



**Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas**

Facultad de Negocios

Programa Académico de Administración y Marketing.

Programa Académico de Administración y Finanzas.

**Plan de negocios para la implementación del emprendimiento digital: Inversor.**

**Trabajo de investigación**

Para optar por el grado de bachiller en Administración & Marketing.

Para optar por el grado de bachiller en Administración & Finanzas.

**Autor (ES)**

Gonzales Zapata, Sebastián (0000-0003-4488-9764)

Biber Madge, Phillipe (0000-0002-3495-2902)

Roncagliolo Quispez Asin, Nicolas (0000-0002-9144-8833)

Aynaya Llaja, Ronald Alexander (0000-0001-9227-3951)

Reyes Calle, Jose (0000-0002-1777-7866)

**Asesor**

Romero, Miguel Angel Daneri (0000-0001-8202-4783)

**UPC**

**Lima, 3 del mes Julio del 2022.**

## *DEDICATORIA*

*A nuestra familia, por su apoyo incondicional a lo largo de los años. Todos nuestros logros incluyendo el presente trabajo de investigación son reflejo del trabajo duro, dedicación y valores aprendidos. Gracias a todos.*

*Vamos por más.*

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestras familias por creer en nuestra capacidad y por el apoyo constante durante estos 5 años de estudios. Agradecemos a nuestros profesores por cada orientación y a nuestras amistades por la apertura y la disposición de colaboración en las entrevistas. Sin ninguno de ustedes hubiera sido posible.

## RESUMEN

El objetivo de la idea de negocio de Envestor es solucionar una problemática latente de la población respecto a la desinformación y limitado conocimiento financiero a nivel personal y empresarial. Envestor entregará contenido educativo mediante una plataforma online con el fin de construir hábitos óptimos de cultura financiera y que se encuentren respaldados con la facilitación de las herramientas tecnológicas y certificación de los cursos digitales. La compañía nace con la intención de realizar un cambio en la cultura del público objetivo para mejor. Bajo la perspectiva financiera el proyecto planteado es rentable presentando los siguientes indicadores. Valor actual Neto (VAN) de S/. 345,307 una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 25% por encima del COK 15.17%

*Palabras Clave: Finanzas, aprendizaje, desarrollo, investidor, aplicativo, diseño*

## SUMMARY

The objective of the business idea behind Envestor is to solve a latent problem of the population regarding disinformation and limited financial knowledge at a personal and business level. Envestor will deliver educational content through an online platform in order to build optimal habits of financial culture and that are supported with the facilitation of technological tools and certification of digital courses. The company was born with the intention of making a change in the culture of the target audience for the better. Under the financial perspective, the proposed project is profitable by presenting the following indicators. Net Present Value (NPV) of S/. 345,307, an Internal Rate of Return (IRR) of 25% above COK 15.17%

*Keywords: Finance, learning, development, investor, application, design*

## **TABLA DE CONTENIDOS**

- 1) Breve descripción de la idea de negocio escogida.**
- 2) Validación del problema**
  - 2.1) Breve explicación del problema que se espera resolver
  - 2.2) Diseño y guía de entrevistas de exploración
    - I) Entrevistas a personas del público objetivo (20)
    - II) Entrevistas a expertos (5)
  - 2.3) Resultados obtenidos
  - 2.4) Análisis y aprendizajes
  - 2.5 Sustentación de la validación del problema (Enlaces)
- 3) Value Proposition Canvas**
  - 3.1 Perfil del cliente
  - 3.2 Mapa de valor
  - 3.3 Encaje
  - 3.4 Descripción de la propuesta de valor
  - 3.5 Identificación de elementos diferenciales
- 4) Business Model Canvas**
  - 4.1 BMC (Gráfica)
  - 4.2 Desarrollo y sustento por cuadrante (Texto)
- 5) Validación de la solución**
  - 5.1 Experimento
    - I) Objetivo
    - II) Diseño y desarrollo
    - III) Resultados
    - IV) Análisis
    - V) Aprendizajes
    - VI) Sustentación de la validación (Enlaces)
- 6) Validación del modelo de negocio**
  - 6.1 Validación de Canales**
    - I) Objetivo
    - II) Diseño y desarrollo
    - III) Resultados
    - IV) Análisis
    - V) Aprendizajes
    - VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

## **6.2 Validación de Recursos Clave**

- I) Objetivo
- II) Diseño y desarrollo
- III) Resultados
- IV) Análisis
- V) Aprendizajes
- VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

## **6.3 Validación de Socios Clave**

- I) Objetivo
- II) Diseño y desarrollo
- III) Resultados
- IV) Análisis
- V) Aprendizajes
- VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

## **6.4 Validación de Actividades Clave**

- I) Objetivo
- II) Diseño y desarrollo
- III) Resultados
- IV) Análisis
- V) Aprendizajes
- VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

## **6.5 Validación de la Estructura de costos**

- I) Objetivo
- II) Diseño y desarrollo
- III) Resultados
- IV) Análisis
- V) Aprendizajes
- VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

## **7) Plan de ejecución del concierto y Simulación de Ventas**

### **7.1 Experimento N°1**

- A) Objetivo
- B) Diseño y desarrollo
  - i) Descripción del experimento*
  - ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*
  - iii) Bitacora de actividades*
- C) Analisis e interpretación de resultados
- D) Aprendizajes o cambios a realizar
- E) Sustentación de las validaciones

## **7.2 Experimento N°2**

- A) Objetivo
- B) Diseño y desarrollo
  - i) Descripción del experimento*
  - ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*
  - iii) Bitacora de actividades*
- C) Analisis e interpretación de resultados
- D) Aprendizajes o cambios a realizar
- E) Sustentación de las validaciones

## **7.3 Experimento N°3**

- A) Objetivo
- B) Diseño y desarrollo
  - i) Descripción del experimento*
  - ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*
  - iii) Bitacora de actividades*
- C) Analisis e interpretación de resultados
- D) Aprendizajes o cambios a realizar
- E) Sustentación de las validaciones

## **7.4 Experimento N°4**

- A) Objetivo
- B) Diseño y desarrollo
  - i) Descripción del experimento*
  - ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*
  - iii) Bitacora de actividades*
- C) Analisis e interpretación de resultados
- D) Aprendizajes o cambios a realizar
- E) Sustentación de las validaciones

## **8) Plan Financiero**

**8.1** Proyección de ventas

**8.2** Presupuesto de inversión del proyecto

**8.3** Flujo de caja

**8.4** Indicadores financieros

**8.5** Analisis financiero y viabilidad del proyecto

**8.6** Analisis de punto de equilibrio y financiamiento

**9) Conclusiones y recomendaciones**

**10) Bibliografía**

**11) Anexos**

## ÍNDICE DE FIGURAS

*Figura N°1: Mapa de valor.*

*Figura N°2: Gráfica de menús principales de la competencia identificada.*

*Figura N°3: Gráfica Business Model Canvas (BMC)*

*Figura N°4: Resultados de encuestas Web Pregunta 1*

*Figura N°5: Resultados de encuestas Web Pregunta 2*

*Figura N°6: Resultados de encuestas Web Pregunta 3*

*Figura N°7: Resultados de encuestas Web Pregunta 4*

*Figura N°8: Resultados de encuestas Web Pregunta 5*

*Figura N°9: Resultados de encuestas Web Pregunta 6*

*Figura N°10: Resultados de encuestas Web Pregunta 7*

*Figura N°11: Malla receptora N°1 de Canales - Validación de Modelo de Negocio.*

*Figura N°12: Feed General de Redes Sociales de Instagram de Envestor.*

*Figura N°13: Métricas de Alcance de contenido, cuentas y interacciones de Instagram*

*Figura N°14: Posts publicados con niveles de Interacción*

*Figura N°15: Malla receptora N°2 de Canales - Validación del Modelo de Negocio.*

*Figura N°16: Malla receptora N°3 de Recursos clave - Validación del Modelo de Negocio*

*Figura N°17: Página de inicio Landing Page de Envestor*

*Figura N° 18. Base de datos con información recopilada de la Landing Page de Envestor*

*Figura N°19: Malla receptora N°4 de Recursos clave - Validación del Modelo de Negocio*

*Figura N° 20. Entrevista con Alberto Rosado Desarrollador Web.*

*Figura N°21: Captura del sitio web de Bluehost, 2022.*

*Figura N°22: Captura del sitio web Computrabajo, 2022.*

*Figura N°23: Captura publicitaria MVP 1 - Landing Page.*

*Figura N°24: Captura perfil Oficial Instagram Envestor*

*Figura N°25: Captura perfil Oficial Facebook Fan Page Envestor*

*Figura N°26: Posts gráficos de los anuncios promocionados en redes sociales oficiales*

*Figura N°27: Prospectos suscritos a la landing page*

*Figura N°28: Malla receptora del experimento dos de validación del interés de compra.*

*Figura N°29: Prueba de intención de compra en la red social de Instagram.*

*Figura N°30: Prueba de intención de compra en la red social de Facebook.*

*Figura N°31: Posts publicados en Facebook e Instagram de Envestor.*

*Figura N°32: Posts y stories publicados en Facebook e Instagram de Envestor.*

*Figura N°33: Aplicativo móvil de Envestor.*

*Figura N°34: Métricas de ads en redes sociales.*

## **ÍNDICE DE TABLAS**

*Tabla N°1: Malla receptora N°1 - Validación de Solución*

*Tabla N°2: Bitácora de actividades para diseño, desarrollo y despliegue de contenido.*

*Tabla N°3: Bitácora de actividades para diseño, desarrollo y despliegue de stories (Q&A)*

*Tabla N°4: Resumen de métricas de Instagram*

*Tabla N°5: Bitácora de actividades para la validación de Email cómo Canal (BMC)*

*Tabla N°6: Bitácora de actividades validación de recursos clave del modelo de negocio*

*Tabla N°7: Bitácora de actividades validación de recursos clave del modelo de negocio*

*Tabla N°8: Bitácora de actividades N°1 para diseño, desarrollo de entrevista de Socios Clave*

*Tabla N°9: Bitácora de actividades N°2 para diseño, desarrollo de entrevista de Socios Clave*

*Tabla N°10: Bitácora de Actividades y tareas N°1 - Actividades Clave.*

*Tabla N°11: Bitácora de Actividades y tareas N°2 - Actividades Clave.*

*Tabla N°12: Bitácora de actividades N°1 para la validación de la estructura de costos.*

*Tabla N°13: Bitácora de actividades para la validación de las fuentes de los costos.*

*Tabla N°14: Estimación de tamaño de mercado expresado en número de personas.*

*Tabla N°15: Compilado de precios y planes de la competencia Crehana.*

*Tabla N°16: Estimación de gasto promedio mensual cursos virtuales del mercado meta.*

*Tabla N°17: Presupuesto invertido en anuncios publicitarios en RRSS.*

*Tabla N°18: Cronograma de los contenidos de marketing en las redes sociales de Envestor*

*Tabla N°19: Bitácora de actividades para la creación y publicación del experimento de Content Marketing*

*Tabla N°20: Bitácora de actividades para medir el grado de interés de los clientes.*

*Tabla N°21: Matriz de aprendizajes del experimento.*

*Tabla N°22: Bitácora de actividades para medir el impacto de publicidad pagada en redes sociales.*

*Tabla N°23: Gastos Pre Operativos.*

*Tabla N°24: Flujo de Caja.*

## 1) Breve descripción de la idea de negocio escogida.

La de negocio consta de brindar a nuestros potenciales clientes de la plataforma una herramienta práctica e innovadora, a través de la cual puedan desarrollar un aprendizaje tecnológico y descentralizado sobre temas financieros personales y empresariales..

La idea comenzaría con la creación de la cuenta por parte del cliente, para luego poder desplazarse por una diversidad de cursos acerca de Conceptos financieros básicos, El método del ahorro, Primeros estados financieros para tu negocio, claro está con un límite de temas que luego podrá desbloquear en una cuenta premium. Se le agregaría filtros según el nivel de conocimiento y experiencia del usuario como el objetivo de la instrucción en estos contenidos.

A todo ello se le complementará con noticias o casos financieros actuales, juegos didácticos de formación continua para reforzar lo recién aprendido y a su vez poder optar por ganar un descuento para el acceso premium de la plataforma. Sin dejar de lado, la certificación de nuestros cursos especializados.

## 2) Validación del problema

### 2.1) Breve explicación del problema que se espera resolver

La problemática a afrontar se enfoca en los niveles de educación tan deficientes que presenta la población peruana en relación a conceptos financieros. Esto debido a la poca prioridad que se le otorga a un tema de alta importancia durante todo el recorrido de formación profesional de una persona, que a largo plazo impacta a una de las posibles situaciones:

- Ahorro de capital muy defectuoso
- No se aprovecha al máximo las ventajas de un producto financiero
- Posibles altercado o malentendidos con la entidad financiera

Estos problemas se ven evidenciados en diversos reportes estadísticos recabados por algunos bancos internacionales y de la región, por ejemplo, según el Índice de Formación Financiera proporcionada por Credicorp (2021) menciona que

*“Asimismo, el 52% de peruanos no cuenta con ningún producto financiero para el ahorro. De los que sí ahorran, el 32% tiene una cuenta de ahorro o corriente y el 29%, una tarjeta de débito. El 72% de los peruanos percibe al menos una barrera para tener productos financieros de depósito o ahorros. Las principales causas son no le alcanza o sus ingresos son insuficientes o variables (35%), no le interesa (12%) y los costos son altos (12%)”.*

Los datos expresados nos señalan que los peruanos no ahorran debido a que no cuentan con algún producto financiero, dicho problema principalmente causado por la falta de interés que a su vez está ligado a la falta de conocimiento sobre el procedimiento y funcionamiento de los servicios financieros.

Cabe resaltar que si bien este problema existe hoy, es por que esa falta de apoyo e interés en una educación muy temprana, las instituciones educativas no manejan un enfoque en el que se priorizen cursos ni métodos de aprendizaje relacionado al entorno financiero y esto reduce cada vez más la posibilidad de ver a un Perú informado y sus habitantes con un bienestar económico en perfectas condiciones. Tal como expresa BBVA (2019) en un artículo

*“Contar con un alto nivel de educación financiera permite que las personas estén más preparadas para tomar decisiones acerca de su dinero, ahorro e inversiones. Además, tienen la capacidad de gestionar sus ingresos de forma eficiente, logrando alcanzar sus metas. La falta de información podría reflejarse en dificultades financieras, que a su vez impactarán sobre la salud mental y emocional”.*

Ante lo expuesto, mejorar esta insuficiencia financiera educativa, no solo beneficiaran a las persona que adquieran dichos productos con respecto a tomar mejores decisiones sino que también si lo visualizamos como un tema conjunto, la gran frecuencia de tomas de decisiones correctas posibilitará al Perú a mejorar sus tasas económicas que en lo últimos años se han visto muy vulneradas como también al peruano como alguien desinformado y poco experto en la materia. Si se logra resolver esta cuestión en el largo plazo, se sostendrá una mejor percepción del negociante y la economía peruana, atrayendo a las tan importantes inversiones extranjeras y mejorando la economía del país.

## **2.2) Diseño y guía de entrevistas de exploración**

Se detallaran las preguntas y de manera consiguiente el analisis extraido, tanto a publico objetivo de la idea cómo de expertos en el tema. La intencionalidad de las preguntas se basan en conocer tanto las motivaciones, frustraciones y necesidades del usuario potencial. Ademas para obtener una opinión desde el punto de vista de profesionales en el tema.

### **Preguntas al Publico Objetivo (12 Entrevistas)**

- *Cuéntanos la historia sobre la última vez que adquiriste un producto financiero (cuentas de ahorro, tarjeta de crédito, préstamos personales para ti o tu negocio, seguros)*
- *Con respecto a la pregunta anterior, ¿Qué conceptos financieros te mencionaron durante el proceso de adquisición? ¿Entendiste el propósito de cada uno de ellos? (Ejm. pagos mínimos, tasa de interés, amortización, etc).*
- *¿Alguna vez intentaste buscar información sobre estos conceptos? ¿Por qué? ¿Dónde buscaste información?*
- *En cuanto a tu vida diaria, ¿Llevas control de tus ingresos o gastos? ¿Cómo? ¿Qué tan fácil o difícil te resulta esta tarea?*

- *En base a si llevas un control o no de tus ingresos o gastos ¿Consideras que esto te ha permitido generar ahorros sustanciales? ¿Por qué?*
- *¿Qué es lo primero que piensas cuando escuchas el término “educación financiera”?*
- *¿Consideras que los conceptos como el ahorro, la inversión, el manejo de ingresos y gastos son importantes para tu economía personal? ¿Por qué?*
- *Según una investigación realizada por el BBVA más del 70% de los peruanos no poseen un buen nivel de educación financiera, bajo tu perspectiva ¿Por qué crees que se presente este elevado porcentaje?*

### **Preguntas al Experto (3 Entrevistas)**

- *Según una investigación realizada por el BBVA más del 70% de los peruanos no poseen un buen nivel de educación financiera. Bajo tu perspectiva, ¿Qué impacto tiene el nivel de cultura financiera en la economía de los peruanos?*
- *¿Qué temas financieros considera que son lo que generan mayor confusión en las personas?*
- *Bajo tu punto de vista, ¿Cómo describirías o con qué características definirías el comportamiento de una persona con escaso nivel de educación financiera?*
- *¿Qué estrategias considera que se pueden utilizar para incrementar el interés de las personas hacia una mayor auto capacitación financiera?*
- *¿Crees importante el uso de plataformas educativas para solventar la problemática del nivel de educación financiera en el país? ¿Por qué?*

## **I) Entrevistas a personas del publico objetivo**

### **Entrevista N°1**

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Aroah Lopez
<b>Actividad u Ocupación</b>	Bailarina de Ballet
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Fiorella Huaranga (F)
<b>Registro y resumen</b>	

El usuario se presenta como una joven que se dedica a estudiar clase de Ballet y a dictar clases de para niños. Se realizaron preguntas para determinar cuál opinión y también el nivel de conocimiento sobre temas y conceptos financieros. Dentro de lo que pudimos obtener son los siguientes puntos que ayudaron a la validación del problema. Es una persona que actualmente tiene una cuenta de ahorros en una entidad financiera, desde que es mayor de edad., para con ello poder ahorrar mejor. Así también, nos comentó acerca de su percepción sobre las tarjetas de créditos mencionando que no tiene mucho conocimiento del funcionamiento y nos comentó que tiene “mala reputación” y como “estafa”. Durante el proceso de adquisición de un producto financiero nos dijo que no entendía del todo sobre los términos que le mencionaron por lo que acudió a la página de la entidad financiera para ver si ahí podía encontrar información, también consultó con otras personas como amigos, familiares, y acudió a google para complementar el conocimiento. De otra parte, nos comentó que no tiene un método específico para controlar sus ingresos o gastos, sólo se basa en la aplicación del banco, la cual le muestra lo ahorrado o gastado mensualmente. Sin embargo, esto controla solamente lo ingresado en las tarjetas y no el dinero en efectivo. Asimismo, comentó que siente que es un poco “tedioso” el hecho de apuntar sus ingresos y gastos. Con este método si ha podido generar ahorros, pero no sustanciales, incluso en algunos meses ha llegado a gastar más de lo que ingresa en sus cuentas, ya que al tenerlo “todo en la mente” se le olvida gastos que tiene que realizar por lo que se descuadra el plan de ahorros que tenía actualmente. En cuanto a la educación financiera lo primero que se le viene a la mente son los bancos y todo lo relacionado con ello. Para ella también ella considera que el conocimiento de los términos financieros como el ahorro, inversión, son importantes para su economía y que el conocerlos ayudaría a tener un mejor orden, también comenta que ella tiene el apoyo de sus padres que le ayudan a comprender lo que aún no entiende sobre el mundo financiero. Finalmente, considera que las personas no cuentan con una buena educación financiera, ya que los bancos por ejemplo no brindan datos claros o en términos difíciles de comprender, “enredados” y que hace falta “un traductor en cristiano”, sobre todo para personas que tienen un conocimiento muy básico del tema.

**Hallazgos**

- ❖ Piensa que las tarjetas de crédito tienen mala reputación o que son como una estafa
- ❖ Busca información sobre términos financieros en la página del banco o a través de amigos y familia o en google.
- ❖ Su método para el control de ingresos o gastos es el aplicativo que tiene en el banco, pero que no toma en cuenta el dinero en efectivo.
- ❖ No apunta manualmente sus ingresos o

	<p>egresos ya que le resulta “tedioso”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Al no tener un método de ahorro, suele gastar más de lo que gana.</li> <li>❖ Piensa que las personas que no tienen una buena educación financiera es porque las entidades públicas no dan suficiente información</li> <li>❖ Piensa que los términos financieros que maneja el banco son muy “enredados”</li> <li>❖ Dice que debería haber un “traductor en cristiano” para estos temas.</li> </ul>
--	--

## Entrevista N°2

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Zulema Flores
<b>Actividad u Ocupación</b>	Estudiante de Medicina Humana
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Fiorella Huaringa
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario se presenta como una joven de 25 años estudiante de Medicina que se dedica principalmente solo a estudiar. En su experiencia con la cuenta de ahorros fue buena, le sirvió para poder guardar dinero y realizar pagos, porque le resultaba mucho más fácil el manejo de dinero a través de medios digitales. Nos comentó además que en la entidad le comentó sobre los pagos adicionales de la tarjeta como el seguro. Asimismo, dijo que el banco si le brindó información sobre otros puntos adicionales pero que fue realmente “vago” o muy básico, y si tenía dudas debía llamar a la entidad si es que le aparecía un cobro adicional en la tarjeta que no entendía. También comentó que prefería llamar al banco para que pudiera resolver alguna duda pero que este se demoraba mucho en atenderla. En cuanto al control de ingresos o egresos nos comentó que ella comenzó el hábito del ahorro cuando tuvo que estudiar lejos de donde reside actualmente por lo que tenía que administrar el dinero que se le enviaba para que le alcanzara para todos los gastos y que a partir de ese acontecimiento ha comenzado a organizar mejor su dinero. Este proceso le resultó fácil ya que desde casa le enseñaron a ahorrar y administrar el mismo, por lo que ella aprendió desde muy pequeña.</p>	

Considera, además, que apuntar o controlar sus ingresos o gastos le ha permitido generar ahorros, es así que ese dinero ha sido invertido para generar otra fuente de ingresos mediante el préstamo de dinero, por lo que considera que es muy beneficioso el ahorro. En cuanto a la educación financiera, opina que no todas las personas tienen arraigada la cultura del ahorro y que una persona que sí haya tenido esta educación desde casa, al crecer sabrá tomar mejores decisiones con el dinero que maneje. Considera que si las personas no saben o no tienen una educación financiera adecuada gastan el dinero innecesariamente y también esto genera que se tengan muchas deudas bancarias por gastar sin medirse con la tarjeta de crédito. Piensa que se debería implementar una “cultura del ahorro”. Finalmente considera, que la cultura ha influido en que las personas en el Perú no tengan un buen nivel de educación financiera, y esto último debido a que no existe información relevante por parte del Estado sobre el tema. Asimismo, recalcó que, si desde pequeños nos enseñan a ahorrar, de adultos será mucho más fácil habituarnos a eso.

<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Al comprar un producto financiero fue bastante la información que recibió fue “vaga” o básica</li> <li>❖ Cuando tiene alguna duda llama al banco, pero demora mucho en atenderla y desiste.</li> <li>❖ Mantiene un hábito del ahorro desde niña</li> <li>❖ La administración de sus ingresos y egresos le ha permitido generar ahorros y realizar nuevas fuentes de ingreso.</li> <li>❖ Cree que el problema de la baja educación financiera proviene de la misma cultura peruana</li> <li>❖ Piensa que el hábito de ahorrar viene desde casa mediante un “cultura del ahorro”</li> <li>❖ Considera que no hay información del tema que oriente a los niños y jóvenes por parte de los jóvenes.</li> </ul>
------------------	---

**Entrevista N°3**

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Nicolas Arana

<b>Actividad u Ocupación</b>	Ejecutivo
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Nicolas Roncagliolo
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario se presenta como un joven que se dedica a trabajar en el área de contabilidad de una empresa. Se realizaron preguntas para determinar cuál opinión y también el nivel de conocimiento sobre temas y conceptos financieros. Dentro de lo que pudimos obtener son los siguientes puntos que ayudaron a la validación del problema. Es una persona que actualmente tiene una cuenta de ahorros en una entidad financiera, para con ello poder generar una línea crediticia y ahorrar mejor. Así también, nos comentó la importancia de las tarjetas de créditos mencionando que no son una herramienta beneficiosa siempre y cuando se sepa utilizar de manera correcta. Durante el proceso de adquisición de un producto financiero nos dijo que entendía la mayor parte de los términos que le mencionaron pero los cuales no entendía acudió a asesores bancarios, también consultó con otras personas como amigos y familiares. De otra parte, nos comentó que no tiene un método específico para controlar sus ingresos o gastos, sólo se basa en la aplicación del banco, la cual le muestra lo ahorrado o gastado mensualmente. Sin embargo, esto controla solamente lo ingresado en las tarjetas y no el dinero en efectivo. Con este método se ha podido generar ahorros e inversiones, pero incluso en algunos meses ha llegado a gastar más de lo que ingresa en sus cuentas. En cuanto a la educación financiera lo primero que se le viene a la mente son los bancos y todo lo relacionado con ello. El considera que el conocimiento de los términos financieros como el ahorro, inversión, son importantes para su para todas las personas. Finalmente, considera que las personas no cuentan con una buena educación financiera, esto se debe a que no se da una enseñanza desde niños, lo cual generaría una mejor costumbre y sería mucho mas facil manejar las cuentas.</p>	
<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Considera que las tarjetas de crédito son una buena herramienta pero te pueden jugar en contra si no las manejas bien.</li> <li>❖ Busca información sobre términos a través de amigos y familia.</li> <li>❖ Su método para el control de ingresos o gastos es el aplicativo que tiene en el banco.</li> <li>❖ No apunta manualmente sus ingresos o egresos.</li> <li>❖ Al no tener un método de ahorro, algunas suele gastar más de lo que gana.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Piensa que las personas que no tienen una buena educación financiera es porque no se enseña desde jóvenes sobre estos temas financieros.</li> </ul>
--	--

#### Entrevista N°4

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Ivana Mendiola
<b>Actividad u Ocupación</b>	Ejecutivo
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Nicolas Roncagliolo
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario se presenta como una joven que se dedica a trabajar en el área de marketing de una empresa. Se realizaron preguntas para determinar cuál opinión y también el nivel de conocimiento sobre temas y conceptos financieros. Dentro de lo que pudimos obtener son los siguientes puntos que ayudaron a la validación del problema. Es una persona que actualmente tiene una cuenta de ahorros en una entidad financiera, para con ello poder generar una línea crediticia y ahorrar mejor. Así también, nos comentó la importancia de las tarjetas de créditos mencionando que no son una herramienta beneficiosa siempre y cuando se sepa utilizar de manera correcta. Durante el proceso de adquisición de un producto financiero nos dijo que entendía la mayor parte de los términos que le mencionaron pero los cuales no entendía acudió a asesores bancarios, también consultó con otras personas como amigos y familiares. De otra parte, nos comentó que no tiene un método específico para controlar sus ingresos o gastos, sólo se basa en la aplicación del banco, la cual le muestra lo ahorrado o gastado mensualmente. Sin embargo, esto controla solamente lo ingresado en las tarjetas y no el dinero en efectivo. En cuanto a la educación financiera lo primero que se le viene a la mente son los bancos y todo lo relacionado con ello. Ella considera que el conocimiento de los términos financieros como el ahorro, inversión, son importantes para su para todas las personas. Finalmente, considera que las personas no cuentan con una buena educación financiera, esto se debe a que no se da una enseñanza desde niños, lo cual generaría una mejor costumbre y sería mucho mas facil manejar las cuentas.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Considera que las tarjetas de crédito deben ser usadas con mucho cuidado.</li> </ul>

<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Busca información sobre términos financieros con asesores del banco.</li> <li>❖ Lleva el control de ingresos o gastos en el aplicativo móvil del banco.</li> <li>❖ No apunta manualmente sus ingresos o egresos.</li> <li>❖ Lo que ahorra lo hace para darse ciertos gustos y comodidades.</li> <li>❖ Considera que el bajo índice de educación financiera porque no hay información suficiente sobre el tema.</li> </ul>
------------------	--

### Entrevista N°5

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Carolina Leon
<b>Actividad u Ocupación</b>	Comerciante
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Fiorella Huaringa
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario nos comenta que, al momento de adquirir un producto financiero, específicamente un préstamo personal, el analista le comentó sobre todos los puntos relacionados a este préstamo, como plazos, tasas de interés, entre otros. Sin embargo, ella no logró comprender del todo estos términos, pero como necesitaba liquidez para invertir en el negocio optó por no preguntar y aceptar el dinero ofrecido por la entidad. Asimismo, en cuanto a la búsqueda de información sobre estos términos escuchados antes de la compra del producto financiero ella nos comentó que no le interesó buscar información por otras fuentes.</p> <p>En cuanto al control de ingresos y gastos, ella nos comenta que para manejar mejor su negocio organiza cuanto es la ganancia que obtiene y lo que tiene que invertir. Esta organización la realiza en un cuaderno en donde apunta constantemente los ingresos y egresos de su negocio, por lo que comentó que no necesariamente le resulta complicado. Asimismo, este método le ha permitido tener un control básico ya que invierte casi todo lo</p>	

que gana, por lo que no ha podido tener ahorros sustanciales.

Además, nos comentó que cuando piensa en educación financiera lo relaciona con el dinero básicamente. Finalmente, en cuanto a la elevada desinformación por parte de los peruanos respecto a temas financieros, nos comentó que esto podría deberse al conformismo relacionado a que no se consulta por estos temas financieros y solo se acepta la información de las entidades bancarias, además que existe un claro desinterés por aprender de estos temas. Asimismo, recalcó que alguna entidad privada o el gobierno podría brindarnos más información oportuna sobre estos temas.

### Hallazgos

- ❖ Aceptó los términos y condiciones de su préstamo bancario por la necesidad de liquidez para su negocio.
- ❖ No busca o pide información si tiene dudas sobre términos financieros
- ❖ Mantiene una organización básica sobre los ingresos y egresos de su negocio, apunta en un cuadernito
- ❖ Invierte casi todo lo que gana
- ❖ Relaciona la educación financiera con todo lo referente al dinero
- ❖ “Somos conformistas, no buscamos más información o simplemente no nos interesa”
- ❖ El estado o alguna entidad privada deberían brindar información sobre estos temas.

