UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

FINEDI

TRABAJO DE GRADO

OPCIÓN DE GRADO EN EMPRENDIMIENTO

REALIZADO POR:

DANIELA VANESSA PRIETO LOPEZ

BOGOTA D.C

2021

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

FINEDI

TRABAJO DE GRADO

OPCIÓN DE GRADO EN EMPRENDIMIENTO

REALIZADO POR:

DANIELA VANESSA PRIETO LOPEZ

PROFESOR ASISTENTE:

JULIAN ESTEBAN GUTIERREZ RODRIGUEZ

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2021

Tabla de contenido

2. Objetivos 10

2.1 Objetivo general 10

2.2 Objetivos específicos 10

3. Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de emprendimiento 11

4. Exploración e identificación de la idea de negocio 11

4.1. Descripción de la problemática identificada 12

4.2. Justificación del entorno explorado 12

4.3. Mapeo de actores 13

4.4. Hipótesis general del proyecto 15

4.5. Validación de problema 15

4.5.1. Datos económicos que sustenten la problemática 16

4.5.2. Análisis etnográfico 17

5. Construcción de la propuesta de valor 19

5.1. Arquetipo del cliente 19

5.1.1. Validación de usuario y cliente potencial 19

5.1.1.1. Ganancias 20

5.1.1.2. Dolores 20

5.2 Mapa de valor 20

5.2.1 Diferencial 20

5.2.2 Pertinencia de la solución 21

5.2.3 Pruebas de validación de propuesta de valor 22

6. Construcción de prototipo 25

6.1. Conceptualización y definición del prototipo 25

6.2. Plan para la construcción de la solución 28

6.3 Definición del MPV, portafolio de producto y/o servicios, análogos y virtuales 30

6.4 Elaboración pruebas de concepto 31

6.5. Aprendizaje pruebas de concepto 35

6.6. Iteración de prototipo 36

6.7. Estructuración de Producto Mínimo Viable (MPV) 37

7. Modelo financiero 1.0 39

7.1. Definición de precio 39

7.2. Estrategia de precio 40

7.3. Costeo de producto - servicio para serie mínima 40

7.4. Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento 41

7.5. KPI financieros I 44

7.6. Fuentes de seed capital 45

8. Modelo de negocio 3D 45

8.1. Diseño del modelo económico 45

8.2. Diseño del modelo social 48

8.3. Diseño del modelo ambiental 50

8.4. Cruce de modelo total 52

8.5. Propiedad intelectual 53

9. Beneficios para la comunidad 55

9.1. Desarrollo colectivo: ¿Cómo el proyecto generará beneficios a la comunidad? 55

10. Conclusión 57

11. Referencias 58

12. Anexos 59

Lista de figuras

Figura 1. Diseño del perfil del valor del negocio *14*

Figura 2. Diseño del perfil del cliente *19*

Figura 3. Estructuración del prototipo *26*

Figura 4. Prototipo *27*

Figura 5. Alternativas de solución para el prototipado *28*

Figura 6. Diseño de propuestas de valor sistema *30*

Figura 7. Presupuesto año 1 (flujo tesorería) *42*

Figura 8. Presupuesto año 1 (flujo neto operativo) *42*

Figura 9. Presupuesto año 1 (caja neta acumulada) *42*

Figura 10. Balance general inicial año 1 ..... *43*

Figura 11. Indicadores financieros *44*

Figura 12. PESTEL *46*

Figura 13. Canvas social *49*

Figura 14. Canvas ambiental *51*

Figura 15. Modelo canvas *52*

Resumen ejecutivo

Muchas personas quieren ganar dinero desde casa y más ahora por la coyuntura que enfrenta el país por el covid-19, por esta razón, empresas de trading o relacionadas al mundo financiero se encuentra en tendencia, porque es un negocio muy tentador, debido a que siempre lo muestran cómo ganar dinero en pocas horas y sin tanto esfuerzo. Sin embargo, lo que en verdad se requiere es una educación financiera, la cual las aplicaciones no les enseñan, debido a que su core business se enfoca más en el plan estratégico de mercado, estilo multinivel que aplican para lograr ingresar más gente al "negocio". Además en esta industria hay un eslabón muy fuerte y que le hace mala fama, pues se relacionan con estafas generando desconfianza.

Por eso, la idea de negocio consiste en ser el intermediario entre las personas que quieren aprender y las personas que quieren enseñar, es decir, seremos los intercesores de la educación informal. Por eso el plan de negocio se basa en darle la oportunidad a todas aquellas personas que tienen el conocimiento sobre los mercados financieros y quieren ganar dinero extra enseñando a otras personas que están ansiosas por formarse y están dispuestas a pagar por aprender a ganar dinero de maneras novedosas como trading en forex, criptomonedas, acciones de bajo costo, futuros y muchos otros tipos de aprendizajes que son modernos y que permiten ganancias superiores a las que un empleo común y corriente puede ofrecer. Asimismo mostrarles los mejores métodos y herramientas que pueden aplicar en estos mercados, garantizando seguridad y confianza entre las partes. Por consiguiente nuestra actividad económica se centra en la educación financiera.

Todo este proceso se realizará mediante la creación de una aplicación de fácil manejo con interfaz amigable al usuario. La base del aplicativo móvil es tan sencillo como: escoger tu tema de interés, el experto, escoger si quiere cursos pregrabados o cursos en vivo y después que proceda al pago ya sea del curso pre-grabado o del curso en vivo y en directo. De igual manera, para empezar con el proceso de validación, se iniciará con charlas gratuitas sobre los temas básicos para los mercados financieros y luego se seguirá con charlas pagas. La publicidad será realizada mediante redes sociales como Instagram y Facebook.

Palabras clave: Educación financiera, Mercados financieros, Ganar dinero adicional y Aprender a invertir

Abstract

Many people want to make money from home and more now because of the situation that the country is facing because of covid-19 , so trading or related companies into the financial world are in trend because it is a very tempting business, as they always show how to make money in a few hours and without that much effort. However, the truth is that it only requires financial education, which the applications do not teach them; because their core is more focused on the strategic market multilevel plan they apply to get more people into the business. Besides, in this industry there is a strong link, which makes a bad reputation, because they are related to scams generating distrust.

That is why the business idea consists in being the intermediary between people who want to learn and people who want to teach, we will be the intercessors of the informal education, all those people who want to make money by teaching the knowledge they have acquired during their lives to other people who are eager to learn and are willing to pay to learn how to make money in a modern way such as trading in forex, crypto-currencies, low-cost stocks, forwards and many other types of learning that are modern and generate profits higher than those that a common job can offer. As well, the idea is to show them the best methods and tools they can apply in these markets, ensuring security and trust between the parties. Therefore our economic activity is focused on financial education.

All this process will be done through the creation of a user-friendly application with a user-friendly interface. The basis of the mobile application is as simple as: choose your topic of interest, the entrepreneur, choose if you want pre-recorded courses or live courses, after you proceed to the payment of either the pre-recorded course or the live and direct course. Similarly, to begin the validation process, you will start with free talks on the basic topics for financial markets and then if you continue with paid talks. Advertising will be done through social networks such as Instagram and Facebook.

Keywords: Financial education, Financial markets, Earning extra money and Learning to invest

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Determinar que el modelo de negocio planteado sea la solución ideal para muchos usuarios, con el fin de demostrar que este es un proceso de aprendizaje y que es necesario obtener un buen conocimiento acerca de los mercados financieros para ponerlo en práctica adecuadamente y obtener la rentabilidad esperada.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio exhaustivo de la tendencia y reputación que presenta este mercado, con el fin de encontrar la mejor forma de desinformar a las personas que quieren ingresar a los mercados financieros, pero por miedo o desconfianza se limitan y se ponen barreras financieras.
- Analizar nuestros potenciales clientes, pues aunque es un mercado que está en desarrollo no se puede determinar a simple vista las personas realmente interesadas en estos temas. Asimismo encontrar la mejor forma para llegarles y que tengan confianza de adquirir nuestros servicios de educación.
- Diseñar un modelo completo que abarque diferentes puntos de vista como lo económico, social, ambiental y pueda contribuir beneficios a la comunidad.

- Realizar una construcción de prototipo en donde accedamos a una buena validación que nos permita encontrar retos y analizar el proceso de nuestro modelo de negocio, con el fin de buscar mejoras en el proceso para garantizar un mejor servicio a nuestros clientes.

3. Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de emprendimiento

Nuestra motivación se dio por el conocimiento y por todo lo que hemos explorado en el mundo financiero, pues nos dimos cuenta que muchas personas son estafadas en los mercados financieros y se quedan con mitos sobre ellos, en donde se ciegan y no se abren paso a esta industria.

Hemos explorado el campo financiero, nos dimos cuenta que hay muchos estafadores y muchos estafados y eso nos incentivó a realizar el proyecto. Además, nos apasiona el tema de emprender y poder brindar un buen servicio a nuestros clientes.

4. Exploración e identificación de la idea de negocio

4.1. Descripción de la problemática identificada

Muchas personas no tienen conocimientos en finanzas y quieren aprender de estas pero no saben a quién acudir, debido a que hay una sobreoferta de cursos por internet de personas que no se saben quiénes son y cómo son temas de dinero, no hay confianza por parte de los clientes ni respaldo por parte de los vendedores. Y varios estudios comprueban que las personas somos desconfiadas y más cuando se trata de dinero.

4.2. Justificación del entorno explorado

Actualmente el mundo del mercado financiero se ha convertido en el plan b de generar ingresos de muchas personas, por eso hasta las mismas empresas ingresan a la bolsa de valores, con el fin de incrementar su capital. Pero así mismo, a muchas personas les da miedo invertir, pues para que logren una gran rentabilidad se requiere de una alta inversión, por eso es importante analizar la aversión al riesgo y por supuesto el mercado financiero, pues puede ser muy volátil o generar incertidumbre. Esto no quiere decir que sea imposible, por eso es importante estudiar los indicadores y así mismo realizar un buen análisis técnico y fundamental, con el objetivo de establecer la mejor decisión de si se invierte o no.

En los últimos años esta industria ha estado en tendencia, porque se ha evidenciado que varias empresas han creado una buena red de marketing a través de forex, mostrando libertad financiera y una mejor calidad de vida, pero asimismo se han encontrado empresas

fake, que engañan a la gente y han sido demandadas por robarle el dinero a las personas que querían generar ingresos.

En síntesis, existe mucha desinformación en cuanto a la forma de ganar dinero en los mercados financieros, esto da paso a mucha desconfianza en las personas que enseñan a hacer trading en estos mercados. Por esto existen muchas noticias que alertan sobre los negocios ilegales en este sector, como la que se publicó en el periódico El Tiempo, en donde comentaban que la superintendencia financiera y de sociedades alertaron sobre las operaciones ilegales de la empresa. “iMarketslive promociona productos del mercado Forex sin estar autorizada para ello, y de Adsply, la cual no cuenta con el registro de operación en el segmento de multinivel” (El Tiempo, 2017)

4.3. Mapeo de actores

Dentro de nuestros principales actores tenemos como “proveedor” a nuestros expertos, porque son quienes se encargaran de impartir el conocimiento en cuanto los mercados financieros a nuestros clientes, que son los estudiantes o aprendices. Internamente en la empresa contamos con un ingeniero, quien nos apoyara con la creación de la aplicación y nosotros los socios.

