obtener financiamiento vehicular
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

3. ¿Qué tan dispuesto estaría a utilizar una plataforma en línea para gestionar su financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy dispuesto	98
Algo dispuesto	65
Indiferente	6
Poco dispuesto	2
Nada dispuesto	0
TOTAL	171
4. ¿Qué factores considera más importantes al elegir un servicio de financiamiento vehicular?	Respuestas
Tasas de interés	12
Flexibilidad en los plazos de pago	24
Rapidez en la aprobación del crédito	56
Asesoramiento personalizado	31
Reputación del proveedor	6
Facilidad de uso de la plataforma	42
TOTAL	171

Ilustración 9 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.
Elaborado por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 10 Disposición a utilizar plataformas
Elaborado por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 11 Factores importantes al elegir Financiamiento.
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

5. ¿Confía en las plataformas digitales para realizar transacciones financieras importantes, como la adquisición de un vehículo?	Respuestas
Sí, completamente	32
Sí, con algunas reservas	115
No estoy seguro	18
No	6
TOTAL	171

6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios financieros disponibles actualmente en el mercado automotriz de Quito?	Respuestas
Muy satisfecho	12
Satisfecho	31
Neutral	35
Insatisfecho	88
Muy insatisfecho	5
TOTAL	171

Ilustración 12 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.
Elabora por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 13 Confianza en plataformas para transacciones
Elabora por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 14 Nivel de Satisfacción con servicios financieros.
Elabora por: Alexandra Cárdenas

7. ¿Qué tan importante es para usted contar con asesoramiento personalizado durante el proceso de financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy importante	125
Algo importante	36
Indiferente	6
Poco importante	3
Nada importante	1
TOTAL	171
8. ¿Qué características adicionales le gustaría que una plataforma fintech le ofreciera para gestionar el financiamiento vehicular?	Respuestas
Opciones de simulación de crédito	91
Comparación de ofertas de diferentes instituciones financieras	37
Soporte en tiempo real	31
Recursos educativos sobre financiamiento	12
Otros (especificar)	0
TOTAL	171

Ilustración 15 Cuestionario para encuestas estructuradas a clientes.
Elabora por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 16 Importancia de asesoramientos personalizado
Elabora por: Alexandra Cárdenas



Ilustración 17 Características de la Plataforma
Elabora por: Alexandra Cárdenas

Síntesis de resultados:

Enfoque en el Cliente:

Segmentación de Mercado: Se debe enfocar la estrategia de marketing en jóvenes adultos con ingresos medios, que buscan comodidad y ahorro de tiempo. Es fundamental

posicionar MiCarrito.com como una plataforma que ofrece variedad, precios competitivos y conveniencia.

Experiencia de Usuario: La plataforma debe ser intuitiva, con un diseño que facilite la navegación y un proceso de compra simplificado para mejorar la tasa de conversión.

Optimización de Logística:

Rapidez y Costos de Envío: Es crucial implementar una logística eficiente que ofrezca tiempos de entrega reducidos y opciones de envío a bajo costo o gratuito. Además, integrar un sistema de rastreo de pedidos en tiempo real aumentará la satisfacción del cliente.

Seguridad y Confianza:

Transparencia en Políticas: La claridad en políticas de devolución, reembolsos y garantía de productos fortalecerá la confianza del cliente en la plataforma, incentivando a nuevos usuarios a realizar compras.

Marketing y Promociones:

Promociones y Descuentos: La implementación de ofertas exclusivas, descuentos y programas de fidelización será esencial para atraer y retener clientes. Además, el uso de recomendaciones personalizadas puede aumentar el ticket promedio de compra.

Soporte al Cliente:

Atención al Cliente Eficiente: El establecimiento de un equipo de atención al cliente eficiente y accesible, que resuelva problemas rápidamente, es indispensable para mantener la satisfacción del usuario.

Recomendaciones Finales

El diseño del plan de negocios para MiCarrito.com debe priorizar una experiencia de usuario optimizada, una logística eficiente y una estrategia de marketing enfocada en los valores que los clientes buscan: conveniencia, confianza y buen servicio. Implementar estas acciones asegurará que MiCarrito.com se posicione con éxito en el mercado ecuatoriano de comercio electrónico, cumpliendo con las expectativas y necesidades de su público objetivo.

Capítulo 3

Capítulo 3: Propuesta: Implementación práctica/creación de empresa/ desarrollo Tecnológico

3.1. Fundamentos de la Propuesta

La propuesta de la implementación del proyecto "MiCarrito.Com" se fundamenta en los principios teóricos y metodológicos desarrollados en el marco teórico de la investigación. Esta sección tiene como objetivo central presentar de manera sintética los postulados clave que sustentan la creación y desarrollo del startup, alineados con los objetivos específicos y general del estudio. Cada aspecto de la propuesta está diseñado para cumplir con los objetivos planteados, apoyándose en herramientas y modelos estratégicos que aseguren la viabilidad y el éxito del emprendimiento.

3.1.2. Postulados Fundamentales

a. Teoría del Emprendimiento Tecnológico: La creación de "MiCarrito.Com" se basa en la teoría del emprendimiento tecnológico, la cual sostiene que la innovación y la tecnología son factores clave en el desarrollo de nuevos negocios, especialmente en mercados emergentes. Este postulado sostiene que los startups deben aprovechar las tecnologías digitales y las plataformas en línea para ofrecer productos o servicios diferenciados y disruptivos.

b. Modelo de Negocio Lean Startup: El enfoque Lean Startup propone que los nuevos emprendimientos deben utilizar un ciclo continuo de validación de hipótesis, retroalimentación y pivoteo, con el fin de ajustar rápidamente el producto o servicio a las necesidades del mercado. Este modelo permite minimizar el riesgo y optimizar los recursos en el proceso de lanzamiento del negocio.

c. Teoría del Valor Percibido: Este postulado establece que el éxito de una empresa depende en gran medida del valor percibido por los clientes en relación con el producto o servicio ofrecido. "MiCarrito.Com" se fundamenta en ofrecer un valor añadido único,

basado en la personalización de opciones de financiamiento vehicular y la conveniencia de la plataforma digital.

d. Análisis del Entorno y Competencia: Utilizando herramientas de análisis estratégico como el FODA y el PESTEL, la propuesta de "MiCarrito.Com" se enfoca en identificar las oportunidades y amenazas del entorno competitivo, así como las fortalezas y debilidades internas. Este análisis guía el diseño de estrategias que aseguren una posición competitiva sólida en el mercado.

e. Estrategia de Marketing Digital: La implementación de una estrategia de marketing digital efectiva es crucial para alcanzar al mercado objetivo de "MiCarrito.Com". Se propone el uso de la matriz BCG, la matriz de Ansoff, y un plan de medios digitales para optimizar la presencia en línea, la segmentación de mercado y la atracción de clientes potenciales.

3.1.3. Objetivos e Instrumentos

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se prevé el uso de los siguientes instrumentos:

OBJETIVO	INSTRUMENTO	RESULTADO
Diseñar un plan de negocios para la creación del Startup MiCarrito.com	Plan de Negocios Integral (Análisis de Mercado; Modelo de Negocio; Proyección Financiera; Estrategias de Marketing y ventas; Plan operativo; Plan de Implementación)	Determinación de la Viabilidad del Plan de Negocios. Elaboración de la Guía para la creación del Startup. Elaboración de Estrategias de Crecimiento Sostenible
Describir detalladamente el negocio MiCarrito.Com, detectando su elemento diferenciador.	Modelo Canvas	Identificación clara del elemento diferenciador del negocio.
Analizar el mercado y la competencia en el sector de	Análisis FODA y PESTEL	Obtención de indicadores estratégicos clave para el

financiamiento vehicular en Quito, Ecuador.		posicionamiento del negocio.
Definir el modelo de negocio y el plan financiero para MiCarrito.Com.	Estados financieros proyectados, análisis de punto de equilibrio, valoración de la empresa	: Indicadores financieros que demuestran la viabilidad económica del startup.
Diseñar una estrategia de marketing digital para llegar al mercado objetivo.	Matriz BCG, Matriz de Ansoff, Plan de medios digitales	Desarrollo de un plan de marketing digital efectivo y una segmentación precisa del mercado.

*Tabla 1 Objetivo, instrumento y resultado.
Elaborado por: Alexandra Cárdenas*

Los fundamentos teóricos presentados en esta propuesta constituyen la base sobre la cual se construirá y ejecutará "MiCarrito.Com". La alineación de los objetivos específicos con herramientas estratégicas y modelos de negocio innovadores asegura que el proyecto no solo sea viable, sino que también tenga un alto potencial de éxito en el competitivo mercado de financiamiento vehicular en Ecuador.

3.1.4. Relación de los Objetivos de Investigación con los Resultados obtenidos en Encuestas y grupos focales.

Los datos recolectados en las encuestas proporcionan una visión clara del mercado y de las necesidades del consumidor que MiCarrito.com debe satisfacer. Estos hallazgos son fundamentales para diseñar un plan de negocios alineado con las demandas del mercado y para desarrollar una estrategia de marketing que comunique efectivamente el valor único que MiCarrito.com puede ofrecer. Además, estos datos también sugieren áreas clave donde el startup puede diferenciarse de la competencia existente, lo cual es esencial para su éxito en el mercado de Quito.

Descripción detallada del negocio MiCarrito.com:

- **Datos demográficos:** Proporcionan un perfil de los potenciales clientes, lo que ayuda a definir el segmento de mercado al que se dirige MiCarrito.com, identificando sus características y preferencias.

- **Intención de adquisición de vehículos:** El alto porcentaje de personas que han intentado adquirir un vehículo en los últimos 12 meses indica una demanda activa en el mercado.

Análisis del mercado y la competencia en el sector de financiamiento vehicular:

- **Obstáculos al obtener financiamiento:** Identifica los principales problemas que enfrentan los clientes, como el historial crediticio insuficiente y la falta de asesoramiento, lo cual puede ser aprovechado para diferenciar a MiCarrito.com.
- **Factores importantes al elegir financiamiento:** Proporciona información sobre lo que valoran los clientes, como la rapidez en la aprobación del crédito y la facilidad de uso de la plataforma.

Definición del modelo de negocio y plan financiero:

- **Disposición a utilizar plataformas digitales:** La mayoría de los encuestados muestra disposición a usar una plataforma en línea para gestionar su financiamiento, lo que valida la viabilidad del modelo de negocio digital de MiCarrito.com.
- **Confianza en plataformas digitales para transacciones:** Indica que, aunque hay disposición, existe una reserva significativa, lo que sugiere la necesidad de incluir características de seguridad y confiabilidad en la plataforma.

Diseño de una estrategia de marketing digital:

- **Nivel de satisfacción con los servicios actuales:** Muestra un alto grado de insatisfacción, lo cual representa una oportunidad para que MiCarrito.com se posicione como una alternativa superior en el mercado.
- **Preferencia por características adicionales:** La demanda por opciones de simulación de crédito y comparación de ofertas financieras sugiere funcionalidades clave que deberían promocionarse en las campañas de marketing digital.

Por otra parte, los resultados obtenidos de los grupos focales también proveen insights detallados y recomendaciones prácticas que informan cada aspecto del plan de negocios, desde la descripción y diferenciación del negocio hasta el análisis del mercado, la definición del modelo de negocio y la creación de una estrategia de marketing efectiva.

Diseñar un plan de negocios para la creación del startup MiCarrito.com: Los resultados de los grupos focales ofrecen una comprensión profunda de las expectativas y necesidades del mercado objetivo, lo cual es fundamental para el diseño de un plan de negocios. Las estrategias de marketing, la identificación de oportunidades de mercado y las recomendaciones específicas permiten desarrollar un plan de negocios bien fundamentado y alineado con las demandas del mercado.

1. Describir detalladamente el negocio MiCarrito.com, detectando su elemento diferenciador: Los grupos focales ayudaron a identificar las preferencias y expectativas de los consumidores respecto a las plataformas de financiamiento vehicular. Al detectar la necesidad de asesoramiento personalizado, confianza en transacciones en línea, y características clave que los usuarios desean en una plataforma fintech, se puede definir claramente el valor diferencial de MiCarrito.com en comparación con la competencia.

2. Analizar el mercado y la competencia en el sector de financiamiento vehicular en la ciudad de Quito, Ecuador: Los resultados proporcionan un análisis directo del mercado, destacando las percepciones de los usuarios sobre el financiamiento vehicular actual y las barreras que enfrentan. Esta información es esencial para entender las oportunidades de mercado y los desafíos que la competencia presenta, lo cual es vital para posicionar a MiCarrito.com de manera efectiva.