### Entrevista N°6

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Margoth Morales Marrueros
<b>Actividad u Ocupación</b>	Oftalmóloga

<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Xiomy Pozo
--	------------

### **Registro y resumen**

El usuario se presenta como una señora de 46 años que se formó como oftalmóloga en la Universidad Federico Villareal, en la actualidad se dedica a trabajar en su propia óptica. Se realizaron preguntas para determinar cuál opinión y también el nivel de conocimiento sobre temas y conceptos financieros. Dentro de lo que pudimos obtener son los siguientes puntos que ayudaron a la validación del problema. Es una persona que actualmente posee unas cuantas tarjetas de débito debido a que su trabajo lo requiere y un par de crédito que suele usar cuando es necesario, para lo cual tiene entendido que eso ayudó mucho a su formación de historial financiero. Sobre los conceptos financieros, nos comentó que entendió algunos debido a que en las entidades financieras le han informado, y otras de personas del rubro de negocios y finanzas que conoce a la que ella recurre cuando tiene una duda. Por otro lado, nos comentó que sí lleva controles de sus ingresos y gastos debido al negocio que maneja, ella considera que eso ha sido de gran ayuda al momento de saber qué es lo que tiene y qué es lo que le falta, también considera que el llevar la cuenta de sus ingresos y gastos puede ser algo tedioso cuando se trata de temporadas de ventas altas, ya que, como su negocio se basa en ella y su socio, es ella la sola la que se encarga de llevar las cuentas. Al mencionarle el tema de educación financiera, lo primero que se le viene a la mente son universidad y números, ella nos comenta que hace mucho tiempo veía la educación financiera como algo que solo puede ser enseñado en la universidad, algo que tomaría mucho tiempo y esfuerzo entender. Sin embargo, con el paso del tiempo y al tener su negocio, se da cuenta de que la educación financiera puede ser mucho más sencilla de lo que parece, siempre y cuando sea explicado de una buena manera y no se trate de tantos números y tasas. Finalmente, considera que, el alto índice de desinformación financiera, viene debido a que la mayoría de personas tiene un taboo bastante grande en lo que se trata de la palabra “finanzas”, como ella misma lo comentó, suele parecer algo complicado y tedioso.

### **Hallazgos**

- Considera que las tarjetas de débito y crédito las tiene debido a que son necesarias para su vida laboral y diaria.
- Busca información sobre términos a través de entidades financieras con las que tiene algún tipo de acuerdo y con compañeros relacionados al rubro.
- Su método para el control de ingresos o gastos es un control manual que le sirve más que todo para el trabajo en su óptica.
- Considera tedioso el llevar las cuentas cuando hay una gran fluctuación de ventas.
- El tener un método de control de sus ingresos y gastos, le ha permitido llevar mejor sus ahorros.
- Piensa que las personas que no tienen una buena educación financiera es porque le tienen miedo a la palabra “finanzas”, ya que considera que puede pensarla como algo muy complicado y que requiere de muchas horas de estudio para su entendimiento.

## Entrevista N°7

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Edwin Sarmiento
<b>Actividad u Ocupación</b>	Aviación policial
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Xiomy Pozo
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario se presenta como un señor de 50 años que trabaja en la aviación policial como mecánico aeronáutico y que hace poco incursionó en vender productos militares. Se realizaron preguntas para determinar cuál opinión y también el nivel de conocimiento sobre temas y conceptos financieros. Dentro de lo que pudimos obtener son los siguientes puntos que ayudaron a la validación del problema. Es una persona que actualmente posee dos tarjetas de débito debido a que quiso separar su ingreso primario de sus ingresos de ventas, así como también nos comentó que antes poseía un par de tarjetas de crédito, pero que por la pandemia los dio de baja. Sobre los conceptos financieros, nos comentó que entendió algunos debido a información que le brinda el banco y más que todo de lo que él averigua mediante compañeros de trabajo que poseen mayores conocimientos al respecto, ya que no siempre es viable confiar totalmente en lo que un banco te dice. Por otro lado, nos comentó que sí lleva controles de sus ingresos y gastos debido al negocio de ventas y su trabajo fijo, considera que de no ser por eso, sus ingresos y gastos estaría mezclados y no le permitiría saber si su pequeño negocio de ventas estaría yendo bien o mal. Al mencionarle el tema de educación financiera, lo primero que se le viene a la mente es dinero y organización, nos comenta que cuando era más joven, no había la posibilidad de información financiera como lo hay ahora, antes las cosas no las tenías tanto a tu alcance, y que le hubiera gustado tener la posibilidad que tenemos nosotros los jóvenes ahora. Finalmente, considera que, el alto índice de desinformación financiera, viene debido a que los peruanos promedio somos personas bastante desinformadas y muy confiadas de lo que nos puedan decir las entidades financieras, nos menciona que ha conocido a muchas personas que se vieron endeudadas por no entender bien la información que el banco les dio o por el simple hecho de que lo que les decía el banco “sonaba bien”.</p>	

<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Considera que las tarjetas de crédito son buenas cuando no nos encontramos en una situación ajustada, la pandemia no ha sido una ayuda para saber controlarlas.</li> <li>● Busca información sobre términos financieros con compañeros con conocimientos en finanzas y con las entidades bancarias a las que está relacionado.</li> <li>● Lleva el control de ingresos o gastos en el aplicativo de su banco, sólo ve las operaciones que se le hacen o las que salen de su cuenta.</li> <li>● Maneja sus ingresos y gastos con el fin de no mezclar su trabajo primario con su pequeño negocio de ventas</li> <li>● Considera que los jóvenes de ahora tenemos toda la información en nuestras manos y es más accesible de como lo era cuando él era joven.</li> <li>● Considera que el bajo índice de educación financiera porque no las personas somos muy desinformadas y confiadas con las entidades financieras.</li> </ul>
------------------	--

### Entrevista N°8

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Hugo Huaringa
<b>Actividad u Ocupación</b>	Comerciante
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Fiorella Huaringa
<b>Registro y resumen</b>	
<p>Nos comenta que trabaja de manera independiente en un negocio propio. En cuanto a la adquisición de un producto financiero el adquirió un préstamo personal a través de una entidad financiera, realizaron los procedimientos necesarios de evaluación le mencionaron la tasa de interés, seguro de desgravamen, entre otros, términos que él entendió de manera muy básica ya que son términos nuevos para él y que solo escucho de ellos cuando adquirió este producto financiero. Para solucionar sus dudas y saber sobre el manejo del préstamo consultó a amigos y familiares que tenían algún préstamo activo. En cuanto al ámbito</p>	

personal él nos comentó que no lleva un control específico de sus ingresos o egresos, debido a que no tiene tiempo para organizarse y controlar específicamente este tema. Esto ha generado que no pueda generar ahorros sustanciales debido a que va administrando el dinero en el día a día. Con respecto a la educación financiera, él nos comentó que piensa que este concepto se trata de instrucción sobre temas financieros como por ejemplo el ahorro, productos financieros, etc. Finalmente, en cuanto al porqué en el país no hay una buena educación financiera nos comenta que él considera que no nos brindan información adecuada y uno prácticamente se va enterando en el camino si es que necesita un préstamo pero antes no. Por ende, considera que no hay un organismo ni público ni privado, sobre todo bancos, que promuevan el conocimiento de estos temas. Pone como ejemplo también que las financieras podrían enviarte correos explicándote temas básicos de finanzas o temas más consultados por los clientes.

<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ En la adquisición de un producto financiero entendió los conceptos básicos.</li> <li>❖ Para solucionar sus dudas recurrió a amigos o familia que tengan un préstamo o alguna relación con un banco</li> <li>❖ No lleva un control de ingresos o gastos por poco tiempo libre con el que cuenta</li> <li>❖ Relaciona la educación financiera con la instrucción de temas financieros</li> <li>❖ Considera que no se brinda una adecuada educación sobre estos temas y “uno se va enterando en el camino” si necesitas de algún préstamo</li> <li>❖ Piensa que sería ideal que los organismos públicos o privados se encarguen de instruir a la población sobre estos temas.</li> </ul>
------------------	--

**Entrevista N°9**

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Diana Romero
<b>Actividad u Ocupación</b>	Confeccionista
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Alvaro de la Cruz

## Registro y resumen

Diana se presentó como una confeccionista dueña de su propio negocio, actualmente con 49 años. La última experiencia con algún producto financiero fue hace un año en la adquisición de una tarjeta de ahorro, en la cual le explicaron sobre los intereses o comisiones, pero no fue al detalle, la misma atención al cliente del banco solo le brindó alcances mas no información específica. Ella no maneja esos tipos de información por lo que recurre al internet, más específico al banco que le interesa, en donde planea abrir una cuenta y que le ofrecen en el corto plazo. Por el lado de su control presupuestal le resulta sencillo puesto que no maneja mucho gastos, trata anotarlo manualmente en una agenda cada vez que se presenta la ocasión, con esta forma de control considera que específicamente ahorros sustanciales no le ha generado porque de todas manera piensa que uno tiene que tener conocimiento de los que te dice el banco, no hacerlo todo empíricamente, ósea dejar de pensar que al guardar el dinero bajo el colchón necesariamente va ahorrar más, lo ideal es trabajar de la mano con el sistema financiero. Ella al escuchar educación financiera lo relaciono con el aprendizaje y conocimiento de los términos que te ofrecen los bancos, saber su aplicación y significado. A través de dichos conceptos uno logra manejar su economía, resolviendo la duda de que parte irá destinado a sus ahorros o sus gastos, teniendo clara esa información y cantidades. Ante el dato manifestado, ella opina que la problemática se debe a que todo viene de la educación secundaria, se debería empezar a manejar esos conceptos, y cuando ya se esté en la universidad darles más prioridad a algunos cursos porque más adelante servirá para realizar las transacciones y ver lo que te conviene de tu vida diaria. El estado también posee un papel importante porque tiene que impartir como parte de una política en el colegio, establecimiento de talleres, cursos en la malla curricular para que los estudiantes puedan salir con conocimiento de manejo del sistema financiero, existen colegio técnico sin embargo no abarcan dichos términos que hoy en día muchas personas no conocen. Está segura que la gran mayoría sale del colegio sin este aprendizaje y recién tiene que aprenderlo por internet por la necesidad.

### Hallazgos

- ❖ Está segura que la gran mayoría que salen de los colegios tiene poca o nulo conocimiento bancario.
- ❖ A la edad de 45 afirma que le es complicado entender algunos conceptos financieros
- ❖ El estado como principal agente que podría cambiar esta situación.
- ❖ No por el hecho de querer ahorrar se va a generar más, se debe ir acorde a lo que dice la banca.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Anota su control a mano no porque no exista algún lugar donde hacerlo, sino porque sus gatos no son muy grandes.</li> <li>❖ Adquirió una cuenta de ahorro para ir generando interés con el pasar de los años.</li> </ul>
--	---

### Entrevista N°10

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Alessandra Sacravilca
<b>Actividad u Ocupación</b>	Asistente de médico
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Alvaro de la Cruz
<b>Registro y resumen</b>	
<p>Alessandra tiene 24 años, en su corta ha vivido diversas experiencias adquiriendo productos financieros, uno de ellos fue aquella cuando realizó la apertura de su primera cuenta de ahorro cuando empezó a trabajar, ella tan solo debía acercarse al banco puesto que el lugar donde trabaja ya le había creado su cuenta en la entidad bancaria. Algunos de los términos financieros que recuerda haber escuchado fueron tasas de intereses o algún tipo de comisión entendiendo como un pago que ellos te cobran por tener un producto bancario. Mientras que nos mencionó que, si ha buscado información financiera en Google o en la página del banco antes de acudir a dicho establecimiento, no tenía una página especificada para buscar, esto dependía de lo que estaba buscando, pero las fuentes que más confianza le transmitía eran las mismas que se encontraban en el banco. Sin embargo, hay términos y abreviaciones que no entendía por lo que se desanimaba en seguir buscando. En lo que respecta al control presupuestal si lleva uno para organizarse y no le parece muy complicado, su forma de llevarlo se basa tomar notas en su mismo celular y si en algún momento no tiene su celular en mano opta por escribirlo en una hoja. En base a esta forma de control, lo califica como útil para saber cuánto uno gasta en el mes, saber cuanto uno quiere que le quede en su cuenta o para alguna emergencia o inversión en su carrera. Ante la palabra educación financiera infiere que es un lugar donde te enseñan términos que implican cuando una persona quiere saber que son tasas de interés, cuentas de ahorros, que implica tener una tarjeta de crédito y todo lo referente a ello. En relación a ello, estos temas mencionados son muy relevantes y fundamentales para poder invertir en un negocio como depositar su dinero para seguir generando interés y luego tener un monto más grande con el cual puede usarlo de la mejor forma que parezca. Como última pregunta, luego del dato explicado nos dijo que tiene que ver con el bajo nivel de educación en primaria y secundaria, en ese ámbito es muy general y</p>	

no lo ves hasta que llegas a la universidad y en algunos casos recién comprenden estos conceptos cuando en realidad quieren adquirir estos productos.	
<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ . Piensa que al ser de medicina, no considera importante ni atractivo aprender conceptos financieros</li> <li>❖ En los documentos que le entrega el banco existen términos y abreviaciones que no entiende.</li> <li>❖ Lleva un control presupuestal en un medio digital como lo es su celular</li> <li>❖ A veces cuando no tiene su celular a la mano utiliza una hoja.</li> <li>❖ Busca información tan solo horas antes de acudir al establecimiento.</li> <li>❖ Alude a la comisión y tasa de interés se cobra por usar dicho producto financiero.</li> <li>❖ Ella recuerda que en su colegio no vio ningún cursos relacionado al ámbito financiero</li> </ul>

### Entrevista N°11

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Piero Santana
<b>Actividad u Ocupación</b>	Estudiante
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Alvaro de la Cruz
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario nos comentó que tiene 21 años, que está estudiando y trabajó como practicante anteriormente. La última experiencia con algún producto financiero fueron con una tarjeta de crédito que sacó su padre para él, él manifiesta que no sabía de ello, siempre ha utilizado tarjeta de débito, esta le pareció muy novedosa porque puntualizó conceptos como tasa de intereses, sin embargo, el canal de atención al cliente le aconsejó y escuchó de algunas recomendaciones de otros clientes de dicho banco lo que convenció su elección. Por el lado de la cuenta de ahorro, él decidió poner en banco su dinero que guardaba, le dieron la opción</p>	

de elegir una cuenta de ahorro simple y de plazo fijo, su mentalidad era ir incrementando su dinero por interés que le brindaban, esto luego de un año ya se estaría capitalizando, este proceso lo califico como nuevo para él. Los conceptos financieros que más pudo entender fueron la TCEA, en si la aplicación era la que desconocía además de la información específica de cuenta a plazo fijo. El manifestó que busca información de este rubro en internet en Economipedia y en determinadas páginas del banco, aquellos que tiene el segmento “preguntas frecuentes”. Para Piero no le resultó nada difícil mantener un control presupuestal por el hecho de los conocimientos aprendidos en la universidad, señala que este control fue riguroso por la situación que tuvo que pasar y por el trabajo que consiguió a temprana edad. Para el término educación financiera, el aludió este concepto como capacitación en el aspecto técnicos financieros. Los temas a destacar que impactan en su economía personas, es la inversión por que esta va aumentando con el tiempo y en base a ello uno puede obtener mayores ingresos, como también el gasto sostiene que se debe tener un control exhaustivo. Por último, en lo respecta al dato comentado, opinó que la desconfianza hacia el banco es el primer factor de esta cifra, además no existe una educación financiera para que las personas puedan identificar sus pros y contras de este tipo de educación y los beneficios obtenidos. Mientras que una herramienta para solventar dicho problema hoy en día no se ha desarrollado..

**Hallazgos**

- ❖ Utilizó una tarjeta de crédito por lo novedosa que parecería y se dejó influenciar por los comentarios del público en la cola.
- ❖ Recuerda conceptos como la TCEA y plazo fijo pero desconoce su propósito y aplicación.
- ❖ Busca información en Economipedia y el segmento de preguntas frecuentes de los bancos.
- ❖ Manifestó que recién llevo cursos en la universidad sobre contabilidad y finanzas.
- ❖ Capacitación en aspectos financieros como Educación Financiera.
- ❖ Como tema principal para su economía personal señala a la inversión ya que con ellos podrá seguir incrementando su dinero.
- ❖ La desconfianza que se tiene con los bancos, considera que es la principal causa de una nivel muy paupérrimo.

	❖ Opina que no existe alguna herramienta para solventar dicho problema.
--	---

## Entrevista N°12

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Carolina Gómez Sánchez
<b>Actividad u Ocupación</b>	Ejecutiva Corporaciones Entel
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Rodrigo Gomez Sánchez
<b>Registro y resumen</b>	
<p>Carolina nos comentó que trabajó en Entel de Ejecutiva de Corporaciones de Entel Empresas hasta hace un mes. Desde hace un mes vive en San Francisco, como acompañante de su esposo quien está cursando un Executive MBA en la Universidad UCLA. Asimismo, tienen una hija de 10 meses y actualmente, Carolina se dedica a cuidar de ella. No obstante, tiene intenciones de volver a laborar en un mediano plazo. Anteriormente ha adquirido diversos productos financieros, y nos comenta que el último que adquirió personalmente fue un préstamo vehicular en el año 2017. Al momento de realizar la compra, recibió información sobre pagos mínimos, tasas de interés, doble amortización en los meses de julio y agosto, entre otros aspectos del préstamo. No obstante, no hubo mayor profundidad. En su momento fue asesorada por una sectorista del BCP para realizar esta compra. Si bien no buscó información por cuenta propia, nos comenta que fue una compra evaluada con los aspectos que necesitaba para tomar la decisión. Realizó una comparativa a cuando adquirió su primer préstamo vehicular con 23 años. En ese momento, no evaluó opciones, simplemente evaluó si podría cubrir la cuota. En esta última ocasión optó por la opción de compra inteligente que estaba disponible en el mercado considera que fue una buena decisión financiera. No se considera una persona que revise a profundidad sus cuentas de ingresos y gastos, con un presupuesto estructurado, pero sí mantiene un registro de sus gastos y procura llevar un orden. Asimismo, nos comenta que siempre suele ahorrar un porcentaje de su sueldo. Al preguntarle sobre el concepto de educación financiera, hizo referencia a su primer préstamo vehicular, para el cual considera que no tuvo educación financiera y que es evidente que existe un gran número de personas que estuvieron o están en esa situación y termina tomando una decisión financiera equivocada. En ocasiones no genera un problema mayor como en su caso, pero en otras puede generar una deuda con dificultades de pago por el hecho de no tener una buena educación financiera. Considera que el ahorro, inversión y tener un adecuado manejo de ingresos y gastos es un factor importante al cual le ha prestado más interés ahora que es madre. El hecho de tener que proyectar gastos futuros como en educación, salud,</p>	

alimentación implican una mayor responsabilidad para tener una economía sana. A su vez, resalta que puede estar ligado a la madurez por la edad, y por las responsabilidades que tiene. Probablemente ella 5 años atrás tomaría peores decisiones financieras que en la actualidad. Finalmente, nos comentó que desde su punto de vista, muchas personas toman malas decisiones financieras debido a que buscan una solución rápida al momento de adquirir un producto financiero como un préstamo. Asimismo, nos comenta que parte de la educación financiera es llevar un correcto registro de cuentas personales para no tener que verse en la posición de adquirir un producto financiero como un préstamo.

### Hallazgos

- ❖ Adquirió dos préstamos vehiculares en su vida. El primero sin contar con una buena educación financiera. En el segundo, tuvo un buen asesoramiento por parte de su sectorista
- ❖ Recibió información de las características del producto financiero, pero no con mucha profundidad.
- ❖ No es una persona que lleve un presupuesto estructurado de sus cuentas, pero si mantiene un control.
- ❖ Considera el ahorro como un factor importante y dispone un porcentaje de su sueldo para ello.
- ❖ La edad, madurez y responsabilidad adquirida le han enseñado a tomar mejores decisiones financieras en el tiempo.
- ❖ Señala que muchas personas buscan una solución rápida al adquirir un préstamo.
- ❖ Parte de la educación financiera es llevar un orden de cuentas personales para no tener que adquirir un producto como un préstamo sin preverlo.

## II) Entrevistas a expertos (3)

### Entrevista a experto 1

<b>Tipo de entrevistado</b>	Experto
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Ana Huaringa
<b>Actividad u Ocupación</b>	Administradora de empresas
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Fiorella Huaringa
<b>Registro y resumen</b>	
<p>Ana nos comenta que es Administradora y que actualmente se encuentra laborando, durante su experiencia ha podido estar en empresas diferente rubro por lo cual ha conocido a diferente tipo de cliente con poco o suficiente conocimiento del ámbito financiero. Al consultarle sobre el bajo nivel de la educación financiera y su impacto es considerable ya que al no contar con una cultura financiera sólida no se puede establecer un plan de ahorros concreto para la familia y es ahí cuando surgen gastos innecesarios. Asimismo, en base a su perspectiva, los temas como las tasas de intereses y sus tipos, plazos de pago, seguros de las tarjetas, moras y en general todo lo relacionado al movimiento en los bancos es bastante confuso para una persona que no ha llevado al menos un curso de finanzas básico.</p> <p>En cuanto a las características que tiene una persona que no tiene un buen conocimiento sobre temas financieros son personas que aceptan todo lo que dice el banco o alguna entidad (En términos de tasas de interés o algunos condicionantes) debido a la necesidad que tienen de un financiamiento sin saber realmente que tan bueno o malo resultaría para ellos ya que no conocen a profundidad el tema. Así también son personas desinteresadas que no indagan o averiguan más sobre estos temas. Entonces para incrementar el interés en las personas por conocer de estos temas y auto capacitarse sobre esto, considera, que para que las personas se interesen esto debe partir desde casa, inculcar una cultura del ahorro y del conocimiento suficiente de temas financieros básicos. Así también el impulso por parte del Estado, en su perspectiva resulta fundamental para la educación que llegue a todo el Perú. Finalmente, considera que la implementación de plataformas es importante, también la mayor difusión por medios tradicionales promovidos por el gobierno como datos básicos sobre finanzas quizás a través de comerciales o pequeños segmentos educativos sobre estos temas.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Sin un ahorro de plan de ahorros, gastos e ingresos se generan en las familias gastos innecesarios</li> <li>❖ Para tener conocimiento sobre finanzas en el Perú es necesario llevar un curso sobre el tema.</li> <li>❖ Las personas se endeudan fácilmente sin entender claramente los términos y condiciones que establecen los bancos</li> </ul>

<b>Hallazgos</b>	<p>debido a su necesidad de liquidez</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Son personas desinteresadas que no averiguan más de la información que reciben</li> <li>❖ Para despertar el interés de las personas en estos temas debería haber un impulso por parte del Estado, de generar contenido a través de medios tradicionales (TV).</li> <li>❖ La implementación de espacios o plataformas para información de este tema es crucial para generar mejor una cultura financiera en el país.</li> </ul>
------------------	--

### Entrevista a experto 2

<b>Tipo de entrevistado</b>	Experto
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Joseph Milla
<b>Actividad u Ocupación</b>	Supervisor de área de finanzas
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Alvaro de la Cruz
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El experto en tema nos comentó que actualmente está laborando en el Citibank como supervisor financiero, en primer lugar de acuerdo al dato que se le relató, el afirmó que es consciente de dicha noticia puesto que las personas no se sienten muy motivadas en informarse acerca de la transacciones e información relacionada a las instituciones financieras como puede ser el caso ante la solicitud de un préstamo, la apertura de distintas cuentas, las mismas condiciones, las tasas activas y al no tener dicho conocimiento afecta considerablemente a la vida económica de los peruanos, opina que se debe buscar un tipo de incentivo por parte de las instituciones financieras. Mientras que los temas financieros que generan mayor confusión a las personas son los términos de tasas bancarias, aquellas que en la solicitud de un préstamo le pueden le aluden tasas implícitas y no implícitas que están dentro un contrato que vaya a firmar, traen como consecuencia el sentimiento de desconfianza y opta por buscar otras opciones que el mismo banco. Desde su punto de vista observaría a una persona que posee escaso nivel de educación financiera a alguien con inseguridad, poco capacitada en esos temas, desinformada. En ese sentido para impulsar una auto capacitación financiera recomendó un incentivo por parte del gobierno a una capacitación no tan exhaustiva pero lo más básico para las personas que puedan tener la</p>	

facilidad de aperturar una cuenta a plazo hijo o de ahorro, algunos talleres gratuitos para la educación financiera de la misma manera como se le presta más atención a otros sectores, además de videos en YouTube o redes sociales para que se puedan crecer en una cultura financiera muy estructurada. Por último, desde su perspectiva manifiesta que el uso de plataformas educativas para solucionar bajo nivel de educación sobre las finanzas es muy relevante debido a que hay mucho peruanos que no posee un adecuado conocimiento en este tema primordial, es una alternativa muy importante para poder informarse de cada parámetro respecto a los institutos financieros, también es una forma más atractiva de aprender, esta no es tan complicado en ámbitos técnicos y de interacción.

<p><b>Hallazgos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Siente que las personas no se sienten muy motivadas a aprender conceptos financieros, por lo que esto impacta en su vida personal.</li> <li>❖ Atribuye como responsable a la instituciones financieras que debería crear algunas herramienta</li> <li>❖ Entre los principales problemas de confusión de los productos financieros, las tasas es el concepto que más le cuestionó acerca de su uso.</li> <li>❖ Los clientes solicitan detalles de todo, lo cual refleja dos cosas: o está verdaderamente interesado o está desesperado porque no entiende casi nada.</li> <li>❖ Recomendó una capacitación financiera, ya que la ofrece el gobierno no es tan exhaustiva.</li> <li>❖ Youtube o redes sociales, pueden servir como herramientas transitorias hasta la consolidación de alguna que desee innovar y rellene esta necesidad.</li> <li>❖ Solicita plataformas educativas para frenar con esta clara alfabetización de los peruanos en temas financieros.</li> </ul>
-------------------------	--

**Entrevista a experto 3**

<b>Tipo de entrevistado</b>	Experto
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Silvia Albornoz
<b>Actividad u Ocupación</b>	Jefa de Administración y Finanzas - Newfield

	Network Perú
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Rodrigo Gómez Sánchez
<b>Registro y resumen</b>	
<p>Silvia nos comentó que es Jefa de Administración y Finanzas de una consultora de Coaching llamada Newfield Network Perú. Lleva 10 años laborando en la empresa y anteriormente desarrolló su línea de carrera en organismos de cooperación internacional, siempre involucrada en la gestión contable y de finanzas. Al preguntarle su punto de vista respecto a cómo puede afectar la falta de educación financiera en la economía familiar de los peruanos, nos comentó que se relaciona directamente con poder tener la capacidad de administrar cuentas personales y gestionarlas. Poder acceder a créditos y endeudarse de manera responsable, así como llevar un control correcto de las cuentas permite tener una mayor capacidad de ahorro y seguridad económica. Considera a su vez que el aspecto financiero que puede generar mayor confusión en las personas son las tasas de interés. Muchas personas acceden a créditos con tasas de interés altas sin tener conocimiento del endeudamiento que puede significar. Pone como ejemplo la disposición en efectivo, un producto financiero que muchas personas optan por utilizar como “emergencia” y en el mediano plazo termina significando un costo financiero alto. Respecto al comportamiento de una persona con bajo nivel de educación financiera, considera que es una persona que no realiza una planificación debida de sus gastos, sin un respaldo en los ingresos que genera. La define como una persona desordenada económicamente. Respecto al objetivo de lograr motivar a las personas a educarse financieramente, considera que la mayor motivación se traduce en términos económicos. Se reduce en tener una capacidad de ahorro, que puede significar una mejor calidad de vida y una mejor situación económica. Finalmente, considera que mientras más opciones se encuentren en el mercado que permitan a las personas acceder a una buena educación financiera, se podrá tener una sociedad con mayor responsabilidad financiera.</p>	
<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Considera que la educación financiera permite tener una mayor y mejor capacidad de ahorro y seguridad económica, así como endeudamiento responsable.</li> <li>❖ Las tasas de interés son el principal concepto que las personas no tienen bien aprendido.</li> <li>❖ Define a una persona con bajo nivel de educación financiera como una persona económicamente desordenada.</li> <li>❖ Considera que la mayor motivación a que las personas se eduquen es el resultado de tener una mejor calidad de vida y seguridad financiera.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Considera que si las personas logran acceder a una buena educación financiera se podrá tener una sociedad económicamente más responsable</li> </ul>
--	--

## 2.4 Analisis y aprendizajes (General)

- *Se aprendió que las personas adultas tienen un sistema bastante básico de planificación del ahorro y además tradicional para apuntar sus ingresos o gastos, en algunos casos no utilizan algún método como excel, alguna aplicación que pueda organizar su dinero de manera digital.*
- *Se percibe que las personas tanto jóvenes como adultas tienen la percepción que las entidades financieras no tienen un sistema claro que les permita entender todos los términos financieros ya que esta información se les presenta de manera muy enredada.*
- *Se puede emplear el uso de tecnología como modo para poder frenar el bajo nivel financiero en los colegios y actualizar información a jóvenes y adultos. El aprovechamiento de herramientas digitales permitirá potenciar la propuesta.*
- *Los usuarios asocian su método sencillo de control presupuestario con el escaso conocimiento de la banca y finanzas. En la mayoría de ocasiones, no hay un buen conocimiento de conceptos financieros.*
- *Muchos usuarios buscan asesorarse, pero no profundizan más. Esto es una característica que se puede atribuir al comportamiento del usuario de entre 18 y 35 años. Las nuevas generaciones buscan facilidad, por lo que al querer asesorarse, buscarán un sectorista que los pueda orientar.*
- *La gran mayoría de los usuarios entrevistados comentaron que el mínimo control que llevan de sus gastos viene del aplicativo móvil de sus bancos, esto en el caso de los que utilizan la tarjeta de crédito como una herramienta financiera. En este caso, la integración con tal aplicativo sería un punto a tener en cuenta para el futuro de nuestra app.*

## 2.5 Sustentación de la validación del problema (Enlaces)

### Entrevistas a usuarios del Publico objetivo (PO)

Links de visualización Entrevista N°1: <https://bit.ly/3qS3SGE>

Links de visualización Entrevista N°2: <https://bit.ly/3tVtkNt>

Links de visualización Entrevista N°3: <https://bit.ly/3ITU4SD>

Links de visualización Entrevista N°4: <https://bit.ly/3uHuxqI>

Links de visualización Entrevista N°5: <https://bit.ly/3tRmCrD>

Links de visualización Entrevista N°6: [Transcrita](#)

Links de visualización Entrevista N°7: [Transrita](#)

Links de visualización Entrevista N°8: <https://bit.ly/3wTDtMz>

Links de visualización Entrevista N°9: <https://bit.ly/3j9Qr0F>

Links de visualización Entrevista N°10: <https://bit.ly/3wRkbqS>

Links de visualización Entrevista N°11: <https://bit.ly/3IUt71i>

Links de visualización Entrevista N°12: <https://bit.ly/3tWCv0b>

### **Entrevistas a usuarios expertos (UE)**

Links de visualización Entrevista N°1: <https://bit.ly/3NC8GcL>

Links de visualización Entrevista N°2: <https://bit.ly/3IPzLGO>

Links de visualización Entrevista N°3: <https://bit.ly/385eRpx>

## **3) Value Proposition Canvas**

### **3.1 Perfil del cliente**

- **Trabajos/tareas:**

- Consultar sobre temas de información financiera que no entienden a amigos relacionados con el rubro.
- Acercarse a la entidad financiera con la que está relacionada para absolver dudas.
- Ingresar a la sección que el banco ofrece para resolver preguntas frecuentes.
- Buscar información en internet de conceptos que no logró entender por completo.
- Acudir por información con asesores bancarios.