En cuanto a nuestros competidores realizamos el diseño de perfil de valor del negocio, es decir que analizamos nuestra competencia directa, indirecta o que podría ser un sustituto

según nuestro modelo de negocio y le dimos una calificación de 1 a 3, en donde 1 es baja imitabilidad y 3 totalmente imitable. Asimismo logramos determinar cuál es nuestra oportunidad dentro del mercado.

Figura 1. Diseño del perfil del valor del negocio

	Competidor			Negocio						Oferta						Total
	Directo	Indirecto	Sustituto	Pagina web	Videos Gratis	Charlas Economicas	Aplicativo movil	Enseñanza personalizada	TOTAL	Uso fácil de la aplcación	Calidad	Precio	Promoción	Seguridad	TOTAL	
investopi	x			2	2	2	3	2	11	3	2	2	2	2	11	22
Invertir mejor		x		2	2	2	3	2	11	3	2	3	1	1	10	21
Maestrik			x	2	3	3	2	2	12	1	2	2	2	2	9	21
IM Academy - Delta		x		2	2	2	2	3	11	2	3	2	1	3	11	22
Trading Collegue	x			2	2	2	3	2	11	3	2	2	3	2	12	23
Curso de Trading en español (app)			x	3	3	3	2	3	14	1	2	1	3	2	9	23
Universidades		x		2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	1	11	23
Total				15	17	16	18	16	82	16	15	15	14	13	73	155
Mi Negocio				2	2	2	2	2	10	1	2	2	1	1	7	17

Identifique con color naranja las oportunidades de valor de su negocio, aquellas variables o atributos que mejorara para el mercado con la puesta en marcha de su negocio

Calificación
1 Baja imitabilidad
2 Parcialmente
3 Totalmente imitable

Fuente: Elaboración propia

De esta tabla podemos determinar que tenemos un gran reto al crear la aplicación, pues es una gran oportunidad y diferencial que podemos tener ante la competencia. Además que el modelo de negocio de Finedi, es diferente al de nuestros competidores de la industria, pues su enfoque es diferente al que nosotros estamos desarrollando. Dentro de nuestros competidores directos vemos que investopi tiene en nómina a sus expertos y cuentan con cursos pregrabados, en cambio trading college usa un lenguaje más técnico y realiza cursos en vivo. En cuando a nuestros competidores indirectos, vemos que IM Academy, son un multinivel y administran las cuentas de las personas, en donde, el core del negocio es atraer

personas, es decir, si llevan tres personas al negocio no pagan la membresía y las universidades ofrecen cursos de mercados financieros, pero a un alto precio y es más estilo cátedra. Por último nuestros sustitutos, se enfocan en enseñar todo tipo de temas, como las materias básicas del colegio y las personas programan el tiempo con el profesor.

4.4. Hipótesis general del proyecto

Actualmente existen muchas personas que quieren aprender a ganar dinero por internet y hay otro tipo de personas que son expertas en el tema y su pasión es compartir su conocimiento con las personas dispuestas a aprender. Por esto se evidencia que los hábitos de consumo de nuestros clientes potenciales se enfoca en que estos buscan cómo ganar dinero por internet por sitios como Instagram, Facebook y google buscando personas que tengan resultados y rentabilidad.

Finedi consiste en brindar charlas de interés general que atrapen a nuestros clientes, generando que estos quieran adquirir nuestros servicios con los mejores especialistas en el tema, porque después de haber creado la aplicación podrán pagar la clase que desean, agendando según el horario de disponibilidad de nuestro experto.

4.5. Validación de problema

4.5.1. Datos económicos que sustenten la problemática

El rápido desarrollo de las nuevas tecnologías, el aumento de la virtualidad y el ganar dinero desde casa o solo con un click, genera que aumente la demanda del mundo del trading y más personas sientan curiosidad por ello, porque las redes sociales tienen mucha publicidad y promoción sobre el tema, en donde muestran que es una forma fácil y rápida de ganar dinero en cuestión de segundos. Pero lo que no saben las personas es que esto es un mito, pues para lograr conseguir una gran rentabilidad y ser exitoso, se requiere de estudiar sobre el mundo de los mercados financieros y tener buenas herramientas y conceptos básicos para analizar los indicadores y tomar decisiones al respecto en cuanto a la inversión, con el fin de obtener un buen retorno.

Muchas empresas se aprovechan de la ignorancia de las personas y les manejan sus cuentas, haciéndoles ver que es más fácil para ellos, pues así no se complican ni se enredan con los análisis, solo les dan sus “ganancias”, pero lo que no saben es que realmente son estafados y les dan una pequeña parte de lo que realmente ganan o simplemente se llevan toda su inversión. Otra forma de crear un fraude en esta industria se da cuando compañías de trading se hacen pasar por personas que dicen ser administradores o gestores de cuentas vendiendo promesas falsas de ingresos altos con un depósito que será el primero de varios, ganándose la confianza de los clientes.

El sector macroeconómico se muestra abierto a la entrada de un nuevo competidor, especialmente, el mercado latinoamericano, dado que se encuentra en una etapa de

descubrimiento y exploración, más del 80% de la población del continente probablemente no saben lo que es el trading o si lo saben no han descubierto todo el potencial que hay en este, dadas estas circunstancias en el panorama, se sabe que hay un mercado con muchos actores, sabiendo que dentro de esos usuarios se encuentran empresas de multinivel, fondos de inversión, bancos, influencers, gestores de cuentas y muchos más que no saben cómo hacer para conseguir más clientes dado que cada día lo único que hacen es crear más y más mala fama a los mercados financieros puesto que lo único que les importa es crear ganancias para ellos mismos.

Por eso se necesitan actores nuevos en el mercado que de verdad piensen en las personas y en las familias, revisando el aspecto microeconómico, podemos decir que cada vez hay más personas conectadas al celular y que hoy en día hay más celulares que personas en el mundo, por eso hay que aprovechar la oportunidad que cualquier persona con un celular y acceso a internet puede acceder a la inversión en estos mercados, pero si lo hacen sin la ayuda adecuada, sin la educación correcta van a perder su dinero dándoselo a los grandes jugadores del mercado y no van a poder salir posiblemente de la pobreza en la que se encuentran, por eso la solución de una plataforma educativa es esencial para todos y cada uno de aquellos que de verdad están interesados en tener éxito en este mundo de las inversiones personales y el trading.

4.5.2. Análisis etnográfico

Se han realizado entrevistas a aprendices, competidores y maestros y todos ellos han estados dispuestos a cooperar, haciendo de esta manera la investigación más productiva obteniendo resultados interesantes, la primera entrevista que hicimos fue a Juliana la directora de Investopi, nuestro competidor más directo, de ella se aprendieron tácticas de contratación que una vez la empresa esté legalmente conformada se pondrán en práctica. Además aprendimos que hay un gran mercado allá afuera listo para aprender y que una gran parte de él está dispuesto a pagar un precio alto, pues ella ofrece 980 USD a el acceso completo a su plataforma con toda clase de cursos esto lo lograron gracias a que son realistas, dan los cursos y su publicidad con palabras exactas y sin rodeos teniendo multiproductos, teniendo alternativas en sus medios de pago y concentrándose en la personalización, por eso es muy importante aprender de este tipo de personas dada la gran cantidad de conocimiento que poseen sobre el mercado y su funcionamiento.

Ella también nos mostró cuáles son las características que sus clientes y nuestros potenciales clientes pueden tener, se ha encontrado que ellos tienen una edad entre 18 y 35 años, son personas que están dedicadas a su crecimiento personal, que siempre están saliendo de su zona de confort, aprendiendo todos los días cosas nuevas, obteniendo habilidades para su vida que les cambian su presente y les forjan un mejor futuro, normalmente son personas de clase media, algunos de alta y otros de baja, son aspiracionales y ambiciosos. Estas son solo unas pocas características etnográficas de cómo pueden ser algunos de nuestros clientes o como nosotros también los llamamos, aprendices.

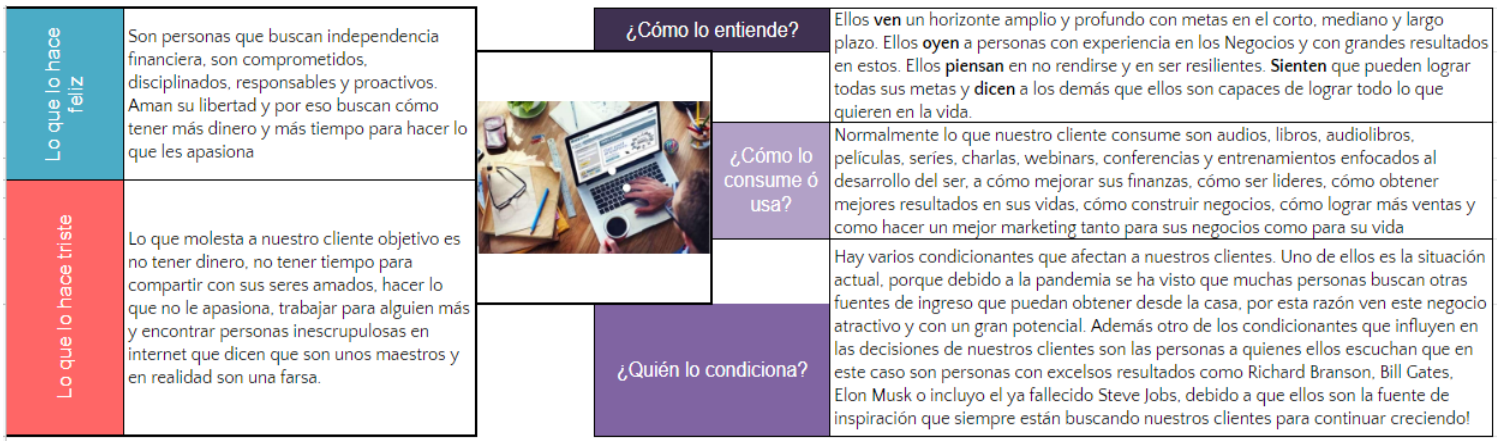
Nuestros clientes expertos o también llamados maestros son aquellas personas entre 26 y 45 años con disposición a obtener una fuente extra de ingreso y además con pasión por

compartir sus conocimientos con los demás. Normalmente les gustan las finanzas, son emprendedores y/o se desempeñan en áreas de mercadeo y comerciales. Además, son personas proactivas, líderes, disciplinadas y comprometidas. Cuentan con un currículum con *business or related background* y eso nos ayuda a asegurarnos de que sepan que es lo que están haciendo y cómo lo están haciendo, además ellos pasan por un proceso de selección realizado por nosotros mismos.

5. Construcción de la propuesta de valor

5.1. Arquetipo del cliente

Figura 2. Diseño del perfil del cliente



Fuente: Elaboración propia

5.1.1. Validación de usuario y cliente potencial

5.1.1.1. Ganancias

El beneficio principal que van a recibir nuestros clientes son conocimientos financieros y herramientas fundamentales aplicables que serán idóneos para que generen ingresos adicionales, con el fin de ser rentables en corto plazo, creando bienestar y mejor calidad de vida.

5.1.1.2. Dolores

La desconfianza por las personas que se encuentran enseñando actualmente, la inseguridad de ser ignorantes en el tema y dejarse estafar, además después del proceso de aprendizaje se puede generar miedo en el momento de arriesgarse a invertir, por perder el dinero y no recibir el retorno esperado.