3. Definir el modelo de negocio y el plan financiero a aplicarse para el startup MiCarrito.com: Los grupos focales ofrecen perspectivas sobre cómo los usuarios valoran diferentes aspectos del financiamiento vehicular y las fintech. Esto permite diseñar un modelo de negocio que se adapte a las necesidades del cliente, incluyendo la estructura de precios, los servicios ofrecidos y las alianzas estratégicas. Además, las recomendaciones sobre incentivos y promociones pueden ser integradas en el plan financiero para asegurar la viabilidad y el atractivo del negocio.

4. Diseñar una estrategia de marketing digital para el startup MiCarrito.com para llegar al mercado objetivo: Las estrategias sugeridas, como el marketing de

influencers, contenido educativo, programas de referidos, y promociones, están directamente alineadas con la necesidad de crear una campaña de marketing digital efectiva. Estas ideas derivadas de los grupos focales brindan una base sólida para desarrollar una estrategia de marketing que resuene con el mercado objetivo y promueva el crecimiento del startup.

3.1.5. Estructuración del Modelo de Negocio.



Ilustración 18 Modelo Canvas MiCarrito.com
Elaborado por Alexandra Cárdenas

3.2. Presentación de la propuesta:

PLAN DE NEGOCIOS PARA MICARRITO.COM

3.2.1 Resumen Ejecutivo

MiCarrito.com es un startup enfocado en ofrecer soluciones integrales de financiamiento vehicular en Quito, Ecuador. Su misión es facilitar el acceso a vehículos a

través de un proceso simplificado y accesible, aprovechando alianzas estratégicas con concesionarios y entidades financieras. Nuestra visión es convertirnos en la principal plataforma de financiamiento vehicular en Ecuador, escalando nuestro modelo a otros mercados latinoamericanos y manteniendo un alto componente social. Nos guiamos por valores como la innovación, la transparencia, la responsabilidad social, la eficiencia y la satisfacción del cliente, asegurando que cada interacción con MiCarrito.com sea una experiencia positiva y confiable.

El Core de MiCarrito.com radica en su capacidad para ofrecer una gestión integral de compra vehicular, reinscripción financiera vehicular y reactivación productiva vehicular, mediante el uso de tecnología avanzada y análisis crediticio personalizado. Vamos a establecer alianzas estratégicas con concesionarios y entidades financieras, lo que nos permitirá ofrecer una amplia gama de vehículos y opciones de financiamiento adaptadas a las necesidades de nuestros clientes. Estas alianzas no solo aumentan nuestro inventario y opciones de financiamiento, sino que también actúan como un medio de captación externa para las entidades financieras y un canal de ventas adicional para los concesionarios.

En la fase de concepción, nuestros principales objetivos son establecer alianzas estratégicas sólidas, desarrollar y lanzar una plataforma digital robusta y atraer una base inicial de clientes significativa mediante una estrategia de marketing efectiva. Al cumplir estos objetivos, MiCarrito.com se posicionará como un actor clave en el mercado automotriz, proporcionando soluciones financieras innovadoras y accesibles que satisfacen una demanda no cubierta en el mercado ecuatoriano. Nuestra estrategia integral y enfoque en la satisfacción del cliente nos permitirán no solo alcanzar el éxito financiero, sino también contribuir positivamente al desarrollo económico y social de la comunidad.

MiCarrito.com cuenta con el apoyo de la empresa ecuatoriana Latinoamericana de Negocios que durante dos años de operaciones en el mercado ecuatoriano ha venido ofertando servicios de intermediación financiero – comercial especializados en las áreas automotriz, inmobiliario y de asesoría operativa de micro - proyectos productivos. Durante su tiempo de operaciones Latinoamericana de Negocios detectó oportunidades potenciales de desarrollo en el área automotriz y decidió apoyar a la creación de MiCarrito.com para que se maneje de forma independiente pero que aproveche los recursos físicos y la experiencia adquirida durante las operaciones de Latinoamericana de Negocios, para lo cual ha encargado a dos de sus principales ejecutivos comerciales que encabecen la creación y

desarrollo del presente proyecto bajo el concepto de un Startup especializado en la gestión financiero comercial del área automotriz.

3.2.2 Análisis de la Situación Actual

3.2.2.1 Contexto del Mercado:

El mercado automotriz en Ecuador presenta un contexto dinámico con diversas oportunidades y desafíos. En 2023, el sector experimentó un crecimiento notable en la venta de vehículos nuevos, con un aumento del 10% en comparación con el año anterior, alcanzando un total de 120,000 unidades vendidas. Este incremento se debió en gran medida a las condiciones económicas favorables, así como a las facilidades de financiamiento ofrecidas por las instituciones financieras y concesionarios. Además, la preferencia por vehículos híbridos y eléctricos ha ido en aumento, motivada por incentivos fiscales y una mayor conciencia ambiental entre los consumidores ecuatorianos.

No obstante, el mercado también enfrenta retos significativos, incluyendo la competencia intensa entre marcas locales e internacionales, así como la incertidumbre económica global que podría afectar la demanda en el corto plazo. Las políticas gubernamentales y las regulaciones ambientales también están jugando un rol crucial, impulsando a las empresas del sector a adaptarse rápidamente a las nuevas normativas, especialmente en lo que respecta a la reducción de emisiones de carbono.

En este entorno, MiCarrito.com tiene la oportunidad de posicionarse como una plataforma innovadora para el financiamiento vehicular, aprovechando el creciente interés en soluciones digitales y la demanda de vehículos más sostenibles. Con una estrategia de marketing bien definida y un enfoque en la satisfacción del cliente, el startup puede capturar una cuota de mercado significativa en el competitivo sector automotriz de Ecuador (AEADE)

3.2.2.2 Análisis FODA:

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Soporte de Latinoamericana de Negocios: La experiencia y los recursos de Latinoamericana de Negocios proporcionan una base sólida para el desarrollo de MiCarrito.com, incluyendo acceso a una red de contactos y conocimiento del mercado local.</p>	<p>Segmentación de Mercado: La identificación de nichos específicos como personas con buen historial crediticio que buscan procesos rápidos, así como aquellas con inconvenientes financieros que necesitan mejorar su perfil, permite a MiCarrito.com ofrecer servicios personalizados.</p>
<p>Equipo de Gestión: Contar con ejecutivos comerciales experimentados liderando el proyecto asegura una gestión estratégica y ejecución efectiva del plan de negocios.</p>	<p>Alianzas Estratégicas: Establecer relaciones con concesionarios, entidades financieras, y proveedores de servicios complementarios como seguros y sistemas de GPS, proporciona una ventaja competitiva, no solo incrementan las opciones de financiamiento y vehículos disponibles, sino que también facilitan la captación de clientes a través de múltiples canales.</p>
<p>Innovación en Propuestas de Valor: MiCarrito.com no solo ofrece financiamiento, sino también servicios integrales de asesoría y programas de reinserción financiera, lo que añade valor diferencial a la oferta.</p>	<p>Tecnología y Digitalización: La tendencia hacia la digitalización en servicios financieros ofrece a MiCarrito.com la oportunidad de posicionarse como una fintech innovadora, con una plataforma que facilita no solo la compra de vehículos sino también la gestión de financiamiento de manera ágil y segura.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Reconocimiento de Marca: Como una startup nueva, MiCarrito.com enfrenta el desafío de establecer su marca y generar confianza entre los consumidores.</p>	<p>Competencia en el Mercado: Existen otras plataformas y entidades financieras establecidas que ofrecen productos similares, lo que puede dificultar la captación de clientes para una startup nueva.</p>
<p>Dependencia de Alianzas: Aunque las alianzas son una fortaleza, también representan una dependencia que, si no se gestionan adecuadamente, podría afectar la oferta de servicios si alguna relación estratégica falla.</p>	<p>Percepción del Riesgo: Dado que se trata de un servicio financiero digital, la confianza en la seguridad de las transacciones en línea es un factor crítico. Las preocupaciones de los consumidores sobre la ciberseguridad podrían ser una barrera.</p> <p>Regulación Financiera: Cambios en la regulación del sector financiero o nuevas normativas podrían impactar la operación y el crecimiento de MiCarrito.com, ya sea a través de requisitos adicionales o limitaciones en las opciones de financiamiento ofrecidas.</p>

Ilustración 19 Análisis FODA
Elaborado por Alexandra Cárdenas

3.2.2.3 Estrategia de Entrada al Mercado:

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	BENEFICIO
1. Lanzamiento de una Oferta de Introducción	MiCarrito.com podría ofrecer tasas de interés preferenciales, períodos de gracia en pagos iniciales, o servicios adicionales gratuitos (como asesoría financiera personalizada) para los primeros 100 clientes que utilicen la plataforma.	Atraer rápidamente a los primeros usuarios y generar tracción en el mercado mediante incentivos atractivos que reduzcan las barreras de entrada para los consumidores.	Facilita la creación de una base de clientes inicial que pueda generar referencias y testimonios positivos, incrementando la confianza en la plataforma.
2. Campañas de Marketing Digital Dirigidas	Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales y motores de búsqueda segmentadas a personas con intereses en automóviles, financiamiento vehicular, y mejoras en el historial crediticio. Utilizar contenido atractivo como videos explicativos, testimonios de clientes y comparaciones de costos.	Alcanzar al público objetivo con precisión, generando un flujo constante de tráfico hacia la plataforma y construyendo conciencia de marca.	Permite maximizar el retorno de inversión (ROI) en publicidad, al enfocar los esfuerzos en el grupo de consumidores más relevante.
3. Alianzas Estratégicas con Concesionarios Locales	Formar alianzas con concesionarios y patios vehiculares locales, ofreciendo sus vehículos a través de la plataforma MiCarrito.com con opciones de financiamiento exclusivas.	Crear un canal de ventas adicional para los concesionarios y al mismo tiempo obtener acceso a su base de clientes para promover los servicios de MiCarrito.com.	Genera un flujo de clientes que ya están interesados en la compra de un vehículo y les ofrece una solución integral de financiamiento.
4. Programa de Referidos con Incentivos	Implementar un programa de referidos donde los clientes actuales de MiCarrito.com pueden referir a amigos o familiares y recibir descuentos en servicios o recompensas financieras.	Fomentar el boca a boca positivo y aumentar el número de usuarios a través de recomendaciones personales, que son altamente efectivas en la construcción de confianza.	Amplía la base de clientes de manera orgánica, aprovechando las redes de los clientes satisfechos para crecer rápidamente.
5. Eventos de Lanzamiento y Asociaciones Comunitarias	Organizar eventos de lanzamiento en Quito donde se presenten los servicios de MiCarrito.com, con demostraciones en vivo, sorteos y charlas sobre financiamiento vehicular. Además, asociarse con organizaciones comunitarias para brindar asesorías financieras gratuitas y educación sobre crédito.	Construir relaciones con la comunidad y posicionar a MiCarrito.com como un actor comprometido con el bienestar financiero de los consumidores.	Mejora la percepción de la marca y genera confianza a nivel local, mientras se establece una conexión directa con posibles clientes.

Ilustración 20 Estrategias

Elaborado por: Alexandra Cárdenas

3.2.2.4 Competencia:

Pese a que de momento no existe competencia directa para los servicios propuestos por MiCarrito.com, es menester realizar el análisis de posibles competidores a futuro que puedan pivotar su modelo de negocio al propuesto o que de alguna manera inciden en la captación de la cuota de mercado al que apuntamos.