- **Alegrías:**

- Que sus amigos estén dispuestos a explicarles correctamente lo que necesitan.
- Poder llevar un mejor control de sus gastos e ingresos (finanzas).
- Recibir asesorías con términos comprensibles.
- Sentirse seguros al momento de confiar su dinero en alguna entidad.
- Lograr comprender la transacción que está realizando, así como los pros y los contras.
- Descubrir que lo que se le hacía difícil, era más simple de lo que imaginaba.
- Que el banco resuelva sus dudas rápidamente y sin tanta espera.

- Que no le tome mucho tiempo el estar metida en el tema financiero

- **Frustraciones:**

- Que sus amigos no tengan el interés o tiempo necesario para poder guiarla a través de los procesos.
- No poder manejar sus ingresos y gastos.
- Recibir asesorías con términos muy complicados que no logran entender.
- Sentir inseguridad al momento de dar su dinero a alguna entidad por no entender su funcionamiento.
- No entender el proceso de lo que intenta hacer financieramente.
- Que el banco se demore mucho en atender su duda.
- Desanimarse por no entender las cosas.

### 3.2 Mapa de valor

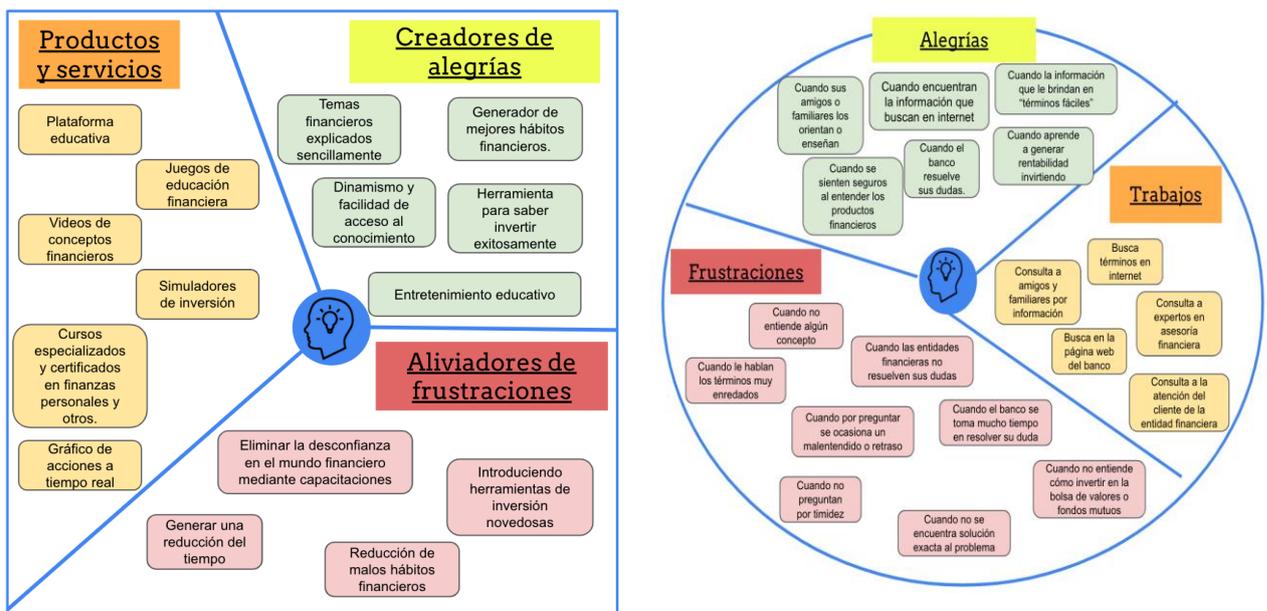


Figura N°1: Mapa de valor.  
Fuente: Elaboración Propia.

### 3.3 Encaje

#### Generadores de alegrías

En relación a los generadores de alegrías, la plataforma creará contenido y/o videos educativos elaborados con términos sencillos de comprender para personas que tienen un conocimiento básico sobre temas financieros. Asimismo, la plataforma permitirá que las

personas puedan encontrar información verídica y fácil de comprender en un sólo lugar, lo que evitará que las personas tengan que buscar información de diferentes fuentes. Además la plataforma brindará simuladores de inversión los cuales permitirán aprender de una manera didáctica sobre este tema. El conjunto de todas estas prácticas también lograrán que las personas puedan tener en el largo plazo hábitos financieros y de control para administrar su vida personal y su negocio.

### **Reducción de frustraciones**

En el caso de la reducción de frustraciones, la plataforma al contar con información de diferentes categorías de contenido permitirá que las personas puedan encontrar mucha información en una sola web, por lo que reducirá el tiempo de búsqueda en otras páginas. Asimismo, el hecho de que la web contiene videos y la opción de acceder a contenido exclusivo, incluyendo cursos certificados permite que las personas se capaciten y por consecuencia tengan una mejor perspectiva del mundo financiero y reduzcan su desconfianza ante este. Por lo que, además, a largo plazo mejorarán sus hábitos financieros de manera exitosa, todo esto mediante la integración de herramientas digitales óptimas como los simuladores, videos y los cursos online.

### **3.4 Descripción de la propuesta de valor**

En base a lo analizado en los puntos anteriores y tomando en cuenta las entrevistas realizadas a nuestro público objetivo logramos redirigir y perfeccionar la propuesta de valor con la que se definirá nuestra idea de negocio en su market launch, sin perder el rastro de las necesidades manifestadas por nuestros entrevistados. La cuestión con algunas personas, se encontraba en el proceso de aprender.

- La falta de credibilidad y confianza de algunos cursos en línea que brindan cursos similares a nuestra idea.
- Escasez de plataformas que brindan un servicio completo de aprendizaje financiero y en la mayoría de los casos.
- El usuario termina por aburrirse de estos cursos ante una notoria carencia de dinamismo.
- Además que no se abarcaba mucho el tema de las divisas digitales y su inversión.

Ante lo esperado, la propuesta de valor se consolidó como un tipo de plataforma online que brinda cursos online, en donde los usuarios pueden ir revisando los temas según su disposición, entre algunas noticias y simuladores que iban a permitir emplear los aprendido y experimentar en base a ello (Learn, Repeat & Try).

“Plataforma de servicios que se dedica a contribuir con una mejor cultura financiera de las personas mediante la facilitación de herramientas tecnológicas y la oferta de cursos especializados certificados”.

### 3.5 Identificación de elementos diferenciales (Vs Competidores)

Se encontraron una lista de competidores en el mercado actual, en los cuales se resaltaron los elementos diferenciales que caracterizan a cada propuesta.

<b>Alfi</b>	<b>Edutech</b>
<p>App muy interactiva, amigable y entretenida, la cual te permite de manera divertida jugar y aprender sobre finanzas personales y cómo manejar tu capital. Cuentan con el gran apoyo de fondos financieros, lo cual le da prestigio y credibilidad</p> <p>(Basado en Play &amp; Learn)</p> <p>Su intención principal es desarrollar una capacidad de entendimiento mediante el ahorro, inversión en un juego/simulación.</p>	<p>Plataforma que viene desarrollando hace más de 10 años proyectos educativos mediante la tecnología, cuentan con su EduAcademy, en la cual se pueden encontrar una gran variedad de cursos para todas las edades, tanto para niños como para profesionales. Ellos se caracterizan por brindar soluciones educativas de calidad con un soporte personalizado. Cuentan con una plataforma muy interactiva y ordenada, con una facilidad de navegación, en donde se puede ver los cursos que ofrecen con una serie de testimonios.</p>



Figura N°2: Menus Principales Competencia  
Fuente: Alfi/Edutech.

#### 4) Business Model Canvas

##### 4.1 BMC (Grafica)

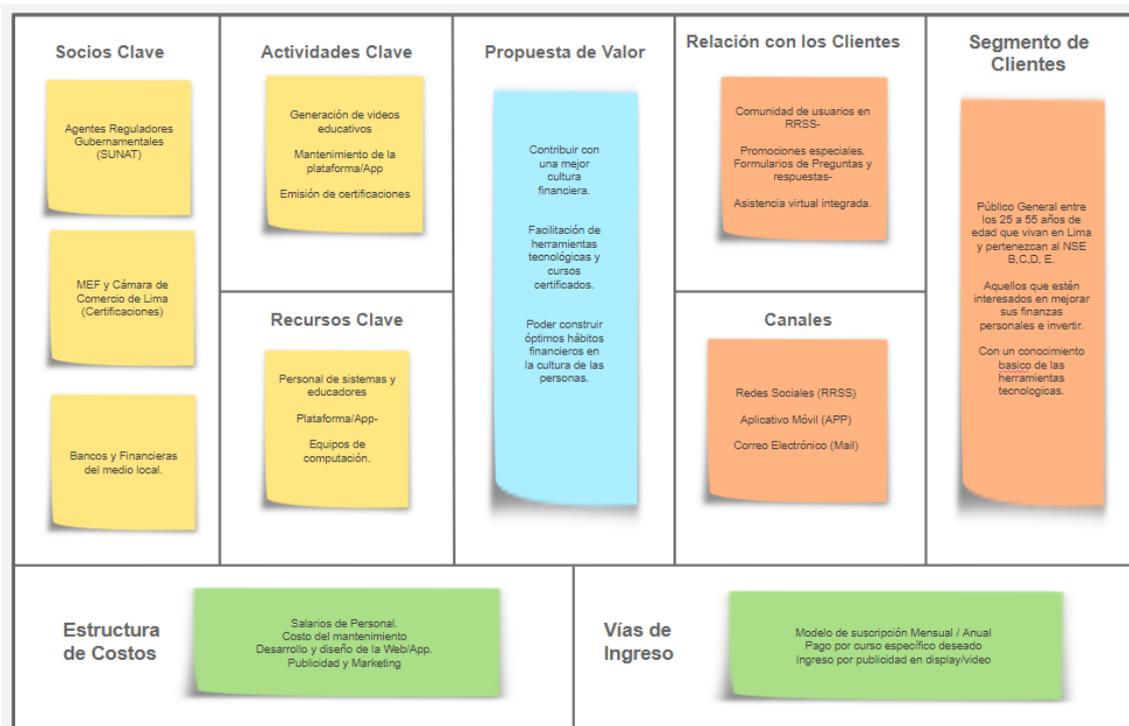


Figura N°3: Gráfica Business Model Canvas (BMC)

##### 4.2 Desarrollo y sustento por cuadrante del BMC

- **Segmento de clientes:** El principal segmento son personas de 25 a 55 años de los NSE BCDE, residentes en Lima Metropolitana. Dentro de este segmento, se puede poner especial énfasis en los Millennials, para los cuales aún existe un campo

importante por desarrollar. Por otro lado, también se considera a personas que simplemente buscan mejorar sus finanzas personales o invertir.

- **Propuesta de valor:** El eje central del proyecto es contribuir al desarrollo del campo de la educación financiera. Aportar mediante cursos que brindan distintas herramientas al usuario para los distintos aspectos de educación financiera que coinciden con sus objetivos. Dentro de esto se consideran finanzas personales, Pymes, educación tributaria, productos financieros, entre otros. Finalmente, el objetivo es que los usuarios logren construir correctos hábitos financieros que les sirvan para alcanzar finanzas sanas, tanto en el aspecto personal como en las Pymes.
- **Canales:** Dentro de los canales de venta, el formato es 100% online, con distintas opciones de medios de pago (Transferencia, Visa, Pago Efectivo, etc.). En cuanto a canales de atención, los medios de contacto serán mediante redes sociales, correo electrónico y la misma plataforma.
- **Relaciones con el cliente:** Se busca establecer un vínculo directo con los usuarios. Mediante los mentores se puede establecer un vínculo interesante, no obstante, se debe trabajar en otros aspectos que garanticen una buena experiencia. Se buscará crear una comunidad activa en redes sociales que permita una buena interacción con los usuarios. Es clave contar activamente con acciones promocionales que incentiven a los usuarios a educarse financieramente. Por otro lado, se asignará un asistente virtual a los usuarios que tengan alguna duda o inconveniente, buscando establecer un canal de atención al cliente directo y rápido. Finalmente, se realizará encuestas de satisfacción y formularios que permitan obtener un feedback del mercado, para poder tener un claro user orientation y brindar los mejores servicios de acuerdo a las necesidades identificadas.
- **Estructura de Ingresos:** En lo que respecta a los métodos de ingreso de dinero, se ha planificado ofrecer dos formas de pago, la primera mediante una suscripción mensual y otra anual, que en el mejor de los casos agregaremos un descuento por la suscripción de todo un año. La segunda forma sería la venta de cursos certificados independientes, es decir el usuario no necesariamente tiene que adquirir un paquete completo de cursos, sino solo acceder al que llama la atención y en el cual desea

especializarse. Claro está que en un principio nuestra plataforma se presentará gratuitamente ante el usuario, en donde nuestros ingresos dependen de los anuncios que designemos en ADS.

- **Actividades Clave:** Se debe considerar los procesos centrales que permitirán el desarrollo de la plataforma y cumplimiento de la propuesta. Dentro de esto, está la generación de videos educativos y cursos, con actividades de soporte de edición de video y contacto con mentores de los cursos. Para el correcto desarrollo del proyecto, es vital un mantenimiento constante de la plataforma que asegure un correcto funcionamiento para lograr la mejor experiencia del usuario. Finalmente, una vez terminados los cursos, se debe garantizar la emisión de certificaciones propuestas al iniciar el curso, de ser posible reguladas por las entidades correspondientes.
- **Recursos clave:** Para poder desarrollar de manera exitosa la implementación de nuestra idea de negocio necesitamos rodear la operación de las personas y plataformas adecuadas, la primera parte está enfocada en contar con equipos de computación (Back y Front End, UX/UI) para que desarrollen tanto la plataforma cómo la app web, para finalmente una vez listas sumar al personal dedicado al area comercial y al area educativa para comenzar a ofrecer los cursos relacionados a las finanzas, para equiparar nuestra propuesta de valor.
- **Socios Clave:** Se debe contar como socios clave a las distintas entidades financieras, con las cuales se puede compartir información valiosa que permita potenciar la educación financiera. En entes reguladores, la Sunat. Tanto las personas naturales como Mypes suelen tener problemas al momento de definir sus tributos. La educación respecto al sistema tributario tiene un campo importante por desarrollar y realizar actividades o cursos de la mano con agentes de la Sunat puede ayudar mucho a la recaudación y educación tributaria. En cuanto al MEF y la Cámara de Comercio de Lima, es importante, al igual que con la Sunat, establecer contactos con agentes que puedan transmitir conocimientos sobre cómo se regula el sistema financiero. En este rubro pueden ser consideradas otras entidades financieras reguladoras. En cuanto a la banca, quizá es el mercado más explotable.

Extraer información de agentes de banca privada puede aportar mucho a la educación respecto a productos financieros y finanzas personales. Se busca formar alianzas con bancos reconocidos como el BBVA, BCP, Scotiabank.

- **Estructura de Costos:** Los costos de la empresa se basarán principalmente en el pago a los profesionales que dicten los cursos certificados, ahí también estará incluido el pago al profesional que administre la página web. De otra parte, también se deberá incurrir en costos para el diseño y lanzamiento de la web. Finalmente, se incurrirán en gastos de publicidad para promocionar el negocio en redes sociales

## 5) Validación de la solución

### i. Experimento 1: Entrevistas Individuales

#### 1. Objetivo del experimento

En cuanto a este primer experimento, se tomó en consideración el realizar entrevistas individuales al público objetivo. Se realizó con el objetivo de mostrar la última versión de la plataforma, la cual fue mejorada en base a los puntos encontrados en el análisis del prototipo anterior. Además de mostrar el manejo, distribución y uso de toda la interfaz. De tal manera, los resultados obtenidos nos permitirán seguir desarrollando mejoras que permitan una mejor experiencia, percepción de los prospectos y usuarios actuales.

#### 2. Diseño y desarrollo

##### a. Descripción del experimento

Para elaborar las entrevistas, se optó por adecuar este método de investigación a las circunstancias en la cual nos encontramos, y a modo de evitar posibles contagios por COVID, estas fueron realizadas de forma virtual, mediante la conocida aplicación de conferencias virtuales “Zoom”, la cual posee una opción para grabar las entrevistas y así facilitar el traslado del video a Youtube. La población en la que se enfocó en esta entrevista, fueron personas que se encuentran pasando por una etapa de cierto nivel de madurez financiera. Es decir, se encuentran cada vez más inclinados a descubrir cómo llevar sus finanzas. Los nombres de los participantes se especificarán en el siguiente recuadro.

Nombre	Carrera
Daniela Rojas	Arquitecta

Sebastián Alonso Chirinos Caballero	Comunicaciones y Marketing
Ysabel Ramirez	Arquitectura

## b. Bitácora de actividades

### *Bitácora de actividades experimento N°1*

Actividad	Tarea	Resultado
<b>Se estructuró una guía para las entrevistas</b>	Creación de pautas en orden para las entrevistas	Se elaboró una serie de patrones los cuales se respetaría el tiempo para ejecutarlos, así como las pautas a seguir con los entrevistados.
	Decidir por qué medio sería el adecuado para la entrevista.	Entre varias opciones de plataformas para conferencias virtuales, se eligió a Zoom debido a que brinda facilidades para realizar la videollamada más práctica, así como para grabar la entrevista completa.
	Contactar a las personas participantes, preguntarles sus disponibilidad para la entrevista.	Se busca a personas que cumplan con ciertas condiciones para que formen parte de nuestro público objetivo, se concuerda su disponibilidad para posteriormente fijar una fecha y hora para la entrevista.
<b>Ejecución de las entrevistas</b>	Presentación del proyecto y su propósito	El encargado de llevar a cabo cada entrevista, se presentó y a su vez explicó el motivo de la realización de este método, además comentó un poco acerca del proyecto y su objetivo.
	Presentación de los participantes	Cada participante tomó la palabra para mencionar su nombre y la carrera a la cual pertenecen.
	Tour por la plataforma virtual	Se procedió a dar un recorrido por la plataforma, detallando la función de cada botón y pestaña.
	Solicitar el registro a la página	Se solicitó a cada uno de los entrevistados que se inscriban a la página luego de haberles mostrado cómo se ejecuta,
	Se solicitó las opiniones y sugerencia del público	Se pidió al público, que expresen desde su punto de vista su apreciación de

		distintos factores de la página y si estarían dispuestos a usarla
<b>Evaluar resultados</b>	Se realizó un análisis de los resultados.	Recopilación de la información brindada por los entrevistados sobre su punto de vista y la experiencia en la plataforma.

*Elaboración propia*

### 3. Análisis e interpretación de resultados

#### Entrevista 1

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Daniela Rojas
<b>Actividad u Ocupación</b>	Arquitecta
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Nicolas Roncagliolo
<b>Registro y resumen</b>	
<p>En la entrevista a la usuario Daniela, le brindamos un pequeño tour por la plataforma, mostrándole cada sección y pestaña, con el objetivo de brindarnos un feedback enriquecedor. De tal manera, nos dio a conocer su total satisfacción debido a que sus recomendaciones de la entrevista pasada fueron tomadas en cuenta y se vieron reflejadas en la plataforma. Además de comentar que desde su punto de vista, la plataforma no necesita grandes cambios y le agrada mucho la interconexión que puede hacer con su correo y redes sociales para una mejor experiencia. Considera que un punto fuerte son nuestras frases de impacto en cuanto al tema financiero, siente que es algo que llega a jalar mucho los ojos y ayuda a que se registren y tomen los cursos.</p>	
<b>Hallazgos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar las mejoras sugeridas en su anterior entrevista, fueron atacadas y solucionadas.</li> <li>● Sigue considerando que la plataforma es muy ordenada, fácil de encontrar lo que</li> </ul>

	<p>uno busca, muy buena navegabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Buena información y cantidad de cursos, de diversos temas y capacidades.</li> </ul>
--	---

## Entrevista 2

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Sebastián Alonso Chirinos Caballero
<b>Actividad u Ocupación</b>	Estudiante de Comunicaciones y Marketing
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Rodrigo Gómez Sánchez Albornoz
<b>Registro y resumen</b>	
<p>El usuario entrevistado es Sebastián Chirinos, estudiante de Comunicaciones y Marketing de la UPC. Su apreciación al mostrarle las distintas funcionalidades de la plataforma fue positiva. Nos comentó que desde los colores elegidos, layout de la página y distintos aspectos cumplían con brindar una experiencia del usuario satisfactoria. A su vez, reforzó nuestra intención de proponer un enfoque minimalista y simple en el diseño, ya que es visualmente más atractivo para el usuario. Por otro lado, nos mencionó dos aspectos principales que podrían mejorar la experiencia. En primer lugar, colocar un desplegable en la pestaña de cursos, al pasar el cursor por la línea superior. Que en este desplegable se aprecien las distintas categorías en las cuales se pueden dividir los cursos puede permitir al usuario ingresar de forma directa al tema que estén buscando. Otro aspecto importante que señaló, es brindar mayor información de cada curso desde el primer momento. Puso como ejemplo a Crehana, plataforma en la cual al pasar el cursor por el curso, permite visualizar un video corto del mentor, en el cual se explica de forma puntual los temas a abordar en el curso. Asimismo, al ingresar, permite visualizar en texto los distintos temas que se desarrollarán en el curso. Si bien se presentó una versión final de la plataforma, es importante siempre tener apertura a posibles mejoras y tener en consideración el feedback recibido.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El usuario considera que la plataforma es</li> </ul>

<b>Hallazgos</b>	<p>atractiva y cumple con proporcionar una buena experiencia del usuario. Es dinámica, de fácil navegación y es intuitiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nos brindó dos recomendaciones que pueden sumar valor a la propuesta. Añadir un video corto de cada curso que permita al usuario tener una visión previa del curso antes de adquirirlo. Además, colocar en texto de descripción los distintos temas a abordar puede mejorar la experiencia, y a la vez, permitirle al usuario evaluar si es el curso correcto. Finalmente, esto mejorará la satisfacción post-curso.</li> </ul>
------------------	---

### Entrevista 3

<b>Tipo de entrevistado</b>	Usuario
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>	Ysabel Ramirez
<b>Actividad u Ocupación</b>	Arquitecta
<b>Nombre y Apellido del entrevistador</b>	Xiomy Nicoll Pozo Miranda
<b>Registro y resumen</b>	
<p>En la presente entrevista, a la señorita Ysabel Ramirez, se mostró la plataforma inicial de Envestor. Nuestra entrevistada pudo visualizar los campos disponibles en nuestra plataforma, se le indicó paso a paso cómo funcionaba la plataforma y la manera en la que esta ayudaría a que las personas puedan perderle el miedo a las finanzas. La entrevistada nos mencionó que la plataforma le parece súper necesaria para la vida de las personas que no tienen mucha relación con las finanzas, como personas que nunca han estudiado cosas al</p>	

<p>respecto. Ella personalmente como arquitecta nos menciona que le parece bastante productivo e interesante el que puedan sintetizar fácilmente las finanzas. Por otro lado, respecto a los cursos que ofrece, le pareció interesante que hubiera tanto para personas naturales como para personas con negocios. Nos comenta que a las personas de ahora, cuando se trata de aprendizaje online, se le debe cautivar mostrando lo que se tiene por ofrecer. Por último, nos comentó que sí sería una plataforma que ella usaría para manejar mejor sus finanzas e incluso el negocio que tienen sus papás, y que tanto el concepto como el diseño de la plataforma le parece bastante atractivo.</p>	
<p><b>Hallazgos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Grato interés en el diseño y concepto de la plataforma.</li> <li>● El diseño de la plataforma le transmite confianza.</li> <li>● Bastante útil para personas que no han estudiado temas respecto a finanzas.</li> <li>● Interesante tanto como para el día a día como para manejar un negocio.</li> </ul>

**a. Malla Receptora**

<p><b>Puntos fuertes</b></p>	<p><b>Críticas constructivas</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Buena navegabilidad.</li> <li>● Diseño atractivo.</li> <li>● Buena interconexión con redes sociales y correo.</li> <li>● Buen nivel de información y cantidad de cursos, no hay saturación de información.</li> <li>● Distintas funcionalidades cumplen con brindar una buena experiencia del usuario.</li> <li>● Gran interés en el concepto y utilidad de la plataforma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La pestaña de cursos puede mejorarse brindando mayor información previa.</li> </ul>
<p><b>Preguntas nuevas</b></p>	<p><b>Ideas nuevas</b></p>
<p>No se registraron preguntas nuevas en esta etapa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Colocar un desplegable al pasar el cursor por la pestaña de cursos, que muestre los distintos temas para segmentar el tema</li> </ul>

	<p>que el usuario busca y mejorar la experiencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mejorar la experiencia pre-venta de los cursos. Mostrar un video corto en cada curso y una breve descripción para que el usuario pueda ver a priori si se ajusta a lo que busca.</li> </ul>
--	--

Elaboración propia

### **b. Principales Hallazgos encontrados**

En relación a las entrevistas realizadas se encontró una concordancia importante entre las opiniones de los entrevistados. La describieron como una plataforma ordenada, atractiva, dinámica y fácil de usar. Se rescató la buena navegabilidad que cuenta, y que permite un uso intuitivo por parte del usuario. A su vez, se encontró que la información en términos generales es buena, así como la cantidad y distribución de cursos en los distintos temas abordados.

Por otro lado, si bien se mostró a los entrevistados una versión final, siempre es positivo escuchar el feedback y las posibles oportunidades de mejora. Uno de los entrevistados brindó dos sugerencias que pueden impulsar un poco más la experiencia del usuario. Propuso mostrar un desplegable de los distintos temas al pasar el cursor por la pestaña de curso, y así el usuario pueda ingresar directamente al tema de su interés. Asimismo, indicó que sería interesante incluir un video previo para cada curso que explique en líneas generales los temas a abordar, así como una breve descripción en texto.

### **c. Interpretación de resultados**

En base a las entrevistas, se puede concluir que la plataforma propuesta cumple con brindar una buena experiencia del usuario. El objetivo fue mostrar la última versión de la plataforma, mejorada en base al análisis del prototipo anterior. Además de mostrar el manejo, distribución y uso de toda la interfaz. Asimismo, encontrar los posibles feedbacks por parte de los entrevistados. Se pudo realizar el “tour virtual” por la plataforma a los distintos entrevistados y mostrar las funcionalidades de la plataforma. Se rescató importantes apreciaciones y se evidenció cierta concordancia entre las opiniones de los usuarios, lo que funciona como una buena validación del experimento realizado y la propuesta en general.

## **4. Aprendizajes y cambios realizados**

- Los usuarios confían en una plataforma que suele tener contacto directo con ellos, y respecto a la plataforma de finanzas, comentaron que sienten que transmite la confianza necesaria.
- Existen personas que no han estudiado ni aprendido nada de finanzas a lo largo de su vida académica, por lo que ordenar su dinero personal no suele ser tarea fácil. Habiendo entrevistado a usuarios de distintas carreras, no permitió ver el interés que tienen frente a las finanzas personales y la posibilidad de poder manejarlas.
- Agregar un desplegable en la pestaña de cursos que permita al usuario dirigirse de forma directa al tema de su interés y de esa manera, mejorar la experiencia del usuario en la plataforma.
- Incluir un video previo en cada uno de los cursos que permita al usuario entender en líneas generales los temas a abordar en el curso y evaluar si va acorde a lo que busca. Asimismo, incluir una breve descripción de los temas. Esto permitirá que el usuario tenga una visión más clara del curso antes de inscribirse, lo que reducirá el riesgo de que exista una brecha importante entre sus expectativas y el curso una vez culminado.

## **5. Sustentación de validaciones ( enlaces, audios, videos, imágenes)**

Link de Entrevista 1:

[https://drive.google.com/file/d/12\\_LUmVB16K7wMdkDDYOobp0FgzXrYYBd/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/12_LUmVB16K7wMdkDDYOobp0FgzXrYYBd/view?usp=sharing)

Link de Entrevista 2:

<https://drive.google.com/file/d/1Nx FHBjC71uh51wvdhymWQAgE57EdpqAh/view?usp=sharing>

Link de Entrevista 3:

<https://youtu.be/cOOBhx0UZrk>

## **ii. Experimento 2: Focus Group**

### **1. Objetivo del experimento**

Con este segundo experimento, se decidió utilizar el focus group, con el fin de poder escuchar la opinión de nuestros usuarios a modo de conjunto, es un ambiente en donde los testimonios fluyan y se vuelva más ameno compartir sugerencias y percepciones. Es por ello que el objetivo de esta herramienta se basa en recolectar las mayores ideas posibles de un público seleccionado, y que esto nos permite agregar nuevas y variadas sugerencias, llegando a mejorar el prototipo de nuestra plataforma web “Envestor”.

### **1. Diseño y desarrollo**

### **a. Descripción del experimento**

Para lograr la eficacia de este Focus Group, se optó por adecuar este método de investigación a las circunstancias en la cual nos encontramos, y a modo de evitar posibles contagios por COVID, el Focus fue realizado de forma virtual, mediante la conocida aplicación de conferencias virtuales “Zoom”. La población en la que se enfocó en este Focus Group, fue la de estudiante de universidad en los últimos años de carrera, mayores a 19 años y con ganas de querer conocer más acerca de conceptos financieros que se utilizan en el día a día, ante ello fueron tres los participantes que pudieron brindarnos su tiempo para opinar sobre nuestro prototipo en el Focus Group. Los nombres de los participantes se especificarán en el siguiente recuadro.

Nombre	Carrera
Hugo Rojas Da Silva	Administración y Negocios Internacionales
Piero Santana Daza	Administración y Negocios Internacionales
Alberto Perez Salcedo	Administración y Negocios Internacionales

Fuente : Elaboración propia

Continuando con la descripción, el focus tuvo lugar el día jueves 25 de noviembre del 2021 a las 5 pm mediante Zoom. En primera instancia, se presentó el objetivo del proyecto y el propósito del focus, para luego pedirle a nuestros participantes que se presenten uno por uno. Una vez concluida la parte introductoria, se pasó a mostrar la aplicación en sí, su interfaz, servicios que ofrece, acceso por cada pestaña, prácticamente como si fuera un tour instructivo por la plataforma. Por último, se solicitó la intervención de cada uno en lo que respecta a sugerencias de mejora, que parte le agrada más o que función quitaría. Los tres estudiantes interactuaron entre sí hasta dar por concluido la llamada, la cual tuvo una duración de 20 minutos aproximadamente.