5.2 Mapa de valor

5.2.1 Diferencial

Nuestro diferencial es que vamos a brindarles todos los conocimientos necesarios para garantizar que apliquen todo lo teórico en lo práctico y se conviertan en traders profesionales y autónomos al tomar las decisiones de inversión a corto, mediano y largo plazo, con el fin que elijan dónde, cuánto y cómo invertir, es decir si será mediante un broker o en un portafolio de inversión. Por eso, vamos a guiarlos de la mejor manera y les mostraremos las mejores opciones para que obtengan una buena rentabilidad y se sientan seguros y con la capacidad pertinente para obtener buenos ingresos. Si vemos que es necesario, les daremos asesorías personalizadas para no dejarlos solos en el proceso y enfocarnos en los temas de interés y debilidades del cliente, asegurando su independencia profesional en el mundo de los mercados financieros.

5.2.2 Pertinencia de la solución

Primero iniciaremos con charlas gratuitas para darnos a conocer y ver la acogida de la gente, si vemos personas interesadas más en el tema continuar con las charlas pagas y depende del requerimiento del cliente dar asesorías personalizadas para guiarlos en el mundo de los mercados financieros, con el fin de garantizar nuestro diferencial. La idea es continuar con este proceso, pero mediante una aplicación móvil que brindará el servicio de educación financiera conectando a personas que estén dispuestas y quieran aprender y crecer en este aspecto, generando que estos reciban ingresos después del aprendizaje oportuno con expertos que tengan los conocimientos pertinentes y den resultados con eficiencia y eficacia.

De esta forma estamos ayudando a dos tipos de personas a generar ingresos haciendo lo que más les gusta con temas de interés.

En segunda instancia crearemos una comunidad en un grupo de WhatsApp, en donde juntamos a especialistas y personas interesadas en aprender sobre los mercados financieros, con el fin de resolver sus dudas y generar interacción obteniendo un intercambio de información. Asimismo, daremos tips y conceptos sobre temas de cómo invertir o dónde, definición de broker, trader, análisis técnico y fundamental, forex, criptomonedas, entre otros.

Asimismo creemos que debemos potenciar el emprendimiento con un aliado estratégico, en donde podamos unir información y fuerzas para adquirir mayor solidez, experiencia y asegurarles a nuestros clientes clases de calidad.

5.2.3 Pruebas de validación de propuesta de valor

Realizamos varias charlas gratuitas, en donde al inicio de la charla presentamos nuestro modelo de negocio y les mostramos nuestra propuesta de valor a nuestros clientes, luego realizamos algunas entrevistas a nuestros participantes. En forma general reunimos sus respuestas para sacar una conclusión conjunta, la entrevista inició al preguntarles qué pensaban de la charla y si les había gustado, por lo cual respondieron que les pareció una buena información, pues fue una introducción a los mercados financieros y lograron aclarar los mitos que hay sobre él. Además fue muy concreta, sincera y realista. Otra pregunta que se

les realizó fue si estarían dispuestos a pagar por una charla donde se brinden conceptos más afondo de los conceptos básicos y más técnicos de los mercados financieros, con el fin de guiarlos y ponerlos en práctica, por lo cual respondieron que si lo pagarían con el fin de garantizarles que lo llevarían a la realidad y se les brindará un certificado donde se evidencie el conocimiento adquirido. También se les preguntó, qué tal les parece nuestro modelo de negocio y si habían visto algo igual en el mercado, para lo cual respondieron que les parecía muy chévere e interesante y que era un plus el acompañamiento que estamos ofreciendo dentro de nuestros servicios, porque permite una buena guía para poner en práctica todo lo visto y también nos sugirieron trabajar con una plataforma aliada y si han visto algo similar en el mercado, pues existen cursos que enseñan brokers, pero estos por lo general solo sirven en Estados Unidos y se daban cuenta que por las recomendaciones que hacían ganaban una comisión. Otro participante nos relaciona con investopi, que es parte de nuestra competencia directa.

Por otro lado, se les preguntó acerca de los obstáculos o frustraciones que encontraba en la industria, lo cual respondieron que había mucha incertidumbre en internet, pues se encontraban muchas cosas, pero no se sabe que es real y que no, es decir, no ven una fuente confiable; uno de los participante recalcó el mal servicio, porque muchas veces se intentaba comunicar con alguna empresa que ofreciera algún curso, y les mandaba un correo pero nunca le respondieron. Asimismo, enfatizaban mucho la ignorancia de las personas, pues al desconocer mucho el tema y querer entrar al mundo de los mercados financieros, no se informan bien, sino que se dejan meter los dedos en la boca y por eso eran estafados. Este fue el segundo ítem que más mencionaron, porque existen muchos estafadores que de cierta manera se aprovechan de la inocencia de las personas. Por eso, es importante mantenerse

informado, ver noticias y preguntar mucho sobre el tema hasta recalcar lo indagado. Otra pregunta que les realizamos fue como veían a las personas que ya hacían trading, por lo cual respondieron que los veían exitosos por lo que muestran en las redes sociales y les cuentan, pero que al mismo tiempo no les da confianza, porque sienten que muestran una mentira, como una fachada; y que las personas como ellos que están interesados en entrar al mercado de las finanzas pero que no se han atrevido aún ven que a veces si inician con el proceso, pero encuentran publicidad engañosa, generando que no continúen.

Por último, se les preguntó cuáles son sus deseos, necesidades o que resultados quieren al ingresar a operar en forex, en donde respondieron que lo harían con el fin de generar una segunda fuente de ingresos, no vivirían de esto y por supuesto ser rentables, claro que son conscientes que esto no se hará de la noche a la mañana, porque saben que se deben capacitar y tomar todas las herramientas, pero si quieren tener grandes resultados a largo plazo.

En cuanto a la comunidad, iniciamos un grupo con 20 personas y tuvo buena acogida, por lo cual ya somos 42 personas, teniendo en cuenta que 4 son especialistas de diferentes temas como forex, ichimoku, criptomonedas y trading en futuros. Todos los días compartimos post con conceptos, noticias, tips que sean temas de interés en cuanto a los mercados financieros y también les damos espacio a los participantes para que resuelvan sus dudas o debatan de algún tema que pueda ser controversial. La idea de esta comunidad es poder crear un apoyo y confianza entre todos. Cabe aclarar que no todo fue tan fácil, pues hubo varios que se salieron, y otros que no les interesó entrar al grupo.

Para la alianza estratégica, iniciamos una búsqueda precisa analizando las posibles empresas aliadas, que se pudieran alinear a nuestros valores y luego iniciar con los procesos de negociación.

6. Construcción de prototipo

Como ya se ha mencionado antes, para poder ofrecer un mejor servicio, queremos desarrollar una plataforma con interfaz amigable para el usuario y fácil de usar, en donde permita conectar a los expertos que quieran y les guste impartir su conocimiento sobre los mercados financieros a personas que estén dispuestas a aprender sobre estos temas y lo pongan en acción para generar ingresos con rentabilidad.

6.1. Conceptualización y definición del prototipo

Para conceptualizar y definir el prototipo realizamos el siguiente cuadro, con el fin de definir el objetivo, el tipo de prototipado, el nivel y el material que usamos para empezar a desarrollarlo.

Figura 3. Estructuración del prototipo

Objetivo del Prototipado				
Desarollar una primera version de aplicación en donde se puedan ver los servicios ofrecidos.				
Tipo de prototipado				
Funcional - Vertical	Estetico - Horizontal	Usabilidad Diagonal	Estrategia - Conceptual	Nos encontramos en el tipo de usabilidad diagonal debidoa que estamos haciendo la parte estetica y la fucional a la vez
Nivel de prototipado				
Papel	Nos encontramos entre papel y baja fidelidad porque ya estamos desarrollando la landing page y ya tenemos esbosos en papel de como va a ser la aplicación	Baja Fidelidad		Alta Fidelidad
Materialización de prototipado				
Método	Mockup			
Medio	Software y aplicaciones			

Fuente: Elaboración propia

A continuación se podrá observar el sketch de nuestro prototipo, teniendo en cuenta el inicio, en donde las personas podrán registrarse, luego el menú, en donde se encontraran los temas a tratar y luego el perfil de nuestros expertos. Además se muestra cómo los usuarios podrán agendarse a una sesión con cada uno de los diferentes especialistas.

PROTOTIPO DE APP

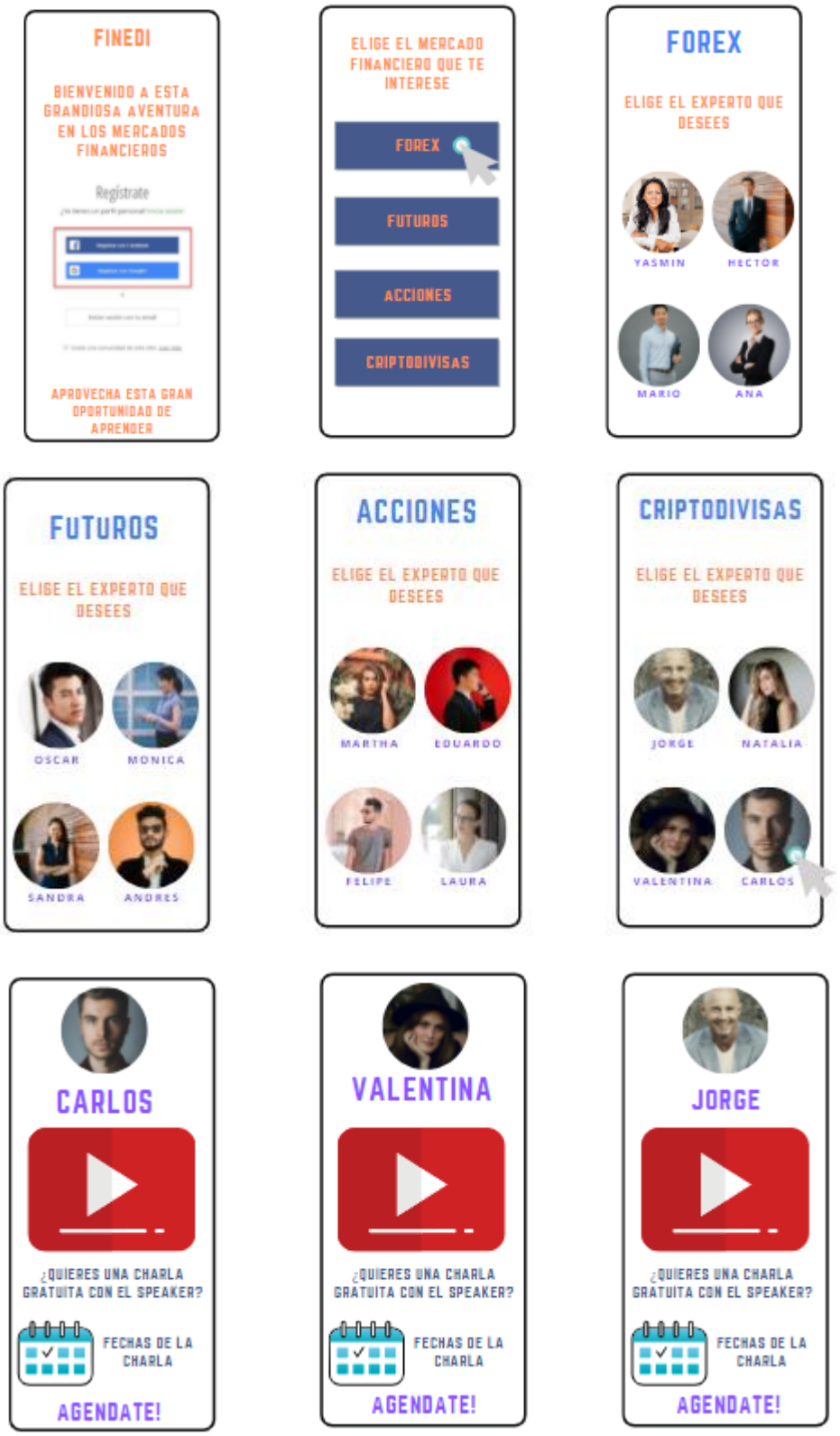


Figura 4.