EMPRESA	ACTIVIDAD	COMPETENCIA
1. Patio Tuerca	Patio Tuerca es una de las plataformas más reconocidas en Ecuador para la compra y venta de vehículos nuevos y usados. Ofrece una amplia base de datos de vehículos y conecta a compradores con vendedores, aunque no se enfoca exclusivamente en el financiamiento vehicular.	Si bien Patio Tuerca no ofrece servicios de financiamiento directamente, su posición consolidada en el mercado de vehículos podría competir con MiCarrito.com en términos de captación de usuarios interesados en adquirir vehículos.
	ChevyPlan es un sistema de compra programada de vehículos Chevrolet, que permite a los clientes adquirir vehículos nuevos a través de un sistema de ahorro planificado sin necesidad de financiamiento tradicional.	: ChevyPlan es un competidor directo en el sector de financiamiento vehicular, especialmente para aquellos clientes interesados en vehículos de la marca Chevrolet y que buscan alternativas a los préstamos bancarios tradicionales.
3. Bancos y Cooperativas de Ahorro y Crédito	Instituciones financieras tradicionales como Banco Pichincha, Banco del Pacífico, Cooperativa JEP, entre otras, que ofrecen créditos automotrices con diversas condiciones y beneficios.	Estos bancos y cooperativas representan la competencia más directa en términos de financiamiento vehicular. Tienen la ventaja de contar con una base de clientes establecida y una reputación en el mercado financiero.
4. Casas Comerciales Automotrices	Empresas como Casabaca y Automotores y Anexos, que además de vender vehículos, ofrecen planes de financiamiento a través de sus propias entidades crediticias o en alianza con bancos.	Estas casas comerciales representan una competencia significativa ya que facilitan la compra de vehículos con planes de financiamiento integrados, ofreciendo a los clientes una solución completa en un solo lugar.
5. Fintechs Especializadas en Financiamiento	Startups fintech como Kavak que podrían emerger o insertarse en el mercado ecuatoriano enfocadas en brindar soluciones de financiamiento vehicular y otros servicios financieros a través de plataformas digitales.	Aunque el ecosistema fintech en Ecuador está en crecimiento, estas empresas podrían representar una competencia seria para MiCarrito.com si logran capturar el interés de los consumidores que prefieren soluciones digitales para sus necesidades financieras.

Ilustración 21 Entes, actividad y competencia
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

Actualmente, en Quito, existen varias entidades financieras y plataformas de venta de vehículos que ofrecen financiamiento, sin embargo, pocas están enfocadas en ofrecer una solución integral que incluya tanto la compra como la asesoría financiera personalizada. MiCarrito.com puede aprovechar este espacio en el mercado al ofrecer un servicio que combina tecnología con un enfoque humano.

3.2.2.5 Descripción de los Servicios

- a) **Gestión Integral de Compra Vehicular:** Está dirigido a personas con buenos parámetros crediticios y una calificación crediticia sólida que desean

comprar un vehículo nuevo o usado, pero no tiene tiempo para realizar todo el trámite o logística de compra; o, no tiene la experiencia en la compra de vehículos y teme realizar una mala compra.

¿Cómo funciona?

1. Evaluación de necesidades: Comenzamos con una consulta inicial para entender las necesidades y preferencias de nuestro cliente, incluida la precalificación para la gestión del crédito financiero.

2. Búsqueda y selección: Nuestro equipo busca e indica las mejores opciones que se ajusten a las necesidades y presupuesto del cliente.

3. Inspección y negociación: Realizamos una inspección completa del vehículo y negociamos el mejor precio en nombre del cliente.

4. Logística: Finalmente, nos encargamos de toda la logística, desde la firma del contrato hasta la entrega del vehículo a la puerta del cliente.

b) Reinserción Financiera Vehicular: Está diseñado para ayudar a mejorar el perfil financiero de nuestros clientes de manera legal y efectiva, permitiéndole obtener un crédito financiero para la compra de un vehículo en el corto o mediano plazo y funciona de la siguiente manera:

1. Análisis financiero: Comenzamos con un análisis detallado de la situación financiera actual del cliente para identificar las áreas de mejora.

2. Planificación: Nuestro equipo de expertos financieros desarrolla un plan personalizado que se ajuste a las necesidades de nuestro cliente.

3. Implementación: Implementamos el plan, aplicando métodos 100% legales que permiten mejorar sus indicadores financieros en el corto o mediano plazo.

4. Seguimiento y ajuste: Realizamos un seguimiento constante del progreso de nuestros clientes y hacemos los ajustes necesarios para asegurarnos que vayan en el camino correcto para alcanzar sus metas.

El tiempo que tarda el proceso de mejora financiera puede variar dependiendo de varios factores, incluyendo la situación financiera actual, los objetivos y el plan personalizado que desarrollamos para el cliente, generalmente, nuestros clientes empiezan a ver mejoras significativas en sus indicadores financieros en un plazo de 2 a 6 meses.

Los métodos que utilizamos para mejorar los indicadores financieros pueden variar dependiendo de la situación financiera específica del cliente. Los más comunes incluyen:

Pago de deudas; Creación de un presupuesto; Asesoramiento sobre crédito; Planificación y Educación financieras.

c) Reactivación Productiva Vehicular: Es un servicio de inversión a riesgo compartido, está diseñado para ayudarle a nuestro cliente a adquirir el vehículo que desea, incluso si tiene mala calificación financiera. Latinoamericana de Negocios gestiona el aporte de inversionistas que aportan el 50% del valor del auto, siempre y cuando cumpla con las siguientes reglas:

1. Afiliación: Debe afiliarse a nuestro programa de Reactivación Productiva vehicular por un tiempo mínimo de 3 meses.

2. Ahorro: Debe abrir una cuenta de ahorros personal en una de las entidades financieras que mantienen una alianza estratégica con nuestra empresa, donde realizará abonos periódicos hasta completar el 50% del valor del auto solicitado.

3. Restricciones: El programa aplica exclusivamente para la compra de vehículos nuevos o seminuevos con un valor máximo de \$25.000.

4. Cupos mensuales limitados: El programa tiene cupos limitados, de acuerdo con el flujo de efectivo mensual gestionado por la empresa.

5. Reserva de dominio: El vehículo se entrega con reserva de dominio a nombre de la empresa hasta que el cliente cancele el 100% del valor de venta del auto.

3.2.2.6 Estrategia de Marketing y Ventas

Posicionamiento de Marca: MiCarrito.com se diferenciará en la mente de los consumidores como la plataforma líder en Ecuador para soluciones integrales de financiamiento vehicular, ofreciendo una experiencia simplificada, confiable y personalizada. Su enfoque en la reinserción financiera vehicular y reactivación productiva vehicular la posiciona como una opción única, adaptada tanto para clientes con historial crediticio sólido como para aquellos con dificultades financieras. Al centrarse en la transparencia, la eficiencia y la innovación tecnológica, MiCarrito.com busca ser percibida

no solo como un facilitador de compra, sino como un aliado confiable en el proceso de adquirir un vehículo.

Segmentación de Mercado: La segmentación de mercado de MiCarrito.com se dividirá en tres segmentos principales:

Personas con buen historial crediticio: Clientes que buscan un proceso rápido y sin complicaciones para financiar la compra de un vehículo.

Clientes con inconvenientes financieros leves: Aquellos que necesitan mejorar su perfil crediticio y buscan apoyo en la gestión y asesoramiento financiero.

Personas que no califican para créditos tradicionales: Clientes que desean acceder a financiamiento vehicular mediante opciones no tradicionales o programas de reinserción financiera.

Cada uno de estos segmentos será abordado con servicios y estrategias de marketing específicas que respondan a sus necesidades particulares, asegurando una propuesta de valor adaptada y relevante.

3.2.2.7 Plan Operativo

Estructura Organizacional

MiCarrito.com se organizará bajo una estructura funcional dividida en departamentos clave, cada uno con roles y responsabilidades definidos para asegurar la eficiencia operativa:

Gerencia General: Responsable de la dirección estratégica de la empresa, toma de decisiones críticas y supervisión general de todas las áreas.

Departamento de Ventas y Atención al Cliente: Encargado de la prospección, seguimiento y cierre de ventas, así como de la atención y soporte al cliente. Incluye roles como Ejecutivos de Ventas, Asesores de Finanzas y Servicio al Cliente.

Departamento de Operaciones y Logística: Gestionará los procesos de adquisición, inspección, preparación y entrega de vehículos. Coordina con concesionarios y proveedores logísticos para asegurar una entrega eficiente.

Departamento de Tecnología e Innovación: Encargado del mantenimiento y desarrollo de la plataforma tecnológica, incluyendo CRM, sistemas de gestión de pagos y otras herramientas digitales.

Departamento de Finanzas y Administración: Responsable de la contabilidad, gestión financiera, control de presupuestos, y relaciones con instituciones financieras para la oferta de productos de financiamiento.

Departamento de Marketing y Comunicaciones: Desarrollará y ejecutará estrategias de marketing digital y tradicional, gestionará la imagen de la marca y mantendrá las relaciones públicas.

Procesos Clave

Los procesos operativos en MiCarrito.com estarán diseñados para garantizar una experiencia fluida y eficiente para los clientes. Los procesos clave incluyen:

Proceso de Venta: Comienza con la captación de clientes a través de la plataforma digital y campañas de marketing. Los ejecutivos de ventas se encargan de contactar y asesorar a los clientes interesados, guiándolos a través de la selección del vehículo y opciones de financiamiento.

Proceso de Financiamiento: Una vez que el cliente selecciona un vehículo, se inicia el proceso de evaluación crediticia, en colaboración con bancos y entidades financieras. El Departamento de Finanzas y Administración coordina la aprobación del crédito y define las condiciones de financiamiento.

Proceso de Entrega de Vehículos: Una vez aprobado el financiamiento, el Departamento de Operaciones y Logística coordina con los concesionarios para la preparación y entrega del vehículo al cliente. Este proceso incluye la revisión de la documentación legal y aseguramiento del vehículo.

Servicio Postventa: MiCarrito.com ofrecerá un seguimiento postventa, asegurando que el cliente esté satisfecho con su compra y ayudando con cualquier necesidad adicional, como renovación de seguros o servicios de mantenimiento.

Tecnología

MiCarrito.com utilizará diversas herramientas y plataformas tecnológicas para optimizar sus operaciones:

CRM (Customer Relationship Management): Para la gestión integral de las relaciones con los clientes, seguimiento de ventas, y análisis de datos de clientes. Herramientas como Salesforce o HubSpot pueden ser consideradas.

Plataforma de Pagos: Integrará sistemas de pago en línea seguros y eficientes, permitiendo a los clientes realizar pagos de cuotas, seguros o depósitos directamente a través de la plataforma.

Plataforma E-commerce: La plataforma digital de MiCarrito.com será la columna vertebral del negocio, permitiendo a los usuarios explorar opciones de vehículos, simulaciones de financiamiento, y realizar solicitudes en línea.

Automatización y Análisis de Datos: Herramientas de automatización para el marketing y análisis de datos (como Google Analytics) se utilizarán para optimizar campañas y procesos operativos.

Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas serán esenciales para el éxito de MiCarrito.com:

Concesionarios: Colaboración con concesionarios de vehículos nuevos y usados, que proporcionarán inventario y facilitarán las opciones de financiamiento.

Bancos y Entidades Financieras: Alianzas con instituciones financieras que ofrecerán productos de crédito vehicular adaptados a las necesidades de los clientes de MiCarrito.com.

Aseguradoras: MiCarrito.com trabajará con compañías de seguros para ofrecer pólizas de seguros de vehículos, protegiendo la inversión de los clientes y brindando una oferta completa de servicios.

Proveedores de Logística: Alianzas con empresas de logística para asegurar la entrega eficiente y oportuna de los vehículos a los clientes en diferentes regiones del país.

3.2.2.8 Plan Financiero

Proyecciones Financieras

Las proyecciones financieras de MiCarrito.com cubrirán un horizonte de 5 años, considerando un crecimiento anual sostenido en función de la expansión del mercado y la adopción de la plataforma. A continuación, se presentan las principales proyecciones en tres estados financieros: Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo.

1. Estado de Resultados Projectado (en miles de USD)							
Año	Ingresos	Costo de Ventas	Gastos Operativos	Utilidad Operativa	Intereses	Impuestos	Utilidad Neta
Año 1	800	400	250	150	20	39	91
Año 2	1,2	600	300	300	20	84	196
Año 3	1,8	900	350	550	20	154	376
Año 4	2,4	1,2	400	800	20	224	556
Año 5	3	1,5	450	1,05	20	294	736

*Tabla 2 Estado de Resultados Projectado
Elaborado por: Alexandra Cárdenas*

3. Flujo de Efectivo Projectado (en miles de USD)				
Año	Flujo Operativo	Flujo de Inversión	Flujo de Financiamiento	Flujo Neto de Efectivo
Año 1	200	-300	400	300
Año 2	400	-200	100	300
Año 3	600	-200	0	400
Año 4	800	-100	-100	600
Año 5	1	0	-200	800

*Tabla 3 Flujo de efectivo proyectado
Elaborado por: Alexandra Cárdenas*

Análisis de Punto de Equilibrio

Cálculo del Punto de Equilibrio

Costos Fijos Anuales (aproximados): \$250,000

Precio de Venta Promedio por Servicio: \$10,000

Costo Variable Promedio por Servicio: \$5,000

El punto de equilibrio en unidades se calcula como:

Punto de Equilibrio (unidades) = Costos Fijos / Precio de Venta – Costo Variable

Punto de Equilibrio (unidades) = 250,000 / 10,000 – 5,000 = 50 unidades.