### **b. Bitácora de actividades**

*Bitácora de actividades experimento 2*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
<b>Se estructuró una guía para el Focus Group</b>	Creación de pautas en orden para el Focus Group	Se elaboró una serie de patrones los cuales se respetaría el tiempo para ejecutarlos, así como las preguntas que se realizaría a los participantes.
	Decidir por cuál aplicación sería la ideal el Focus Group	Entre varias opciones de aplicación para conferencias virtuales, se eligió a Zoom por las distintas facilidades, accesos y servicios que te brinda para realizar la videollamada más práctica.
	Contactar a las personas participantes, comunicarle la fecha y hora del Focus Group	Se busca a personas que cumplan con ciertas condiciones para que formen parte de nuestro público objetivo, se les proporciona la información del día y hora del Focus Group.
<b>Ejecución del Focus Group</b>	Presentación del proyecto y su propósito	El encargado de llevar a cabo el Focus Group, se presentó y a su vez explicó el motivo de la realización de este método, además comentó un poco acerca del proyecto y su objetivo.
	Presentación de los participantes	Cada participante tomó la palabra para mencionar su nombre y la carrera a la cual pertenecen.
	Tour por la plataforma virtual	Se procedió a dar un recorrido por la plataforma, detallando la función de cada botón y pestaña.
	Se solicitó las opiniones y sugerencia del público	Se pidió al público, que expresen desde su punto de vista su apreciación de distintos factores de la página, en adición que propongan algunas mejoras o sugerencias.

Elaboración propia

**2. Análisis e interpretación de resultados**

## a. Malla Receptora

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contiene servicios útiles para el día a día de uno</li> <li>- Considera que le permitirá aprender términos financieros con los videos y cursos.</li> <li>- Precios cómodos</li> <li>- Contenido que complementa con lo aprendido a la universidad</li> <li>- Te permite aprender nuevas alternativas de inversión</li> <li>- Adecuada secuencia de pestañas</li> <li>- Contenido completo y proporciona buen conocimiento.</li> <li>- Consideran atractiva la herramienta de simuladores.</li> <li>- Hay diferenciación con la competencia ya que no usan simuladores.</li> <li>- Inglés le da un toque adicional a la plataforma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al momento del inicio debería haber una variación de colores, algunos colores claros</li> <li>- Mejorar el logo de la página para que lo asocie con el giro del negocio</li> <li>- Cobrar por un paquete creen que se sería más rentable</li> <li>- Vender por cada curso es un poco desordenado.</li> <li>- Ordenar la interfaz por categoría de cursos</li> <li>- Asociar el nombre de la aplicación con aprendizaje y no con inversión.</li> <li>- Agregar más métodos de registro.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Ideas nuevas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Existe algún lugar donde se pueda conversar entre los usuarios?</li> <li>- ¿Tiene un slogan en el diseño de la página?</li> <li>- ¿Poseen una comunidad donde se pueda observar testimonio?</li> <li>- ¿Donde se puede ver con universidades tiene asociación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un verde más claro para el fondo de la página de inicio</li> <li>- Agregar una pestaña de compartir, para hacer conocer los logros de uno en otras redes sociales</li> <li>- Agregar el sector de preguntas frecuentes</li> <li>- Sería bueno tener un slogan, ya sea en español o inglés, que diga Learner Investor: Aprende a invertir.</li> </ul>

Elaboración propia

## **b. Principales Hallazgos encontrados**

Dentro de los hallazgos que se pudo identificar, tenemos que los participante coinciden en que la aplicación si sería útil y cumple con su propósito, además que todos manifiestan que si utilizarían la plataformas para aprender más sobre conceptos financieros. Además que consideran que es de suma importancia seguir aprendiendo y más en un campo en cual servirá para la mayoría de actividades que uno realiza a diario. Describen a la aplicación como práctica, accesible y atractiva por su funciones, no obstante los participante también hicieron relucir sus sugerencia y pequeñas preguntas sobre algunas funcionalidades de la plataforma, resaltando que faltaria algunas opciones en la interfaz que permita el desarrollo de un aprendizaje óptimo y dinámico, nada que no se pudiera configurar a tiempo y ejecutar al instante.

## **c. Interpretación de resultados**

En conceptos generales, nuestro público estuvo contento con este prototipo de la plataforma, mantiene que la información que brindaría sería de vital importancia para personas de su edad que están apunto de salir de la universidad y adoptar una denominada “vida adulta”. La satisfacción de parte de ellos, se dio por el hecho de una mejora en ciertas partes de la página, identificadas en pasos anteriores y recolectando la opinión de otros participante, como ya mencionamos anteriormente está claro que nos falta mejorar aún más para llegar al nivel máximo de eficiencia en relación a su funcionalidad, aspectos como el diseño, el nombre, la gama de colores fueron las principales críticas constructivas que se pudo determinar de este Focus Group.

## **4. Aprendizajes y cambios realizados**

- Lo que se pudo aprender es que al usuario le interesa mucho la primera impresión de una plataforma a utilizar, los colores, el tipo de letra y las imágenes deben enganchar al internauta en primera instancia, factor clave si se desea conseguir la mayor aceptación de nuestro público.
- Además que es de preferencia para el usuario poder sacar el máximo provecho a estos cursos, poder compartir su logro o avances por redes como LinkedIn, asimismo les atrae que brinden un certificado con validez para su desarrollo laboral.
- Los cambios que se configuraron fueron una vista más a fondo de los que serían las unidades que ofrece cada curso y la interfaz del video en si. Del mismo modo, una vista de cómo sería la pestaña de los simuladores y de qué consistiría.

- Añadir una visión de compartir contenido con la comunidad, que funciones parecido a una red social en la que se pueda interactuar de lo que uno va aprendiendo y que se pueda consultar dudas entre los usuarios.

## **5. Sustentación de validaciones ( enlaces, audios, videos, imágenes)**

### **Link del Focus Realizado:**

Parte 1: <https://www.youtube.com/watch?v=5IYMBVx6EJ4>

Parte 2: <https://www.youtube.com/watch?v=V8JrcP6xLqM>

## **iii. Experimento 3: Encuestas**

### **1. Objetivo del experimento**

Para este experimento se realizó un cuestionario en donde las preguntas tenían como objetivo poder conocer aquellos puntos que no se han evaluado en los experimentos anteriores. Este experimento nos permite contar con una base cuantitativa que permita conocer de forma numérica las percepción de los usuarios sobre la página de Inversor y con ello poder implementar y mejorar apartados dentro de la web.

### **2. Diseño y desarrollo**

#### **a. Descripción del experimento**

Para la realización de este experimento se utilizó la plataforma de Google Forms como herramienta digital para poder realizar las preguntas en un orden específico, estas fueron resueltas por nuestro público objetivo, personas de entre los 18 y 55 años, hombres y mujeres. Las preguntas formuladas utilizaron criterios como, preguntas múltiples, la técnica likert, preguntas abiertas, entre otras. Participaron 21 personas en la encuesta.

#### **b. Bitácora de actividades**

*Bitácora de actividades experimento 3*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
<b>Plataforma de encuestas</b>	Buscar la plataforma ideal que se adecue a los usuarios para que estos puedan responder fácilmente	Se determinó que la plataforma a utilizar es Google forms ya que permite generar diferentes tipos de preguntas
<b>Estructura de la encuesta</b>	Establecer el formato de encuesta	Se decidió preguntas para personas para luego proceder a realizar preguntas de prototipo
	Crear las preguntas	Se elaboraron las preguntas en relación al prototipo
<b>Encuestados / público</b>	Investigación para determinar a los usuarios	Se contactó a los usuarios por whatsapp y se les envió el link de la página web y del cuestionario
<b>Resultados</b>	Organizar las respuestas obtenidas	Se recopilaron las opiniones de los usuarios
<b>Evaluar resultados</b>	Se analizan las respuestas	Se encontraron puntos importantes para realizar mejoras en el prototipo

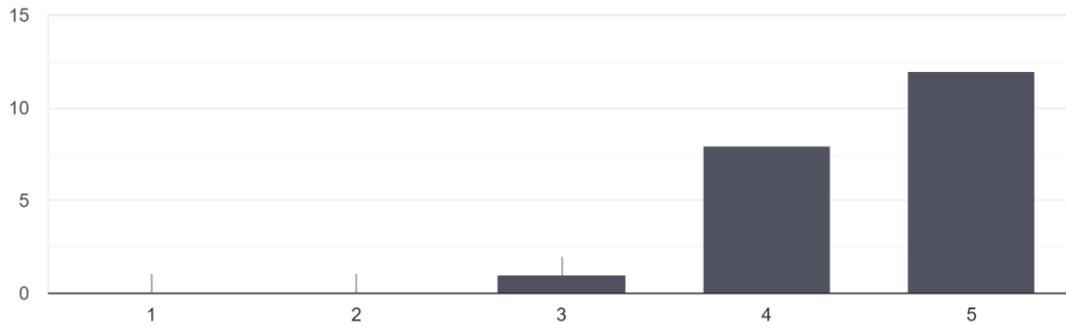
Elaboración propia

### **3. Análisis e interpretación de resultados**



¿Qué tan navegable consideras la página web?

21 respuestas



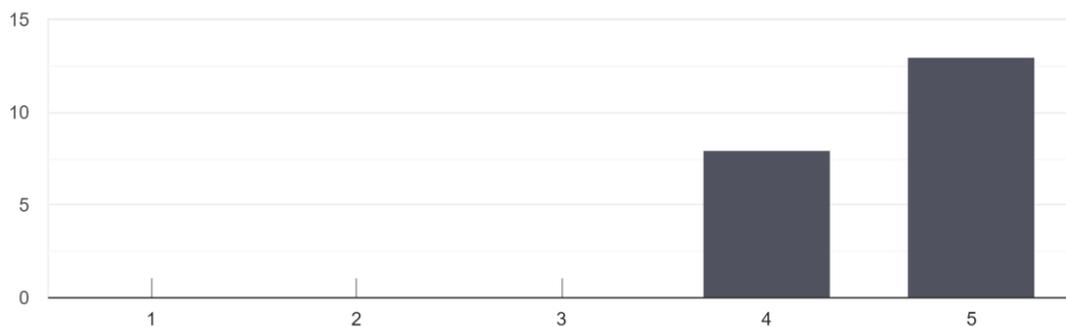
En cuanto a la navegación se les consultó qué tan navegable les resultó la página web en el sentido de velocidad y el interfaz, más de la mitad de los encuestados respondieron que les resultó muy fácil y fácil de navegar.

*Figura N°6: Resultados de encuestas Web Pregunta 3*

#### **Pregunta 4**

¿Qué tan útil consideras la página web?

21 respuestas



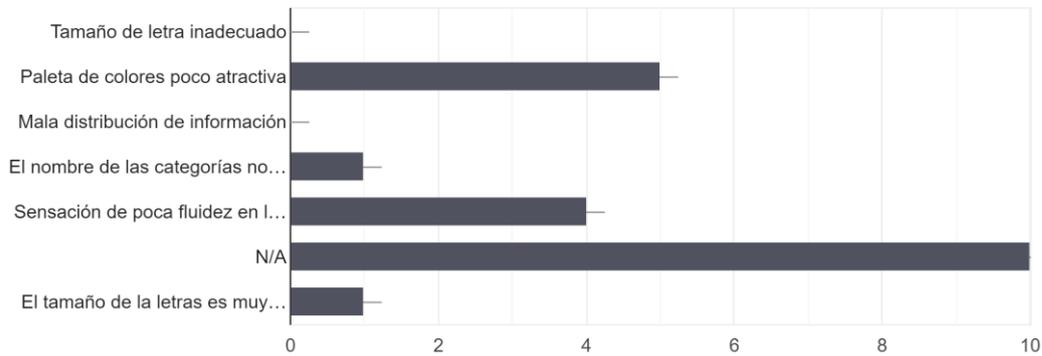
Cuando se les consultó a los usuarios sobre qué tan útil les resultaba la web, la mayoría de ellos respondió que les resultaba muy útil.

*Figura N°7: Resultados de encuestas Web Pregunta 4*

#### **Pregunta 5**

¿Durante la prueba encontraste alguna dificultad?

21 respuestas



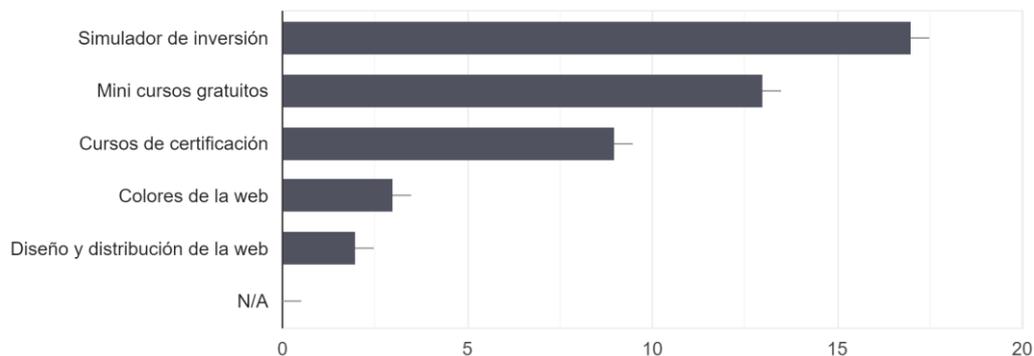
Se les consultó sobre la complejidad de la página web o si encontraban algún punto negativo, algunos de los participantes nos comentaron que la paleta de colores les resultaban poco atractivos, además que el nombre de las categorías no les informaban bien de los que realmente tratan o cual era el contenido de las mismas.

Figura N°8: Resultados de encuestas Web Pregunta 5

## Pregunta 6

¿Qué aspectos/servicios/categorías te gustaron más de la web?

21 respuestas



Asimismo, se les consultó a los usuarios que aspectos o servicios les agradaron más de la página web, ellos respondieron en su gran mayoría que el simulador de inversiones fue el mayor atractivo de la web, seguido de los mini cursos gratuitos y de los cursos de certificación.

Figura N°9: Resultados de encuestas Web Pregunta 6

## Pregunta 7

¿Cómo te sentiste al navegar por la web?

21 respuestas

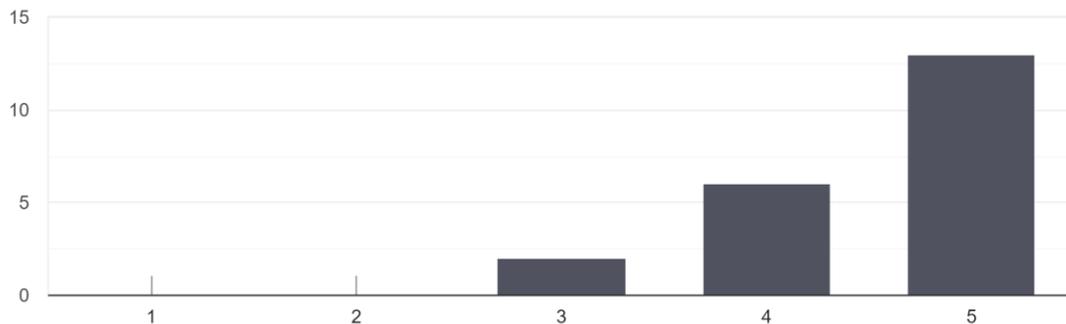


Figura N°10: Resultados de encuestas Web Pregunta 7

También se consultó sobre cómo se sintió el usuario al momento de navegar por la web, en donde la mayoría respondió que se sintieron cómodos en la experiencia.

Finalmente, se les consultó al usuario sobre posibles recomendaciones de implementación que nos darían para poder mejorar la web. Dentro de estas recomendaciones nos mencionaron las siguientes:

- Me gustaría saber el contenido de cada curso.
- Desearía saber más información de los cursos, no solo el precio.
- Incrementar la promoción por paquetes de cursos
- Ejemplos que muestran cómo se utiliza el simulador de inversión
- Generar plataformas de contacto directo con inversionistas expertos
- Compartir tus certificaciones en páginas como LinkedIn
- Implementar sistema para la interacción con más usuarios y sistema de logros.
- Quizás agregar una sección de preguntas frecuentes
- Agreguen los tipos de suscripción en planes
- Que agreguen un contacto directo vía whatsapp o chat para ayudarme con un asesor

#### a. Malla Receptora

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El simulador de inversiones tuvo una alta aceptación</li> <li>- Los mini cursos virtuales resultaron interesantes para los usuarios</li> <li>- La certificación de los cursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencionaron que la paleta de colores deberían cambiar, ya que resulta poco atractiva</li> <li>- Sintieron que la página no era tan fluida y que la navegación no era óptima</li> </ul>

<p>también fue bien valorada por los usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los usuarios identificaron como “útil” a la página</li> <li>- La mayoría de los usuarios encuentran navegable la página web</li> <li>- Los usuarios identificaron mayoritariamente a la página como una página de educación financiera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El nombre de las categorías no siempre resaltan lo que contenían en su interior</li> <li>- El tamaño de las letras también resulta un poco disparejo, grandes títulos y letras pequeñas para el resto de la descripción</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Ideas nuevas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Habrá más promociones por paquetes de los cursos más demandados?</li> <li>- ¿Las certificaciones obtenidas se podrán compartir en LinkedIn o solo serán visibles a través de la web?</li> <li>- ¿Aplicarán diferentes medios de pago?</li> <li>- ¿Se incluirán diferentes tipos de planes de suscripción?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer visible el contenido de cada curso y no sólo el precio</li> <li>- Realizar ejemplos de cómo se realizan las inversiones en el simulador</li> <li>- Generar un espacio para contactarse con inversionistas directamente</li> <li>- La implementación de un sistema de logros</li> <li>- Generación de una comunidad de personas interesadas en la inversión</li> <li>- Implementación de preguntas frecuentes</li> <li>- Chat para comunicarse con un asesor de finanzas</li> </ul>

*Tabla N°1: Malla receptora N°1 Validación de Solución / Elaboración propia.*

### **b. Principales Hallazgos encontrados**

En cuanto a los principales hallazgos encontramos tenemos que las personas validaron el proyecto mencionando que les parece útil el sitio web, que en su mayoría se sintieron cómodos utilizando las funcionalidades y que valoran el hecho de que se haya incluido un simulador de inversiones. Además también nos hicieron saber sus críticas constructivas sobre el diseño y color de la página web así como también dudas sobre los precios o la membresía que se cobraría, si se incluiría un paquete promocional o qué niveles de suscripción existirían. De otra parte también se mostraron a favor de la inclusión de un canal de comunicación con inversionistas reales.

### **c. Interpretación de resultados**

Luego de haber obtenido la información antes presentada podemos decir que las personas se han mostrado interesadas por el precio de los paquetes de cursos pero también les importa mucho el contenido de los cursos que se dictarán, posiblemente un plan de curso o una demo de qué se aprenderá en cada curso, además también necesitan una comunicación más cercana con asesores e inversionistas para mejorar su experiencia con la página web.

#### **4. Aprendizajes y cambios realizados**

- En cuanto a los aprendizajes podemos ver que los usuarios necesitan de una persona o un asesor que los guíe en el proceso para poder realizar simulaciones, y manejar otras herramientas dentro de la web.
- Otro aprendizaje a resaltar, es que ellos necesitan que la plataforma muestre la descripción de los cursos de manera clara y que se generen nuevas promociones o paquetes de suscripción.
- También necesitan que se implementen herramientas que permitan interactuar con otros usuarios de la web para compartir ideas de inversión y sentir que son parte de una comunidad.
- Además, también se deberá incluir la opción de compartir las certificaciones en las diferentes redes sociales como LinkedIn para que se puedan incluir en los CV de los usuarios, así como incluir un sistema de logros para que los usuarios puedan medir sus conocimientos a través de la visualización de los cursos certificados.

#### **5. Sustentación de validaciones ( enlaces, audios, videos, imágenes)**

Encuesta en Google Forms: <https://forms.gle/sBFP61osMHJWLyXYA>

Nombre \*

Tu respuesta

Apellido \*

Tu respuesta

Edad \*

- 18 a 25
- 26 a 35
- 36 a 45
- 46 a 55

En base a la experiencia dentro de la página web esta es una... \*

- Web de capacitaciones para practicantes pre profesionales
- Web de educación financiera (finanzas personales, simulador de inversiones, entre otros)
- Web para organización universitaria

Te agradan los servicios incluidos (simulador de inversiones y mini cursos gratuitos) \*

- Si
- No

¿Qué tan navegable consideras la página web? \*

- 1    2    3    4    5
- Nada fácil de navegar                  Muy fácil de navegar

¿Qué tan útil consideras la página web? \*

1 2 3 4 5

Nada útil ○ ○ ○ ○ ○ Muy útil

¿Durante la prueba encontraste alguna dificultad? \*

- Tamaño de letra inadecuado
- Paleta de colores poco atractiva
- Mala distribución de información
- El nombre de las categorías no es específico
- Sensación de poca fluidez en la web
- N/A
- Otros: \_\_\_\_\_

¿Qué aspectos/servicios/categorías te gustaron más de la web? \*

- Simulador de inversión
- Mini cursos gratuitos
- Cursos de certificación
- Colores de la web
- Diseño y distribución de la web
- N/A
- Otros: \_\_\_\_\_

¿Cómo te sentiste al navegar por la web? \*

1 2 3 4 5

Incómodo ○ ○ ○ ○ ○ Cómodo

¿Te gustaría añadir alguna función o servicio en la web? Coméntanos: \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_



## 6) Validación del modelo de negocio

### 6.1 Validación de Canales

#### 6.1.1) Experimento N°1.

##### I) Objetivo del experimento

El objetivo del presente experimento se centrará en lograr identificar si uno de los canales propuestos en el Business Model Canvas (BMC) el cual fue la utilización de Redes Sociales (Instagram) serian viables y correctos de cara a ser un canal informativo mediante contenido adaptado y atención al cliente potencial para nuestra plataforma Envestor.

*Supuesto N°1: Los clientes objetivo de la marca consideran que el uso de redes sociales para comunicar e informarse acerca de la plataforma son canales adecuados y correctamente adaptados.*

*Supuesto N°2: Los clientes potenciales creen que el uso de redes sociales vinculados a temas financieros/consejos y que buscan ayudar a la población es un medio excelente para su alcance.*

##### II) Diseño y desarrollo

Con la intención de desarrollar un experimento que nos ayude a validar o desestimar los supuestos planteados respecto a los canales escogidos para nuestro modelo de negocio se creará una cuenta en redes sociales (Instagram) en la cual se publicaran una serie de posts con copys (texto) dedicado a despertar el interés y los niveles de interacción de nuestro contenido con nuestro target objetivo. Una vez se vaya publicando contenido que esté adaptado a los intereses de nuestro target e historias con encuestas flash que nos permitirán escuchar opiniones directas del público, procederemos a realizar un análisis cuantitativo de la métrica arrojada durante el periodo, tomando en cuenta los siguientes parámetros para medición.

- Cuentas alcanzadas (Account Reach)
- Cuentas con engagement (Accounts Engaged)
- Total de seguidores
- Engagements / Content Post Interactions / Likes / Comments / Shares

Utilizar estas métricas ofrecidas por la misma aplicación nos permitirá medir nuestra efectividad como Canal, para lograr entender si es un canal adecuado para informar y comunicarnos con nuestros potenciales clientes o si debemos buscar nuevas opciones.

**Tabla N°2: Bitácora de actividades para diseño, desarrollo y despliegue de contenido.**

Actividad	Tareas	Resultado
Diseñar las publicaciones para Instagram (RRSS)	Elección del programa	Publicación de contenido relevante y llamativo para las redes sociales.
	Elaboración de plantilla y colores corporativos	
	Diseñar el estilo de la marca corporativa	
	Escoger y diseñar posts a publicar (contenido)	
Publicación del contenido (posts e historias)	Elección de orden del feed	Consistencia de publicaciones durante el tiempo en el Instagram de la marca.
	Diseñar y elaborar el copy textual para cada publicación	
	Publicación del post	
	Compartir el Post en redes (IG Storie y Reels)	
Análisis de métrica resultante	Analizar las métricas según los parámetros detallados	Obtención de resultados y áreas de mejora en RRSS.
	Identificación de puntos fuertes/debiles en la plataforma	
	Validación de los supuestos planteados para el experimento	

*Fuente: Elaboración Propia, 2022.*

**Tabla N°3: Bitácora de actividades para diseño, desarrollo y despliegue de stories (Q&A)**

Actividad	Tareas	Resultado
Diseño de formato de historia para IG Stories	Elección del programa	Historia interactiva (Q&A) con preguntas de validación sencillas para el target objetivo
	Elaboración de plantilla y formato	
Publicación de historias (Q&A)	Elección de día/hora de publicación	Publicar la historia y recibir el feedback interactivo del target (seguidores)
	Compartir la historia diseñada en IG Stories.	
Análisis de los resultados obtenidos	Analizar cada respuesta entregada por los usuarios	Obtener resultados y feedback respecto al canal de RRSS.
	Identificar puntos positivos/negativos y áreas de mejora	

*Fuente: Elaboración Propia, 2022.*

### III) Resultados

## Malla Receptora de Información

Ideas Interesantes 	Criticas Constructivas 
Existe un interes del publico por publicaciones vinculadas a consejos/tips financieros.	Incremento de publicaciones en historias para tener mayor nivel de interacción con el publico (mas dispuesto)
Investor hace bien en estar presente en redes sociales de interes (El target objetivo navega estos medios y es captado con mayor facilidad)	Buscar variación de contenido (Posts, Reels, IGTV, Mini Podcasts y vincularlos con sorteos de cursos/sesiones).
La gran variedad de cursos y categorias a ofrecer permiten que se capte un publico segmentado y que busca mejorar su cultura financiera en distintos planos (empresariales, personales)	Anunciar (Display) en paginas relacionadas con busqueda de trabajo o relacionadas al crecimiento empresarial/profesional.
Preguntas nuevas 	Ideas Nuevas 
¿Que tipo de contenido y en que formato es el que mas interacción y curiosidad causa en el target objetivo?	Buscar la interacción constante con el target objetivo (ser parte de su día, con consejos y publicaciones mas optimizadas)
¿En que tipo de canales nos conviene tener mayor nivel de inversión para un retorno de trafico adecuado?	Utilizar la red social como medio de trafico derivado para nuestra web/app y que prueben el servicio de Envestor.
¿Cual de todas las redes sociales seria la mejor para llegar a nuestro publico objetivo?	Generación de contenido mas variado para continuar captando la atención del publico existente y nuevo.

Figura N°11: Malla receptora de Canales - Validación de Modelo de Negocio.

Una vez realizado el experimento y el análisis para las publicaciones de los posts en la red social de Instagram, siendo tanto posts de oferta, cómo de valor podemos concluir que son canales adecuados y inclusive podríamos llamarlos óptimos tanto para la entrega de información acerca de la plataforma de Envestor cómo para comunicarnos y mantener relaciones cercanas con los clientes.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes.

El alcance del Instagram de @Envestor alcanzó 73 cuentas de manera orgánica en el periodo del 8 de Abril al 20 de Abril, siendo 45 de ellas seguidores y 28 de ellas no, con un 77% de visibilidad para nuestros seguidores. Por otro lado respecto al contenido se publicaron 3 posts relacionados a Tips, Hacks y beneficios de ciertos aspectos financieros, cómo lo son la regla del 50/30/20 y además beneficios de conocimiento financiero generales, los cuales tuvieron la mayor tasa de respuesta, siendo casi el 76% de nuestra base de seguidores los cuales interactuaron en las publicaciones ya sea con comentarios

pidiendo información o validando la información entregada por Envestor. Quizá el punto con menor nivel de interacción sean nuestras historias que actualmente alcanzan únicamente un 30% de Interacción sobre el total de Viewers por lo cual hay que trabajar en optimizar y volver más atractivas las IG Stories y complementarlas con Reels.

Por otro lado hablando en términos más generales el contenido publicado durante ese rango de fechas nos aproxima 283 interacciones con nuestro contenido, sin segmentar seguidores o cuentas externas siendo detallados a mayor nivel en el siguiente cuadro:

**Métricas de nivel de Engagement y Interacciones.**

<b><u>Totalidad de Interacciones</u></b>	<i>283 Interacciones en promedio.</i>
<b><u>Likes o Me gusta</u></b>	<i>266 Likes a lo largo del Feed de IG de Envestor</i>
<b><u>Save o Guardados</u></b>	<i>6 posts guardados (Post visualización) Indicador de interés de visitar el contenido.</i>
<b><u>Shares o Compartir</u></b>	<i>6 posts compartidos/enviados por usuarios con sus amistades.</i>

*Tabla N°4: Resumen de métricas de Instagram*

**IV) Análisis**

Tras revisar las métricas propuestas en el diseño y desarrollo del experimento a mayor detalle, pudimos comprobar que la presencia de Envestor en redes sociales como parte de uno de los canales del modelo de negocio propuesto se valida, ya que no únicamente a nivel cuantitativo nuestros resultados son positivos, sino que el experimento llevado a cabo nos demuestra que gran parte de nuestro Público objetivo buscado se encuentra en la red, por lo cual podría ser un canal por el cual podamos visualizar un gran alcance a mayor escala.

Por otro lado también podemos entender que se validan los supuestos propuestos para el experimento, donde los usuarios con sus comportamientos demuestran que efectivamente el uso de redes sociales (Instagram) es un canal adecuado para la marca Envestor y que con contenido adaptativo a las preferencias puede ser muy interesante a futuro, permitiéndole generar niveles de interés al tema y consecuentemente tráfico orgánico y pagado que migraría a la web/app para disfrutar de la propuesta de valor y las suscripciones o cursos aislados certificados.

**V) Aprendizajes**

Luego de haber procesado tanto el diseño y desarrollo, los resultados obtenidos y finalmente un análisis, también sabemos que existen áreas de mejora, aprendizajes para buscar cambios a realizar, los cuales se considera son los siguientes.

- Publicación de casos aplicados a la vida real (Permitirá que el target conecte de mayor manera la recomendación financiera con un caso que haya vivido).
- Creación constante de contenido adaptado y variado en base a la respuesta de los seguidores para mantener activos y relevantes los canales digitales de Envestor.
- Existe mayor nivel de interacción mediante IG Stories y Reels (Amplificar el contenido a estos medios para mayores niveles de interacción)

## VI) Sustentación de la validación

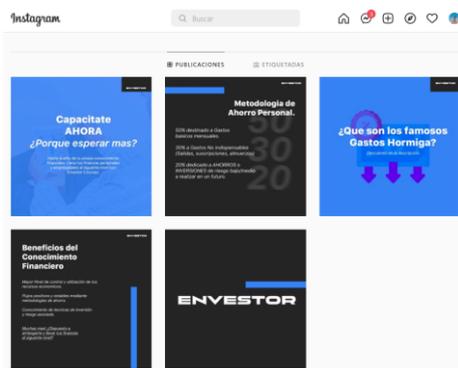


Figura N°12: Feed General de Redes Sociales de Instagram de Envestor.