Prototipo

Fuente: Elaboración propia

6.2. Plan para la construcción de la solución

Hemos creado alternativas de solución para el prototipado, que se podrán observar en la siguiente tabla, en donde se observan las alternativas con su respectiva descripción y su viabilidad, teniendo en cuenta las capacidades técnicas que tenemos para su desarrollo.

Figura 5. Alternativas de solución para el prototipado

Solucion		Viabilidad		
Alternativa de solucion	Descripción	Baja	Media	Alta
Videos Gratuitos	Se pretende brindar herramientas mediante videos en Youtube que permitan tener una estrategia de contenidos digitales agresiva y además dar un valor agregado diferencial, porque en ellos van a estar hablando los mismos expertos que van a dictar las charlas de interes general y van a impartir las clases y cursos personalizados		X	
Charlas	Se va a facilitar el acceso a charlas a un precio bajo para los aprendices que nos permitan cubrir nuestros costos de la realización de estas (por eso no son gratuitas). Lo ideal seria realizar estas charlas impartidas por los expertos de manera presencial, pero dada la coyuntura se dictaran virtualmente hasta que el gobierno diga lo contrario.			X
Pagina web	Se va a crear una landing page informativa en donde se van a poner los videos que van a estar en you tube y las personas se podrán agendar para las conferencias.			X
Aplicación móvil	Se va a facilitar el contacto entre la persona que quiere aprender a ganar dinero por internet y las personas que desean enseñar de mercados financieros; creando una conexión directa entre ellos. Siendo nosotros los que procesamos los pagos y despues de coger nuestro porcentaje (5-10%) les pasaremos el dinero a ellos una vez ya hayan dado la clase y/o el curso personalizado		X	
Alianzas estrategicas	Se buscara una alianza estrategica con una empresa que mantenga los valores de Finedi, con el fin de promocionar sus cursos, obtener mayor reconocimiento y confiabilidad. Logrando un gana gana entre las partes			X

Fuente: Elaboración propia

Dentro de nuestras alternativas, podemos observar las charlas, en el cuadro solo se pusieron las charlas pagas, con una viabilidad alta, pues al ver que las charlas gratuitas tuvieron una buena acogida consideramos que tienen un alto potencial. Teniendo en cuenta que ahora por la pandemia seguirán virtuales y la idea es que más adelante se puedan realizar presenciales. Por otro lado, la página web, también presenta una alta viabilidad, pues

actualmente contamos con una landing page (https://finedi.co/), la cual cuenta con un diseño, estructura, menú y botón de pago. También las personas por medio de esta podrán dejarnos sus datos para obtener su clase gratuita y les dejamos toda nuestra información desde quienes somos, nuestros servicios hasta cómo contactarnos.

En cuanto a la aplicación móvil, la clasificamos como una viabilidad media, pues sabemos que requiere de una gran inversión y que sea robusta, para lograr nuestro objetivo. Adicionalmente, contamos con un ingeniero dentro de nuestro equipo de trabajo, quien está trabajando en el desarrollo de esta. Por último, los videos gratuitos hacen parte de otra solución para que nuestros clientes puedan de cierta manera repasar temas clave vistos con los expertos, también queremos videos en donde los mismos expertos cuenten su experiencia y se presenten, con el fin de brindar mayor seguridad y certificar a nuestros usuarios que son realmente los especializados en el tema. Lo clasificamos como una viabilidad media, porque no será nuestro principal objetivo, pero si lo tendremos en cuenta para enriquecer el proceso de aprendizaje.

La alianza estratégica tiene una viabilidad alta, pues actualmente existen muchas empresas que buscan enseñar en los mercados financieros, pero el reto es encontrar una que se alinee a los valores y la filosofía del emprendimiento, pues no queremos encontrar una empresa que se centre en la red de marketing, ni multinivel, ni nada que no tenga como core la educación financiera

6.3 Definición del MPV, portafolio de producto y/o servicios, análogos y virtuales

Realizamos un diseño de propuesta de valor, con el fin de definir nuestro producto mínimo viable, tener claridad de nuestro portafolio de productos y servicios. Asimismo, analizar cuál es el beneficio que recibirán nuestros clientes con la unión de cada producto y servicio.

Figura 6. Diseño de propuestas de valor sistema

Modelo de Negocio		
Es una aplicación que ofrece una conexión entre las personas que quieren aprender a ganar dinero por internet por medio de los mercados financieros con las personas que saben acerca de estos y les apasiona compartir sus conocimientos. Están dispuestos a invertir su tiempo a cambio de una remuneración económica. El modelo de negocio está contemplado en que nosotros como plataforma les conseguimos usuarios a los expertos para que puedan compartir sus conocimientos con las personas indicadas y al mismo tiempo que puedan conseguir cada vez más clientes gracias a nuestra gestión. Además ellos nos van a dejar un porcentaje sobre el valor de las clases y cursos que ellos les van a dictar a las personas que nosotros les conseguimos.		
Propuesta de valor		
Nuestro diferencial es garantizar que con la información que reciban nuestros clientes sobre el mundo financiero, realmente lo apliquen y se conviertan en traders autónomos y rentables. Asimismo otro diferencial es la seguridad ofrecida, pues garantizamos que los expertos tengan una buena hoja de vida certificando sus conocimientos y experiencias obtenidas, con el fin de impartir una educación de calidad.		
Producto	**Servicio**	**Sistema**
Charlas gratuitas y/o pagas	Brindar conocimiento sobre los mercados financieros, tratando temas especializados	Promoción de nuestros servicios y brindar información clara y relevante para que nuestros clientes inicien su proceso en el mundo de los mercados financieros
Videos	Enriquecer la información dada y dar a conocer a los expertos	Es un apoyo a las charlas, pues se garantiza que el experto tiene los conocimientos pertinentes y son un soporte para el conocimento adquirido
Asesorias personalizadas	Dar un seguimiento personalizado, según los requerimientos de nuestros clientes y garantizando su óptimo aprendizaje	Contacto más cercano con nuestros clientes y podemos resolver todas sus necesidades, con el fin de que puedan generar ingresos de una manera rentable
Aplicación móvil	Facilitar la conexión entre el experto y el cliente	Facilita la conexión y la busqueda del tema especifico que el cliente quiere aprender
Buscar allanzas	Promocionar los cursos de la empresa alianza	Por medio del grupo de whatsapp, promocionar las charlas y cursos que realizará la empresa aliada, con el fin de ganar mayor reconocimiento y confianza

Fuente: Elaboración propia

6.4 Elaboración pruebas de concepto

Como ya se mencionó antes, ya contamos con nuestra página web, en donde las personas nos pueden contactar y saber más sobre nosotros. En segunda instancia realizamos tres charlas, para darnos a conocer, y ver la acogida de nuestro proyecto; la duración de estas fue de 40 min de aprendizaje y 10 min se preguntas. En la primera y segunda charla se trataron temas de forex, sus mitos y conceptos básicos de los mercados financieros, y por supuesto presentamos, dándonos a conocer, contando quienes somos. En la primera invitamos a 30 personas, de las cuales se conectaron 20 de varios países. Todos estuvieron muy receptivos y participativos. En la segunda charla, tuvimos problemas técnicos, por eso la participación fue menor, pues no a todos les llegó el enlace de zoom de la charla, pues en la primera charla nos dimos cuenta que muchas personas faltaron, porque no revisaron sus correos, por ende en esta segunda charla optamos por mandarla por el WhatsApp Business, pero no les llegó en su momento, y cuando la volvimos a reenviar ya estaba muy encima para la hora de la charla y pocos lo vieron rápido, por lo cual tuvimos 9 participantes, ellos estaban menos participativos, pero también les pareció buena la charla. Al finalizar los invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales.

En la tercera charla le dimos la continuidad a los temas de las primeras charlas, en donde nos enfocamos más en los conceptos básicos de forex y el cómo iniciar a operar en los mercados financieros, creando una cuenta en una plataforma en un formato demo, con el fin de que empezaran a explorar sobre este mundo. La respuesta de los asistentes fue muy

positiva, pues les gustó mucho el acompañamiento brindado, porque en medio de la charla cada quien creó su cuenta.

Es importante tener en cuenta que la universidad nos colaboró con el zoom en las primeras charlas para realizar la validación, en donde permitió que personas externas de la comunidad rosaristas lograran entrar, pues tuvimos participantes de otros países como Ecuador, Guatemala y México.

Por otro lado, recibimos una invitación por parte del centro de emprendimiento y la dirección de regionalización para brindar asesorías Empoderarte Guaviare, con el fin de empoderar y convertir a las mujeres de San José del Guaviare y Calamar en actores protagónicos en los procesos de desarrollo y transformación de la sociedad. Por lo cual el 21 de noviembre realizamos un asesoramiento sobre finanzas personales, en donde tratamos temas como el ahorro, el presupuesto y la inversión, en el momento de la charla les brindamos tips que pueden tener en cuenta en su crecimiento personal y hasta aplicarlo en sus emprendimientos. Nosotros aceptamos este reto, porque nos pareció una labor muy linda, pues como se ha visto a lo largo de todo el trabajo nuestro core son los mercados financieros, pero también tenemos la capacidad de brindar cualquier otro tipo de información financiera, y por eso al final les tocamos un poco el tema de estos mercados, pero muy por encima. La metodología de las asesorías consistió en rotar de salón cada 30 min, con el fin de hacerlo más personalizado y que ellas aprendieran de varios temas; en cada salón virtual encontramos mujeres muy participativas que les gustó mucho la información recibida, pues son conscientes de que es muy importante los conceptos tratados y que por supuesto lo pondrán en práctica.

Asimismo, logramos una alianza con Capitalevo, que es una empresa de Medellín que lleva dos años operando en el mercado y busca brindar conocimiento, con el fin de formar las mejores decisiones de inversión, financiación y construcción de proyecciones financieras, también ayudan a despertar la inteligencia financiera para administrar el riesgo y otro punto que manejan es a nivel empresarial con métodos de inversión valoración de empresas y benchmarking financiero. Razón por la cual ofrecen diferentes cursos los cuales son trading en futuros, finanzas para no financieros, entrenamiento trading en acciones y cuentan con un portafolio de inversión, con el objetivo de brindar rentabilidad, liquidez y seguridad. Otro rasgo es que son intermediarios con varios aliados en la bolsa de valores, uno de ellos es Empirex capital, son un fondo de inversión privado de Estados Unidos fundado en New york en el 2012.

En la alianza estipulamos un contrato en donde acordamos, que Finedi promociona sus eventos gratuitos y tres de sus cursos que ofrecen, los cuales son finanzas para no financieros con un valor de $200 USD y una duración de 9 horas en 2 semanas, trading en acciones con un valor de $850 USD con una duración de 17 horas en un mes y lectura de cinta profesional en mercados de futuros con un valor de $600 USD con una duración de 16 horas en un mes. Cabe aclarar que todos los cursos requieren constancia de asistencia. Los porcentajes de ganancia para Finedi van entre el 12% de 1 a 5 personas y 20% a partir de 6 personas en adelante. También se acordó en que les vamos a conseguir inversionistas para su fondo y depende de la inversión inicial ganaremos como comisión el 2% en adelante, pues varía el porcentaje depende del nivel de volatilidad del mercado y las acciones.