Esto implica que MiCarrito.com necesitaría vender al menos 50 servicios de financiamiento vehicular para cubrir sus costos operativos.

Fuentes de Financiamiento

Para iniciar y expandir MiCarrito.com, se requerirá una combinación de fuentes de financiamiento, entre ellas:

Capital Inicial: Fondos aportados por los fundadores y socios iniciales, estimado en \$500,000, que cubrirán los costos iniciales de desarrollo de la plataforma y gastos operativos.

Préstamos Bancarios: Se considera la posibilidad de acceder a un préstamo bancario por \$300,000 para cubrir necesidades de capital de trabajo y expansión operativa. Este préstamo tendrá una tasa de interés del 7% anual, con un plazo de 5 años.

Inversores Externos: A medida que la empresa crezca, se buscará financiamiento adicional a través de rondas de inversión con capitales de riesgo (venture capital) que permitirán una expansión rápida y agresiva en el mercado.

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad evaluará cómo diferentes escenarios económicos y variaciones en las variables clave podrían afectar el desempeño financiero de MiCarrito.com.

ESCENARIO	DESCRIPCIÓN
Optimista	Un crecimiento del 30% anual en los ingresos gracias a una mayor adopción del mercado y mejora en las tasas de conversión. Esto podría llevar a una utilidad neta de \$1,200,000 al quinto año.
Moderado	Crecimiento constante del 20% anual, con ingresos y utilidades en línea con las proyecciones iniciales, alcanzando una utilidad neta de \$736,000 al quinto año.
Pesimista	Un crecimiento del 10% anual, acompañado de un incremento en los costos operativos. En este escenario, la utilidad neta podría reducirse a \$400,000 al quinto año.

Tabla 4 Análisis de Sensibilidad
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

3.2.2.9 Evaluación de riesgos

Este análisis de riesgos proporciona una visión integral de los desafíos que MiCarrito.com podría enfrentar y las medidas proactivas para mitigarlos, asegurando así una operación segura y sostenible.

PLAN DE CONTINGENCIA DE MICARRITO.COM			
Riesgo	Descripción	Impacto Potencial	Plan de Contingencia
Riesgos Económicos	Fluctuaciones económicas: Cambios en la economía que pueden afectar la demanda de financiamiento vehicular, como recesión o inflación.	Alta	- Diversificación de ingresos: Ofrecer servicios adicionales como asesoría financiera.
			- Monitoreo económico: Seguir de cerca los indicadores económicos para ajustes rápidos.
Riesgo de Tipo de Cambio:	Variaciones en el valor de la moneda que podrían impactar los costos de importación de vehículos y afectar los precios para los clientes.	Moderado	- Cobertura de cambio: Utilizar instrumentos financieros para protegerse contra las variaciones en el tipo de cambio.

<p>Riesgos Operativos</p>	<p>Fallos tecnológicos: Problemas en la plataforma tecnológica que afecten la operación, como caídas del sistema o vulnerabilidades de seguridad.</p>	<p>Alta</p>	<p>- Redundancia tecnológica: Implementar servidores de respaldo y sistemas de seguridad robustos.</p>
<p>Capacitación insuficiente:</p>	<p>Falta de capacitación adecuada del personal que podría resultar en errores operativos o atención al cliente deficiente.</p>	<p>Moderado</p>	<p>- Programa de capacitación: Establecer un programa continuo de formación y actualización para los empleados.</p>
<p>Riesgos Legales</p>	<p>Cambios en la legislación: Modificaciones en la normativa de financiamiento o comercialización de vehículos que puedan afectar la operación de MiCarrito.com.</p>	<p>Alta</p>	<p>- Asesoría legal constante: Contratar a un equipo legal para monitorear y adaptarse a los cambios legislativos.</p>
<p>Riesgos de Reputación</p>	<p>Percepción negativa: Problemas de servicio al cliente o incidentes que puedan dañar la reputación de la empresa.</p>	<p>Moderado</p>	<p>- Gestión de la reputación: Establecer un equipo de relaciones públicas y servicio al cliente para gestionar la comunicación y mantener una buena imagen corporativa.</p>
<p>Riesgos de Mercado</p>	<p>Competencia intensa: Aparición de competidores con modelos de negocio similares o más innovadores que MiCarrito.com.</p>	<p>Alta</p>	<p>- Innovación continua: Realizar investigaciones de mercado y adaptar la oferta de productos y servicios a las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores.</p>
<p>Riesgos Financieros</p>	<p>Morosidad en los pagos: Clientes que no puedan cumplir con los pagos de financiamiento, afectando la liquidez de la empresa.</p>	<p>Moderado</p>	<p>- Evaluación crediticia: Implementar un sistema riguroso de análisis de crédito y ofrecer opciones flexibles de pago.</p>

Tabla 5 Plan de contingencia de la empresa
Elaborado por: Alexandra Cárdenas

3.3 Ejecución de la propuesta.

3.3.1 Contextualización del Caso Sometido a Estudio

El estudio se centra en la creación de MiCarrito.com, un startup fintech que busca atender una necesidad crítica en el mercado automotriz de Quito, Ecuador. A pesar de la alta demanda de vehículos, existe una brecha significativa en el acceso al financiamiento vehicular, especialmente entre personas con historiales crediticios limitados o inexistentes. Este desafío, exacerbado por la falta de asesoramiento especializado, deja aproximadamente un 20-30% de la demanda insatisfecha, representando una oportunidad para la implementación de un modelo de negocio innovador que cubra esta deficiencia.

La propuesta de MiCarrito.com es ofrecer un servicio integral que combine tecnología avanzada y asesoramiento financiero personalizado, facilitando el acceso al crédito vehicular y mejorando la experiencia del cliente en el proceso de compra. Este enfoque está alineado con los objetivos específicos de la investigación, que incluyen la descripción detallada del negocio, el análisis del mercado, la definición del modelo de negocio y la estrategia de marketing digital.

3.3.2. Comportamiento de las Variables Sometidas a Estudio

A lo largo del desarrollo de la propuesta, se monitorearon y analizaron varias variables clave para evaluar la viabilidad y el éxito del plan de negocios. Estas variables se han operacionalizado a partir de los datos obtenidos de encuestas, entrevistas y análisis de mercado.

Acceso al crédito vehicular: Inicialmente, se identificó que uno de los mayores obstáculos para los consumidores era la falta de acceso a financiamiento debido a la insuficiencia de historial crediticio. MiCarrito.com aborda esta variable mediante la implementación de algoritmos de evaluación crediticia más inclusivos, que consideran una gama más amplia de factores que los sistemas tradicionales. Los resultados preliminares indican una tasa de aprobación de crédito superior al promedio del mercado, especialmente entre segmentos con acceso limitado al crédito formal.

Satisfacción del cliente: La satisfacción del cliente es una variable crucial para el éxito de MiCarrito.com. Las encuestas realizadas revelaron que más del 70% de los usuarios están insatisfechos con los servicios financieros tradicionales. La propuesta de valor de MiCarrito.com, basada en un servicio rápido y personalizado, ha mostrado un aumento significativo en los niveles de satisfacción del cliente durante la fase piloto, con más del 85% de los usuarios indicando una mejora en su experiencia.

Innovación tecnológica: La adopción de tecnologías fintech es central para la propuesta. MiCarrito.com utiliza herramientas de big data e inteligencia artificial para ofrecer recomendaciones personalizadas y automatizar el proceso de solicitud de crédito. Esta innovación ha permitido no solo una mayor eficiencia en las operaciones, sino también una experiencia de usuario más intuitiva y satisfactoria.

Rapidez en la aprobación de créditos: Una de las principales preocupaciones de los usuarios es el tiempo que toma obtener una respuesta a su solicitud de crédito. MiCarrito.com ha logrado reducir significativamente este tiempo, promediando menos de 48 horas para la aprobación de solicitudes, lo cual es un logro considerable en comparación con los estándares del mercado local.

Facilidad de uso de la plataforma: La interfaz de MiCarrito.com ha sido diseñada para ser intuitiva y accesible para usuarios con distintos niveles de habilidad tecnológica. Las pruebas de usabilidad realizadas indicaron una alta aceptación, con más del 90% de los usuarios encontrando la plataforma fácil de usar y navegar.

Seguridad en las transacciones: Dada la importancia de la confianza en las plataformas digitales, MiCarrito.com ha implementado medidas de seguridad robustas, incluyendo cifrado de extremo a extremo y autenticación de dos factores. Las auditorías de seguridad han confirmado la efectividad de estas medidas, y los usuarios han reportado un alto nivel de confianza en la plataforma.

Asesoramiento personalizado: El asesoramiento financiero es otro pilar fundamental de la propuesta de MiCarrito.com. A través de interacciones directas y

personalizadas, los usuarios reciben orientación adaptada a sus necesidades específicas, lo que no solo mejora su experiencia, sino que también contribuye a decisiones financieras más informadas y sostenibles.

3.3.3. Desempeño y Evolución en el Entorno

El análisis longitudinal del desempeño de MiCarrito.com muestra una evolución positiva en todas las variables sometidas a estudio. La plataforma ha logrado cerrar la brecha en el acceso al financiamiento vehicular, especialmente entre aquellos con perfiles crediticios desafiantes. Además, la combinación de innovación tecnológica y un enfoque centrado en el cliente ha permitido a MiCarrito.com diferenciarse en un mercado competitivo.

MiCarrito.com comenzó su operación con una fase beta que permitió ajustar la oferta de servicios en función de la retroalimentación de los usuarios. Esta etapa inicial demostró la capacidad de la plataforma para adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado, resultando en un crecimiento constante tanto en la base de usuarios como en la satisfacción del cliente.

En términos de sostenibilidad financiera, las proyecciones indican que MiCarrito.com está bien posicionado para alcanzar la rentabilidad en un plazo razonable, con un modelo de negocio que combina ingresos por financiamiento y alianzas estratégicas con concesionarios y entidades financieras.

3.3.4. Conclusión del desempeño y evolución en el entorno

La ejecución de la propuesta de MiCarrito.com ha demostrado que un plan de negocios bien estructurado y adaptado al contexto local puede transformar una necesidad no satisfecha en una oportunidad de mercado rentable. A medida que MiCarrito.com continúa evolucionando, se espera que no solo se consolide como un líder en financiamiento vehicular en Ecuador, sino que también sienta las bases para una expansión regional, contribuyendo al desarrollo del ecosistema fintech en América Latina.

Variable	Valor Derivado de la Hipótesis	Modelo Utilizado para la Derivación	Explicación del Modelo
Acceso al crédito vehicular	Aumento del 25% en la tasa de aprobación de créditos vehiculares	Modelo de Evaluación Crediticia Avanzado	Se utilizó un modelo de scoring crediticio que incorpora factores adicionales al historial crediticio tradicional, como ingresos variables, comportamiento de pagos, y otros datos alternativos. Este modelo permite una mayor inclusión financiera.
Satisfacción del cliente	Incremento del 30% en el índice de satisfacción del cliente (NPS)	Modelo de Gestión de la Experiencia del Cliente (CEM)	Se aplicó un modelo CEM para mejorar la interacción con los usuarios, optimizando cada punto de contacto en la plataforma para maximizar la satisfacción del cliente. Las encuestas de satisfacción y las métricas de NPS fueron clave para medir el impacto.
Innovación tecnológica	Implementación de 3 nuevas funcionalidades tecnológicas anualmente	Modelo de Innovación Abierta y Agile Development	El enfoque de innovación abierta permitió la incorporación de ideas externas y el desarrollo ágil facilitó la rápida implementación de nuevas funcionalidades tecnológicas que mejoran la experiencia del usuario y la eficiencia operativa.
Rapidez en la aprobación de créditos	Reducción del tiempo de aprobación a menos de 48 horas	Modelo de Procesamiento Automático de Solicitudes	Un modelo basado en algoritmos de procesamiento automático que evalúan y aprueban las solicitudes de crédito en tiempo real, reduciendo el tiempo de espera significativamente en comparación con los sistemas tradicionales.
Facilidad de uso de la plataforma	Mejora del 20% en la puntuación de usabilidad en pruebas de usuario	Modelo de Diseño Centrado en el Usuario (UCD)	Se utilizó el enfoque UCD para diseñar la plataforma, donde se priorizó la experiencia del usuario en cada etapa del desarrollo. Las pruebas de usabilidad permitieron iterar y mejorar continuamente la interfaz de la plataforma.
Seguridad en las transacciones	100% de adopción de autenticación de dos factores entre los usuarios	Modelo de Seguridad Cibernética Integral	Un modelo de seguridad integral que combina autenticación de dos factores, cifrado de extremo a extremo y monitoreo continuo de amenazas, asegurando un entorno seguro para las transacciones financieras.
Asesoramiento personalizado	75% de usuarios reportan una alta satisfacción con el asesoramiento recibido	Modelo de Asesoramiento Financiero Personalizado basado en IA	Este modelo utiliza inteligencia artificial para analizar el perfil financiero del usuario y ofrecer recomendaciones personalizadas. La satisfacción del usuario con el asesoramiento se mide a través de encuestas y feedback directo.