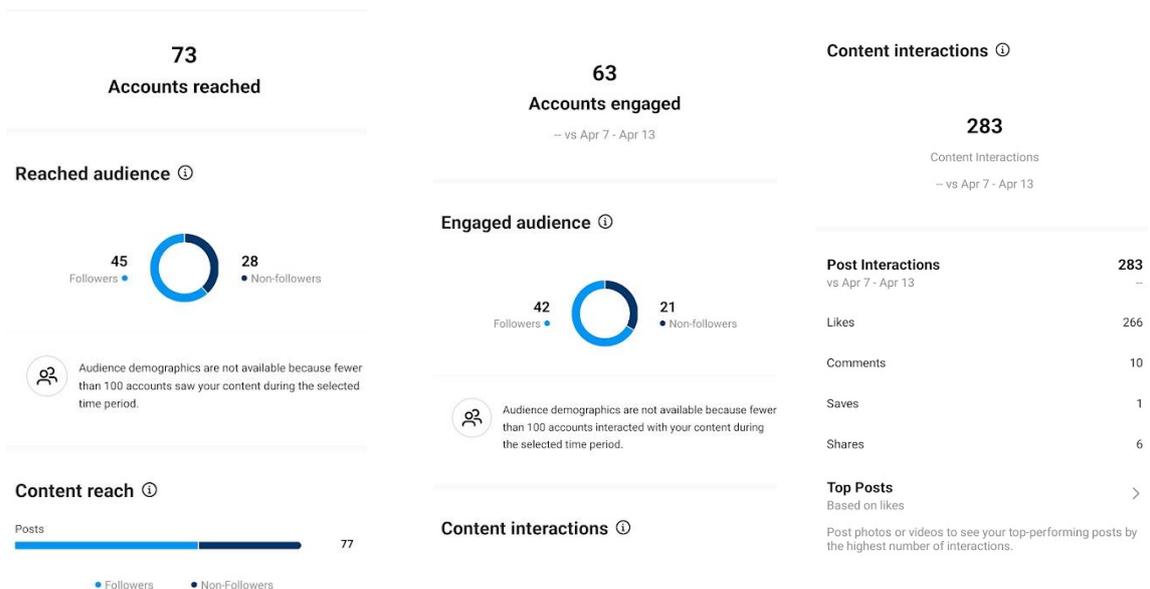


Figura N°13: Métricas de Alcance de contenido, cuentas y interacciones de Instagram

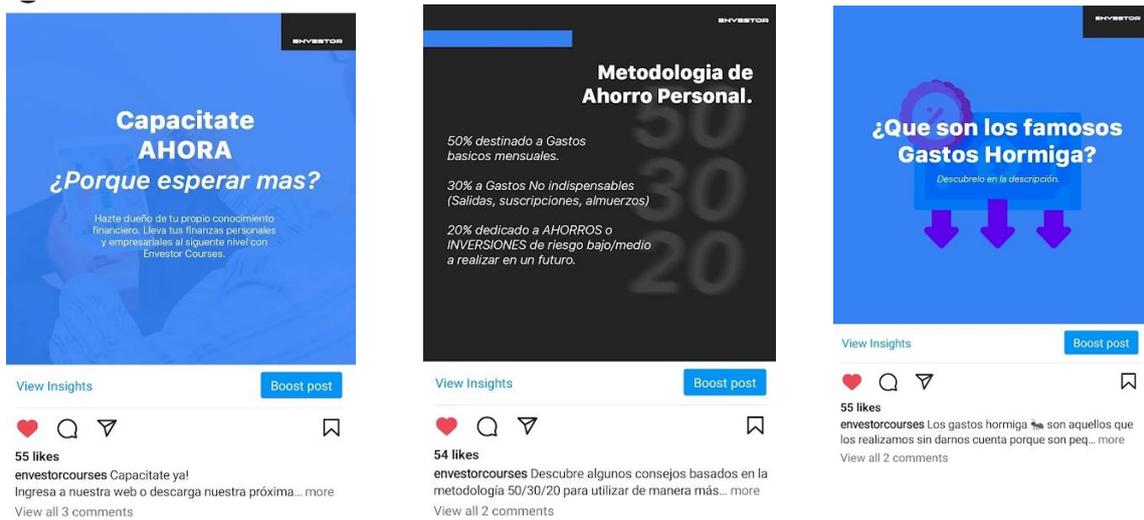


Figura N°14: Posts publicados con niveles de Interacción

## 6.1.2) Experimento N°2.

### I) Objetivo del experimento

El objetivo del presente experimento estará enfocado en validar si el canal de mensajería mediante Mail es el adecuado en nuestro modelo de negocio para llevar a cabo la resolución de consultas y atención al cliente de Envestor, tanto relacionado a los procedimientos, modelos de suscripción así cómo de adquisición / post venta.

**Supuesto N°1:** *Los clientes consideran que el canal de correo electrónico es el adecuado para atender dudas/consultas y en general manejar la atención al cliente de la plataforma Envestor.*

**Supuesto N°2:** *El target objetivo se encuentra cómodo consultando y recibiendo información de atención al cliente mediante este medio digital.*

### II) Diseño y desarrollo

Teniendo la intención de desarrollar un segundo experimento que nos ayude a determinar o desestimar los supuestos planteados respecto al principal canal escogido para la atención del cliente está centrado en una entrevista a dos usuarios potenciales de lo que sería nuestra Plataforma de cursos financieros Envestor, para esto primero definiremos quien calza dentro del target objetivo, presentaremos su información junto con un formato de cuadro de diálogo donde preparemos una serie de preguntas cortas que nos permitan determinar si el consumidor se siente a gusto con el canal propuesto en nuestro modelo de negocio.

Tabla N°5: Bitácora de actividades para la validación de Mail cómo Canal (BMC)

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a usuario	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un usuario relevante perteneciente al Target	
Realización de entrevista de validación	Entrevistar al usuario	Obtención de resultados para análisis de validación del canal propuesto.
	Revisión de la grabación y desglose de información	
	Análisis de respuestas de preguntas seleccionadas	
Investigación complementaria de fuentes externas.	Lectura de nuevas fuentes con información extra	Comparar la viabilidad de nuestra propuesta de canal contra otras opciones disponibles.
	Analizar otras posibles vías de alternativa	

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

***Formato de cuadro de diálogo:***

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que esta relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

- 1) ¿Cuál consideras el canal/medio ideal para atender al cliente en dudas de la plataforma?
- 2) Utilizarías el mail para presentar quejas/dudas respecto a una plataforma?
- 3) Del 1 al 5 siendo la 5 la más alta puntuación ¿Que tan cómodo es usar mail para comunicar tus dudas/quejas al servicio de cliente?
- 4) Consideras el mail cómo la vía más adecuada para resolver quejas o tienes alguna opción distinta que contemplas?

**III) Resultados**

Ideas Interesantes 	Criticas Constructivas 
<p>El uso de mail para manejar atención al cliente de la plataforma permite tener una trazabilidad de evidencia.</p> <p>Es un medio tradicional, que funciona y que no tiene un proceso de educación o aprendizaje para el target objetivo.</p> <p>Puede automatizarse mediante programas de CRM lo que permite un mejor manejo de la base de clientes.</p>	<p>Podria mejorarse el diseño de las plantillas de recepción del mensaje de Investor.</p> <p>Buscar que el contenido del mensaje (copy) sea un poco mas cercano pero sin perder la seriedad del tema a tratar.</p>
Preguntas nuevas 	Ideas Nuevas 
<p>¿Que tanto conviene utilizar el mail automatizado como una opción de atención al cliente?</p> <p>¿Cual es el nivel de aceptación de uso de mail para preguntas/quejas frente a un buzón insertado en la web/app?</p>	<p>Utilizar los mails como medios para promocionar eventos, sale moments, o cursos/seminarios especiales que puedan generar interes.</p> <p>Implementación de chat-bot que resuelva dudas mas comunes/frecuentes categorizadas en base a historico de mails.</p>

### Malla Receptora de Información

Figura N°15: Malla receptora N°2 de Canales - Validación del Modelo de Negocio

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

Una vez definidos los usuarios, a ver probado un testing mail para que entiendan el funcionamiento, se realizaron las entrevistas a los dos usuarios pertenecientes al target objetivo de la marca, podemos extraer los resultados obtenidos. Para este caso podemos mencionar que los supuestos propuestos y el canal propuesto para el modelo de negocio se validan. En términos generales los usuarios consideran que el canal ideal para la atención ante cualquier duda o queja que ocurra con la plataforma debe ser vía e-mail, sin embargo recomienda un botón pop-up que facilite los pasos para enviar el correo. Por otro lado en una escala (1-5) siendo 5 el más positivo, se califica con 4 y 5 respectivamente la utilización del mail para comunicar sus malestares o dudas respecto a Investor, Los usuarios menciona que no sería un 5 en su totalidad porque percibe el mail cómo una herramienta “funcional pero anticuada” y finalmente se habló de una posible alternativa y ambos usuarios encontraron un punto en común con traer cómo canal al medio Whatsapp cómo otra vía que podría ser funcional ya que gran parte de la población utiliza esta herramienta durante su día a día, sin embargo se considera un poco más informal por lo cual cree que el mail sería la más pertinente para un trato de atención al cliente.

#### **IV) Análisis**

Tomando en cuenta los resultados obtenidos podemos proceder a analizarlos y obtener algunas conclusiones concretas.

Por un primer detalle podemos definir que sin duda el correo electrónico (mail) es una vía 100% conocida a nivel global y que nuestro target conoce, por lo cual existe una ventaja de no tener que pasar por un proceso de enseñanza y lo vuelve un canal eficiente y el cual si es manejado de manera correcta siendo automatizado para ciertas atenciones y a la par con control humano para una mejor cercanía con la atención al cliente.

Por otro lado se puede notar que existe cierta “desmotivación” si para enviar un correo tienen los clientes que buscar el correo, abrir la aplicación y enviar su duda/queja por lo cual es mucho más efectivo si se emplea un sistema pop-up insertado para que permita presionarlo y ahorrarle esos pasos al cliente y que pueda utilizar el medio de mail electrónico de manera mucho más rápida y eficiente.

Finalmente podemos mencionar que existen otras vías posibles para ser implementadas en un futuro cómo lo es Whatsapp que es por la cual los usuarios se decantan y creen es más conveniente, pues representa una actividad diaria su revisión y puede ser un canal de gran llegada y con el cual se mantenga y creen buenas relaciones con los clientes potenciales y reales de la plataforma Investor.

#### **V) Aprendizajes**

Luego de haber procesado tanto el diseño y desarrollo, los resultados obtenidos y finalmente un análisis del experimento, también sabemos que existen áreas de mejora, aprendizajes para buscar cambios a realizar, los cuales se considera son los siguientes.

- Implementación de botón Pop-Up para redirección de envío de email (Generar sencillez en el proceso del cliente)
- Buscar nueva implementación de canales anexados (Whatsapp) al principal (Mail) pero dedicarlos a temas exclusivos para que exista una claridad de procesos.
- Utilizar ocasionalmente el mailing para enviar promociones o eventos especiales de Investor que sean de alto interés segmentado por perfiles.

#### **VI) Sustentación de la validación (Enlaces)**

**Entrevista N°1:** <https://youtu.be/GnwWvJ7jjA>

**Usuario:** Ariana Sanes.

**Entrevista N°2:** <https://youtu.be/kCTrrT568ps>

**Usuario:** Valeria Pomalaya.

## **6.2 Validación de Recursos Clave**

### **6.2.1) Experimento N°1.**

El objetivo del siguiente experimento se basa en la validación de la funcionalidad de la plataforma web, la cual se comprobará el desarrollo correcto del servicio a ofrecer para personas que necesiten manejar sus finanzas personales u el negocio de estas. Por lo cual, se plantearon los siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** *Los servicios que los clientes les gustaría ver en la página web son: Finanzas básicas, ¿Dónde invertir mi dinero? y Criptomonedas.*

**Supuesto N°2:** *La página web se considera como el recurso clave más importante para comunicar los servicios y generar una base de datos de clientes de Envestor*

## **II) Diseño y desarrollo**

Se diseñó la página web mediante la plataforma Wix, la cual cuenta con un servicio gratuito para la elaboración de plataformas web con un dominio propio. En la página se puede mostrar una breve presentación de nuestro servicio, así mismo todos los servicios que ofrecemos y también una sección la cual nos permite contactarnos con el usuario, información tal como nombre, apellidos, email y teléfono. Finalmente, hay una opción en la que el cliente puede enviarnos un mensaje indicando que servicio desea o alguna inquietud que tenga.

**Tabla 6. Bitácora de actividades validación de recursos clave del modelo de negocio**

Actividad	Tarea	Resultado
Recopilación de información de los posibles clientes, verificar la correcta funcionalidad del sitio web y retroalimentación y consejos de nuestro publico objetivo	Rediseñar el landing page con la información de los servicio que se brinda, atributos de la propuesta de valor, referencias acerca de las personas que dictaran estos servicios, entre otros	En el nuevo landing page se coloco un inicio el cual explica detalladamente acerca de nuestro principal objetivo como empresa y los servicios que se brinda al usuario. Por otro lado, una sección de registro el cual sera corto para así contactar a los posibles clientes interesados
	Autenticar y comprobar el interes de los clientes registrados en el landing page	Se hallaron 20 usuarios los cuales estaban interesados en tomar algunas lecciones de nuestro servicio. Nos brindaron su informacion mediante el lading page. Esta información nos contribuirá a realizar el contacto con ellos y generar una retroalimentación acerca de la plataforma web y precisar mas nuestra propuesta de valor

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

### III) Resultados

#### Malla Receptora de Información

Ideas Interesante 	Criticas constructivas 
La creación de una pagina web no quiere de una grande inversión	Actualizar la plataforma de acuerdo a las opiniones de los usuarios
La plataforma cumple con las funciones basicas de servicio pre venta, post venta y reserva de servicio	Mejorar el contenido de la web mediante imagenes y videos atractivos o formularios
La variedad de servicios acerca de las finanzas es indispensable para Envestor	Agregar mas categorias de dinero digital
Preguntas nuevas 	Ideas nuevas 
¿Sera viable tercerizar los servicios que ofrecemos?	Implementar Envestor en tiendas virtuales para aplicativos moviles
¿Cuál de todos los servicio captará mas la atención a los usuarios?	Utilizar hiperenlaces para dar a conocer la plataforma
¿Sera necesario contratar un progamador de paginas web?	Contar con un equipo de expertos en diseño web

Figura N°16: Malla receptora N°3 de Recursos clave - Validación del Modelo de Negocio

Fuente: Elaboración Propia, 2022

Una vez lanzada la plataforma web de Envestor, dimos a conocer los servicios que ofreceremos al público. Lo cual se brindarán cursos que te pueden ayudar si eres una persona que cuenta con un emprendimiento como "Mis finanzas personales" y "Mi

negocio", así mismo si quisieras adquirir conocimientos avanzados en finanzas lo cual tenemos cursos tales como "Finanzas básicas", "Ratios financieros", "Indicadores de rentabilidad", "Evaluación de situación financiera", entre otros. Por último, si eres una persona que le gusta invertir tenemos cursos como "¿Como invertir en la bolsa de valores?", "Las acciones ¿Que son y cómo utilizarlas" y "Criptomonedas". Mencionado los cursos más importantes que tenemos, se lanzó la página web, la cual obtuvimos una respuesta de 20 usuarios los cuales nos brindaron sus nombres, apellidos y correo electrónico, por lo que nos mencionaron los cursos que desean obtener, por otro lado, observaron y dieron algunos feedbacks para nuestra idea de negocio. Entre ellas, recomendaciones como darle mas contenido a la página como videos explicando de lo que trataran los cursos, imágenes que sean más atractivas para el público y formularios más detallados que ayuden a que haya mas vínculo entre la empresa y el usuario, también comentarios como que exista más cursos con lo último que enseña, como cursos relacionados más a la monedas digitales, a cómo usarlas y cómo conseguirlas. En definitiva, podemos indicar que la página web tiene una gran funcionalidad y que tuvo una aceptación por parte los usuarios, así mismo, se mejorará respecto a las recomendaciones de los clientes para así poder tener un gran posicionamiento en el mercado.

#### **IV) Análisis**

Respecto al análisis, se puede indicar que la actividad de la creación de una plataforma web no quiere de una gran inversión monetaria, más no de tiempo. Por lo que, contando con un servicio el cual es gratuito como Wix, se puede alcanzar interactuar con los usuarios que deseen adquirir nuestros servicios de la idea de negocio que hemos propuesto. Por otro lado, la página web cumple con las capacidades fundamentales de vínculo entre el usuario y nosotros, las cuales son los servicios pre venta y post venta y reserva de servicio. Por último, el servicio que nos ofrece Wix, tiene como atributo un generador de base de datos de clientes, por lo cual nos permite realizar estrategias de marketing con los "leads" captados.

#### **V) Aprendizajes**

Al contar con una nueva plataforma web llamada Envestor, se obtuvo una aceptación considerable en el inicio de su creación, lo cual se tomaron los siguientes aprendizajes a tomar en cuenta en los próximos cambios de la misma:

- Invertir en un dominio propio para obtener más beneficios y pueda relucir la idea de negocio
- Actualizar la plataforma web acorde a las recomendaciones de los nuevos usuarios
- Implementar Envestor en los aplicativos móviles, es decir, tiendas virtuales como App Store y Google Play.

- Contar con un equipo de programadores de diseño web que nos puedan instruir en la web, generando confianza y calidad de servicio
- Incorporar cursos acerca de las monedas digitales, tales como bitcoins, euro digital, stablecoins, entre otras.
- Utilizar las otras redes sociales de Envestor para llegar a un mayor alcance mediante hiperenlaces

## VI) Sustentación de la validación (Enlaces)



Figura N°17: Página de inicio Landing Page de Envestor

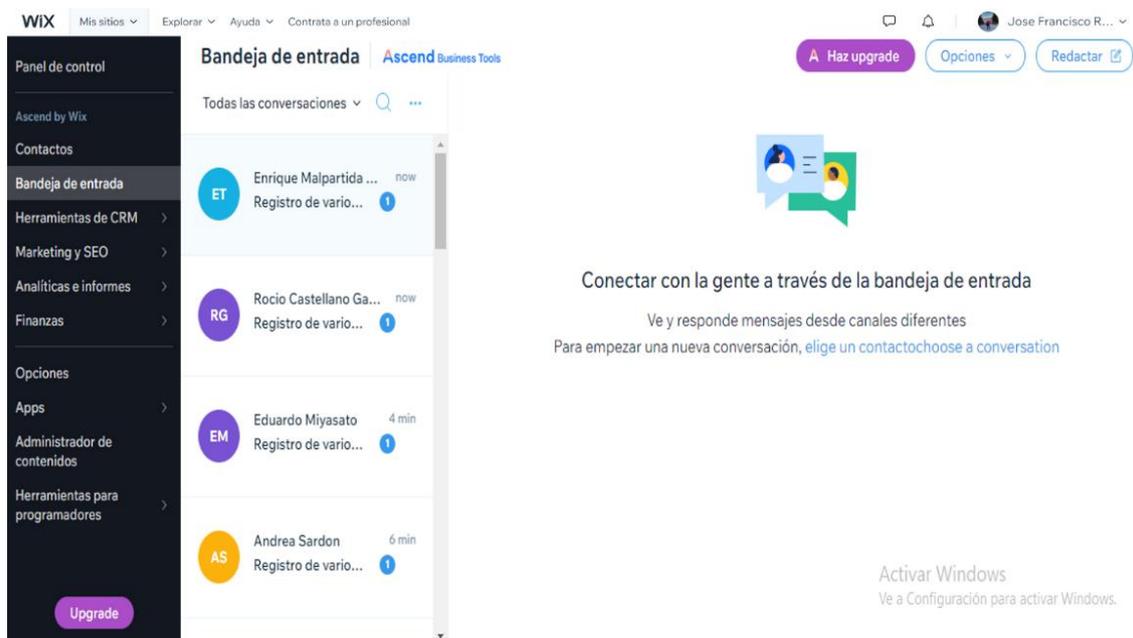


Figura 18. Base de datos con información recopilada de la Landing Page de Envestor

## 6.2.2) Experimento N°2.

### I) Objetivo del experimento

Como segundo experimento, este tiene la finalidad de validar si se tiene los medios necesarios que permiten la sostenibilidad de poder implementar la plataforma web. Además, de la confección y poder llevarla a cabo de manera eficiente. De esta forma, que ingrese al mercado con un valor agregado y brindando un servicio de calidad mediante recomendaciones de expertos en el rubro de creación de plataformas web

**Supuesto N°1:** *El experto entrevistado indica que la operatividad de la plataforma se alinea con la forma en que se ofrece el servicio*

**Supuesto N°2:** *Envestor es un concepto de negocio agradable para los programadores de plataforma web*

### II) Diseño y desarrollo

En relación al segundo experimento que nos ayudará a comprobar los supuestos propuestos respecto a la nueva plataforma web, se llevó a cabo una entrevista con un desarrollador web que lleva alrededor de 15 años de experiencia en el rubro de programación, crecimiento e ejecución de negocios sostenibles en el ámbito virtual, quien nos dio diversos alcances acerca de los primeros avances que se realizan en nuestro proyecto desde el punto de vista de programación. En dicha entrevista se enseñó los servicios ofrecidos por Envestor de la página web. Por último, el experto luego de revisar el primer prototipo de página nos dio un feedback en general acerca de la plataforma, además mencionó sería más viable tener un equipo de profesionales que respalden esta nueva de idea de negocio.

**Tabla N°7: Bitácora de actividades validación de recursos clave del modelo de negocio**

Actividad	Tarea	Resultado
	Contactar a un programador web	Desarrollador web con 15 años de experiencia en el rubro. Además, fundador de empresas de marketing digital como REVIV Global y FireFish
Enseñar la nueva plataforma y tomar en cuenta las nuevas sugerencias del programador de web	Compilar información acerca de programación, desarrollo de bases de datos, software y hardware	Consolidar nuestro recursos claves para poder implementar y responder nuestras hipótesis

*Fuente: Elaboración Propia, 2022*

**Formato de cuadro de diálogo:**

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

1. ¿Como conceptuarías la experiencia del usuario en nuestra plataforma?
2. ¿Utilizarías la página web para adquirir nuestros servicios?
3. ¿Consideras necesario contar con un dominio propio?
4. ¿Deberíamos contar con un equipo especializado en diseño web?
5. ¿Podrías mencionarnos algunos ajustes que deberíamos hacerle a la plataforma?

**III) Resultados**

**Malla Receptora de Información**

Ideas Interesante 	Criticas constructivas 
Contar con una plataforma web atractiva contribuye a una excelente imagen empresarial	Mejorar la tipografía de la pagina
Tener un dominio propio beneficiará ampliando el almacenamiento de base de datos	Incluir mas información acerca de los servicios ofrecidos
Llevar a cabo actualizaciones constantes en la plataforma para mejorar la experiencia del usuario	
Preguntas nuevas 	Ideas nuevas 
¿Cada cuanto tiempo se deberia actualizar la plataforma virtual?	Implementar una paleta de colores para la web
¿La experiencia de usuario que ofrecemos es la indicada para los usuarios?	Agregar la opción de poder calificar los servicios mediante estrellas

*Figura N°19: Malla receptora N°4 de Recursos clave - Validación del Modelo de Negocio*

*Fuente: Elaboración Propia, 2022*

Contando con la nueva página web y a ver realizado pruebas con usuarios anteriormente, se realizó la entrevista a un experto en programación de web para que nos pueda dar una confirmación de que la plataforma se encuentra en óptimas condiciones. Por lo que, se puede indicar que las hipótesis planteadas del modelo de negocio se validan. Teniendo en cuenta el criterio de un profesional en el ámbito de programación y diseño de web podemos mencionar que la página cumple con nuestros objetivos propuestos. Cabe mencionar, que a medida que pase el tiempo el proyecto tomará un rumbo más profesional, es así que el experto nos sugiere algunos cambios en la red. Como contar con un dominio propio, para que podamos brindar un servicio de calidad con nuevos beneficios que esta herramienta nos da. Por otro lado, implementaremos una paleta de colores, la cual nos servirá para que la página tenga más armonía y se vea más atractiva para los usuarios. Finalmente, tener un equipo profesional de programación que avale todo tipo de cambio en el cual sea beneficioso para la empresa y así mismo poder implementar nuevas estrategias las cuales ayuden al crecimiento del proyecto.

#### **IV) Análisis**

En relación al análisis, se puede acotar que se requerirá un equipo multidisciplinario de programadores con trayectoria, debido a que actualmente el mercado peruano de este rubro se encuentra en crecimiento y también contando de que el idioma de programación es variado. Además, se sugiere laborar con dark lenguaje de programación open source

que es implementado por la plataforma Google, es preciso señalar que este método es usualmente empleado en rótulo de páginas web en el país. Por otro lado, Envestor debe contar con una experiencia de usuario de calidad, es por eso que se debe reestructurar la plataforma. Luego, desarrollarla mediante Wix o en un Wordpress por la estructura correcta para la personalización, la que autoriza la implementación de la pasarela de pago la cual brindará una conexión segura entre nosotros y los usuarios. Finalmente, la idea de negocio necesitará de un servidor virtual privado para hacer posible la implementación del software que permitirá una entrada a los usuarios y que nos dará un acceso de modificación para poder cambiará respecto a nuestras necesidades. Encima se realizará la gestión del dominio y mensualmente un mantenimiento recurriendo a los programadores. Conforme a lo mencionado, se tiene que resaltar lo importante que es un equipo de programadores para la ejecución del proyecto y que esta implica un seguimiento constante.

## **V) Aprendizajes**

Considerando los resultados obtenidos del experimento, podemos concluir que debemos mejorar en algunos puntos de la creación de la plataforma para poder brindar la mejor calidad posible a los usuarios, a continuación los cambios a realizar respecto a los aprendizajes aprendidos:

- Contratar un equipo profesional el cual nos oriente a tener más en claro nuestros objetivos y así mismo nos ayuden en los diseños y las estrategias de la plataforma
- Debemos tener en cuenta las últimas tendencias ya que nos ayudará a actualizar la página constantemente y que se paralice esta.
- Priorizar la calidad de los servicios al momento de brindar los cursos mediante la página web
- Implementar los curriculums de los profesionales con los que trabajaremos ya transmitirá confianza a los usuarios en la web

## **VI) Sustentación de la validación**

- Video de la entrevista a Alberto Rosado (Programador Web)  
[https://www.youtube.com/watch?v=CwU\\_huy\\_LkA](https://www.youtube.com/watch?v=CwU_huy_LkA)
- Entrevista a Alberto Rosado (Programador Web)

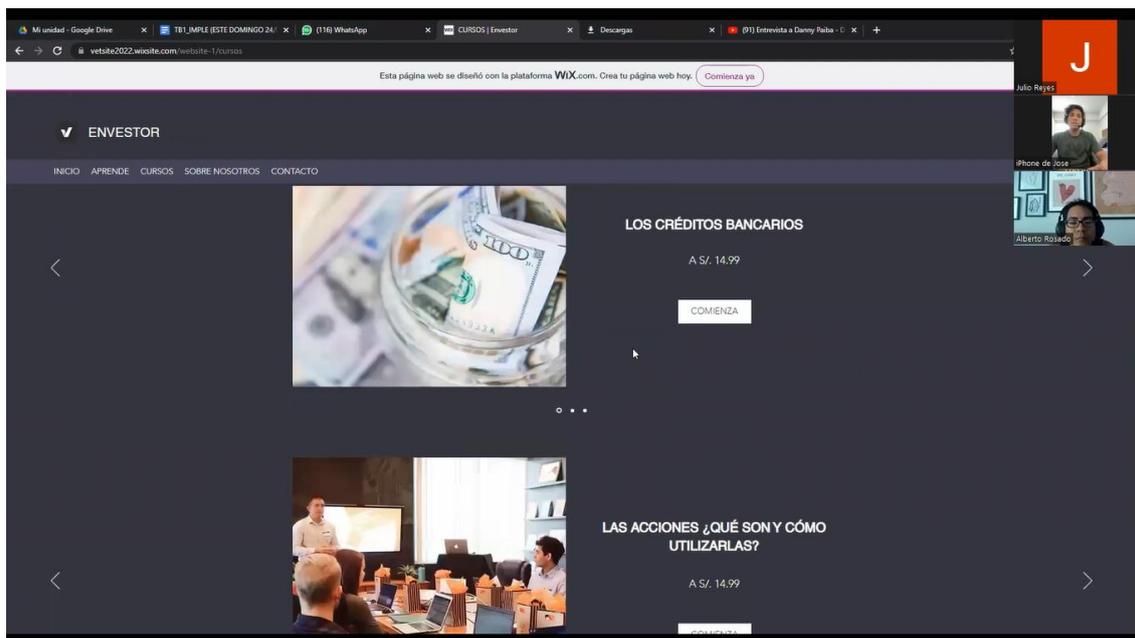


Figura N° 20. Entrevista con Alberto Rosado Desarrollador Web.

## 6.3 Validación de Socios Clave

### 6.3.1) Experimento N°1.

#### I) Objetivo del experimento

El objetivo del siguiente experimento se enfocará en capturar la percepción, el interés y la conveniencia por parte de un trabajador de una entidad bancaria en fomentar e impulsar los conocimientos financieros básicos que toda persona debería conocer para poder manejar correctamente sus inversiones y finanzas personales. Para lo cual se formularon los siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** *Los trabajadores del banco consideran que las plataformas virtuales son prácticas y funcionales para enseñar e impulsar los conocimientos de la población.*

**Supuesto N°2:** *Los trabajadores del banco creen que el uso de las plataformas virtuales vinculadas a temas y cursos financieros que busquen fomentar e impulsar los conocimientos de la población es un medio eficiente.*

#### II) Diseño y desarrollo

**Tabla N°8: Bitácora de actividades para diseño y desarrollo de entrevista de Socios Clave**

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a socio clave	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un socio clave	
Realización de entrevista de validación	Entrevistar al socio clave	Obtención de resultados para análisis de validación de los socios claves.
	Revisión de la grabación y desglose de información	
Análisis de los resultados obtenidos	Analizar las respuesta entregada por el entrevistado	Obtener resultados y feedback respecto a los socios claves.
	Identificar los puntos de mejora	

*Fuente: Elaboración Propia, 2022.*

**Formato de cuadro de diálogo:**

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

- 1) ¿Alguna vez ha utilizado alguna plataforma virtual de cursos?
- 2) ¿Considera que las plataformas virtuales cumplen con el rol de enseñanza esperado?
- 3) ¿Considera que el empleo de esta plataforma, cumpla el objetivo de brindar información para obtener conocimientos de finanzas?
- 4) ¿Considera que la dinámica de la página que se busca emplear con el cliente objetivo resulte efectiva?
- 5) ¿Considera que el contenido de la plataforma es suficiente para que las personas puedan tener los conocimientos básicos?; si no es así, ¿Qué otros cursos o temas incluiría en la plataforma?
- 6) En base a su apreciación, ¿Qué puntos de mejora considera pertinente tener en cuenta?