Todo esto lo hacemos con el fin de complementar la información brindada a nuestros clientes. Por lo tanto, iniciamos promoviendo una rueda de negocios e inversión gratuita para que nuestra comunidad empiece a saber lo que hace Capitalevo y vea más oportunidades de inversión.

Todavía cabe señalar que nuestro gran debut de la alianza se dio el 26 de mayo, en donde realizamos un evento gratuito, con el fin de dar información de los mercados financieros, tocado temas de análisis fundamental y técnico, mostrando el movimiento de las empresas que cotizan en bolsa y nombrando diferentes herramientas para analizar las gráficas en donde luego aprovechamos a mostrar y promocionar los cursos acordados. La clase fue dada por el CEO y el gerente comercial de Capitalevo. El evento fue un éxito, pues la gente participó activamente y nos manifestaron que se mantendrán en contacto con nosotros para solicitar los cursos de interés. También realizamos otra charla gratuita el 9 de Junio con el tema de mercado de futuros, en donde se abordaron conceptos para analizar las gráficas de los mercados financieros como los diferentes patrones que se pueden formar y evidenciar en las gráficas para saber la tendencia de los mercados. Asimismo se les mostró a los participantes ejemplos reales para que entendieran los conceptos de lo teórico a lo práctico, ejemplificando cada tema. Esta clase la dividimos en tres sesiones, pues la idea es dar dos clases más, una cada semana, pues el tema es muy pesado y lo ideal es que las personas puedan comprender bien el tema.

6.5. Aprendizaje pruebas de concepto

‘

En las pruebas de validación, nos dimos cuenta que no todos están pendientes de su correo, que hay personas muy despistadas, porque al finalizar las charlas nos escribieron que realmente estaban interesados pero se les pasó por completo la hora de la charla y les gustaría asistir. Ya supimos cuál fue nuestro error que presentó el WhatsApp de la empresa, que para la próxima tendremos más cuidado.

Por otro lado, nos dimos cuenta que en la primera charla no quedó muy clara nuestra propuesta de valor, pues le dimos mayor énfasis en los temas a tratar, de igual manera en la charla nos preguntaron y se los volvimos a explicar con mejor detalle.

El aprendizaje de la charla que realizamos con Capitalevo es que siempre es bueno recordarle a la gente 5 minutos antes del evento, porque a quienes les recordamos se conectaron de una. Es normal que al inicio la gente esté muy cohibida para participar, pero luego de que alguien rompe el hielo ya se puede generar una participación amena. Nos dimos cuenta que al final de las clases se nota mucho el interés de las personas por seguir aprendiendo, sólo que a veces sus ocupaciones no los dejan asistir a las charlas programadas. También nos dimos cuenta que debemos fortalecer los cierres de las charlas, mostrando las clases pagas, con el fin de generar y concretar ventas de inmediato, porque sólo mencionábamos los cursos vagamente y dábamos por terminada la sesión. Adicionalmente, determinamos que sería bueno realizar publicaciones en redes sociales y en la comunidad

sobre las charlas que nuestros clientes pueden adquirir, mostrando las temáticas que verán en la clase y brindando la información pertinente en cuanto al precio, la duración y los horarios.

6.6. Iteración de prototipo

En el momento de la ejecución, nos generó incertidumbre al iniciar la charla, porque la gente se conectó tarde en ambas charlas, principalmente en la segunda, por el error que presentamos y pensamos en un momento que no se conectarían todos los invitados, pero al sacar y analizar todo lo que pasó en general en la primera charla tuvimos una buena participación y sentimos que fue mejor que la segunda.

Como ya se mencionó, en la primera charla estuvieron más participativos, pues realizaban varias preguntas en el chat y abrieron sus micrófonos para aclarar sus dudas de los temas presentados, lo cual fue una interacción muy positiva, porque lograron despejar todas sus dudas y adquirir un mayor conocimiento. Al finalizar la charla les mandamos una encuesta de satisfacción, primero para registrar su asistencia y en segundo lugar para saber un poco más la percepción que tuvieron sobre lo presentado, la mayoría fueron respuestas muy buenas, porque les gustó mucho la temática y lo que nos criticaron fue que pasamos muy rápido los temas y que unos fueron hablados por encima, pero por cuestiones de tiempo nosotros lo habíamos planeado de esa manera. Solo recibimos una crítica negativa en donde se notaba que el participante ya conocía del asunto y antes nos sugirió que viéramos el video de un experto, que todo lo que hicimos fue muy básico y que a su juicio no tenía un

fundamento. Lo cual es entendible, pues nunca faltarán los malos comentarios, pero igual esto nos ayuda a que sea parte de nuestro crecimiento.

Al ejecutar la charla con la empresa alianza, siento que logramos una buena sinergia y organización. Además ambas empresa ya teníamos experiencia con estos eventos, lo cual hizo que nos fluyera todo. Vimos que varios participantes presentaban problemas de conexión, lo cual es normal, y por eso una de ellos nos pidió la grabación de la clase, lo cual me pareció súper interesante, pues se nota el interés.

6.7. Estructuración de Producto Mínimo Viable (MPV)

La estructuración del producto mínimo viable de Finedi, ha tenido un gran cambio, pues iniciamos sólo con la idea de crear la plataforma y mediante esta ofrecer los cursos pagos, luego en la estructuración del modelo de negocio, para darnos a conocer y además sabiendo que el hecho de crear una aplicación robusta toma su tiempo y su dinero, optamos por iniciar con charlas gratuitas como parte de la solución a nuestro servicio, las cuales han tenido buena acogida. Es importante mencionar que al inicio para promocionar las charlas mediante redes fue un poco compleja, pues se requiere llegar a un nicho específico, que realmente le interese el tema, porque obtuvimos ayuda del centro de emprendimiento para promocionar nuestra primera charla, pero no recibimos ninguna respuesta, por lo cual optamos por dirigir nuestra publicidad a las personas que creíamos les iba a interesar, pues

algunos amigos asistieron y las demás personas que llegaron fue mediante una red antigua que teníamos de personas que les interesa todo el tema de los mercados financieros.

Como se ha podido evidenciar obtuvimos una buena validación de nuestro modelo de negocio, y por ahora continuaremos con las charlas gratuitas que hemos venido ejecutando, pues creemos pertinente que nos sigan conociendo más y estén realmente seguros de seguir sus procesos con nosotros y atrapar a los que realmente quieren aprender a operar u obtener un mayor conocimiento y proseguir con las charlas pagas. Por eso, después de nuestra tercera sesión de la clase de mercado de futuros, promocionaremos los cursos pagos y asesorías personalizadas, garantizando nuestra propuesta de valor de que sean rentables a la hora de invertir. En este orden de ideas, proyectamos que finalizando junio e iniciando julio comenzaremos a promocionar las charlas pagas y apenas tengamos un quórum de 5 personas como min, las ejecutaremos. Luego, depende de cómo veamos el progreso de nuestros clientes, les ofreceremos la asesoría, y por supuesto seguiremos con otras charlas pagas.

La idea es continuar con el desarrollo de la app, es decir, no dejarla de lado, y por eso contamos con un ingeniero que nos apoyará con esta parte. Por otro lado, vamos a conseguir más expertos que quieran impartir su conocimiento, con el fin de brindar diversidad y que nuestros clientes puedan adquirir más conocimiento con diferentes especialistas en los temas. Así, se podrá ver un crecimiento de la empresa y podremos generar mayores ventas, pues podríamos aumentar las charlas y las temáticas. Según la evolución de la pandemia, proyectaremos la posibilidad de brindar charlas presenciales con pocas personas y con las normas de bioseguridad, pero estas todavía no las tenemos concretas.

En síntesis los pasos a seguir son continuar con las interacciones en el grupo de WhatsApp y aumentar los participantes, mover las redes sociales realizando live en Instagram y mostrando charlas gratuitas de interés, promocionar las charlas pagas y darles mucha fuerza para empezar a tener ventas tal como lo tenemos pronosticado. También tenemos en nuestro radar crear una clase propia de criptomonedas, pues en la comunidad nos dimos cuenta que existen personas con mucho interés en este tema. Adicionalmente vamos a empezar a buscar más expertos sobre diferentes temas que quieran hacer parte de Finedi para seguir diversificando el portafolio, y generar potencial en nuestras clases. Y por último, pero no menos importante buscaremos más alianzas que se alineen con nuestra propuesta de valor como lo puede ser una empresa que se llama Trii, pues creemos que podría ser un buen complemento para nuestro emprendimiento, ya que esta nos permite invertir en empresas colombianas, analiza el perfil de riesgo de las personas y permite acceder a los mercados de valores a cualquier persona interesada, sacándola de la ignorancia. Cabe aclarar que recién estamos buscando acercamiento hacia esta empresa, pues estamos esperando que nos respondan para empezar a generar una posible negociación.

7. Modelo financiero 1.0

7.1. Definición de precio

Después de haber realizado las charlas de validación y darnos cuenta que recibimos gente de otros países, pactamos que los precios que vamos a manejar serán en dólares y la

primera charla que ofreceremos será el curso básico que tiene un precio de 100 dólares y tenemos otro producto que es la charla de ichimoku que tendrá un valor de 160 dólares, está tiene un mayor precio, porque es un curso más avanzado y técnico. Las asesorías personalizadas varían sus precios según la necesidad de nuestro cliente, por lo cual no tenemos un precio fijo.

7.2. Estrategia de precio

La estrategia de precios se determinó según el estudio de mercados que realizamos a nuestra competencia y decidimos mantener un precio asequible para nuestros clientes, pues nos dimos cuenta que nuestra competencia directa mantenía precios muy altos. En cuanto a las asesorías personalizadas, la estrategia de precios será según el requerimiento de cada cliente, como se había mencionado anteriormente, pero también será con un precio asequible.

7.3. Costeo de producto - servicio para serie mínima

El costo de nuestras charlas serían nuestros expertos invitados, pues estos no serían un gasto, porque no estarán en nuestra nómina, sólo se les pagará por cada charla que den, por ende haría parte de nuestros costos para proporcionar un excelente servicio a nuestros clientes. Lo que tenemos determinado es que el experto se llevará el 6% del total de los cursos que este desarrolle.

7.4. Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento

El presupuesto año inicia con una proyección de ventas iniciando a finales del mes de junio, pues consideramos que nos fue muy bien en la validación y con la alianza que tenemos, somos más fuertes para generar ventas seguras. Al iniciar con ventas, queremos grupos pequeños para que sea más personalizado, por ende iniciamos con 4 personas y a medida que van transcurriendo los meses del primer año para nuestra empresa, iremos incrementando poco a poco los participantes proyectados. Nosotros en el presupuesto del año 1, solo pronosticamos ventas de cursos propios de la charla básica, porque consideramos que es mejor iniciar con esta charla, pues será la base para la charla de ichimoku. Y proyectamos ventas de las charlas de nuestra empresa aliada, teniendo en cuenta el porcentaje de ganancia pactado para cada charla, nombrados anteriormente en el documento.