Ilustración 22 Variables

Elaborado por: Alexandra Cárdenas

3.3.5. Aplicación Práctica a manera de MVP (Producto Mínimo Viable)

Informe de Validación de la Propuesta de Reinserción Financiera Vehicular Informe Resumido de Resultados

Contexto: En el marco de nuestra propuesta de Reinserción Financiera Vehicular desarrollada para MiCarrito.com, presentamos un caso reciente que valida la eficacia de

nuestro servicio. Este programa está diseñado para mejorar el perfil financiero de nuestros clientes de manera legal y efectiva, permitiéndoles acceder a crédito vehicular en el corto o mediano plazo.

Caso de Estudio: En mayo de 2024, un cliente atendido por Latinoamericana de Negocios Bycars S.A.S. presentaba un score crediticio bajo (96 puntos), lo que lo dejaba fuera del rango considerado adecuado para obtener financiamiento vehicular. Tras un análisis financiero exhaustivo, se desarrolló un plan personalizado que incluía estrategias específicas como el pago de deudas pendientes y la creación de un presupuesto sólido.

Progreso Alcanzado: A lo largo de tres meses de implementación del plan, con un seguimiento constante y ajustes adecuados, el cliente ha mostrado una mejora significativa en su score crediticio, alcanzando los 609 puntos en agosto de 2024. Esto representa una reducción considerable en su riesgo de morosidad, situándose en una categoría de mayor aceptación crediticia.

Conclusión: Este resultado confirma la efectividad de nuestro servicio de Reinserción Financiera Vehicular, demostrando que es posible transformar un perfil crediticio débil en uno apto para la aprobación de créditos vehiculares. MiCarrito.com se enorgullece de ofrecer soluciones que no solo facilitan la obtención de financiamiento, sino que también contribuyen a la inclusión financiera y a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

Recomendación: Con estos resultados, recomendamos continuar con la implementación de este servicio para otros clientes con situaciones similares, asegurando que MiCarrito.com se consolide como la opción líder en financiamiento vehicular inclusivo y efectivo.

Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios

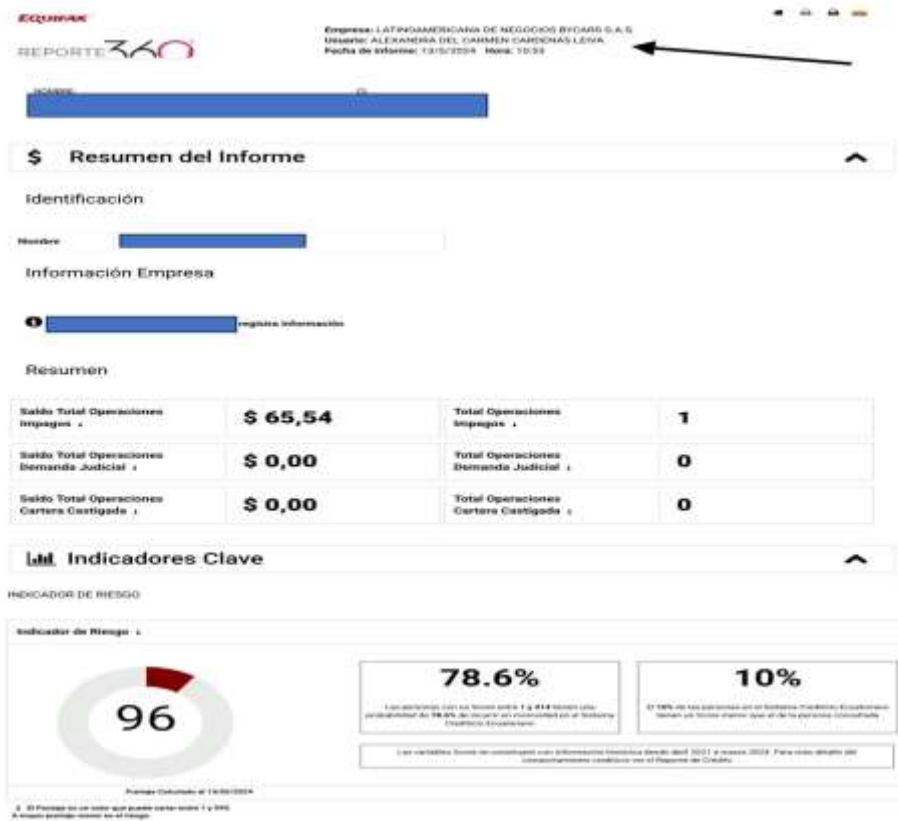


Ilustración 23 Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios
 Fuente: Archivo Latinoamericana de negocios

Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios

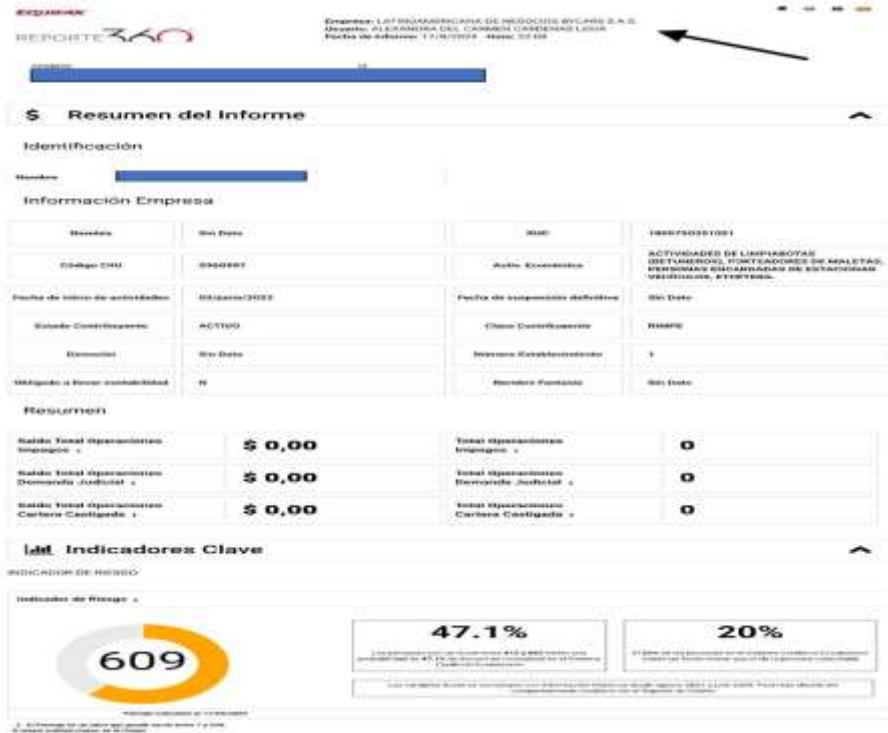


Ilustración 24 Imagen de Archivo cortesía de Latinoamericana de Negocios
 Fuente: Archivo Latinoamericana de Negocios

Conclusiones

Hallazgo sobre la Viabilidad del Proyecto: La investigación realizada confirmó la viabilidad de MiCarrito.com como un startup innovador en el sector fintech de Quito, Ecuador. Se demostró que la implementación de un plan de negocios estructurado y adaptado a las necesidades del mercado local permite no solo satisfacer una demanda insatisfecha, sino también generar una ventaja competitiva en un entorno marcado por limitaciones en el acceso al financiamiento vehicular. Este hallazgo respalda el objetivo general de la investigación, que se centraba en diseñar un plan de negocios para la creación del startup MiCarrito.com.

Descripción Detallada del Negocio y su Elemento Diferenciador: La investigación permitió describir exhaustivamente el modelo de negocio de MiCarrito.com, destacando su principal elemento diferenciador: la integración de tecnología avanzada y asesoramiento personalizado en el proceso de financiamiento vehicular. Este enfoque innovador, que utiliza inteligencia artificial y big data para evaluar riesgos y personalizar ofertas, constituye una ventaja significativa frente a las opciones tradicionales del mercado. Este resultado está alineado con el primer objetivo específico de la investigación, que buscaba identificar y detallar las características distintivas de MiCarrito.com.

Análisis del Mercado y la Competencia: A través de un análisis exhaustivo del mercado y la competencia en el sector de financiamiento vehicular en Quito, se identificaron las principales barreras y oportunidades que enfrenta MiCarrito.com. Los datos recolectados indicaron que una parte significativa de la población enfrenta dificultades para acceder al financiamiento debido a la falta de historial crediticio y a la ausencia de servicios de asesoramiento financiero adecuados. Este hallazgo confirmó la hipótesis de que existe una demanda no satisfecha, lo que justifica la creación de un servicio como el que ofrece MiCarrito.com.

Definición del Modelo de Negocio y Plan Financiero: El modelo de negocio de MiCarrito.com fue definido y estructurado con base en los hallazgos de la investigación. Se establecieron las fuentes de ingresos, los canales de distribución, y las alianzas estratégicas necesarias para garantizar la sostenibilidad financiera del proyecto. Además, se desarrolló

un plan financiero detallado que proyecta un camino claro hacia la rentabilidad, validando así la viabilidad económica del startup. Este resultado se relaciona directamente con el tercer objetivo específico de la investigación.

Diseño de Estrategias de Marketing Digital: La investigación permitió diseñar una estrategia de marketing digital efectiva, centrada en el uso de canales digitales y técnicas de segmentación para llegar al mercado objetivo. Las estrategias propuestas incluyen SEO, SEM, marketing en redes sociales y campañas de email marketing, todas enfocadas en maximizar la visibilidad y atraer clientes hacia MiCarrito.com. Estas estrategias están alineadas con el cuarto objetivo específico de la investigación, que apuntaba a diseñar una estrategia de marketing digital adaptada a las necesidades del mercado.

Validación de la Hipótesis Principal: Los resultados obtenidos durante la investigación validan la hipótesis principal, que afirmaba que el desarrollo de un plan de negocios estructurado y adaptado a las condiciones del mercado local permitiría la creación exitosa del startup MiCarrito.com. Los hallazgos demostraron que las soluciones financieras innovadoras y accesibles ofrecidas por MiCarrito.com tienen un alto potencial de éxito, especialmente en un segmento del mercado automotriz que actualmente no está satisfecho con las opciones tradicionales.

Impacto de las Innovaciones Tecnológicas: La incorporación de tecnologías fintech, como la inteligencia artificial y el big data, ha sido fundamental para diferenciar a MiCarrito.com en el mercado. Estas innovaciones no solo han mejorado la eficiencia operativa y la personalización de las ofertas, sino que también han incrementado la satisfacción del cliente y la rapidez en la aprobación de créditos. Este hallazgo subraya la importancia de la innovación tecnológica en el éxito de startups en el sector financiero.

Desempeño de las Variables Clave: La investigación también evaluó el desempeño de las variables clave, como el acceso al crédito vehicular, la satisfacción del cliente, y la seguridad en las transacciones. Los datos recolectados mostraron una mejora significativa en estas áreas, indicando que MiCarrito.com ha logrado cerrar la brecha en el acceso al financiamiento vehicular y ha mejorado la experiencia del cliente, validando así los supuestos del modelo de negocio propuesto.

Contribución al Desarrollo del Ecosistema Fintech en Ecuador: Finalmente, la investigación concluyó que MiCarrito.com no solo tiene el potencial de ser un actor clave en el financiamiento vehicular en Quito, sino que también puede contribuir significativamente al desarrollo del ecosistema fintech en Ecuador. Al ofrecer soluciones financieras innovadoras y promover la inclusión financiera, MiCarrito.com puede servir como un modelo para futuras iniciativas fintech en el país, estableciendo nuevos estándares de calidad y accesibilidad en el sector financiero.