**III) Resultados**

**Malla Receptora de Información**

Ideas Interesantes 	Criticas Constructivas 
<p>Plataforma muy interactiva con una facil navegacion</p> <p>Cursos de finanzas personales que te introducen al mundo de la inversion, con propuestas muy interesantes</p>	<p>Tomar como ejemplo las plataformas de suscripciones mensuales que brindand certificados</p> <p>Considera que si es posible cumplir con el objetivo de conoimientos basicos de finanzas y es bueno mantener la informacion de las finanzas actualizada, esto debido a su constante avance.</p>
Preguntas nuevas 	Ideas Nuevas 
<p>¿Que cursos podrian ser agregados a la lista que ofrecemos?</p> <p>¿Que clase de simuladores podrian ser los mas adecuados para nuestra plataforma?</p>	<p>Podrian incorporarse cursos de finanzas empresariales. Enfocado en mypes</p> <p>Buscar incluir la simulacion con cursos que brinde un sistemas de bonificacion y motivacion a los que obtengan los puntajes mas altos en las simulaciones.</p>

#### IV) Análisis

Mediante la entrevista al analista de planeamiento financiero Roberto Noguera, se pudo obtener una perspectiva amplia en las oportunidades de desarrollar cursos enfocados en el mundo empresarial, precisamente en las mypes, las cuales pueden utilizar nuestra plataforma como una herramienta de constante capacitación y certificación a sus trabajadores. Con el objetivo de nutrirlos de educación financiera.

Además, se obtuvo respuestas positivas sobre la interactividad de la plataforma y su efectividad en poder brindar una buena propuesta de cursos introductorios. Nos resaltó que el desempeño de cada alumno depende mucho de su disposición de aprender, pero con estos cursos consideraría una buena base introductoria y que en un futuro se debería considerar cursos más especializados.

Finalmente se pudo validar que el socio clave, si considera que ambos supuestos de la investigación son acertados y se cumplen con nuestra propuesta

#### V) Aprendizajes

Luego de haber procesado tanto el diseño y desarrollo, los resultados obtenidos y finalmente un análisis, también sabemos que existen áreas de mejora, aprendizajes para buscar cambios a realizar, los cuales se considera son los siguientes:

- La inclusión de cursos de finanzas empresariales, enfocado en las mypes que busquen capacitar y mantener actualizados de las últimas tendencias y conocimientos empresariales a sus trabajadores.
- Incluir un sistema de bonificación por puntajes destacados en los simuladores y que estos cuenten con un sistema de certificación por los conocimientos adquiridos en el transcurso de la materia.
- Cursos con enfoques más especializados.

## VI) Sustentación de la validación

Video de Interacción de la Página Web:

<https://drive.google.com/file/d/1KiYBO3ddCJIGB3P3MX1LbWOb8rPagPNG/view?usp=sharing>

Entrevista Roberto Noguera:

[https://drive.google.com/file/d/1IcqeahxYPjrd1Ve\\_HyxdZZkpgZWFoQIN/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1IcqeahxYPjrd1Ve_HyxdZZkpgZWFoQIN/view?usp=sharing)

### 6.4.1) Experimento N°2.

#### I) Objetivo del experimento

El objetivo del siguiente experimento se enfocará en capturar la percepción, el interés y la conveniencia por parte de un trabajador de la SUNAT en fomentar e impulsar los conocimientos financieros básicos que toda persona debería conocer para poder manejar correctamente sus inversiones o finanzas personales. Para lo cual se formularon los siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** *El trabajador de la SUNAT considera que las plataformas virtuales son prácticas y funcionales para enseñar e impulsar los conocimientos de la población.*

**Supuesto N°2:** *El trabajador de la SUNAT cree que el uso de las plataformas virtuales vinculadas a temas y cursos financieros que busquen fomentar e impulsar los conocimientos de la población es un medio eficiente.*

#### II) Diseño y desarrollo

**Tabla N\*9 Bitácora de actividades N°2 para diseño, desarrollo de entrevista de Socios Clave**

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a socio clave	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un socio clave	
Realización de entrevista de validación	Realizar una encuesta al socio clave	Obtención de resultados para análisis de validación de los socios claves.
	Revisión de las respuestas y desglose de información	
Análisis de los resultados obtenidos	Analizar las respuesta entregada por el entrevistado	Obtener resultados y feedback respecto a los socios claves.
	Identificar los puntos de mejora	

*Fuente: Elaboración Propia, 2022.*

***Formato de Encuesta:***

- 1) ¿Alguna vez ha utilizado alguna plataforma virtual de cursos?
- 2) ¿Considera que las plataformas virtuales cumplen con el rol de enseñanza esperado?
- 3) ¿Considera que el empleo de esta plataforma, cumpla el objetivo de brindar información para obtener conocimientos de finanzas?
- 4) ¿Considera que la dinámica de la página que se busca emplear con el cliente objetivo resulte efectiva?
- 5) ¿Considera que el contenido de la plataforma es suficiente para que las personas puedan tener los conocimientos básicos?; si no es así, ¿Qué otros cursos o temas incluiría en la plataforma?
- 6) En base a su apreciación, ¿Qué puntos de mejora considera pertinente tener en cuenta? cuenta?

**III) Resultados**

**Malla Receptora de Información**

Ideas Interesantes 	Criticas Constructivas 
<p>Plataforma con una facil navegacion e interaccion del usuario. Cuenta con una estructura sencilla y llamativa</p>	<p>Considera que si es un medio eficiente para educarse, siempre y cuando se maneje una buena comunicaion con el target para poder llegar a ellos de la manera adecuada.</p>
Preguntas nuevas 	Ideas Nuevas 
<p>¿Que cursos podrian ser agregados y aprovechados por los trabajadores de la sunat?</p> <p>¿Que diferenciador tendriamos de las plataformas de enseñanza online?</p>	<p>Podrian incorporarse cursos tributarios. Enfocado en los trabajadores de las mypes</p> <p>Contar con certificaciones en cada unon de nuestros cursos</p>

#### IV) Análisis

Para el presente experimento se realizó una encuesta y llamada con Jimmy Fernandez, el cual se desempeña como profesional en la Oficina de Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero de la Sunat. Mi función es atender las quejas y sugerencias de los contribuyentes, tratando de dar solución a problemas originados por la Sunat, identificando posibilidades de mejora del servicio brindado a los contribuyentes.

Pudimos obtener un feedback muy valioso, dentro de estos puntos el más relevante, implementar cursos o el mismo simulador para procesos que tengan que hacer las mypes con la Sunat. Donde se busque enseñar como hacerlos de manera correcta y con el simulador poder llevarlo a la práctica y presentar los posibles errores que afronte el usuario. En todo momento, mostró su buena perspectiva ante el dinamismo y facilidad de interactuar en la plataforma.

Finalmente se pudo validar que el socio clave, si considera que ambos supuestos de la investigación son acertados y se cumplen con nuestra propuesta .

#### V) Aprendizajes

Luego de haber procesado tanto el diseño y desarrollo, los resultados obtenidos y finalmente un análisis, también sabemos que existen áreas de mejora, aprendizajes para buscar cambios a realizar, los cuales se considera son los siguientes:

- Que los cursos brindados tengan la capacidad de brindar certificados.
- Inclusión de cursos especializados en posibles trámites puedan ser requeridas las mypes y aplicar el simulador como una prueba de fuego.
- La posibilidad de vincularse con los diferentes órganos del estado y que estos incentiven la constante capacitación de sus empleados en nuestra plataforma.

## VI) Sustentación de la validación

Video de Interacción de la Página Web:

<https://drive.google.com/file/d/1KiYBO3ddCJIGB3P3MX1LbWOb8rPagPNG/view?usp=sharing>

Nombre y Apellido

1 respuesta

Jimmy Fernandez

Posición que ocupa actualmente

1 respuesta

Trabajo como profesional en la Oficina de Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero de la Sunat. Mi función es atender las quejas y sugerencias de los contribuyentes, tratando de dar solución a problemas originados por la Sunat, identificando posibilidades de mejora del servicio brindado a los contribuyentes.

¿Alguna vez ha utilizado alguna plataforma virtual de cursos?

1 respuesta

Sí he utilizado en la Sunat la plataforma virtual para diversos cursos de capacitación de todo tipo (tributarios, seguridad y salud, herramientas informáticas, etc.).

¿Considera que las plataformas virtuales cumplen con el rol de enseñanza esperado?

1 respuesta

Sí. Son muy útiles y dinámicas. Permiten capacitarse a cualquier hora y desde cualquier lugar.

¿Considera que el empleo de esta plataforma, cumpla el objetivo de brindar información para obtener conocimientos de finanzas?

1 respuesta

Sí, considero que sí y lo digo por experiencia propia. Los cursos que he podido llevar en este tipo de plataformas, han cumplido con brindarme el contenido del curso de manera dinámica y efectiva.

¿Considera que la dinámica de la página que se busca emplear con el cliente objetivo resulte efectiva?

1 respuesta

Sí, la página es muy agradable y tiene una estructura sencilla y llamativa. Sería bueno, el considerar un mayor rango de cursos y que estos tengan una certificación.

¿Considera que el contenido de la plataforma es suficiente para que las personas puedan tener los conocimientos básicos?; si no es así, ¿Qué otros cursos o temas incluiría en la plataforma?

1 respuesta

No sabría elaborar un esquema de cursos que permitan un nivel básico de capacitación financiera. Pero los cursos propuestos me parecieron muy interesantes para el público no especializado. Considerar cursos más especializados, que puedan ser aprovechados por trabajadores de la sunat.

En base a su apreciación, ¿Qué puntos de mejora considera pertinente tener en cuenta?

1 respuesta

Creo que va a tener mucho éxito. Un pequeño detalle que creo importante es que una plataforma del nivel que tiene ésta, no debe tener ni un sólo error ortográfico ni de redacción.

## 6.4 Validación de Actividades Clave

## Experimento N°1.

### I) Objetivo del experimento

El objetivo del presente experimento es evaluar la validación de las actividades clave de nuestra plataforma financiera *Investor* sean las correctas y su uso sea adecuado para el correcto funcionamiento del modelo de negocio que ha sido propuesto en el Business Model Canvas.

Por lo tanto, se plantearon los dos siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** La generación de Videos educativos es una actividad clave para la una aplicación financiera.

**Supuesto N°2:** El mantenimiento de una aplicación financiera es parte de las actividades clave por lo que el experto lo considera importante

### II) Diseño y desarrollo

**Tabla N°10: Bitacora de Actividades y tareas N°1 - Actividades Clave.**

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a Experto	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un Experto relevante perteneciente al Target	
Realización de entrevista de validación	Entrevistar al experto	Obtención de resultados para analisis de validación del canal propuesto.
	Revisión de la grabación y desglose de información	
	Análisis de respuestas de preguntas seleccionadas	
Investigación complementaria de fuentes externas.	Lectura de nuevas fuentes con información extra	Comparar la viabilidad de nuestra propuesta de canal contra otras opciones disponibles.
	Analizar otras posibles vías de alternativa	

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

¿Considera Usted que el constante mantenimiento/ actualización de la plataforma ayude a incentivar la fidelización del cliente? ¿Por qué?

¿Cada cuanto tiempo ve oportuno realizar una actualización de la plataforma?

En base a su experiencia, ¿Qué tipos de videos educativos financieros deberíamos

priorizar?

En base a su experiencia, ¿Qué actividades claves podrían tener una aplicación además de las ya nombradas?

En base a su apreciación, ¿qué puntos de mejora considera pertinente tener en cuenta? cuenta?

### III) Resultados

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
La actualización es importante para fidelizar a los clientes	El Marketing entraria como un recurso clave debido a la importancia del branding en la actualidad
Preguntas nuevas	Ideas Nuevas
¿Deberíamos comenzar con finanzas personales como un tutorial?  ¿Se deben bloquear los cursos avanzados?	Dar un nuevo orden con una malla para los cursos de la aplicación

### IV) Análisis

Para el presente experimento se realizó una encuesta y llamada con Sven Brodersen, el cual se desempeña como CEO y Founder de Almendra. Una aplicación financiera girada al negocio de la nutrición. Sven se desempeña día a día trabajando en las posibles mejoras que podría tener su plataforma y además en las reuniones con los futuros clientes.

Pudimos obtener un feedback muy valioso, dentro de estos puntos el más relevante, la constante actualización es de suma importancia para poder establecer un vínculo de fidelidad con los clientes. Asimismo, nos comentó que la generación de vídeos financieros en un orden específico y según la importancia del cliente es crucial para el

éxito de nuestra plataforma ya que debemos, en primer lugar, enfocarnos en las finanzas personales.

Finalmente se pudo validar las dos hipótesis planteadas dando como resultado que tanto la generación de vídeos financieros como el mantenimiento de la plataforma son recursos claves.

## **V) Aprendizajes**

Luego de hacer el análisis respectivo del experimento 1 podemos concluir que debemos darle un orden con una malla a los cursos de la plataforma y optar por niveles según los videos vistos por los usuarios. Asimismo, optar por el Marketing como parte de nuestros recursos claves ya que en la actualidad la globalización obliga a los emprendimientos al marketing digital.

## **VI) Sustentación de la validación (Enlaces)**

[https://youtu.be/4n4\\_0nIIQUA](https://youtu.be/4n4_0nIIQUA)

## **Experimento N°2.**

### **I) Objetivo del experimento**

El objetivo del segundo experimento relacionado a las actividades clave es verificar la validación enfocada a las emisiones de certificados de estudio son parte de nuestras actividades clave y son esenciales tanto para el público objetivo cómo para el correcto funcionamiento del modelo de negocio.

Por lo tanto, se planteó el siguiente supuesto:

**Supuesto N°1:** La emisión de certificados por parte de la aplicación financiera es una actividad clave esencial en el modelo de negocios de Envestor.

### **II) Diseño y desarrollo**

**Tabla N°11: Bitácora de Actividades y tareas N°2 - Actividades Clave.**

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a usuario	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un usuario relevante perteneciente al Target	
Realización de entrevista de validación	Entrevistar al usuario	
	Revisión de la grabación y desglose de información	Obtención de resultados para análisis de validación del canal propuesto.
	Análisis de respuestas de preguntas seleccionadas	
Investigación complementaria de fuentes externas.	Lectura de nuevas fuentes con información extra	Comparar la viabilidad de nuestra propuesta de canal contra otras opciones disponibles.
	Análisis de otras posibles vías de alternativa	

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

¿Qué es lo que diferencia a una aplicación financiera de otra?

¿La emisión de certificados crea un valor diferencial en el mercado?

¿Qué tan importante consideras la emisión del certificado financiero para la plataforma? ¿Por qué?

### III) Resultados

Ideas Interesantes	Criticas Constructivas
<p data-bbox="375 291 662 324">La emisión de certificado</p> <p data-bbox="247 403 790 504">La diferenciación entre aplicaciones es son 3 la amplitud de los conocimientos financieros, objetivos de las herramientas, y el enfoque</p> <p data-bbox="255 593 782 627">Tratar de entender el objetivo de los usuarios</p>	<p data-bbox="821 414 1348 481">Definir la estructura de los temas expuestos en la aplicación</p>
Preguntas nuevas	Ideas Nuevas
<p data-bbox="279 940 758 974">¿Cual es el objetivo de nuestros usuarios?</p>	<p data-bbox="901 929 1284 996">Crear una alianza estrategica con programas/talleres del MEF</p>

#### IV) Análisis

Para el presente experimento se realizó una encuesta y llamada con Franz Sanchez , el cual se desempeña como Coordinador de Planeamiento Financiero en el Grupo Palmas. donde vela por el control y la gestión de las diversas empresas que contiene el grupo.

Pudimos obtener un feedback muy valioso, dentro de estos puntos el más relevante, la emisión del certificado es un diferencial clave en el mercado competitivo de plataformas financieras educativas. Crear una alianza estratégica con programas o talleres del MEF potenciaría la plataforma y ganaría la fidelidad de los clientes

Finalmente se pudo validar la hipótesis planteada dando como resultado que la emisión del certificado es un recurso clave en nuestro modelo de negocio.

#### V) Aprendizajes

Luego de hacer el análisis respectivo del experimento 2 podemos concluir que debemos optar por una alianza estratégica con el Mef para poder desarrollar los certificados financieros una vez completados los cursos.

## VI Sustentación de la validación (Enlaces)

<https://youtu.be/0ZcUuz5smw8>

### 6.5 Validación de Estructura de costos

#### I) Objetivo del experimento

El siguiente objetivo del experimento se enfocará en la validación de la estructura de costos de la plataforma virtual “Envestor”, con la finalidad de determinar si los costos previstos serán viables para la implementación de este proyecto, con respecto al precio pactado en el mercado. De esta manera, se plantearon los siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** *Los costos de los docentes serán fijos en base a los cursos grabados por ellos en la plataforma virtual.*

**Supuesto N°2:** *Los costos del diseño y lanzamiento de la web se reflejará en el costo-beneficio de manera positiva con respecto al costo total de la plataforma virtual.*

#### II) Diseño y desarrollo

En el siguiente experimento se han realizado las entrevistas a profundidad junto al apoyo de dos expertos relacionados con los costos de diseño de web y publicidad en redes sociales, como también, el costo de un profesional que dicte los cursos de la plataforma “Envestor”. Por otro lado, se analizará mediante la recopilación de fuentes extras la viabilidad de estos costos con respecto al precio promedio que se encuentra en el mercado.

**Tabla N°12: Bitácora de actividades para la validación de la estructura de costos.**

Actividad	Tareas	Resultado
Preparación previa de la entrevista a usuario	Realizar el formato de entrevista (Guía de preguntas)	Contar con las herramientas listas para el desarrollo adecuado de la entrevista.
	Buscar a un experto relacionado con los costos previstos	
Realización de entrevista de validación	Entrevistar al experto	Obtención de resultados para análisis de validación de la estructura de costos.
	Revisión de la grabación y desglose de información	
	Análisis de respuestas de preguntas seleccionadas	
Investigación complementaria de fuentes externas.	Lectura de nuevas fuentes con información extra	Comparar la viabilidad de los costos contra otras opciones disponibles.
	Análisis de los costos con respecto al precio de nuestros competidores	

Fuente: *Elaboración Propia, 2022.*

**Formato de cuadro de diálogo: Especialista en Operaciones y Finanzas**

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está

relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

Alguna vez ha utilizado alguna plataforma virtual de cursos?

- 1) En base a su experiencia, ¿Qué costos crees que se implican en el desarrollo de esta plataforma virtual?
- 2) ¿Cuánto sería el monto aproximado que puede requerir un profesional para dictar estos cursos de finanzas personales y empresariales?
- 3) En base a su experiencia, ¿Qué tan viable cree que puede ser esta plataforma con respecto a los costos previstos?
- 4) ¿Cuánto es lo que se gastaría por contratar a un administrador de página?
- 5) En base a su apreciación, ¿Qué puntos de mejora considera pertinente tener en cuenta y qué otros temas serían de importancia para añadir a la plataforma?
- 6) Si agregamos estas mejoras, ¿Cuánto sería el costo adicional para implementar estas opciones?

### **III) Resultados**

Ideas Interesantes	Criticas Constructivas
<p data-bbox="280 271 775 331">La plataforma puede optimizar costos mediante el circuito de navegación</p> <p data-bbox="296 405 759 465">El community manager puede ser de junior a semi-senior al comienzo del lanzamiento</p>	<p data-bbox="817 405 1302 465">Agregar más videos para la presentación de los cursos</p>
Preguntas nuevas	Ideas Nuevas
<p data-bbox="328 857 727 918">¿La plataforma virtual contará con más divisiones?</p>	<p data-bbox="839 728 1286 788">Añadir una ventana de Blog en la web para optimizar costos de búsqueda a largo plazo</p> <p data-bbox="839 880 1286 904">Contar con un chatbot para reducir costos</p>

#### IV) Análisis

Luego de haber realizado la entrevista al experto, se pudo comprobar que el proyecto es completamente viable con respecto a la necesidad y demanda potencial del mercado. Los gastos como el hosting y el dominio de la web, según el experto no son muy caros y existen muchos proveedores en el mercado. Asimismo, con respecto a la programación de la web los costos pueden ser más elevados ya que la personalización de la página es relevante para lograr una buena circulación del tráfico de web. Además, otro gasto concurrente e indispensable para este tipo de proyectos que nos comentó el experto, es el requerimiento de personal que maneje la web y la base de datos. Estos gastos pueden ir dirigidos a un administrador de página, community manager y un personal encargado al marketing digital como gastos fijos de la empresa. Por último, los costos para los docentes deben ser fijos y de un solo pago para optimizar los costos a largo plazo.

#### V) Aprendizajes

Luego haber realizado el análisis de la entrevista al experto, se deben implementar mejoras en la plataforma con la finalidad de reducir los costos como el uso de un chatbot para dirigir a los usuarios hacia la suscripción o la recopilación de datos, manejar una base de datos para ahorrar los costos de un CRM para un servicio post-venta.

## VI) Sustentación de la validación (Enlaces)

Enlace de la entrevista a experto:

<https://youtu.be/TlxrxhTWnno>

### I) Objetivo del experimento 2

En el siguiente objetivo se investigarán los costos promedios requeridos para definir la estructura de costos e implementar el desarrollo de la plataforma virtual Envestor; así como también se buscará la optimización de los costos adquiridos. Por ello, se realizaron los siguientes supuestos:

**Supuesto N°1:** *Los costos fijos están conformados por el pago a los profesionales que dictan los cursos, pago al administrador de la página y la publicidad en redes sociales.*

**Supuesto N°2:** *La plataforma Envestor requiere de costos basados en campañas publicitarias por redes sociales para incrementar el tráfico de web.*

### II) Diseño y desarrollo

En el siguiente experimento se ha recopilado información sobre los costos que implica el salario del servicio del personal involucrado en el desarrollo e implementación de la plataforma virtual. Esta información se obtendrá de diversas fuentes subidas en el buscador para corroborar los montos aproximados de los costos.

**Tabla N°13: Bitácora de actividades para la validación de las fuentes de los costos.**

Actividad	Tareas	Resultado
Búsqueda de fuentes confiables en la web	Buscar fuentes de costos en la web	Contar con las herramientas listas y confiables para la investigación.
	Filtrar fuentes por su nivel de confianza y grado académico	
Investigación de fuentes externas	Lectura de las fuentes	Obtención de resultados para análisis de validación de la estructura de costos.
	Lectura de nuevas fuentes con información extra	
Análisis de los resultados obtenidos.	Análisis de las fuentes de información	Comparar la viabilidad de los costos contra otras opciones disponibles.
	Análisis de la información extra	

Fuente: *Elaboración Propia, 2022.*

### III) Resultados

**Tabla N° 14: Estructura de Costos (mensual)**

<b>Costos</b>	<b>S/.</b>
<b>Personal</b>	
Comunnity Manager	1,200.00
Programador Web	2,300.00
Diseñador Gráfico	1,500.00
Docente	1,500.00
Marketing Digital	1,800.00
<b>Total</b>	<b>8,300.00</b>
<b>Gastos operativos</b>	
Hosting y dominio web	10.90
Campañas de marketing digital	250.00
Página Web	2,000.00
<b>Total</b>	<b>2,260.90</b>
<b>Costo Total</b>	<b>8,760.90</b>

*Fuente: Elaboración propia. 2022*

#### **IV) Análisis**

Los costos dirigidos hacia los docentes se manejan de forma fija y mediante las fuentes investigadas, se puede deducir un costo de 100 soles por curso dictado. Asimismo, el costo del dominio y hosting de la web, uno de los mejores proveedores y de los más recomendados es Bluehost. Asimismo, el costo de las campañas de marketing digital y el pago del personal encargado de realizar estas campañas digitales son por separado. El costo más alto en el que se invertirá es del programador ya que se requerirá de un profesional con años de experiencia y que brinde un servicio de calidad para mejorar la funcionalidad y circuito de navegación del usuario.

#### **V) Aprendizajes**

Luego de haber analizado las fuentes de los costos que son relevantes para la creación y lanzamiento de la plataforma web, se debe priorizar la inversión a largo plazo en la navegación de la plataforma y las campañas publicitarias de tráfico de web para reducir los costos de publicidad a largo plazo.

#### **VI) Sustentación de la validación (Enlaces)**

Fuente para validar los costos de hosting y dominio de la web:

WordPress - Alojamiento - Dominios - Sitios web y tiendas - Servicios profesionales - Recursos

CREADOR DE SITIOS WEB

## WordPress hecho fácil.

**Empezar a construir**

A partir de **\$ 2.95 /mes\***

- [Dominio Gratis](#) por 1er Año
- Certificado SSL [gratuito incluido](#)
- Instalación de WordPress con 1 clic
- Soporte experto 24/7

CREADOR DE SITIOS WEB

## WordPress hecho fácil.

**Empezar a construir**

A partir de **\$ 2.95 /mes\***

- Generador de WordPress de arrastrar y soltar
- Más de 300 plantillas de diseño
- Libertad total de diseño de WordPress
- [Dominio Gratis](#) por 1er Año

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar V

Figura N°21: Captura del sitio web de Bluehost, 2022.

Fuente para validar los costos del salario del personal:

Salarios relacionados	Media salarial	
<b>Help desk</b>	<b>S/. 1.431 /mes</b> 453 salarios	
<b>Programador/a</b>	<b>S/. 2.410 /mes</b> 218 salarios	
<b>Desarrollador/a</b>	<b>S/. 2.638 /mes</b> 185 salarios	
<b>Desarrollos</b>	<b>S/. 1.454 /mes</b> 149 salarios	
<b>Programador</b>	<b>S/. 1.750 /mes</b> 102 salarios	
<b>Programador java</b>	<b>S/. 3.387 /mes</b> 93 salarios	
<b>Developer</b>	<b>S/. 3.210 /mes</b> 93 salarios	

Figura N°22: Captura del sitio web Computrabajo, 2022.

## 7) Plan de ejecución del Concierge y Simulación de Ventas

### Identificación del mercado meta:

El segmento de mercado al cual se encuentra dirigida Envestor S.A son personas viviendo actualmente en Lima Metropolitana avocada a ambos generos, tanto masculino cómo femenino y que se ubiquen en los NSE B, C, D entre los cuales cómo clientes potenciales se contemplan dentro de los 22 a 55 años de edad que en la actualidad presenten una necesidad y una motivación por el aprendizaje de temas financieros para mejorar el manejo de sus finanzas y las herramientas disponibles tanto a nivel personal cómo empresarial para sus negocios. La industria de educación financiera presenta una gran oportunidad de negocio ya que según información de la IEF actualmente peru es considerado un país “joven” donde un porcentaje importante de la población se considera joven y donde las actividades de educación financiera se encuentran fragmentadas y por ende causan necesidades insatisfechas y ineficacia en la asignación de recursos y herramientas, así cómo el tratamiento de los mismos. Según un estudio del Banco Mundial (Anexo 1) las iniciativas por origen a nivel público privadas se reduce al 12% únicamente, así cómo también podemos remitirnos al informe de CAF del año 2019 en donde nos mencionan que existe un abarcamiento de 82% de presencia física de entidades financieras en los distritos del país pero sin embargo solo el 31% a nivel urbano y 5% a nivel rural conoce los beneficios virtuales de la banca por internet o las apps. Por otro lado, casi el 68% de la población urbana decide mantener sus ahorros por fuera del sistema financiero, no aprovechando sus ventajas, mientras que a nivel estudiantil solo 3 de cada 10 alumnos obtienen información de sitios confiables mientras el excedente de profesor o fuentes no fiables por lo cual desconocen términos básicos en la educación financiera cómo el tipo de cambio o las acciones de bolsa. A nivel cuantitativo, según un *estudio de evaluación financiera* en estudiantes peruanos por el estudio (Pisa,2019.) (Anexo 2) nos muestra que en una clasificación por niveles del uno al cinco, 46.5 puntos de la población peruana se encuentra en el Nivel 1 o por debajo de él. Con aras de determinar el tamaño de mercado del proyecto propuesto, se realizaron los siguientes pasos.

Primeramente se utilizó cómo base informática el informe de Ipsos del año 2020. Se comenzó por identificar la población total bancarizada registrada en el año, luego se segmentó únicamente a Lima Metropolitana el cual actualmente es de 44.40% es decir un equivalente a 3,818,400. Cuenta seguida se determinaron los rangos de edad

comprendidos dentro del público objetivo que buscamos atender y se segmentó por los NSE definidos por el BMC de Envestor. Finalmente se precisó un porcentaje basado en el estudio de CPI del año 2020 para determinar los NSE B/C/D.

**Tabla N°14: Estimación de tamaño de mercado expresado en número de personas.**

<b>Criterios de segmentación</b>	<b>Numero de personas</b>	<b>Porcentaje asociado</b>
Población bancarizada total (Ipsos,2020)	8,600,000	100.0%
Población total Lima Metropolitana	3,818,400	44.40%
Rango de edad 20 a 55 años	1,619,002	42.40%
NSE B / C / D	1,109,016	68.50%

*Fuente: Elaboración Propia  
Ipsos, 2020.*

Buscando obtener el mercado meta en dinero (S/.) se necesita multiplicar el número final tras el funnel de segmentación el cual es 1,109,016 por los precios promedio que a establecer según el modelo de negocio de Envestor S.A y que podrán estar sujetos a cambio. Para ello tomaremos en cuenta un competidor peruano de gran envergadura y éxito en la industria del e-learning desplegado el cual es Crehana para utilizar sus precios como un punto de partida referencial que permita desarrollar una estrategia de precios competitivos para generar atracción de la población objetivo.

**Tabla N°15: Compilado de precios y planes de la competencia Crehana.**

<b>Plan propuesto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Mensual</b>	<b>Precio Anual</b>
Membresía Lite	Sin mentorías/Lives/	S/29	S/348
Membresía Individual	Maximo 3 Academy	S/21	S/252
Membresía Duo	Full Access	S/11	S/126

Tomando en cuenta el éxito de Crehana en su business model y los precios establecidos, modelamos una estimación de precios aproximadamente un 17% por debajo ya que nuestra plataforma se ve limitada únicamente a la oferta de cursos relacionados a temas financieros. Por otro lado calculamos un potencial aproximado variante entre el 2 y 6% que seríamos capaces de abarcar como operación sobre la cantidad estimada del mercado meta, que varía por cada plan propuesto, ya que habrían distintos niveles de aceptación a probar en los experimentos de la validación del interés de compra. Todo esto nos estima un aproximado de S/. 267,134 en términos monetarios sobre el mercado meta definido.