Es importante tener en cuenta que también realizamos un estimado de tasas de cambio, pues como se menciona anteriormente, vamos a vender los cursos en dólares, por eso dentro de nuestro presupuesto realizamos la respectiva conversión para tener todo en pesos colombianos. Por otro lado, en cuanto a la mano de obra tenemos a los expertos, quienes ganaran el 6% de las ventas por charlas realizadas. Por ahora contamos con un experto fijo que es Isaak, quien es mexicano y especializado en el tema de forex y mercados financieros, por esta razón es el único que tiene proyección de sus ganancias.

Figura 7. Presupuesto año 1 (flujo tesorería)

FLUJO DE TESORERIA	Agosto 1	Septiembre 2	Octubre 3	Noviembre 4	Diciembre 5	Enero 6	Febrero 7	Marzo 8	Abril 9	Mayo 10	Junio 11	Julio 12	Año 1 1,00
Unidades Vendidas del curso basico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	10	
Unidades cursos entrenamietos de educacion (empresa aliada)										4	5	8	
Unidades por inversionista en empresa aliada												2	
Precio en dolares (USD) Cursos propios										100,00	100,00	100,00	
Precio en dolares (USD) Comisión de cursos empresa aliada										24,00	102,00	120,00	
Precio en dolares (USD) Comisión por inversionista empresa aliada												600,00	
Tasa de cambio										3.747,00	3.589,00	3.430,00	
VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	359.712,00	2.907.090,00	10.838.800,00	
- Descuentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
-Cartera Mes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
+Cartera recuperada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	359.712,00	2.907.090,00	10.838.800,00	
Mano de obra (incluyendo prestaciones)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	215.827,20	1.744.254,00	6.503.280,00	
Salario experto nuevo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Salario experto Isaac	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	215.827,20	1.744.254,00	6.503.280,00	
Costos indirectos de fabricación	0,00	350.060,04	48.557,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Agua	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Luz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Dominio Página Web	0,00	88.061,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Hosting Página Web	0,00	261.998,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
SSL Página Web	0,00	0,00	43.557,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Sim card	0,00	0,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Gastos Adminitrativos y Operacionales	0,00	0,00	50.000,00	100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	700.000,00	700.000,00	
Salario Grupal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	600.000,00	600.000,00	
Arriendo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Redes Sociales	0,00	0,00	50.000,00	100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100.000,00	100.000,00	
Comisiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	0,00	-350.060,04	-98.557,75	-100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	462.836,00	3.635.520,00	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Presupuesto año 1 (flujo neto operativo)

FLUJO DE TESORERIA	Agosto 1	Septiembre 2	Octubre 3	Noviembre 4	Diciembre 5	Enero 6	Febrero 7	Marzo 8	Abril 9	Mayo 10	Junio 11	Julio 12	Año 1,00
FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	0,00	-350.060,04	-98.557,75	-100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	571.700,00	4.005.872,00	
Egresos No Operacionales (nada que ver con el negocio; las multas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Act. Fijos Depreciables	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total Egreso no Operacional	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL	0,00	-350.060,04	-98.557,75	-100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	571.700,00	4.005.872,00	
Aportes socios	0,00	350.060,04	98.557,75	100.000,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Creditos obtenidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Subtotal ingresos financieros	0,00	350.060,04	98.557,75	100.000,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Inversiones Financieras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Desinversiones Financieras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Subtotal ingresos Inversiones Financieras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Comisiones Bancarias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total Egresos Financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Caja del periódo	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	571.700,00	4.005.872,00	
Caja inicial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	343.884,80	915.584,80	
Caja neta acumulada	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	343.884,80	915.584,80	4.921.456,80	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Presupuesto año 1 (caja neta acumulada)

FLUJO DE TESORERIA	Agosto 1	Septiembre 2	Octubre 3	Noviembre 4	Diciembre 5	Enero 6	Febrero 7	Marzo 8	Abril 9	Mayo 10	Junio 11	Julio 12	Año 1,00
Caja neta acumulada	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	343.884,80	915.584,80	4.921.456,80	
Impuestos	0,00												
Impuesto a la renta	0,00												
Total Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Caja del periódo despues de Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	571.700,00	4.005.872,00	
Caja inicial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	343.884,80	915.584,80	
Caja neta acumulada después de impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	343.884,80	915.584,80	4.921.456,80	

Fuente: Elaboración propia

El balance general del año 0, se basa en los activos que adquirimos, pues para realizar la landing page, compramos el dominio, el hosting y el SSL. Además se compró una sim, para tener WhatsApp Business, con el fin de tener un contacto más directo con nuestros clientes. Hasta el momento no tenemos ningún pasivo y nuestro patrimonio es de $398.617 pesos.

Figura 10. Balance general inicial año 1

Balance general inicial año (0)	
Activos	
Dominio Página Web	88.061,75
Hosting Página Web	261.998,29
SSL Página Web	43.557,75
Sim card	5.000,00
Total activos corrientes	398.617,79
Total activos no corrientes	0
Activos totales	398.617,79
Pasivos	
Pasivos corrientes	0
Pasivos no corrientes	0
Total pasivos	0
Patrimonio	
Capital	398.617,79
Utilidad perdida	0
Total patrimonio	398.617,79

Fuente: Elaboración propia

7.5. KPI financieros I

Para definir el rendimiento de lo que pronosticamos en nuestro estado financiero, hallamos como indicadores KPI, el margen de contribución, y el punto de equilibrio en unidades y pesos, como se observa a continuación:

Figura 11. Indicadores financieros

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Año
FLUJO DE TESORERIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1,00
Margen de contribución			-50.000,00	-100.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	143.884,80	571.700,00	4.005.872,00	
% Margen Contribucion			#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	0,40	0,18	0,34	
Pto equilibrio $ (operativo)			#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	0,00	3.892.732,20	2.055.801,08	
Pto equilibrio Und (operativo)			#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	0,00	1,22	0,17	

Fuente: Elaboración propia

Estos indicadores se sacaron desde el mes de octubre, pero solo se tendrán en cuenta desde el mes de mayo, pues es cuando tenemos pensado generar ventas y por eso desde este mes se ve un margen de contribución positivo, pues esto nos indica que tan rentable es nuestro producto y podemos identificar nuestra utilidad y ganancia esperada. Por lo cual se evidencia que obtendremos un buen margen pues si logramos nuestra proyección podremos cubrir todos nuestros costos fijos y ver buenas ganancias.

En cuanto al punto de equilibrio vemos que unidades de cada mes y precios se requieren para cubrir los costos y en lo posible lograr obtener unidades y precios mayores al punto de equilibrio, pues así obtendremos mayores beneficios y no incurrimos en pérdidas.

Por eso, podemos realizar estrategias de ventas según estos indicadores, con el objetivo de garantizar una buena rentabilidad y beneficios a la empresa.

7.6. Fuentes de seed capital

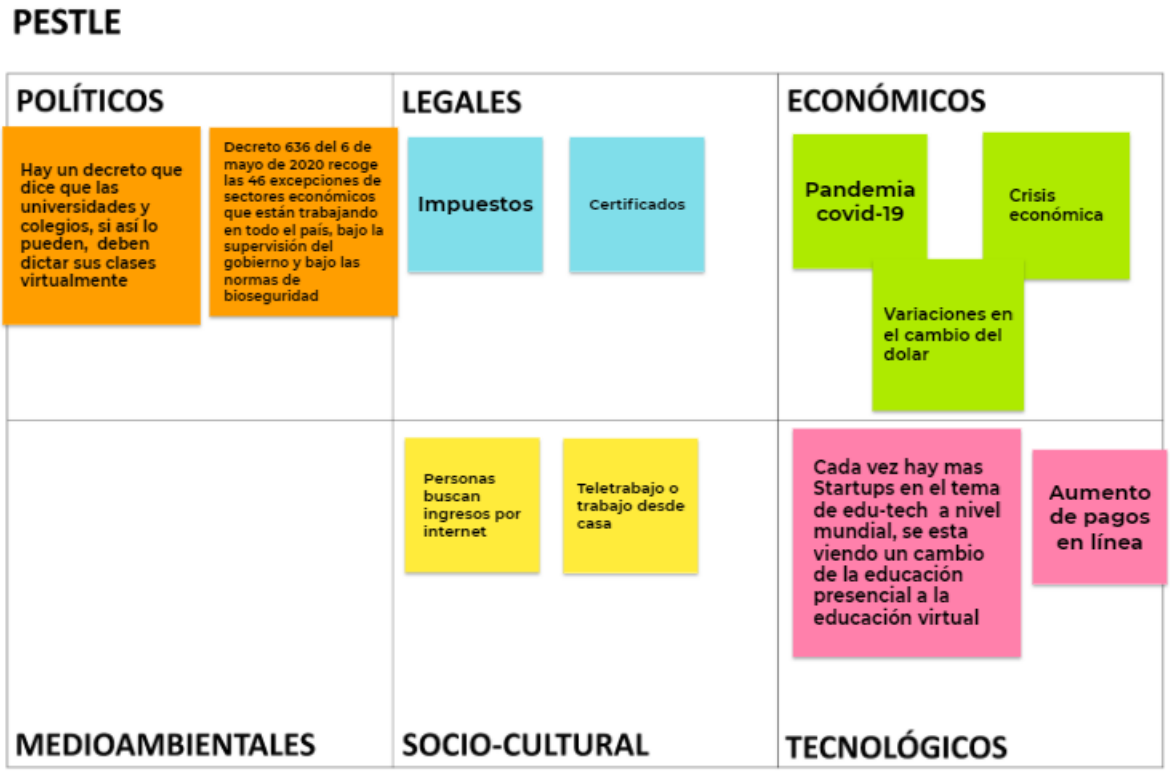
La fuente de nuestro capital, ha sido con recursos propios de nosotros los socios, pero sí nos gustaría conseguir un apalancamiento, para inyectar más capital al emprendimiento. Por esto, nos gustaría conseguir un crédito bancario de $10'000.000, con el fin de realizar una buena inversión en las redes sociales y empezar a desarrollar la aplicación robusta.

8. Modelo de negocio 3D

8.1. Diseño del modelo económico

Dentro del modelo económico tuvimos en cuenta el análisis PESTEL, con el fin de identificar los factores del entorno que pueden afectar la empresa en los diferentes ámbitos, como se observa a continuación.

Figura 12. PESTEL



Fuente: Elaboración propia

Para comenzar se puede decir que el ámbito político está lleno de incertidumbre e infortunadamente corrupción, siendo uno de los países más corruptos del mundo ocupando el puesto número 97 de 180 países en el índice de percepción de corrupción siendo el número 1 el menos corrupto y el 180 el más corrupto. Por otro lado, dentro del análisis de este aspecto, tuvimos en cuenta que muchas instituciones tienen permiso y este año se vieron en el deber de infundir la educación en un formato virtual, lo cual, tomamos como referencia para continuar con esa modalidad por ahora.

En el ámbito legal podemos ver que la regulación es muy estricta en el sentido de captadoras de dinero debido a las captadoras que han habido en el pasado como DMG y algunas otras “pirámides” o estafas ponzi que se han gestado en país, debido a esto no es tan

fácil captar dinero como en otros países. Además la regulación está muy atrasada en comparación con países desarrollados como estados unidos en donde se puede invertir en el mercado de acciones literalmente desde el celular sin ningún problema, aquí en Colombia hay un montón de comisionistas que no han permitido que esto suceda debido a que comisionar es un gran negocio dado que aunque ganen o pierdan sus inversionistas siguen comisionando. Desde otra perspectiva tomamos en cuenta los certificados formales que pensamos suministrar a nuestros participantes por desarrollar su curso, porque queremos que sea formal y que lo puedan agregar a sus hojas de vida.