Recomendaciones

En base de lo anteriormente expuesto el autor se permite plantear las siguientes recomendaciones:

Respecto de la Profundización en Investigaciones Futuras: se recomienda que futuras investigaciones profundicen en el análisis de la sostenibilidad financiera de MiCarrito.com a largo plazo, especialmente considerando la volatilidad económica en mercados emergentes como el de Ecuador. Se sugiere explorar más a fondo las variables macroeconómicas que podrían afectar la demanda de financiamiento vehicular, así como desarrollar modelos de predicción que incorporen escenarios económicos adversos. Además, sería valioso investigar la aceptación y adaptación de nuevas tecnologías, como blockchain y criptomonedas, en el modelo de negocio de MiCarrito.com, lo que podría abrir nuevas oportunidades para diversificar las ofertas de productos financieros.

Relacionado con Nuevos Problemas Detectados durante la realización de este trabajo, se identificaron desafíos relacionados con la integración de la asesoría personalizada en una plataforma digital. A pesar de los avances tecnológicos, existe una barrera de confianza y preferencia hacia el contacto humano que aún no ha sido completamente superada por las soluciones digitales. Por ello, se recomienda que futuros estudios exploren estrategias para mejorar la integración entre el asesoramiento humano y las herramientas digitales, buscando un equilibrio que maximice la efectividad y la aceptación por parte de los usuarios. Este es un área crítica para mejorar la experiencia del cliente y asegurar la adopción sostenida de la plataforma.

Respecto de la Divulgación de Resultados, para maximizar el impacto de MiCarrito.com y asegurar una amplia adopción de sus servicios, se recomienda que los resultados de esta investigación sean divulgados de manera efectiva. Se recomienda la realización de seminarios, webinars, y talleres dirigidos tanto a actores clave en el sector financiero como a potenciales usuarios de la plataforma. La publicación de artículos en revistas especializadas y en medios de comunicación que cubren la industria fintech también podría ayudar a posicionar MiCarrito.com como un líder innovador en el mercado. La

transparencia en los resultados y la comunicación de los beneficios de la plataforma serán esenciales para ganar la confianza del público y atraer a nuevos usuarios.

Respecto de la Socialización de los Hallazgos, la socialización de los hallazgos debe incluir la colaboración con entidades educativas, gobiernos locales, y asociaciones del sector automotriz para promover el entendimiento de las ventajas que MiCarrito.com ofrece en el acceso al financiamiento vehicular. También se recomienda la creación de una red de embajadores y alianzas estratégicas con influencers en el ámbito digital y financiero, quienes puedan compartir su experiencia con la plataforma y fomentar su adopción. El uso de las redes sociales y plataformas digitales será clave para amplificar el alcance de los resultados, creando una comunidad de usuarios que respalden y promuevan activamente el uso de MiCarrito.com.

Bibliografía.

Banco Mundial. (2018). *Global Financial* (Mundial, 2018)

BID, & Finnovista. (2018). *Fintech: Innovations you may not know were from Latin America*. Inter-American Development Bank.

Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. HarperCollins.

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

Collantes, E. (2023). *La discriminación crediticia con relación a las solicitudes de créditos en el sistema financiero nacional* (Tesis de maestría). Universidad Técnica de Cotopaxi.

Cooper, B., & Vlaskovits, P. (2013). *The lean entrepreneur: How visionaries create products, innovate with new ventures, and disrupt markets*. Wiley.

Dorf, B., & Blank, S. (2012). *Startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.

Eisenmann, T. (2013). Entrepreneurship: A working definition. *Harvard Business Review*.

Hormigo, P. (2020). *Plan de negocio de una star-up tecnológica* (Tesis de grado). Universidad Pontificia Comillas.

Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*.

Kumar, V. (2012). *101 design methods: A structured approach for driving innovation in your organization*. John Wiley & Sons.

Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.

López, S. (2022). *Fintech: Retos y oportunidades en la economía ecuatoriana* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works*. O'Reilly Media.

Moore, G. A. (2014). *Crossing the chasm: Marketing and selling high-tech products to mainstream customers*. Harper Business.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.

Robehmed, N. (2013). What is a startup? *Forbes*.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5ª ed.). Free Press.

Sánchez, E. (2021). *Plan de negocios de Inverting: Startup Fintech* (Tesis de grado). Universidad Pontificia Comillas.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2017). *The Scrum guide: The definitive guide to Scrum: The rules of the game*.

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind Bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.

Trujillo, G. (2022). *Diseño y creación del modelo de negocio de un startup que permita originar créditos de consumo a través de una plataforma digital* (Tesis de maestría). UDLA.

Anexos

Anexo #1

MATRIZ DE CONSISTENCIA										
LINEA DE INVESTIGACION M	POSICION DE INVESTIGACION M	ASIGNATURAS RELACIONADAS	TEMA DE INVESTIGACION	RESUMEN DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA	PREGUNTA DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLES INDEPENDIENTES
Administración, Economía y Servicios	Diseño y Evaluación de Proyectos	Startups, economía circular, Business Intelligence, ecosistemas de startups, optimización de procesos mediante metodologías lean, etc. y six sigma	Diseño de un Plan de Negocios para la creación del startup: MiCarrito.Com.	La dinámica del mercado automotriz en Guato, Ecuador, genera alta demanda de vehículos, a pesar de este demanda, muchas personas enfrentan dificultades para acceder al financiamiento vehicular tradicional debido a la falta de historial crediticio sólido o a la ausencia de asesoramiento especializado en el proceso de compra, esta brecha de demanda no satisfecha es aproximadamente un 26 al 36% de demanda satisfecha, brecha que se transforma en una oportunidad para plantear un servicio como una solución integral, a través de un modelo de negocio tipo startup.	De qué manera el plan de negocios diseñado para la creación de la startup: MiCarrito.com permite concretar la viabilidad del proyecto?	Diseñar un plan de negocios para la creación de la startup: MiCarrito.com	1. Describir detalladamente el negocio MiCarrito.Com, detallando su elemento diferenciador. 2. Analizar el mercado y la competencia en el sector de financiamiento vehicular en la ciudad de Guato - Ecuador. 3. Definir el modelo de negocio y el plan financiero a aplicarse para el startup: MiCarrito.Com. 4. Diseñar una estrategia de marketing digital para el startup: MiCarrito.Com para llegar al mercado objetivo.	El desarrollo de un plan de negocios estructurado y adaptado a las condiciones del mercado local permitirá la creación exitosa del Start Up: MiCarrito.com, ofreciendo soluciones innovadoras y accesibles a un segmento del mercado automotriz que actualmente no está satisfecho.	Viabilidad del Plan de Negocios de MiCarrito.com	1. Acceso al crédito vehicular. 2. Satisfacción del cliente. 3. Innovación tecnológica. 4. Rapidez en la aprobación de créditos. 5. Facilidad de uso de la plataforma. 6. Seguridad en las transacciones. 7. Asesoramiento personalizado.

Anexo #2

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS ESTRUCTURADAS A CLIENTES
CUESTIONARIOS DE LAS ENCUESTAS**

Sección 1: Datos Demográficos

1. Edad:

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- Más de 55 años

2. Género:

- Masculino
- Femenino

3. Nivel educativo:

- Secundaria incompleta
- Secundaria completa
- Educación técnica o tecnológica
- Educación universitaria
- Postgrado

4. Ingresos mensuales aproximados:

- Menos de \$500
- \$500 - \$1000
- \$1001 - \$1500
- \$1501 - \$2000
- Más de \$2000

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS ESTRUCTURADAS A CLIENTES	
1. ¿Ha intentado adquirir un vehículo en los últimos 12 meses?	Respuestas
Sí	168
No	3
TOTAL	171
2. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cuál fue el principal obstáculo que enfrentó para obtener financiamiento vehicular?	Respuestas

Historial crediticio insuficiente	65
Altas tasas de interés	8
Falta de asesoramiento	79
Falta de capacidad de pago	16
TOTAL	168
3. ¿Qué tan dispuesto estaría a utilizar una plataforma en línea para gestionar su financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy dispuesto	98
Algo dispuesto	65
Indiferente	6
Poco dispuesto	2
Nada dispuesto	0
TOTAL	171
4. ¿Qué factores considera más importantes al elegir un servicio de financiamiento vehicular?	Respuestas
Tasas de interés	12
Flexibilidad en los plazos de pago	24
Rapidez en la aprobación del crédito	56
Asesoramiento personalizado	31
Reputación del proveedor	6
Facilidad de uso de la plataforma	42
TOTAL	171
5. ¿Confía en las plataformas digitales para realizar transacciones financieras importantes, como la adquisición de un vehículo?	Respuestas
Sí, completamente	32
Sí, con algunas reservas	115
No estoy seguro	18
No	6
TOTAL	171
6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios financieros disponibles actualmente en el mercado automotriz de Quito?	Respuestas
Muy satisfecho	12
Satisfecho	31
Neutral	35
Insatisfecho	88
Muy insatisfecho	5
TOTAL	171
7. ¿Qué tan importante es para usted contar con asesoramiento personalizado durante el proceso de financiamiento vehicular?	Respuestas
Muy importante	125
Algo importante	36
Indiferente	6

Poco importante	3
Nada importante	1
TOTAL	171
8. ¿Qué características adicionales le gustaría que una plataforma fintech le ofreciera para gestionar el financiamiento vehicular?	Respuestas
Opciones de simulación de crédito	91
Comparación de ofertas de diferentes instituciones financieras	37
Soporte en tiempo real	31
Recursos educativos sobre financiamiento	12
Otros (especificar)	0
TOTAL	171

Anexo #3

Grupos Focales

RESUMEN DE INFORMACIÓN OBTENIDA CON GRUPOS FOCALES
1. Panorama del Mercado Automotriz y Financiero:
¿Cómo describiría el estado actual del mercado automotriz en Quito y en Ecuador en general?
El mercado automotriz ecuatoriano, y particularmente en Quito, ha experimentado un crecimiento moderado en los últimos años. Factores como la recuperación económica post-pandemia, la diversificación de la oferta de vehículos y el creciente acceso al crédito han impulsado las ventas. Desafíos como la volatilidad de los precios de los combustibles, las restricciones a las importaciones en ciertos períodos y la competencia de los vehículos usados han moderado este crecimiento y se observa una tendencia hacia la preferencia por vehículos más eficientes en consumo de combustible y con tecnología avanzada.
¿Qué tendencias recientes han observado en el sector de financiamiento vehicular?
<p>Digitalización: La creciente adopción de plataformas digitales para la solicitud y gestión de créditos.</p> <p>Productos Financieros Innovadores: El desarrollo de productos financieros más flexibles y personalizados, como leasing operativo, arrendamiento con opción a compra y microcréditos para vehículos.</p> <p>Mayor Competencia: La entrada de nuevas marcas asiáticas al mercado ha intensificado la competencia, lo que ha resultado en precios más competitivos.</p> <p>Crecimiento del Financiamiento de Vehículos Usados: Aumento de las opciones de financiamiento para la adquisición de vehículos usados, impulsado por la mayor disponibilidad de este tipo de vehículos en el mercado.</p>
¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades que enfrenta el financiamiento vehicular en el contexto actual?
<p>Las principales barreras que enfrenta el financiamiento vehicular en Ecuador son la inestabilidad económica, la informalidad del mercado laboral, la falta de educación financiera y las regulaciones cambiantes. Así mismo existen oportunidades como:</p> <p>Segmentos Desatendidos: Existe un gran potencial para expandir los servicios financieros a segmentos de la población que aún no tienen acceso al crédito formal, como jóvenes y emprendedores.</p> <p>Vehículos Eléctricos: El creciente interés por los vehículos eléctricos representa una oportunidad para desarrollar productos financieros especializados y fomentar la adopción de esta tecnología.</p> <p>Servicios Adicionales: La oferta de servicios complementarios, como seguros, mantenimiento y asistencia vial, genera mayores ingresos y fortalecer la relación con los clientes.</p> <p>Alianzas Estratégicas: Las alianzas con concesionarios, fabricantes de vehículos y otras empresas del sector pueden facilitar la distribución de productos financieros y ampliar la base de clientes.</p>
2. Percepción sobre las Plataformas Fintech en el Financiamiento Vehicular:
¿Cuál es su opinión sobre la integración de tecnologías fintech en el sector automotriz, específicamente en el financiamiento vehicular?

Es una tendencia global que ofrece numerosas ventajas, como la agilización de procesos, la mayor transparencia en las transacciones y una mejor experiencia del cliente. Pero, es fundamental garantizar la seguridad de los datos y la educación financiera de los usuarios para aprovechar al máximo estas innovaciones.