**Tabla N°16: Estimación de gasto promedio mensual en cursos virtuales del mercado meta.**

Plan propuesto	Detalle	Precio Mensual	Cantidad estimada	Potencial (Aprx%)	Total Mensual
Suscripción Basica	Sin mentorias	S/18.90	942,664	65,986	S/1,247,144
Suscripción Avanzada	Con mentorias	S/26.10	887,213	35,489	S/926,250
Curso PU individual	-	S/14.99	1,109,016	88,721	S/1,329,932
					<b>S/3,503,326</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

En conclusión podemos mencionar que el mercado meta comienza por la segmentación basada en el publico objetivo al cual deseamos atender con la propuesta de valor del BMC y finalmente cómo se aprecia en la Tabla N°16 para la suscripción basica considerando un potencial del 3 al 5% se alcanzarían S/. 94,322 mientras que para el plan avanzado se considera una menor captación ya que es un producto en etapa de introducción por lo cual serían S/. 56,443 y finalmente aperturaríamos cursos PU (Unique payment) a 14.99 cada uno lo cual aproximamos que serían unos S/. 116,369.

#### Objetivos del Concierge (Validación de intención de compra)

- *Alcanzar 30 nuevos seguidores en redes sociales luego de finalizar los experimentos.*
- *Alcanzar un promedio de interacciones en Instagram de por encima de las 200 en los posts publicados.*
- *Obtener entre 10 a 20 entrys en la Landing Page de Envestor.*
- *Alcanzar un 10% de recompra*
- *Lograr un incremento de 7% en las ventas en cada experimento realizado*
- *Determinar el costo de adquisición de cada cliente*

#### MVP's y Prototipos de Envestor.

##### **MVP N°1: Landing Page.**

Investor ha creado una landing page siguiendo la línea gráfica de diseño planteada para la marca y con la finalidad que los clientes que se encuentren interesados puedan registrar de manera sencilla los siguientes datos.

- a) Nombre y Apellido
- b) Medios de contacto (Teléfono y e-mail)
- c) Información extra (Intención personal o empresarial)

Una vez llenados recibirán información de la plataforma y la propuesta de valor y cómo iniciar su journey. *Este Minimum Viable Product ayudará durante el experimento para evaluar las intenciones de compra del público objetivo*, si existe una demanda o hay algunos reajustes pendientes en las estrategias del core de negocio.

**Figura N°23: Captura publicitaria MVP 1 - Landing Page.**



**Aprende sobre Finanzas ahora**

Somos una empresa de educación financiera fundada en el 2021. Buscamos brindar información verídica sobre las finanzas personales y de negocios de las personas a través de mini videos, cursos especializados y simuladores de inversión.

Para mas detalles escribe tu correo electrónico

Email Address

First Name

Last Name

[Subscribe](#)

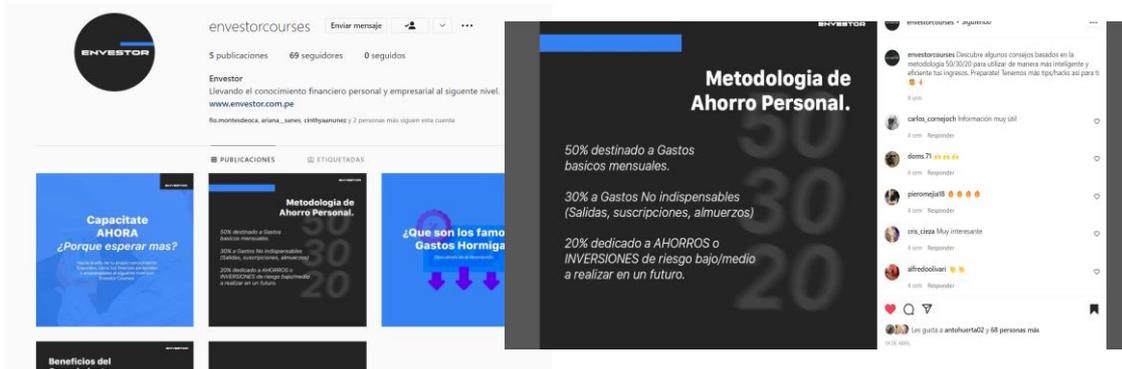
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

## **MVP N°2: Social Media (Instagram & Facebook)**

Investor ha desarrollado perfiles sociales tanto en Instagram cómo en Facebook, tomando en cuenta que son los medios sociales con mayor visibilidad para los usuarios, lo cual la

hace interesante para captar tráfico y desarrollar campañas publicitarias (ads). La intención de las redes sociales nace para desarrollar el posicionamiento de mercado y una relación directa con el consumidor de *Investor*, *El presente MVP ayudara en los experimentos del concierge buscando desplegar la propuesta de valor y evaluar la captación de tráfico de usuarios* y volverlos potenciales clientes.

**Figura N°24: Captura perfil Oficial Instagram *Investor***



**Figura N°25: Captura perfil Oficial Facebook Fan Page *Investor***

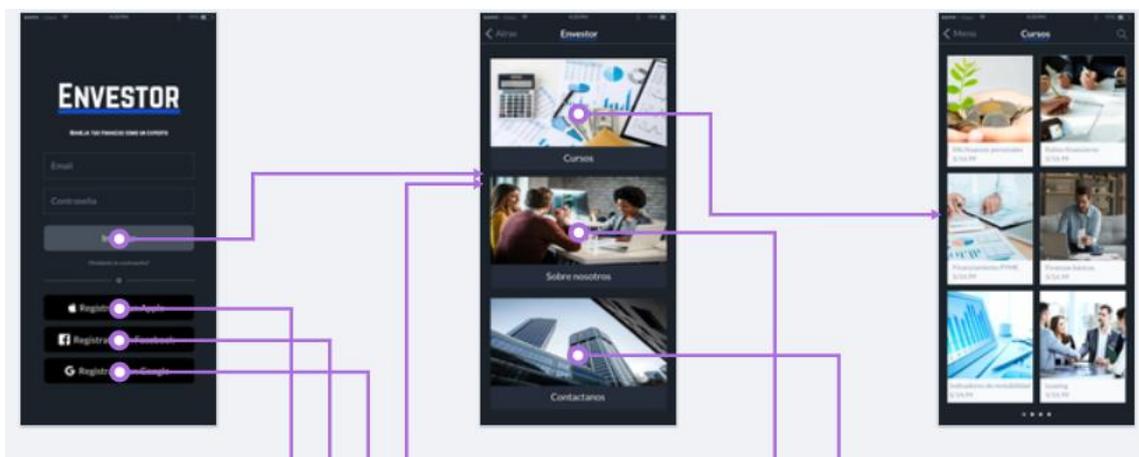
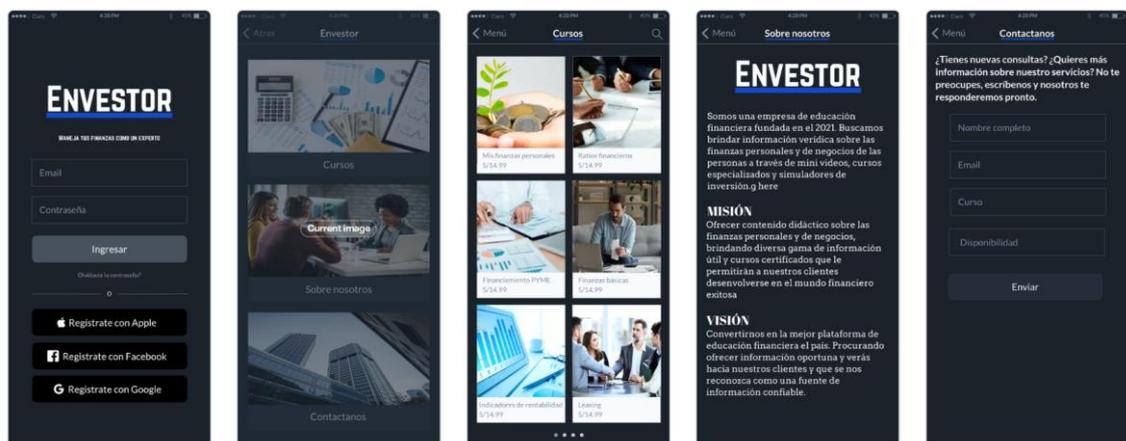


### MVP N°3: Aplicativo Móvil Inversor y Pagina Web.

Investor planea ofrecer sus servicios por dos medios, la página web y también incluir dentro de su propuesta la usabilidad de una aplicación (app) que estaría disponible tanto en las tiendas virtuales de Google Play (Android) y App Store (Apple). La app en su modo MVP será diseñada bajo conceptos en la plataforma Marvel App y tendrá un diseño sencillo y funcional que muestre en display en primer plano los cursos de mayor interés según el algoritmo de preferencia de Investor. Este MVP nos permitirá de manera clave realizar entrevistas que validen no solo la validación de los intereses del público potencial sino evaluar una simulación de la experiencia en el aplicativo en tiempo real.

**Link de la presentación del aplicativo:**

<https://marvelapp.com/prototype/93fh6a6/screen/86884677>



#### **MVP N°4: Anuncios publicitarios (Ads)**

Cómo último MVP se propone que Inversor utilice los anuncios publicitarios, esto con un objetivo fijado en mente, el alcance de público y por ende conversión de tráfico, esto se lograría mediante un “valor” extra que capte la atención del target objetivo, basándose en descuentos y cupones LTO (Limited time offer) con cursos PU (Único pago) o suscripciones con un descuento dentro de las siguientes 24 Horas. Cabe mencionar que la publicidad aplicada será segmentada según las características con las cuales hemos definido nuestro mercado meta para que sean personas que cumplan con el segmento de clientes objetivo definido en el modelo de negocio. Los anuncios tendrán un presupuesto designado en mayor desglose en 15da Tabla N°7. *Por último este MVP nos permitirá validar el interés de compra de los usuarios atraídos a través de los anuncios y conocer la percepción de marca y su valor atribuido.*

***Figura N°26: Posts gráficos de los anuncios promocionados en redes sociales oficiales***



***Tabla N°17: Presupuesto***

***invertido en anuncios publicitarios en RRSS***

	Estrategia	Tactica/Ad	Requerimientos necesarios	Unidad de medida monetaria	Frecuencia	Red Social	Cantidad de días	Costo Diario	Costo Total
Inversión Publicitaria de Marketing Digital	Estrategia de contenido anunciado para captación y tráfico mediante contenido.	Anuncio publicitario ofreciendo un descuento limitado por 24H para el plan de suscripción avanzada.	Creación del anuncio y pago por la promoción en Meta Business Suite.	Nuevos Soles (S/.)	Frecuencia semanal (Uno por semana)	Instagram	4	S/6.00	S/24.00
						Facebook	4	S/6.00	S/24.00
		Anuncio publicitario que contiene un código de descuento promocional PRIMERAFIN	Creación del anuncio y pago por la promoción en Meta Business Suite.	Nuevos Soles (S/.)	Frecuencia semanal (Uno por semana)	Instagram	4	S/6.00	S/24.00
						Facebook	4	S/6.00	S/24.00

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

## 7.1 Experimento N°1

### A) Objetivo

El objetivo de Envestor es comprobar el interés que se puede llegar a tener los clientes por los servicios que contiene nuestra aplicación mediante la promoción de esta vía una Landing Page.

Hipótesis 1: Al menos 25% de personas que entraron al link de landing page mediante la promoción de las publicaciones dejó sus datos en la landing page.

Hipótesis 2: Menos del 25% de personas entraron al link y no dejaron sus datos por falta de interés.

### B) Diseño y desarrollo

#### *i) Descripción del experimento*

El 17 de mayo se creó la Landing Page con el fin de promocionar y crear interés entre los potenciales consumidores. Esta landing fue diseñada para atraer e informar a los usuarios sobre el servicio de valor que puede ofrecer Envestor hacia todos sus clientes. Asimismo, invita a los usuarios a conocer nuestras redes sociales y a dejar sus datos personales.

### C) Análisis e interpretación de resultados

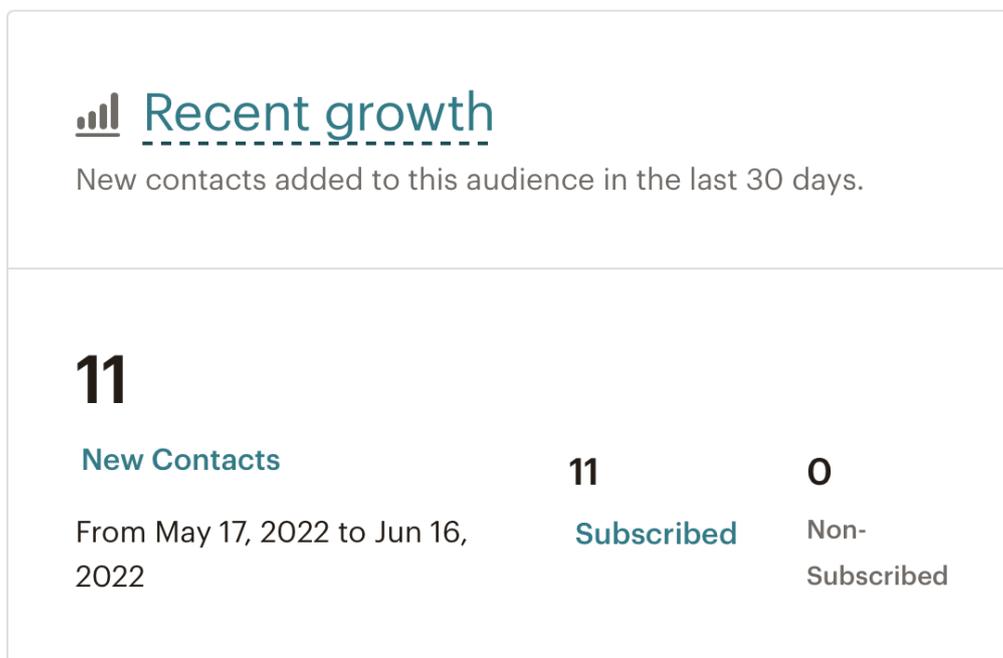
De las 3 semanas de experimento de las 13 personas que entraron a nuestra landing page 11 se suscribieron directamente dejando en evidencia el interés que se puede tener sobre nuestra aplicación Envestor e indicaron sus deseos de obtener mayor información al respecto.

#### D) Aprendizajes o cambios a realizar

Se llegó a establecer un contacto con las 2 personas que no mostraron interés en nuestros servicios y les preguntamos cómo podríamos mejorar para llegar a crear un interés en ellos, por lo que en ambos casos nos respondieron indicándonos que no les interesan las finanzas.

#### E) Sustentación de las validaciones

**Figura N°27: Prospectos suscritos a la landing page**



## 7.2 Experimento N°2

### A) Objetivo

El presente objetivo del experimento tiene como fin identificar la intención de compra en los servicios que ofrece Envestor respecto a los posibles clientes potenciales, así mismo de fidelizar nuevos usuarios a la empresa. Nos basaremos en indicadores como el alcance y las interacciones de cada publicación, ya sea mediante los comentarios y los likes de las redes sociales que tenemos como Facebook e Instagram. Por otro lado, se controlará la intención de compra de los usuarios mediante los mensajes directos y los comentarios de cada publicación. Finalmente, se tiene planteado las siguientes hipótesis:

**Hipótesis 1:** Los usuarios reflejan interés en obtener los servicios de Envestor mediante nuestras redes sociales.

**Hipótesis 2:** El contenido de marketing que se está realizando genera una fidelización por parte de los usuarios

## **B) Diseño y desarrollo**

### *i) Descripción del experimento*

En relación al experimento que se realizó fue respecto a la iniciativa de los distintos contenidos mediante nuestro MVP 2, que son las redes sociales que maneja Envestor, en este caso, serían las páginas de Facebook e Instagram, por lo cual estas son parte de uno de nuestros canales principales de venta. De este modo, se crearon contenidos por medio de fotos, videos, ya sea en formato reel para la página de Instagram, también historias, las cuales todas estas fueron de manera constante durante 4 semanas aproximadamente que fue lo que duró este experimento. Cabe mencionar, que el contenido que se publicó no solo era en base a los servicios que brindamos si no que también refleje nuestro valor que queremos percibir para los clientes, la cual es que se puede aprender las finanzas de una manera más dinámica y así mismo lo importante de ellas en tu vida cotidiana. De esta manera fue que se distribuyeron las acciones en relación al cronograma que se muestra a continuación con sus respectivas fechas del experimento:

**Tabla N°18: Cronograma de los contenidos de marketing en las redes sociales de Envestor**

	<b>Semana 1</b> 23/05 - 29/05	<b>Semana 2</b> 30/05 - 05/06	<b>Semana 3</b> 06/06 - 12/06	<b>Semana 4</b> 13/06 - 16/06
<b>Lunes</b>			Post "Hazte dueño de tu conocimiento financiero"	Story "Promoción Inversor" Post "Ratios financieros"
<b>Martes</b>			Compartir posts anteriores	Story "Promoción Inversor" Post "Criptomonedas"
<b>Miércoles</b>		Post "Que son los gastos hormigas?"	Story "Cursos de Inversor"	Story "Indicadores de rentabilidad"
<b>Jueves</b>		Story "Que son los gastos hormigas?"	Post "Leasing"	
<b>Viernes</b>	Post de apertura de pagina "Inversor"	Post "Metodología de ahorro personal"	Post "Warren Buffett"	
<b>Sábado</b>	Post "Beneficios del conocimiento financiero"	Story "¿Crees que los tips financieros son atractivos?"	Post "Acciones"	
<b>Domingo</b>			Post "Creditos bancarios"	

Elaboración propia, 2022

## *ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*

### Estrategia de promoción

Para este punto se empleó la estrategia de contenido de marketing, es decir, la creación y distribución de contenido valioso mediante nuestras redes sociales como Facebook e Instagram en las últimas 4 semanas. Este experimento tiene como fin fidelizar a los clientes potenciales, para que así exista un gran vínculo entre nosotros y ellos. Por otro lado, se desea que se origine un tráfico de redes para que la marca se dé a conocer en el mercado. Es de esta manera, que se quiere lograr incitar a estos posibles clientes a las primeras etapas del ciclo de compra, que mediante nuestras redes sociales tengan en cuenta que nuestra empresa se encuentra en operatividad, y así mismo tengan algún tipo de inclinación que les llame la atención acerca de nuestros servicios para que de esta manera obtengan información de los cursos ofrecidos y puedan disponer si adquirir o no estas lecciones financieras.

### Estrategia de fidelización

1. Seguimiento constante del comportamiento de los usuarios

Primero, se definió los diferentes tipos de usuarios que encontramos en las redes sociales y las importantes características como gustos y preferencias, debido a que se quiere determinar quiénes podrían ser nuestros posibles clientes potenciales e identificar su satisfacción que tienen. Una vez realizado este seguimiento, se tuvieron diversos insight los cuales nos sirvieron para determinar y desarrollar qué tipo de contenidos serán los más adecuados. De esta manera, se indicará un resumen respecto a los usuarios que mostraron una interacción o interés a nuestras redes sociales de Investor. Se obtuvieron los siguientes resultados acerca de nuestro público: en cuanto al género se distribuye con 55% hombres y 45% mujeres aproximadamente, que cuentan entre las edades de 18 a 45 años de la ciudad de Lima. En relación al rango que tuvo mayor interacción fue entre los 18 a 30 años en la red social de Instagram, y en cuanto a Facebook se obtuvo un rango de 23 a 35 años. Se pudo destacar acerca de estos posibles clientes que al momento de cualquier contenido publicado hubo una gran interacción, la cual hubo diversas preguntas y seguimiento de parte de los clientes.

## 2. Brindar una experiencia de calidad al usuario

Mediante nuestra propuesta valor, la cual se centra en ofrecer educación financiera a través sesiones dinámicas que coincidan con los objetivos del cliente se quiere llegar por medio de nuestros canales una buena interacción con los clientes potenciales de manera correcta y transparente, ya sea para resolver alguna duda o inconveniente que tengan en su vida financiera, y que perciban que Investor tiene la capacidad para absorber esas incertidumbres. De esta forma, en el presente experimento se quiere comenzar un vínculo con los usuarios interesados en Investor y que se sientan satisfechos con los servicios ofrecidos.

## 3. Alcanzar identificación con la marca

En proporción al posicionamiento de Investor, se espera que los usuarios nos perciban como organización confiable y con servicios de calidad en el mercado. En este sentido, se quiere lograr en el experimento una estrategia de comunicación abierta y unida al propósito que tiene Investor, el cual se menciona que es "Brindar educación financiera mediante sesiones dinámicas y de calidad que puedan afianzar los proyectos y conocimientos financieros de los usuarios". Esta es la percepción en la cual nos queremos distinguir de la competencia que existe actualmente en el mercado. Por lo que, lo desarrollado con el contenido de marketing irá a la par de cumplir con el propósito anteriormente mencionado, lo cual se creará un vínculo estrecho con el consumidor, ya que estos tipos de servicios te ayudarán para toda la vida.

## 4. Crear una comunidad

Cuando se crea una comunidad, usualmente los clientes suelen fidelizarse a la marca. Lo cual, se busca crear una comunidad de personas las cuales tengan un gran apego por las finanzas, que sientan que no solo se trata de aprender finanzas porque lo necesitan si no

que entiendan que las finanzas la aplicamos en el día a día y que aparte de aprender se genere valores entre ellos, que tengan la posibilidad entre ellos de una interacción y colaboración. Por lo que, se podrá compartir idea entre los usuarios de la comunidad, para que así exista diversos tipos de perspectiva acerca de este tema, que exista más información de por medio para que todos puedan aprender de manera sencilla y efectiva. Finalmente, se les estimulará a la comunidad a que puedan compartir acerca de esta idea para que así se pueda llegar a más personas que tienen el mismo gusto e interés por las finanzas.

#### 5. Verificar efectividad de la estrategia

Durante cada semana del experimento, se analizará los resultados arrojados acerca del contenido que se creó y así mismo la interacción de los usuarios con el fin se pueda realizar los cambios necesarios y propuestos por los usuarios de las redes sociales. De esta manera, en los aprendizajes que se mostrarán en la parte final de este punto se describirán con mayor detalle.

#### **Estrategia de precio**

En razón de la estrategia de precios para los servicios de Envestor, se tomó en cuenta a la plataforma Crehana la cual cuenta con planes de suscripción. Es de esta manera, que se realizó los planes de Envestor, lo cual consisten en 3 planes: Suscripción Básica, Suscripción Avanzada y Curso PU individual con precios de S/18.90 soles, S/26.10 soles y S/14.99 respectivamente. Lo que diferencia de estos planes de suscripción es que en cuanto a la Suscripción Básica consistirá en el acceso de todas las clases pero no tendrá mentorías, por otro lado, la Suscripción Avanzada tendrá los mismo beneficios pero en este caso si tendra mentorias, es decir, el usuario podrá acceder a resolver sus dudas mediante un chat en tiempo real con el profesor para que pueda aclarar las preguntas que tenga acerca de la sesión que tuvo el usuario. Finalmente, está el Curso PU individual en la que básicamente tendrás como único pago y obtendrás un curso de Envestor. De acuerdo, a la promoción que se les hizo a los planes anteriormente mencionadas se tuvo una reacción positiva por parte de los usuarios en la que se vieron interesados y preguntando acerca de cuándo empezarán las sesiones, es así, que se decidió fijar ese precio para el público. Además, previo a la decisión de los precios se realizaron publicaciones y storys en las redes sociales de Envestor, en la que los usuarios respondieron de igual manera, por lo que en los siguientes párrafos se mostrarán los resultados más a profundidad.

#### *iii) Bitácora de actividades*

***Tabla N°19: Bitácora de actividades para la creación y publicación deL experimento de Content Marketing***

Actividad	Tareas	Resultado
Desarrollar un brainstorming para el content marketing de las redes sociales	Realizar una lluvia de ideas	Relación de ideas concretas de interes para los clientes potenciales
	Filtración de ideas	
	Elección de las ideas claves	
Implementación de un cronograma de los cotenidos	Programar un itinerario de publicaciones	Estructura completo de las publicaciones para cada día de la semana
	Distribución entre los posts e stories	
	Elaboración del cronograma para las proximas 4 semanas	
Diseño del cotenido	Esbozar los contenidos mediante el programa Canva	Contenidos listos para ser publicados
	Elaboración de las descripciones respectivas para las publicaciones	
Publicar los contenidos	Implementar avisos para cada día	Contenido difundido para los usuarios
	Publicar en las redes sociales de Facebook e Instagram	
Análisis de las métricas	Compilar las métricas obtenidas de las publicaciones	Insights encontrados y observaciones para mejorar
	Evaluar las métricas	

Elaboración propia, 2022

C) Analisis e interpretación de resultados

Malla receptora

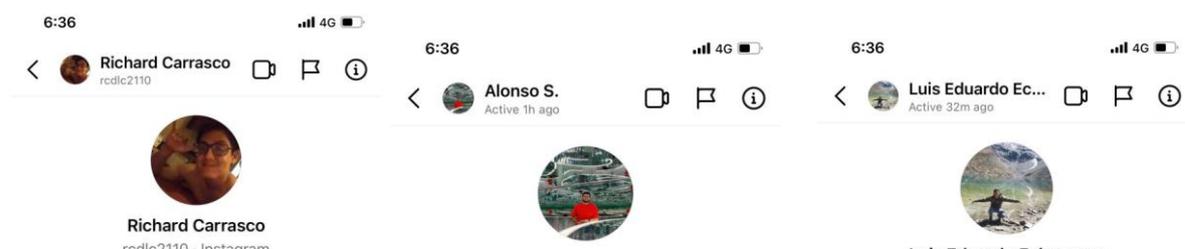
 <ul style="list-style-type: none"> <li>-Percepción de atención de los usuarios</li> <li>-Interes de nuevos seguidores</li> <li>-Crecimiento en la interacción de las publicaciones</li> <li>-Posibilidad de generar una comunidad</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar contenido mas interactivo para los usuarios como encuestas, templates, etc</li> <li>-Manejar programas mas profesionales para los contenidos diarios</li> <li>-Implementar un contenido que demuestre lo dinamismo de las sesiones</li> <li>-Emplear testimonios de los clientes satisfechos post servicios</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Se deberá generar contenido en otras aplicaciones como Tiktok?</li> <li>-¿Seria viable unificar comunidades con el mismo objetivo y poder compartir las ideas de Inversor?</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar un calendario tematico, el cual cada semana tenga un contenido especifico</li> <li>-Asociarse con organizaciones sin fines de lucro para la educación financiera</li> <li>-Presentar a la organización tanto profesores como fundadores para humanizar la marca</li> </ul>

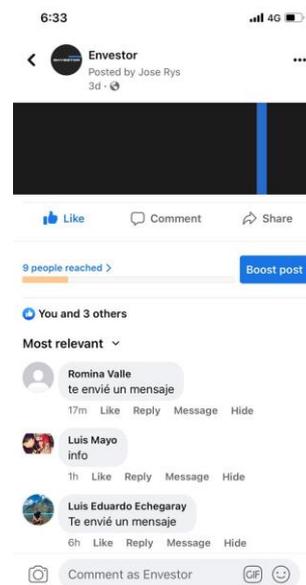
**Figura N°28: Malla receptora del experimento dos de validación del interés de compra. Elaboración propia, 2022**

### Principales hallazgos

En proporción a los hallazgos encontrados, se tuvo como objetivo generar un gran nivel de engagement a través de nuestras redes sociales mediante contenidos atractivos para poder llamar la atención de posibles clientes para luego poder fidelizarlos. Además, se tiene como finalidad que estos clientes potenciales puedan sentir que existe una comunidad de por medio en este mundo de la educación financiera en la cual se puede expresar, compartir y aprender entre todos los que quieran pertenecer a esta. Dentro de este experimento, se desarrollaron en las últimas cuatro semanas y podemos indicar que se tuvieron respuestas muy amigables y positivas por parte de los usuarios que encontramos o que nos encontraron. Es de esta manera, que pudimos observar que en la primera semana se tuvo una gran respuesta de los usuarios ya que contando con dos publicaciones acerca de “¿Quiénes somos?” y “Beneficios del conocimiento financiero” tuvo un alcance de 300 usuarios en total en las dos redes sociales que

tenemos. Por lo que, hubo alrededor de 100 likes, 30 comentarios, 5 compartidas y se llegó a conseguir 50 seguidores nuevos en total en ambas redes. La primera semana se quiso dar a conocer acerca de quiénes somos, qué servicio otorgamos y que beneficios trae este tipo de educación, por lo cual fue un resultado positivo para la primera semana. Luego, siguiendo con el experimento se llegó a la semana 2 en la que se subieron contenidos como publicaciones e historias, se indicaron temas como ¿Qué son los gastos de hormiga?, Metodología de ahorro personal y ¿Crees que los financieros son atractivos?, esa semana se basó en dar a conocer la información de calidad que tenemos mediante consejos, tips y metodologías para aplicar en la vida cotidiana financiera de cada uno. Se obtuvo un alcance de aproximadamente 380 personas, con interacciones como los likes de 80 usuarios, 20 comentarios, 3 compartidas y se consiguió 30 seguidores nuevos en total en ambas redes sociales. Si bien es cierto, se alcanzaron más usuarios pero no se alcanzó tanta interacción por parte de los usuarios como la primera semana. Después, continuando con la tercera semana, se planteó generar contenido durante los 7 días de la semanas para que así los usuarios conseguidos y los posibles sepan acerca de los diversos cursos que se manejan, también se creó contenido de motivación financiera, es así, que para esa semana se quería aumentar nuevos seguidores para ambas redes para así poder crear una posible comunidad de personas con el mismo gusto por las finanzas. Se difundieron contenidos acerca de “Hazte dueño de tu propio conocimiento”, “Leasing”, “Acciones”, “Créditos bancarios”, igualmente se quería llegar de manera emocional a los usuarios con contenidos con frases, para eso se utilizó la frase de Warren Buffet que es uno de los mas grandes inversores en el mundo de la finanzas, igualmente se publicó contenidos acerca de los cursos de Inversor mediante las historias de Instagram. Se logró alcanzar alrededor de 500 usuarios, entre likes y me gusta de los contenidos subido fueron aproximadamente 85 reacciones, 45 comentarios 10 compartidas y se llegó a 55 seguidores nuevos en total en las redes sociales de Instagram y Facebook. Así mismo, los usuarios comenzaron a pedir informes acerca del inicio del curso de Inversor vía mensaje directo o comentarios por las publicaciones. Por último, los resultados de la última semana fueron respecto a las publicaciones y historias como “Ratios financieros”, “Criptomonedas” y “Indicadores de rentabilidad”, igualmente, se promociono de nuevo los cursos de Inversor y se lanzo una oferta para los seguidores para que así sea accesible para todos. De este modo, se consiguió cerca de 280 seguidores en el alcance, con interacciones de 45 usuarios, 15 comentarios, 1 compartida y se obtuvo 20 nuevos seguidores en las redes sociales de Inversor. A pesar de la poca llegada por los pocos días de la semana, se llegó a interactuar con los usuarios y nos dieron a conocer diversas opiniones de mejoras y interés, es así que se finalizó el objetivo de manera positiva.