En la parte económica se evidencia que muchas personas entraron en crisis económica por la coyuntura que estamos viviendo, en donde fueron pocos los afortunados que continuaron laborando, pues los demás se quedaron desempleados y les tocó buscar otras fuentes de ingresos y rediseñarse para sobrevivir ante esta problemática, con el fin de estabilizarse. Añadiendo a esto las grandes fluctuaciones del dólar y del barril del petróleo lo cual hacen de Colombia una economía inestable y muy dependiente de las materias primas y de las fluctuaciones del sistema cambiario. Lo cual a su vez depende de cambios globales como las elecciones de estados unidos por citar un ejemplo.

El factor tecnológico es muy importante a nivel mundial, y es el que salvó a muchas industrias a no quebrar en la cuarentena, al contrario les proporcionó una gran estabilidad, pero solo pocos tuvieron esta fortuna, pues se evidenció que no todas las empresas estaban preparadas para ello, pues no se adaptaron a la innovación tecnológica. Asimismo, surgieron nuevos emprendimientos a raíz de esto, aumentaron las compras en línea y la industria de la educación adoptaron su formato digital.

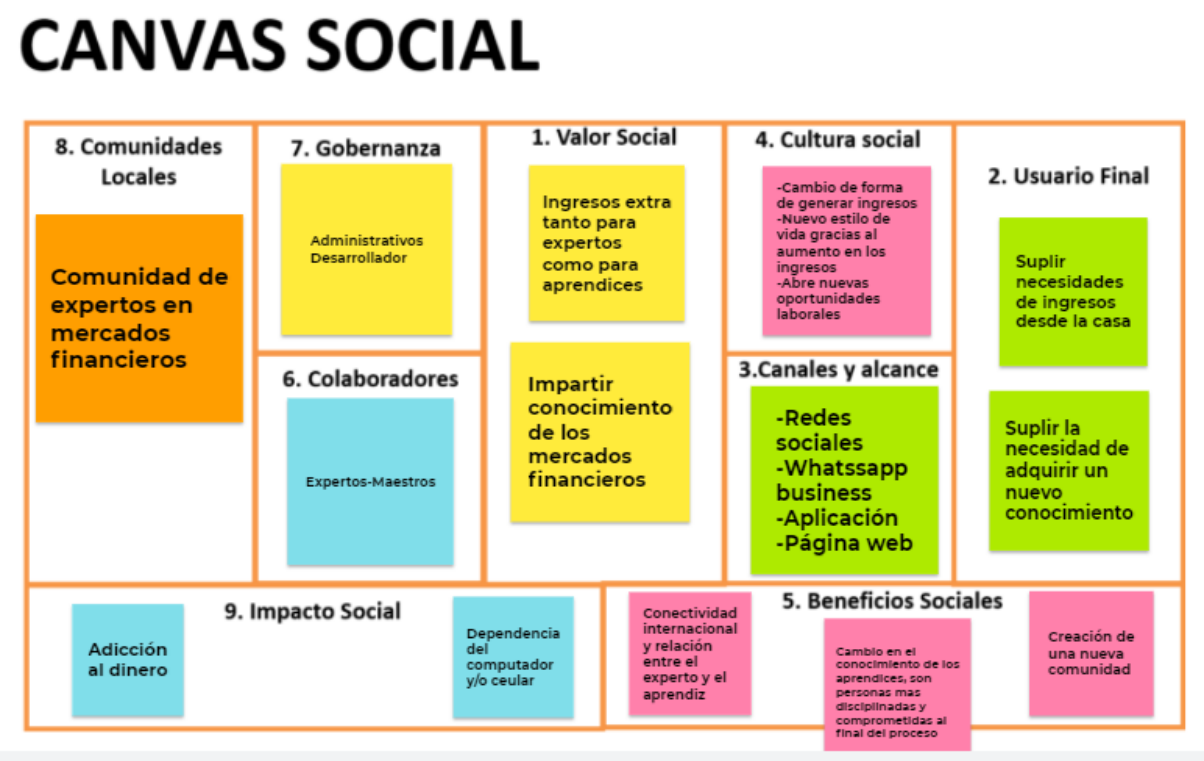
En el ámbito sociocultural se evidencia que a raíz de la pandemia, muchas personas cambiaron sus costumbres y hasta su estilo de vida, pues como ya se menciona antes aumentó el teletrabajo, además se encuentran en búsqueda de una segunda fuentes de ingresos como soporte o los desempleados buscan trabajar desde casa por seguridad, por eso aumenta el interés de trabajar en trading e invertir en las bolsas de valores o algo.

El medio ambiente es muy importante a tener en cuenta siempre y cuando se vea afectado, pero el modelo de nuestra empresa no va a afectar ni impactar en un alto grado este ítem, por eso no se puso nada en el cuadro de PESTEL.

8.2. Diseño del modelo social

Para diseñar el modelo social, nos basamos en desarrollar el canvas social, con el fin de comprender la iniciativa social del modelo del negocio, como se puede observar a continuación.

Figura 13. Canvas social



Fuente: Elaboración propia

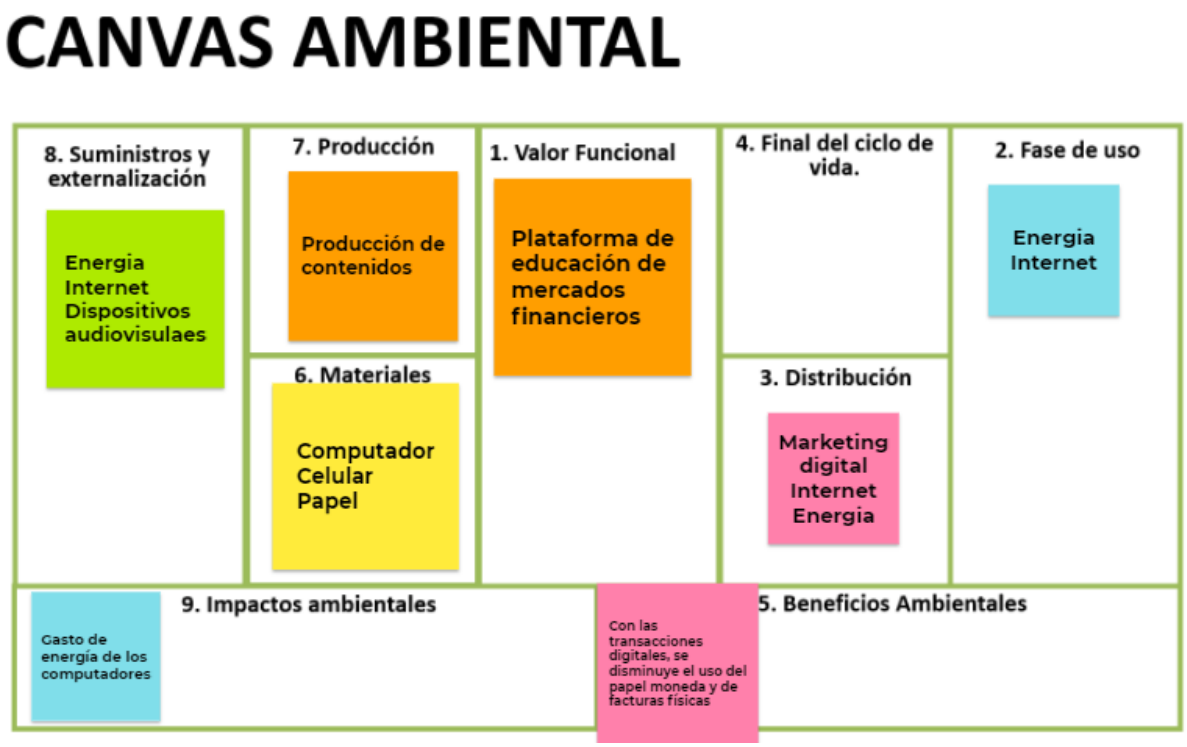
Como valor social queremos no solo impartir conocimiento de mercados financieros, sino también dar un seguimiento y que lo lleven a la práctica y la realidad, con el fin de que sean traders rentables con buenos ingresos, por eso a nuestro usuario final le vamos a suplir sus necesidades de adquirir ingresos desde casa y adquirir un nuevo conocimiento. Los canales que estamos utilizando para darnos a conocer son las redes sociales (Facebook e Instagram) y WhatsApp Business, de igual manera no dejamos de lado nuestra página web y próximamente la aplicación. La cultura social que vamos a tocar es la forma de generar ingresos y cambiarle la mentalidad a las personas, que sean independientes y mejoren su calidad de vida, esto trae beneficios sociales como el ser disciplinados, autónomos y proactivos, además de que se puede crear una comunidad de traders rentables.

Nuestros colaboradores, son los expertos, quienes enseñarán sobre los mercados financieros y la gobernanza de la empresa se distribuye en nosotros los administrativos y socios. Por último, según lo analizado el impacto social que podría generarse es la ambición y aumentar la dependencia a los aparatos electrónicos como el celular o computador, pues estas son las herramientas fundamentales para entrar a operar en los mercados financieros.

8.3. Diseño del modelo ambiental

Realizamos el canvas ambiental, con el fin de determinar la gestión responsable con el medio ambiente que realizaremos, pues a los largo del texto se evidencia que no se requiere de una infraestructura física, ni genera impacto ambiental, pero si se usaremos elementos como la energía.

Figura 14. Canvas ambiental



Fuente: Elaboración propia

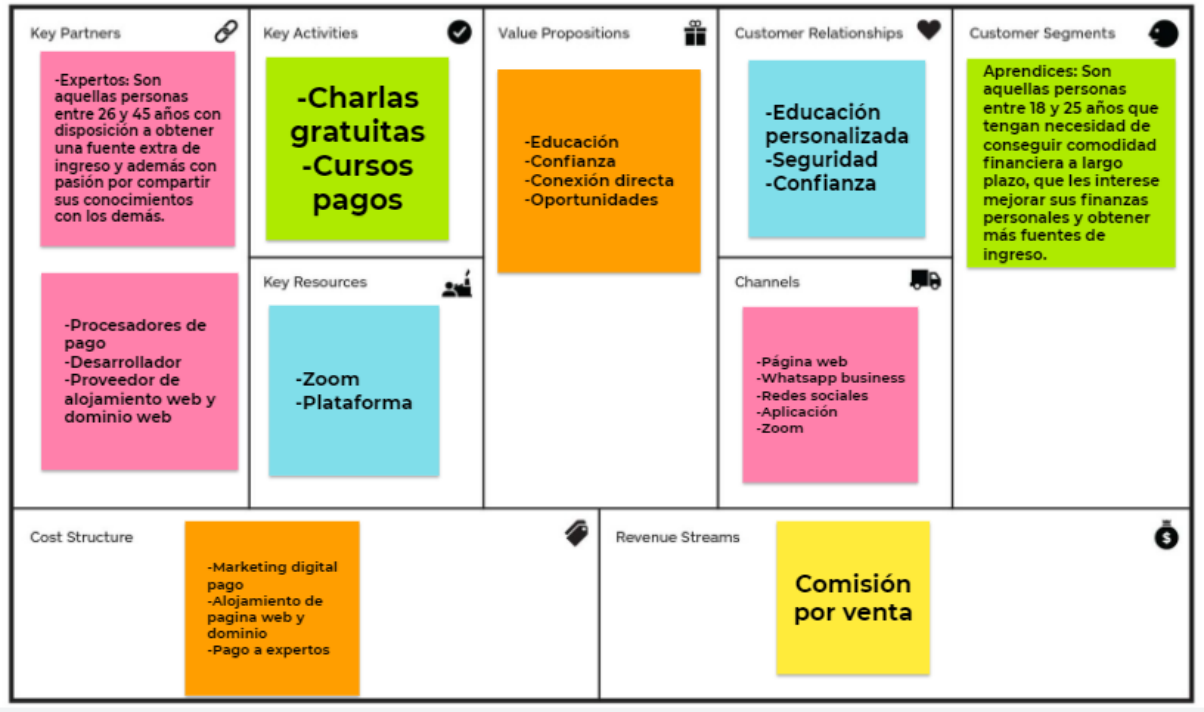
Como ya se ha mencionado anteriormente nuestro valor funcional se basa en una plataforma de educación financiera, por ende no genera impactos en el medio ambiente, de igual manera se está consumiendo energía por el internet que se requiere para conectarnos con nuestros clientes. Por eso en la distribución de nuestro servicio, lo realizamos mediante las redes sociales, es decir, produciendo contenidos con el marketing digital; los beneficios ambientales que generamos es la disminución del papel por facturas y hasta el papel moneda, pues las transacciones se realizan electrónicamente mediante los botones de pago. Los materiales que usamos nosotros y nuestros clientes son el computador y el celular en primera instancia y en segundo lugar el papel, por alguna anotación que se quiera realizar. En síntesis

el único impacto ambiental que creamos es la energía que consumen los dispositivos electrónicos.