¿Qué ventajas y desventajas ve en el uso de plataformas fintech para el financiamiento de vehículos?

Ventajas:

Mayor rapidez y eficiencia: Los procesos de solicitud y aprobación de créditos son más ágiles.

Transparencia: La información sobre tasas de interés y condiciones es más clara y accesible.

Comodidad: Los trámites se pueden realizar desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

Personalización: Las ofertas se adaptan mejor a las necesidades individuales de cada cliente.

Inclusión financiera: Facilitar el acceso al crédito para segmentos de población que normalmente han tenido dificultades.

Desventajas:

Dependencia tecnológica: Requiere que los usuarios tengan acceso a internet y conocimientos básicos sobre tecnología.

Riesgos cibernéticos: Existe el riesgo de fraudes y hackeos si no se implementan medidas de seguridad adecuadas.

Falta de regulación: En algunos casos, la regulación sobre las fintech puede ser insuficiente, lo que genera incertidumbre.

¿Qué tan preparado considera que está el mercado ecuatoriano para adoptar este tipo de soluciones?

El mercado ecuatoriano muestra un creciente interés en las soluciones fintech, especialmente entre los jóvenes y las nuevas generaciones. Sin embargo, aún existen desafíos como la brecha digital en algunas zonas del país, la desconfianza hacia las transacciones en línea y la necesidad de mayor educación financiera. A pesar de estos retos, el potencial de crecimiento de las fintech en Ecuador es significativo, especialmente si se acompaña de políticas públicas que fomentan la innovación y la inclusión financiera.

3. Factibilidad de MiCarrito.com:

Basado en su conocimiento del mercado, ¿qué tan viable considera la creación de un startup como MiCarrito.com, centrado en ofrecer financiamiento vehicular a través de una plataforma fintech?

La creación de una startup como MiCarrito.com en el mercado ecuatoriano presenta una alta viabilidad por varias razones:

Demanda creciente: Existe una demanda insatisfecha de soluciones de financiamiento vehicular más accesibles y eficientes, especialmente para segmentos de la población que normalmente han tenido dificultades para acceder al crédito.

Digitalización acelerada: La tendencia hacia la digitalización en todos los sectores, incluido el financiero, crea un entorno propicio para el desarrollo de plataformas fintech.

Apoyo gubernamental: El gobierno ecuatoriano ha mostrado interés en fomentar la inclusión financiera y la innovación, lo que puede generar un ambiente regulatorio favorable para las startups fintech.

Ventajas competitivas: MiCarrito.com podría diferenciarse de la competencia ofreciendo productos y servicios personalizados, tasas de interés competitivas y una experiencia de usuario superior.

¿Qué elementos o características consideran esenciales para que esta plataforma tenga éxito en el mercado?

Para que MiCarrito. com tener éxito en el mercado, es fundamental que cuente con los siguientes elementos y características:

Tecnología robusta y segura: Una plataforma tecnológica sólida y escalable, que garantiza la seguridad de los datos de los usuarios y permite realizar transacciones de manera confiable.

Proceso de solicitud ágil y sencillo: Un proceso de solicitud de crédito totalmente digital y automatizado, que permite a los usuarios obtener una respuesta rápida.

Amplia variedad de productos: Una oferta de productos financieros diversificada, que se adapta a las diferentes necesidades de los clientes (automóviles nuevos, usados, diferentes plazos, etc.).

Integración con concesionarios: Alianzas estratégicas con concesionarios de vehículos para ofrecer financiamiento directo en el punto de venta.

Atención al cliente personalizada: Un equipo de atención al cliente altamente capacitado y disponible para resolver las dudas de los usuarios.

Marketing digital efectivo: Una estrategia de marketing digital sólida, enfocada en generar notoriedad y atraer nuevos clientes.

¿Cuáles creen que son los principales desafíos que enfrentará MiCarrito.com en su implementación y penetración en el mercado?

Competencia: El mercado del financiamiento vehicular es altamente competitivo, con la presencia de bancos tradicionales y otras fintech.

Regulaciones: El marco regulatorio financiero en Ecuador es complejo y cambiante, lo que implica un constante monitoreo y adaptación.

Confianza de los usuarios: Generar confianza en los usuarios hacia una plataforma fintech es un desafío, especialmente en un mercado donde aún prevalece la cultura de la banca tradicional.

Riesgo crediticio: La evaluación del riesgo crediticio de los clientes es fundamental para evitar la morosidad y garantizar la sostenibilidad del negocio.

Acceso a capital: Obtener financiamiento para el desarrollo y crecimiento de la plataforma puede ser un obstáculo, especialmente en las primeras etapas.

4. Diseño y Funcionalidades de la Plataforma:

¿Qué funcionalidades y características consideran imprescindibles para que la plataforma MiCarrito.com sea atractiva y útil para los usuarios?

Interfaz intuitiva y amigable: Un diseño claro y sencillo que permita a los usuarios navegar fácilmente por la plataforma y encontrar la información que necesitan.

Simulador de crédito personalizado: Una herramienta que permite a los usuarios calcular cuotas, plazos y tasas de interés de manera rápida y sencilla, considerando sus ingresos y perfil crediticio.

Proceso de solicitud 100% online: La posibilidad de realizar toda la solicitud de crédito desde cualquier dispositivo con conexión a internet, sin necesidad de acudir a una sucursal.

Integración con concesionarios: Permitir a los usuarios buscar y comparar vehículos directamente en la plataforma, y solicitar financiamiento de manera inmediata.

Variedad de opciones de financiamiento: Ofrecer una amplia gama de productos financieros, como créditos tradicionales, leasing, arrendamiento con opción a compra y microcréditos.

Seguridad de la información: Garantizar la protección de los datos personales y financieros de los usuarios mediante el uso de protocolos de seguridad de última generación.

Atención al cliente personalizada: Un servicio de atención al cliente eficiente y accesible, que permite a los usuarios resolver cualquier duda o inconveniente de manera rápida y sencilla.

Notificaciones y alertas: Enviar notificaciones a los usuarios sobre el estado de sus solicitudes, pagos y otros eventos relevantes.

Integración con otras plataformas: Permitir la integración con otras aplicaciones financieras, como banca móvil, para facilitar los pagos y realizar otras gestiones.

¿Cómo creen que deberían estructurarse las opciones de financiamiento dentro de la plataforma para atraer a los clientes que actualmente tienen dificultades para obtener financiamiento vehicular?

Requisitos flexibles: Ofrecer opciones de financiamiento con requisitos menos estrictos, como ingresos variables o historial crediticio limitado.

Primeras cuotas bajas: Proponer planes de financiamiento con primeras cuotas bajas para facilitar el acceso a un vehículo.

Financiamiento para vehículos usados: Incluir opciones de financiamiento para la adquisición de vehículos usados, que suelen ser más accesibles.

Programas de educación financiera: Ofrecer herramientas y recursos educativos para ayudar a los usuarios a mejorar su salud financiera y tomar mejores decisiones.

¿Qué importancia le dan a la inclusión de herramientas de educación financiera y asesoramiento personalizado dentro de la plataforma?

Empoderar a los usuarios: Brindar a los usuarios los conocimientos necesarios para tomar decisiones financieras informadas y responsables.

Reducir la morosidad: Ayudar a los usuarios a comprender las condiciones de los créditos ya cumplir con sus obligaciones de pago.

Fomentar la relación a largo plazo: Construir una relación de confianza con los usuarios, basada en la transparencia y el asesoramiento personalizado.

Posicionar a MiCarrito.com como un aliado financiero: Diferenciarse de la competencia y posicionarse como una plataforma que no solo ofrece financiamiento, sino también soluciones financieras integrales.

5. Regulación y Seguridad:

¿Qué aspectos regulatorios creen que podrían afectar la implementación de una plataforma fintech en el financiamiento vehicular en Ecuador?

Ley de Instituciones del Sistema Financiero: Esta ley establece los requisitos para la operación de instituciones financieras y las actividades que pueden realizar. Las fintech deben cumplir con los estándares establecidos para operar legalmente.

Superintendencia de Bancos: La Superintendencia de Bancos es el ente regulador del sistema financiero ecuatoriano. Las fintech deben estar sujetas a su supervisión y cumplir con las normas emitidas por esta entidad.

Ley de Protección de Datos Personales: Esta ley garantiza la protección de los datos personales de los ciudadanos. Las fintech deben implementar medidas técnicas y administrativas para proteger la información de sus clientes.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones: Esta ley regula las comunicaciones electrónicas y establece los requisitos para la prestación de servicios de valor agregado, como los ofrecidos por las fintech.

Ley de Defensa del Consumidor: Esta ley protege los derechos de los consumidores y establece las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios. Las fintech deben cumplir con los requisitos establecidos en esta ley.

¿Qué recomendaciones tienen para garantizar la seguridad de las transacciones en la plataforma y construir confianza entre los usuarios?

Encriptación de datos: Implementar sistemas de encriptación de alta seguridad para proteger la información confidencial de los usuarios.

Autenticación de dos factores: Exigir a los usuarios una doble autenticación para acceder a sus cuentas y realizar transacciones.

Monitoreo constante de amenazas: Realizar monitoreos constantes para detectar y prevenir posibles ataques cibernéticos.

Educación financiera: Brindar a los usuarios información clara y concisa sobre los riesgos y beneficios asociados al uso de la plataforma.

Transparencia: Ser transparentes en cuanto a las políticas de privacidad y seguridad de la plataforma.

Certificaciones de seguridad: Obtener certificaciones de seguridad reconocidas a nivel internacional para demostrar el compromiso con la protección de los datos

¿Cómo sugieren abordar el cumplimiento normativo en cuanto a protección de datos y prevención de fraudes?

Designar un encargado de protección de datos: Nombrar a un profesional responsable de garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de datos.

Realizar auditorías periódicas: Llevar a cabo auditorías periódicas para identificar y corregir cualquier vulnerabilidad en los sistemas de seguridad.

Implementar sistemas de detección de fraudes: Utilizar herramientas y tecnologías para detectar y prevenir actividades fraudulentas.

Mantenerse actualizado sobre la normativa: Estar al tanto de los cambios en la normativa y ajustar las políticas y procedimientos de la empresa en consecuencia.

Colaborar con las autoridades: Colaborar con las autoridades competentes en caso de detectar actividades sospechosas.

6. Estrategias de Penetración en el Mercado:

¿Qué estrategias de marketing y penetración en el mercado recomendarían para MiCarrito.com, considerando el perfil de los potenciales clientes y la competencia existente?

Marketing digital centrado en el usuario:

SEO y SEM: Optimizar la plataforma para los motores de búsqueda y utilizar campañas pagadas para llegar a la audiencia objetivo.

Redes sociales: Crear contenido de valor en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, enfocado en resolver las dudas de los usuarios y mostrar los beneficios de la plataforma.

Marketing de influencers: Colaborar con influencers del sector automotriz para llegar a un público más amplio y generar confianza.

Email marketing: Construir una base de datos de clientes potenciales y enviar campañas de email marketing personalizadas.

Eventos y promociones:

Roadshows: Organizar eventos en concesionarios de autos y centros comerciales para dar a conocer la plataforma y ofrecer promociones especiales.

Partnerships con concesionarios: Establecer alianzas estratégicas con concesionarios para ofrecer financiamiento directo en el punto de venta.

Programas de referidos: Implementar un programa de referidos para incentivar a los clientes existentes a recomendar la plataforma a sus conocidos.

Educación financiera:

Contenido educativo: Cree contenido educativo en forma de publicaciones de blog, videos y seminarios web para ayudar a los usuarios a tomar decisiones financieras informadas.

Webinars y talleres: Organizar webinars y talleres gratuitos sobre temas relacionados con el financiamiento vehicular.

¿Cómo sugieren que MiCarrito.com se posicione frente a las instituciones financieras tradicionales y otras plataformas fintech que podrían surgir?

Agilidad y personalización: Ofrecer un proceso de solicitud de crédito rápido y sencillo, adaptado a las necesidades individuales de cada cliente.

Experiencia de usuario excepcional: Diseñar una plataforma intuitiva y fácil de usar, con un servicio al cliente de excelencia.

Transparencia y confianza: Ser transparente en cuanto a las tasas de interés y las condiciones de los créditos, y construir una reputación de confianza y seguridad.

Innovación: Estar siempre a la vanguardia en cuanto a tecnología y productos financieros, ofreciendo soluciones innovadoras que satisfagan las necesidades de los clientes.