8.4. Cruce de modelo total

El modelo canvas nos permite visualizar los principales aspectos que involucren al negocio y que gire en torno a la propuesta de valor. Este es nuestro cruce total y concreto del modelo.

Figura 15. Modelo canvas



Fuente: Elaboración propia

Según todo lo analizado anteriormente, aquí se concreta los principales elementos que se relacionan directamente con nuestro modelo de negocio, como bien se sabe nuestra propuesta de valor no solo es brindar una educación financiera, sino poder generar confianza, dar un seguimiento personalizado, con el fin de crear mayores oportunidades a nuestros clientes, garantizando que sean rentables. Todo esto se hace usando la virtualidad, es decir mediante las redes sociales brindamos la información de nuestro servicio e impartimos la educación mediante zoom. El perfil de nuestro cliente potencial son jóvenes, pero cuando realizamos la validación nos dimos cuenta que podemos ampliar el rango de edades, entonces son jóvenes y adultos de 18 a 35 años que busquen una segunda fuente de ingresos y de invertir su dinero. Las actividades que estamos realizando son charlas gratuitas y muy pronto las charlas pagas, de estas ganaremos comisión por ventas y dentro de nuestros proveedores están los expertos entre los 26 y 45 años que sean especializados en temas del mercado financiero y les guste impartir este conocimiento. Así mismo, dentro de nuestro asociados clave está el desarrollador de la aplicación.

8.5. Propiedad intelectual

Dentro de nuestra propiedad intelectual tenemos:

Marca: FINEDI

Logo:

Fuente: Elaboración propia

El nombre de nuestra marca, es un acrónimo, pues nace a partir de la unión de las palabras que nos representan, las cuales son Finanzas, Inversión, Negocios, Educación, Dinero e Innovación. Actualmente no tenemos patentes asociadas al modelo de negocio.

Ante la superintendencia de industria y comercio nos gustaría solicitar el registro de nuestra marca, para ello debemos, primero tener claridad de la definición de marca y que es lo que se puede registrar como tal, porque ellos muestran diferentes tipos de marca y según la definición nosotros optaríamos por una marca mixta, pues esta es la unión de una marca nominativa y figurativa, es decir, que contiene representación gráfica acompañado con una palabra que identifica el producto/servicio.

En segundo lugar se debe investigar si nuestra marca tiene antecedentes marcarios, con el fin de ver que no existan marcas registradas semejantes o iguales a la de nosotros, pero en el momento que investigamos no nos cargó la página, de igual manera encontramos que no es un requisito fundamental, pero si lo sugieren tener. Como tercer paso debemos clasificar nuestro producto/servicio para distinguir la página, por eso miramos en la clasificación internacional de Niza y la calificación que nos corresponde es la clase 41, pues dentro de esta se encuentran los servicios de educación y formación hacia las personas. Luego si podremos

presentar la solicitud bien sea en el punto de atención físico o en la oficina virtual de Propiedad Industrial SIPI. Por último se le puede hacer el seguimiento al trámite hasta esperar su respectiva respuesta.

9. Beneficios para la comunidad

9.1. Desarrollo colectivo: ¿Cómo el proyecto generará beneficios a la comunidad?

Finedi genera beneficios para la comunidad de muchas maneras. Primero que todo para la comunidad local genera una fuente de ingresos a largo plazo en donde las mismas personas basadas en el conocimiento adquirido en la academia lo aplican en los mercados financieros generando rendimientos que ningún banco o fondo de inversión les podría dar, además de ahorrarse las comisiones pagadas a estos fondos que manejan o gestionan el dinero.

En el ámbito regional ayudamos a las personas de las regiones como las mujeres lideresas empresarias de San José del Guaviare por medio de la Universidad del Rosario enseñándoles sobre educación financiera y cómo deben aplicar las finanzas para realizar mejores negocios en sus empresas y como personas al mismo tiempo, desarrollando de esta manera habilidades que les complementan como emprendedoras que son. La asesoría que le brindamos fue muy productiva pues muchas de ellas sacaron grandes conclusiones sobre la importancia de ponerlo en práctica y realmente aplicarlo en sus vidas, algunas de sus

reflexiones fueron que todos podemos invertir en lo que sea, no debemos limitarnos y es bueno correr el riesgo, porque si genera mucho miedo invertir porque piensan que pueden perder el dinero, y más cuando es una cantidad considerable. Asimismo es importante evaluar muy bien las ganancias que nos quedan al final para saber cuánto se puede destinar para invertir, para ello fue muy bueno ampliar el conocimiento para poder ahorrar y de la misma manera invertir, porque son temas que pueden parecer obvios pero nadie o muy pocas lo tenían en cuenta en su vida, además de que todas veían muy complicado el hecho de crear un presupuesto, pues nosotros les mostramos como herramienta un Excel formulado en donde podían agregar sus gastos e ingresos mensuales y así mismo el sistema les mostraba al final cuánto dinero disponían en realidad en ese mes, en el instante ellas se limitaban, pues lo veían algo complejo, pero les explicamos que ese es uno de las tantos mecanismos que se pueden usar porque lo pueden hacer a mano o con una aplicación con el celular.

Como comentarios finales que nos llevamos de esa asesoría, es que les pareció una buena motivación para el diario vivir, por eso es importante iniciar, les pareció un espacio muy enriquecedor, tanto así que nos aseguraban que anotaron varias cosas que les parecieron relevantes. Consideramos que fue un grato espacio con las mujeres y aprendimos mucho de ellas, pues aunque tengan inseguridades se les nota mucho las ganas de salir adelante y no hay nada más grato que ver que la información brindada les llegó y la aprovecharon cómo ha de ser.

Por consiguiente, queremos seguir brindando asesorías a comunidades regionales que lo requieran para fortalecer su crecimiento personal y sus emprendimientos, con temas financieros que necesiten en el momento como lo realizamos con las mujeres, además no hay

nada como empoderar el emprendimiento a mujeres. Pensamos que podemos buscar fundaciones u organizaciones que trabajan con comunidades de escasos recursos y que les quieran brindar un buen conocimiento, como el reto que está adquiriendo Innpulsa al llegar a los colegios de regiones e impartir las habilidades para emprender, podría ser una buena oportunidad para nosotros para motivar a cualquier persona en el área financiera, porque no hay nada más valioso que el conocimiento y la buena información, garantizando la práctica de todo lo teórico.

En la comunidad internacional se está creando una comunidad de traders en Ecuador y Guatemala que es de los países de donde más están asistiendo personas a nuestras charlas gratuitas, al crearse estas pequeñas comunidades se van a ir conociendo cada vez más entre ellos lo cual es una gran ventaja dado que se van a ir compartiendo más conocimiento, lo cual es un buen elemento para aprender tal como sucede en las universidades y en los colegios, los compañeros son fundamentales para desarrollar habilidades que sin ellos sería imposible de desarrollar como liderazgo y trabajo en equipo, además de que colaborar entre personas que ni siquiera se conocen en físico no es sencillo, sin embargo al participar pueden lograr una mejor formación e intercambio de ideas.

10. Conclusión

En conclusión determinamos que a pesar de los retos y complicaciones que enfrentamos logramos una buena validación del modelo de negocio, cumplimos las metas

cualitativas propuestas para este semestre, las cuales fueron crear la comunidad y generar una buena alianza estratégica, pero no alcanzamos las metas cuantitativas que representaban las ventas de los cursos, pues habíamos estipulado ventas de $ 1.000.000 de pesos y vender 6 cursos básicos y dos avanzados de la empresa aliada y/o de nosotros. Pero no se logró porque nos quedamos en fortalecer las clases gratuitas para crear una mayor confianza, además solo mencionábamos las clases pagas, con el fin de que las personas interesadas nos contactaran para explicarles a fondo cada curso, lo cual creemos que es un error, pues es mejor comentarles en qué consiste cada uno y así que cada quien elija cual desea hacer y empezar con las ventas, es decir, debemos fortalecer el cierre de nuestras charlas gratuitas con la parte comercial de las clases que los clientes deberán pagar.

Nosotros seguiremos con el proyecto pues es muy viable y escalable, solo debemos fortalecer nuestro puntos débiles para seguir creciendo, pues es una industria muy llamativa, en la cual podremos romper muchos paradigmas y desconocimientos existentes sobre ella.

11. Referencias

Diari de Tarragona. (23 de abril de 2020). *¿Has sido víctima de una estafa de trading?* Recuperado el 2020, de Diari de Tarragona: https://www.diaridetarragona.com/trending/Has-sido-victima-de-una-estafa-de-trading-Te-contamos-que-hacer-20200423-0044.html

El Tiempo. (17 de octubre de 2017). *Alertan por negocios ilegales de iMarketslive y Adsply en el país*. Recuperado el 2020, de El Tiempo: https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/negocio-de-captadoras-y-piramides-ilegales-en-colombia-139682

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Propiedad Industrial*. Recuperado el 2020, de Superintendencia de Industria y Comercio: https://www.sic.gov.co/marcas/antes-de-

solicitar#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20signos%20pueden%20registrarse%20como,alguna%20de%20las%20formas%20anteriores.

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Pasos para solicitar el registro de una marca*. Recuperado el 2020, de Superintendencia de Industria y Comercio.: https://www.sic.gov.co/tema/propiedad-Industrial/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca

Transparency International. (2017). *Corruption perceptions Index 2016.* Recuperado el 2020, de Transparency International: https://www.transparency.org/en/news/corruption-perceptions-index-2016#

WIPO. (s.f.). *Clasificación de Niza*. Recuperado el 2020, de WIPO IP Portal: https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/es/en/?class_number=35&explanatory_notes=show&lang=es&menulang=es&notion=class_headings&version=20200101

12. Anexos

1. Contrato alianza empresarial (pdf)
2. Entrevista CEO investopi (Video en zoom)
3. Entrevista participantes (video y audio)
4. Encuesta de satisfacción de la primera charla (google forms)
5. Video de charla gratuita (Video en zoom)