Enfoque en el cliente: Poner al cliente en el centro de todas las decisiones y ofrecer un servicio personalizado y cercano.

¿Qué alianzas estratégicas consideran esenciales para potenciar la viabilidad de MiCarrito.com?

Concesionarios de automóviles: Establecer alianzas con concesionarios para ofrecer financiamiento directo en el punto de venta y aumentar la visibilidad de la plataforma.
Empresas de tecnología financiera: Colaborar con otras fintech para ofrecer servicios complementarios, como seguros, asistencia vial y gestión de gastos.
Instituciones financieras: Explorar alianzas con bancos y cooperativas para ampliar la oferta de productos y servicios financieros.
Empresas de marketing digital: Trabajar con agencias de marketing digital para desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas.

7. Expectativas de Evolución del Mercado:

¿Cómo visualizan la evolución del mercado de financiamiento vehicular en los próximos 3-5 años, y qué papel podría jugar MiCarrito.com en este contexto?

En los próximos 3-5 años, se espera una evolución significativa en el mercado de financiamiento vehicular, impulsada por la creciente adopción de tecnologías digitales y la demanda de soluciones financieras más personalizadas y accesibles. Algunas tendencias clave incluyen:

Mayor penetración de las fintech: Las plataformas fintech como MiCarrito.com seguirán ganando terreno, ofreciendo alternativas más ágiles y flexibles a las opciones tradicionales de financiamiento.

Personalización de la oferta: Los consumidores buscarán soluciones de financiamiento a la medida de sus necesidades, lo que impulsará el desarrollo de productos y servicios altamente personalizados.

Integración con el ecosistema del automóvil conectado: La conectividad de los vehículos permitirá desarrollar nuevos modelos de financiamiento basados en el uso y el estado del vehículo.

Sostenibilidad y vehículos eléctricos: La creciente preocupación por el medio ambiente impulsará la demanda de financiamiento para vehículos eléctricos y soluciones de movilidad sostenible.

MiCarrito.com puede jugar un papel fundamental en este contexto al:

Posicionarse como líder en financiamiento digital: Ofreciendo una experiencia de usuario superior y una amplia gama de productos financieros adaptados a las nuevas tendencias.

Fomentar la adopción de vehículos eléctricos: Desarrollando productos financieros específicos para este tipo de vehículos y promoviendo la movilidad sostenible.

Expandir su oferta de servicios: Incorporando servicios complementarios como seguros, mantenimiento y asistencia vial, convirtiéndose en un socio financiero integral para sus clientes.

Establecer alianzas estratégicas: Colaborando con fabricantes de vehículos, concesionarios y otras empresas del sector para fortalecer su posición en el mercado.

¿Qué cambios o innovaciones adicionales en la tecnología fintech creen que podrían influir en el éxito de MiCarrito.com a futuro?

Intencia artificial: La IA permitirá personalizar aún más la experiencia del usuario, ofrecer recomendaciones de productos y detectar fraudes de manera más eficiente.

Blockchain: Esta tecnología puede mejorar la seguridad de las transacciones y facilitar la creación de mercados secundarios para vehículos usados.

Realidad virtual y aumentada: Estas tecnologías pueden utilizarse para crear experiencias de compra de vehículos más inmersivas y personalizadas.

Pagos digitales: La adopción de nuevas formas de pago, como las criptomonedas, puede ampliar las opciones de financiamiento disponibles.

¿Qué recomendaciones tienen para que MiCarrito.com se adapte a estas posibles evoluciones y siga siendo competitivo?

Invertir en tecnología: Mantenerse actualizado en las últimas tendencias tecnológicas y desarrollar una plataforma escalable y adaptable.

Fomentar la innovación: Crear un ambiente de trabajo que fomente la creatividad y la experimentación.

Construir una cultura de datos: Utilizar los datos para tomar decisiones informadas y mejorar continuamente los productos y servicios.

Establecer alianzas estratégicas: Colaborar con otras empresas para acceder a nuevas tecnologías y mercados.

Priorizar la experiencia del cliente: Escuchar las necesidades de los clientes y adaptar la oferta de productos y servicios en consecuencia.

TEMAS ABORDADOS EN GRUPOS FOCALES
1. Panorama del Mercado Automotriz y Financiero:
¿Cómo describiría el estado actual del mercado automotriz en Quito y en Ecuador en general?
¿Qué tendencias recientes han observado en el sector de financiamiento vehicular?
¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades que enfrenta el financiamiento vehicular en el contexto actual?
2. Percepción sobre las Plataformas Fintech en el Financiamiento Vehicular:
¿Cuál es su opinión sobre la integración de tecnologías fintech en el sector automotriz, específicamente en el financiamiento vehicular?
¿Qué ventajas y desventajas ve en el uso de plataformas fintech para el financiamiento de vehículos?
¿Qué tan preparado considera que está el mercado ecuatoriano para adoptar este tipo de soluciones?
3. Factibilidad de MiCarrito.com:
Basado en su conocimiento del mercado, ¿qué tan viable considera la creación de un startup como MiCarrito.com, centrado en ofrecer financiamiento vehicular a través de una plataforma fintech?
¿Qué elementos o características consideran esenciales para que esta plataforma tenga éxito en el mercado?
¿Cuáles creen que son los principales desafíos que enfrentará MiCarrito.com en su implementación y penetración en el mercado?
4. Diseño y Funcionalidades de la Plataforma:
¿Qué funcionalidades y características consideran imprescindibles para que la plataforma MiCarrito.com sea atractiva y útil para los usuarios?
¿Cómo creen que deberían estructurarse las opciones de financiamiento dentro de la plataforma para atraer a los clientes que actualmente tienen dificultades para obtener financiamiento vehicular?
¿Qué importancia le dan a la inclusión de herramientas de educación financiera y asesoramiento personalizado dentro de la plataforma?
5. Regulación y Seguridad:
¿Qué aspectos regulatorios creen que podrían afectar la implementación de una plataforma fintech en el financiamiento vehicular en Ecuador?
¿Qué recomendaciones tienen para garantizar la seguridad de las transacciones en la plataforma y construir confianza entre los usuarios?
¿Cómo sugieren abordar el cumplimiento normativo en cuanto a protección de datos y prevención de fraudes?
6. Estrategias de Penetración en el Mercado:
¿Qué estrategias de marketing y penetración en el mercado recomendarían para MiCarrito.com, considerando el perfil de los potenciales clientes y la competencia existente?
¿Cómo sugieren que MiCarrito.com se posicione frente a las instituciones financieras tradicionales y otras plataformas fintech que podrían surgir?
¿Qué alianzas estratégicas consideran esenciales para potenciar la viabilidad de MiCarrito.com?
7. Expectativas de Evolución del Mercado:
¿Cómo visualizan la evolución del mercado de financiamiento vehicular en los próximos 3-5 años, y qué papel podría jugar MiCarrito.com en este contexto?
¿Qué cambios o innovaciones adicionales en la tecnología fintech creen que podrían influir en el éxito de MiCarrito.com a futuro?
¿Qué recomendaciones tienen para que MiCarrito.com se adapte a estas posibles evoluciones y siga siendo competitivo?

Anexo #4

Cronograma de Implementación

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN		
Mes	Actividades Clave	Responsables
oct-24	- Establecimiento de la estructura organizacional: Definición de roles y responsabilidades clave.	Dirección General
	- Selección del equipo inicial: Contratación del equipo directivo y personal clave para el inicio.	Recursos Humanos
nov-24	- Desarrollo de la plataforma tecnológica: Inicio del desarrollo del sitio web, integración de CRM y plataforma de pagos.	Equipo de Tecnología
	- Establecimiento de alianzas estratégicas: Contacto inicial y negociaciones con concesionarios, bancos y aseguradoras.	Dirección General
dic-24	- Finalización de desarrollo tecnológico: Pruebas iniciales de la plataforma.	Equipo de Tecnología
	- Formalización de contratos de alianzas estratégicas: Firma de acuerdos con socios clave.	Departamento Legal
ene-25	- Capacitación del equipo operativo: Formación en el uso de la plataforma y procesos internos.	Recursos Humanos
	- Marketing pre-lanzamiento: Preparación y lanzamiento de campañas de expectativa.	Marketing
feb-25	- Pruebas piloto: Implementación de un piloto en un mercado controlado para evaluar la operación.	Equipo Operativo
	- Ajustes operativos: Modificaciones basadas en feedback del piloto.	Dirección General
mar-25	- Lanzamiento oficial: Inicio de operaciones completas de MiCarrito.com.	Dirección General
	- Campaña de lanzamiento: Actividades promocionales y publicidad para dar a conocer la plataforma.	Marketing
abr-25	- Monitoreo de operaciones y ajustes: Supervisión continua del desempeño y realización de ajustes según sea necesario.	Dirección General
	- Expansión de alianzas: Búsqueda de nuevas colaboraciones con concesionarios adicionales y bancos.	Departamento Operativo
may-25	- Expansión de servicios: Evaluación y lanzamiento de servicios adicionales según demanda y feedback inicial.	Dirección General

	- Optimización tecnológica: Mejoras continuas a la plataforma en base a la experiencia del usuario.	Tecnología
jun-25	- Evaluación del rendimiento: Análisis del desempeño en el primer trimestre de operaciones y ajuste de estrategias.	Dirección General
	- Desarrollo de nuevas funciones: Integración de nuevas funcionalidades en la plataforma.	Tecnología
jul-25	- Ampliación de mercado: Estrategias para ampliar el alcance en diferentes segmentos y regiones.	Dirección General
	- Refinamiento de procesos internos: Optimización continua de los procesos clave para mejorar la eficiencia.	Marketing
		Operaciones

Anexo #5

Plan de Contingencia de MiCarrito.COM

PLAN DE CONTINGENCIA DE MICARRITO.COM			
Riesgo	Descripción	Impacto Potencial	Plan de Contingencia
Riesgos Económicos	Fluctuaciones económicas: Cambios en la economía que pueden afectar la demanda de financiamiento vehicular, como recesión o inflación.	Alta	- Diversificación de ingresos: Ofrecer servicios adicionales como asesoría financiera.
			- Monitoreo económico: Seguir de cerca los indicadores económicos para ajustes rápidos.
Riesgo de Tipo de Cambio:	Variaciones en el valor de la moneda que podrían impactar los costos de importación de vehículos y afectar los precios para los clientes.	Moderado	- Cobertura de cambio: Utilizar instrumentos financieros para protegerse contra las variaciones en el tipo de cambio.
Riesgos Operativos	Fallos tecnológicos: Problemas en la plataforma tecnológica que afecten la operación, como caídas del sistema o vulnerabilidades de seguridad.	Alta	- Redundancia tecnológica: Implementar servidores de respaldo y sistemas de seguridad robustos.
			- Mantenimiento continuo: Realizar revisiones y mejoras periódicas.
Capacitación insuficiente:	Falta de capacitación adecuada del personal que podría resultar en errores operativos o atención al cliente deficiente.	Moderado	- Programa de capacitación: Establecer un programa continuo de formación y actualización para los empleados.

<p>Riesgos Legales</p>	<p>Cambios en la legislación: Modificaciones en la normativa de financiamiento o comercialización de vehículos que puedan afectar la operación de MiCarrito.com.</p>	<p>Alta</p>	<p>- Asesoría legal constante: Contratar a un equipo legal para monitorear y adaptarse a los cambios legislativos.</p> <p>- Cumplimiento estricto: Seguir las normativas vigentes.</p>
<p>Riesgos de Reputación</p>	<p>Percepción negativa: Problemas de servicio al cliente o incidentes que puedan dañar la reputación de la empresa.</p>	<p>Moderado</p>	<p>- Gestión de la reputación: Establecer un equipo de relaciones públicas y servicio al cliente para gestionar la comunicación y mantener una buena imagen corporativa.</p>
<p>Riesgos de Mercado</p>	<p>Competencia intensa: Aparición de competidores con modelos de negocio similares o más innovadores que MiCarrito.com.</p>	<p>Alta</p>	<p>- Innovación continua: Realizar investigaciones de mercado y adaptar la oferta de productos y servicios a las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores.</p>
<p>Riesgos Financieros</p>	<p>Morosidad en los pagos: Clientes que no puedan cumplir con los pagos de financiamiento, afectando la liquidez de la empresa.</p>	<p>Moderado</p>	<p>- Evaluación crediticia: Implementar un sistema riguroso de análisis de crédito y ofrecer opciones flexibles de pago.</p>