**Figura N°29: Prueba de intención de compra en la red social de Instagram. Elaboración propia, 2022**

**Figura N°30: Prueba de intención de compra en la red social de Facebook. Elaboración propia, 2022**

## Interpretación de resultados

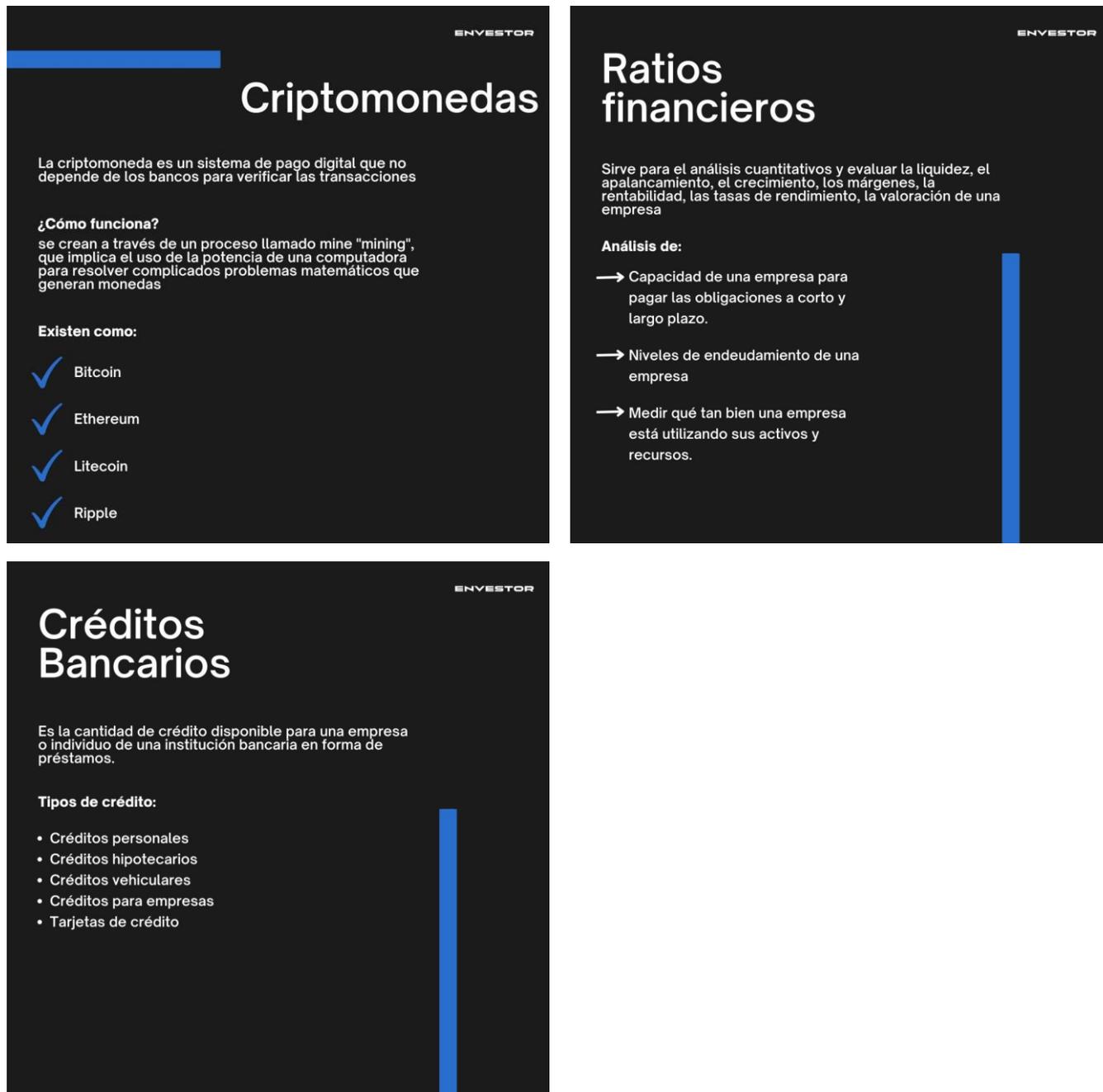
Conforme las pasadas 4 semanas se llegó a alcanzar el objetivo con los usuarios, el cual se manifiesta en reacciones e interacciones con los contenidos publicados. Es fundamental mencionar acerca de la originalidad de los contenidos para poder obtener un resultado positivo, así mismo distribuir de manera correcta los contenidos a publicar y los horarios correspondientes para poder tener un mayor alcance de los usuarios nuevos y los posibles que este puede tener. Por otro parte, se requiere que exista una constante producción y publicación de contenidos ya que esto refleja la seriedad y la consideración que tiene la organización con su público. Lo cual, tiene como resultado la interacción y la creación de vínculos con los usuarios simplemente presentando los servicios de Inversor. Cabe mencionar, que no todas las publicaciones pueden ser acerca de los servicios de la marca, debe existir también algún tipo de reflexión o un contenido que refleje unión o generación de una comunidad, para que de esta manera los usuarios perciban que existe un valor sostenible por parte de la empresa. Finalmente, cuando se generó contenido acerca de los precios de los servicios y sus promociones existió una mayor interacción con los usuarios, incluso hubo una evidente intención de compra de nuestros potenciales clientes. De esta manera, la publicación que tuvo más interacción fue la de “Beneficios del conocimiento financiero” ya que creemos que es un gran tema que tiene varias ramas y necesidades que te ayudan en la vida cotidiana por parte de los clientes que lo hace más atractivo.

### D) Aprendizajes o cambios a realizar

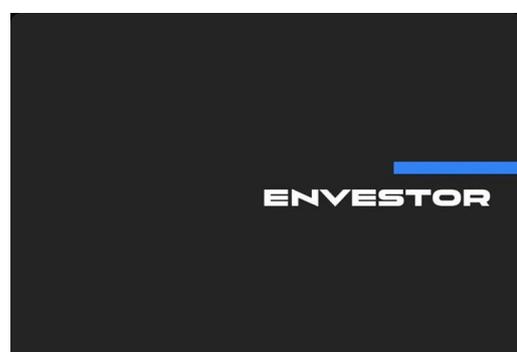
Los resultados obtenidos nos ayudaron a mejorar cada semana, es de esta manera que a continuación se mencionan los aprendizajes o cambios a realizar:

- Se debe establecer un parrilla de contenidos para que exista una mejor organización o previsión del tiempo correspondiente, es decir, un horario establecido en el que exista un mayor número de usuarios activos para que así exista más interacción con los clientes.
- Generar contenido en el cual la empresa como el usuario interactúe, como las preguntas y cuestionarios en las historias de Instagram y Facebook, ya que esto produciría un mayor interés en los usuarios y se cree una mayor visibilidad en las redes sociales.
- Impulsar la intención de compra del servicio mediante contenidos motivacionales o de importancia acerca de la educación financiera. Dando a entender que no todo tu contenido puede ser acerca de la empresa, debe existir otro motivo para promover este tipo de educación que te puede servir en la vida diaria.
- Implementar contenidos en formato reels o videos ya que esto produce un mayor alcance y más probabilidades de ser compartidas. Finalmente, presentar los precios de cada servicio, ya que esto demuestra más transparencia por parte de la empresa dando resultado mayor interés del público objetivo

## E) Sustentación de las validaciones



*Figura N°31: Posts publicados en Facebook e Instagram de Envestor.  
Elaboración propia, 2022.*





*Figura N°32: Posts y stories publicados en Facebook e Instagram de Envestor. Elaboración propia, 2022.*

### 7.3 Experimento N°3

#### A) Objetivo

En el siguiente experimento se espera conocer el grado de interés y la perspectiva desde el punto de vista de los clientes potenciales del aplicativo y la página web de *Investor*. Por ello, mediante la técnica de entrevistas a profundidad, se obtendrán resultados acorde al nivel de satisfacción e interés de estos clientes sobre el uso, la funcionalidad y el precio del servicio brindado *Investor*. El nivel del grado de aceptación será validado por los resultados de las siguientes hipótesis planteadas:

***Hipótesis 1:*** *El nivel de interés para el uso del aplicativo y página web es alto por parte del público objetivo.*

***Hipótesis 2:*** *El grado de aceptación de los precios establecidos son percibidos de manera positiva con respecto al precio-calidad para los clientes potenciales.*

De esta manera, estas serán validadas en relación a los indicadores obtenidos según las métricas analizadas; por un lado, el porcentaje de entrevistados que muestran interés para el uso del aplicativo sobre la cantidad del total de entrevistados, Por otro lado, se medirá el grado de aceptación de los precios en base la cantidad de personas que perciban el precio-calidad de manera satisfactoria con respecto a la cantidad total de entrevistados.

## **B) Diseño y desarrollo**

### *i) Descripción del experimento*

En el siguiente experimento, se realizarán entrevistas a profundidad dirigidas a nuestro público objetivo, con respecto al prototipo del aplicativo de *Investor*. La finalidad de este experimento es validar las hipótesis planteadas en base a las mejoras y propuestas de los planes de precios sugeridos a los usuarios en las entrevistas, como el básico, avanzado y el de suscripción de pago por único curso.

Buenos días / tardes soy \_\_\_\_\_, estudiante de último ciclo de la UPC de la facultad de Negocios. Actualmente me encuentro en vías de un proyecto de investigación que está relacionado a una plataforma virtual de enseñanza de cursos certificados vinculados a las finanzas personales y empresariales, buscando concientizar a mayor nivel de la población a ampliar sus conocimientos y habilidades financieras.

Te haré algunas preguntas para desarrollar la entrevista con normalidad.

Con tus propias palabras podrías explicarme, ¿Cómo te pareció el diseño y la funcionalidad del aplicativo/página web?

Con respecto a ambas plataformas, explicame ¿Qué parte fue la que más te interesó en la presentación del prototipo? y ¿Por qué?

Con respecto a los precios establecidos, ¿Crees que son accesibles para el servicio que te ofrece cada uno en la plataforma? y si no es así, ¿Qué montos estarías dispuesto a pagar por el servicio ofrecido?

En una calificación del 1 al 5, ¿Qué tan dispuesto estás de utilizar los servicios de Envestor por medio de estas plataformas?

Si Envestor se lanzará al mercado ya mismo, ¿Estarías interesado(a) en poder usarlo? y ¿Qué plan de suscripción es el que más te interesa?

Para finalizar esta entrevista, ¿Qué puntos crees que se podrían mejorar en estas plataformas? (Precios, Promociones, Diseño, Funcionalidad)

## *ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio*

### Estrategia de promoción:

En ambas plataformas virtuales, la página web y el aplicativo móvil, se busca realizar la venta personal de los cursos y servicios complementarios ofrecidos por Envestor. En este caso, por medio de las entrevistas se busca validar el interés que le generen las plataformas virtuales empleadas a los usuarios; de esta manera, se puede obtener una respuesta directa del entrevistado sobre el nivel de interés que le genere los servicios de Envestor a través de sus plataformas virtuales. En consecuencia, el entrevistador podrá determinar el grado de interés que haya percibido por parte de las personas entrevistadas y su perspectiva con respecto a ambas plataformas. Envestor, por medio de estas plataformas virtuales le brinda al usuario más opciones para poder ser parte de la comunidad, usando el aplicativo desde cualquier parte del mundo y la página web desde cualquier dispositivo digital.

### Estrategia de Fidelización:

#### 1. Seguimiento constante

En este caso, se debe realizar un seguimiento constante al comportamiento e intereses de los entrevistados que mostraron un mayor grado de aceptación de los servicios ofrecidos por Envestor. En un futuro, estas personas podrían convertirse en clientes de la marca y darles un seguimiento constante es clave para no perder clientes potenciales a la marca; asimismo, si cumplimos con nuestra oferta de valor, la satisfacción en la experiencia de uso puede lograr que recomienden a sus círculos de amistades sobre la marca.

#### 2. Experiencia de calidad

Por medio de la funcionalidad y diseño de ambas plataformas virtuales se generó una simulación de los beneficios que podría obtener el entrevistado si llegara a descargar el aplicativo; así mismo, se espera que el usuario pueda percibir sobre

todos los servicios que se le ofrece y le genere una perspectiva positiva sobre el prototipo.

3. Identificación de marca

Los beneficios que brinda la marca por medio de ambas plataformas, le brinda al entrevistado poder interactuar y percibir las herramientas que podría tener si llegara a optar por usar esta plataforma virtual de cursos financieros; de la misma manera, los conocimientos adquiridos y la mejora en el rubro financiero logrará que el usuario pueda percibir su mejora en su desarrollo personal e identifique a Envestor como la marca que lo ayudó a mejorar en conocimientos.

4. Desarrollo de una comunidad

En este caso, se ofrecen diversos tipos de plan de suscripción, los cuales agrupan a diversos clientes que se enfoquen por el plan que requieran y formen parte de un grupo que estén inscritos en un mismo plan en común. Las necesidades de los clientes varía en cada uno por lo cual la comunidad se parte en 3 subdivisiones, los que se encuentran inscritos en el plan P.U, los que están en plan Básico o los que optaron por la opción de suscribirse al plan Avanzado.

5. Evaluar efectividad de la estrategia

El logro de esta estrategia se puede visualizar en los resultados obtenidos en las entrevistas en base a sus comentarios, grado de satisfacción, interés y sus puntos de vista de mejora como recomendaciones. En este caso, la gran mayoría de entrevistados mostró un gran interés por usar Envestor en dichas plataformas virtuales.

Estrategia de precio:

En este experimento se implementó tres paquetes de precios y suscripción, entre los cuales se ha mencionado anteriormente el pago único (P.U) de 14.99 soles, que significa el costo de obtener un solo curso en la plataforma de Envestor, el plan básico de 18.90 soles, que incluye el acceso gratuito a todos los cursos que ofrece la plataforma, y el plan avanzado de 26.10 soles, que incluye como el básico, acceso a los cursos más la opción de recibir un asesoramiento en vivo por docentes para las dudas que tenga el usuario. Estos planes de suscripción fueron mostrados y explicados a los entrevistados, entre los cuales, muchos de ellos tuvieron un grado de aceptación muy bueno para los precios ofrecidos; asimismo, otros entrevistados mostraron una perspectiva, en base a sus comentarios, de precios muy accesibles para el mercado y que si hubiera una ligera alza de precios, no tendrían inconvenientes de pagarlo ya que ellos perciben que para cursos de finanzas se puede pagar un monto mayor; sin embargo, les agrado conocer un aplicativo que les brinde estos servicios y a un precio accesible.

*iii) Bitácora de actividades*

Actividad	Tareas	Resultado
Mejora del aplicativo y página web	Implementar nuevas mejoras como resultado de las entrevistas de validación	Una plataforma más completa y de uso intuitivo para el usuario
Entrevistas de validación de interés de compra del cliente potencial	Elaborar el formato de la entrevista	Formular preguntas dirigidas a la validación de las hipótesis planteadas
	Entrevistar a los usuarios	
	Analizar e interpretar los resultados obtenidos	Conclusiones sobre la validación
Determinar los resultados de la validación		

**Tabla N°20: Bitácora de actividades para medir el grado de interés de los clientes.**

*Elaboración propia, 2022.*

C) Análisis e interpretación de resultados

Ideas Interesantes	Criticas Constructivas
El diseño y funcionamiento de ambas plataformas virtuales son muy intuitivas para el uso e información	Incluir calificación para las asesorías del docente
Los entrevistados consideran que los planes de suscripción establecidos son muy buenos para el servicio que se ofrece	Los colores de la pestaña inicio en la página web no resalta la información necesaria y no es muy agradable visualmente
La sección de "contáctanos" como una pestaña principal a la vista del usuario lo consideran como un recurso importante para comunicarse directamente con Inversor	El precio lanzado en el plan avanzado se muestra muy accesible para todo lo que ofrece
Preguntas nuevas	Ideas Nuevas
¿Se considerará la inclusión de cursos de otras áreas como MKT a largo plazo en la plataforma?	Filtrar el nivel de conocimiento de cada usuario al inicio para implementar una barra de progreso
¿Habrán evaluaciones que determinen la aprobación de un curso?	Ofrecer descuentos y promociones para clientes regulares de la plataforma virtual
¿Cuántas sesiones como máximo tendrá el usuario para recibir asesoría?	Elaborar una sección sobre noticias financieras

**Tabla N°21: Matriz de aprendizajes del experimento.**

*Elaboración propia, 2022.*

### Principales Hallazgos:

En este experimento se entrevistó a 10 personas que cumplen con los estándares que conforman el público objetivo, como pertenecer dentro del rango de edad establecido, siendo el mínimo de edad de los entrevistados, 23 años. Además que estas personas que han sido entrevistadas su nivel de conocimiento en finanzas es básico y consideran que un aplicativo como Envestor es una gran herramienta para obtener mayor conocimiento ya que muchos de ellos, lo enfocan a la plataforma como un medio de estudio para seguir formándose.

En primer lugar, la gran mayoría de los entrevistados resaltaron la fácil e intuitiva navegación de la plataforma virtual; además que la consideraron dinámica y visualmente agradable. La mezcla de colores de azul y negro para una plataforma de finanzas lo percibieron como seguridad y les agrada que la plataforma tenga un tono de color “serio”. Asimismo, la parte que más les interesó de ambas plataformas, a la mayoría de entrevistados fue la sección de cursos ya que es muy dinámico, las imágenes representan muy bien el contenido de cada curso y consideran que la decisión de no haber optado por llenar las imágenes con texto introductorios de cada curso fue lo mejor ya que no les gusta percibir muchas palabras y les agrada más lo visual.

En segundo lugar, el paquete de los planes de suscripción fue percibida de manera positiva ya que les parece que son precios accesibles; sin embargo, consideran que si los precios llegaran a tener un alza mínimo de precios, no tendrían problemas de pagarlo ya que otras empresas por cursos de finanzas, tienen precios más altos. Esta variación de precios en promedio para el plan de pago único por curso ha sido que los usuarios están dispuestos a pagar como máximo 20 soles para este plan; asimismo, para el plan básico, ellos consideran que estarían dispuestos a pagar 30 o 40 soles; y para el plan avanzado sería de 40 a 50 soles como máximo debido a que este brinda asesoramiento gratuito, lo cual ellos consideran un precio más alto por este servicio adicional que se les ofrece

En tercer lugar, el nivel de interés de los entrevistados por usar ambas plataformas virtuales es alto ya que de una puntuación del 1 al 5 que se comentó en la entrevista, siendo 1, “no muy interesado”, y 5 como, “muy interesado”, estos eligieron en promedio un 4. Esto significa que el grado de nivel de interés de los entrevistados es alto y muchos estarían dispuestos a descargarse el aplicativo y comenzar a usarlo. Después de la descarga del aplicativo, para la gran mayoría prefieren elegir el plan avanzado y para otros el plan básico, esto debido a que para algunos prefieren comenzar con un asesoramiento especializado en cada curso ya que son conscientes que pueden tener problemas los términos financieros; mientras que para otros entrevistados, les gusta aprender por sí solos y consideran que no es necesario pagar de más por un asesoramiento. En cuarto lugar, consideran que los puntos de mejora que se pueden realizar en ambas plataformas es contar con una barra de progreso por cursos o evaluaciones que alimenten el conocimiento brindado y fortalecer la competitividad de uno mismo para obtener el mejor resultado. Otro punto de mejora recomendado por los entrevistados ha sido calificar con puntuaciones el desempeño de los asesores; asimismo, conocer cuánta es la cantidad máxima de asesorías que puede obtener por curso y la disponibilidad del profesor para cada asesoría.

#### D) Aprendizajes o cambios a realizar

Con respecto a los comentarios de los entrevistados, se ha podido comprobar que el nivel de interés es alto y se ha analizado algunos puntos de mejora que deberían realizarse en ambas plataformas virtuales, la cuales son las siguientes:

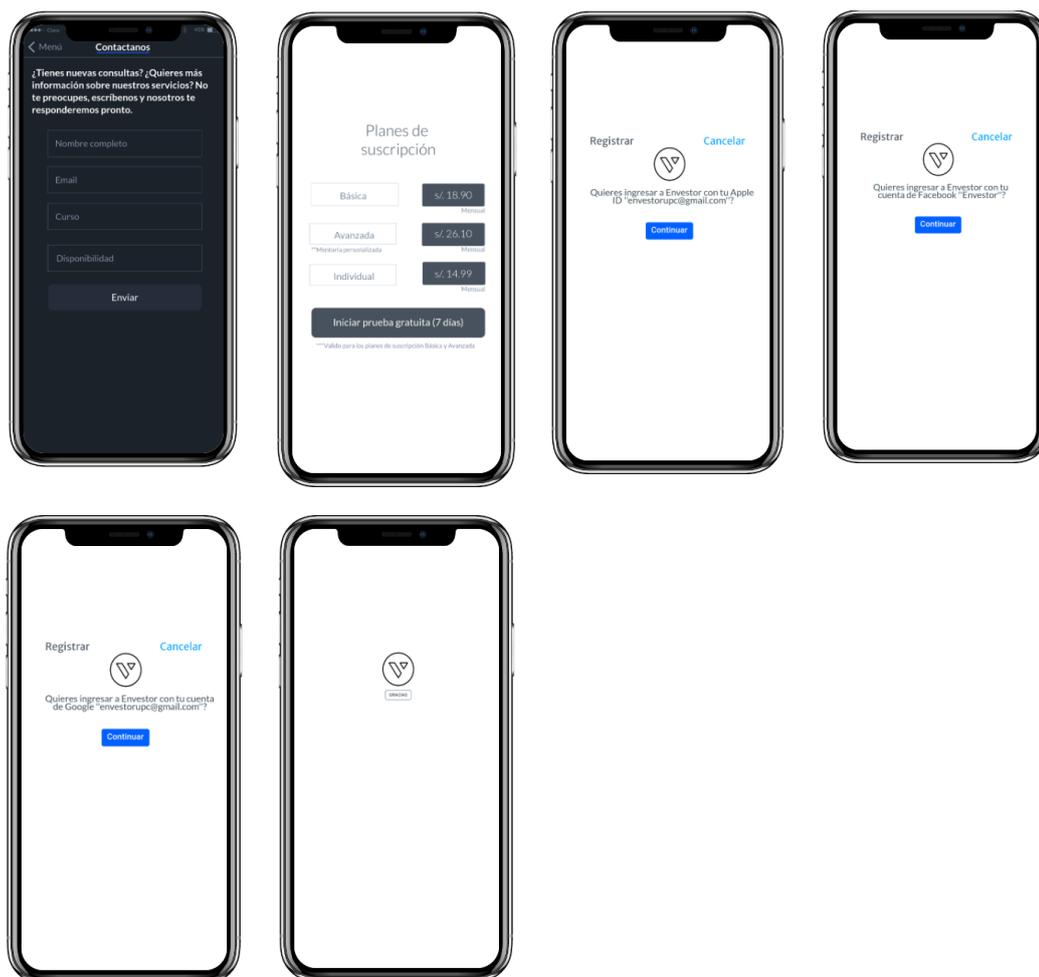
- Se puntuarán mediante calificaciones a los docentes encargados de las asesorías para los clientes que cuentan con el plan avanzado.
- Se presentarán filtros al inicio del aplicativo para medir el conocimiento del usuario y de esa manera visualizar el progreso en cada curso.
- Se desarrollarán mini evaluaciones en cada curso para fortalecer el conocimiento y el autodesarrollo de cada cliente en su proceso de aprendizaje.
- Se contará con horarios fijos establecidos y se comunicarán las sesiones de asesoría que estén disponibles los docentes.
- Se brindarán descuentos para clientes regulares con uso del aplicativo mayor a un trimestre, con la finalidad de retener su participación en el uso de la plataforma virtual.
- Se elaborará una sección de noticias financieras exclusivamente en la página web para mantener informados a los clientes con las últimas actualizaciones y sucesos del mundo financiero.
- Se rediseñará la sección inicio de la página web con un fondo y animaciones más dinámicas y visualmente más agradables para el usuario.

#### E) Sustentación de las validaciones

Link del prototipo del aplicativo:

<https://marvelapp.com/prototype/93fh6a6/screen/86884677>





**Figura N°33: Aplicativo móvil de Envestor.  
Elaboración propia, 2022.**

Link de la entrevista usuario N°1:  
<https://youtu.be/8e5eJ41jUJI>

Link de la entrevista usuario N°2:  
[https://youtu.be/\\_D7wpdZc16c](https://youtu.be/_D7wpdZc16c)

Link de la entrevista usuario N°3:  
<https://youtu.be/1TgDdxRKOek>

Link de la entrevista usuario N°4:  
<https://youtu.be/RVgPHRig1XY>

Link de la entrevista usuario N°5:  
<https://youtu.be/xBsAIoi9SI0>

Link de la entrevista N°6:

<https://youtu.be/TlrxhTWno>

Link de la entrevista usuario N°7:

<https://youtu.be/C7UPmGNPjQk>

Link de la entrevista usuario N°8:

[https://youtu.be/B0Yi1\\_ZVBiQ](https://youtu.be/B0Yi1_ZVBiQ)

Link de la entrevista usuario N°9:

<https://youtu.be/eYww01yNe>

Link de la entrevista usuario N°10:

<https://youtu.be/kpO6yEurQxA>

## 7.4 Experimento N°4

### A) Objetivo

En el siguiente experimento se espera conocer el grado de el impacto que genera esta campaña de ads promocionales en los clientes potenciales del aplicativo y la página web de Inversor. Por ello, mediante esta estrategia de contenido , se obtendrán resultados acorde al nivel de interés de estos clientes por obtener nuestros servicios académicos. El nivel de impacto será validado por los resultados de las siguientes hipótesis planteadas:

***Hipótesis 1:*** *El 3% de las personas alcanzadas mediante la campaña de ads en las redes sociales se redirigió a nuestra landing page.*

***Hipótesis 2:*** *El 3% de las personas alcanzadas mediante la campaña de ads en las redes sociales les gustaría contar con nuestros servicios.*

De esta manera, estas serán validadas en relación a los indicadores obtenidos finalizada la campaña.

### B) Diseño y desarrollo

#### *i) Descripción del experimento*

El siguiente experimento consiste en lanzar una campaña publicitaria de ads en las redes sociales, en la cual se difundirá una promoción de descuento con tiempo límite de 24 horas y un código promocional, esta campaña irá directamente segmentada y enfocada en nuestro público meta. Mediante este experimento, se busca medir el tráfico que la campaña generará en nuestra landing page y a la par medir el interés

de las personas por obtener nuestros servicios mediante la inscripción a nuestra landing page.

## ii) Estrategias de promoción, fidelización y precio

### Promoción

Por lado de la promoción, se realizó una estrategia de contenidos, en la cual se llevó a cabo la creación y difusión de visuales con estrategia de alto impacto. Este contenido, tiene como objetivo medir el impacto que la campaña podría causar en nuestro público, como también medir el comportamiento y la intención de adquirir nuestros servicios.

### Fidelización

El experimento realizado, permite que mediante la inscripción a nuestra landing page, se comience a construir una gran base de datos de datos. Esta base, nos brinda la posibilidad de aprovecharla en un futuro para realizar campañas de email marketing o la creación de un sistema de afiliados.

### Precio

Al realizar el experimento, nos dimos la posibilidad de medir el interés y el impacto que puede alcanzar una campaña de promoción por primera compra, como también, las promociones por tiempo limitado. De tal manera, con una correcta inversión en ads en redes sociales y obteniendo el alcance adecuado, se podría capitalizar grandes oportunidades de captación de nuevos clientes.

## iii) Bitácora de actividades

Actividad	Tareas	Resultado
Diseño de visuales para la campaña de ads	Elección del programa	Imágenes para el post, donde se muestra la promoción por tiempo limitado
	Elaboración de imágenes para el post	
Publicación de Ads	Elección de día/hora de publicación	Publicar el y recibir el feedback del target (seguidores)
	Compartir la historia diseñada en IG Stories.	
Análisis de los resultados obtenidos	Análisis de los resultados obtenidos por la publicación de los ads	Obtener resultados y analizarlos
	Identificar los puntos de mejora	

**Tabla N°22: Bitácora de actividades para medir el impacto de publicidad pagada en redes sociales.**

**Elaboración propia, 2022.**

### C) Análisis e interpretación de resultados

Una vez realizado el experimento, se pudieron obtener los siguientes resultados. En cuanto a la promoción de primera compra, se obtuvo un alcance total de 7.292 personas del público objetivo en un periodo de 4 días dando como resultado 43 clics en el enlace que los redirige a la landing page. Dado esto, podemos dar a conocer que la tasa de conversión es menor al 3% esperado y la primera hipótesis no puede ser validada.

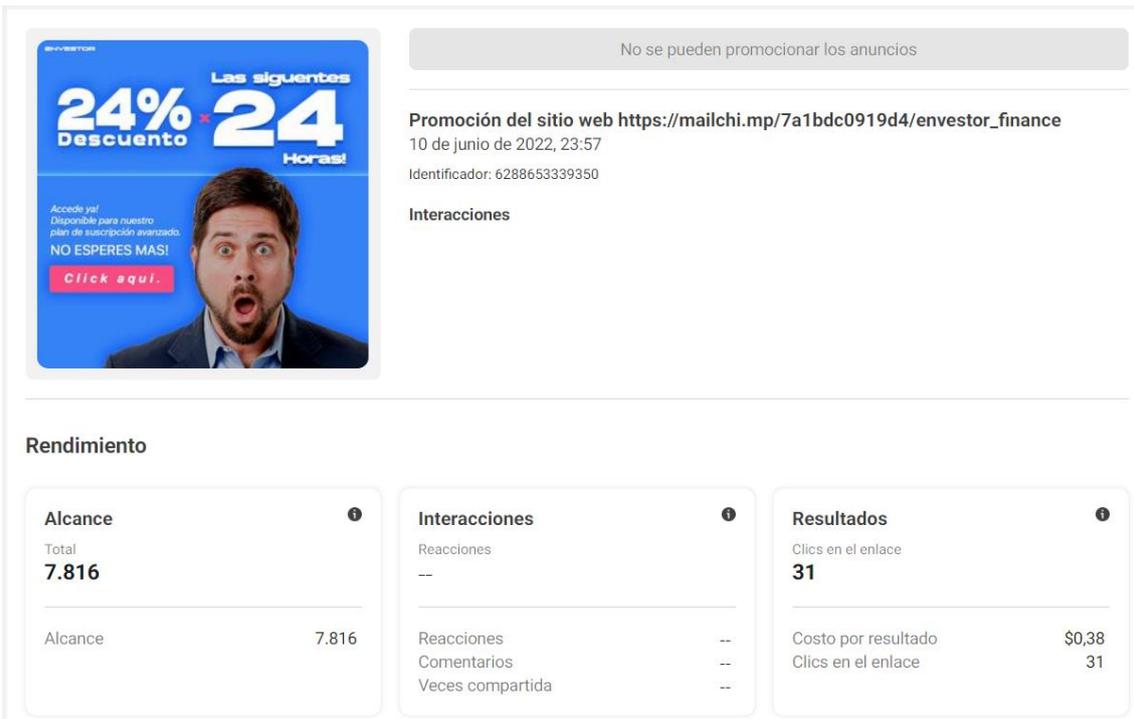
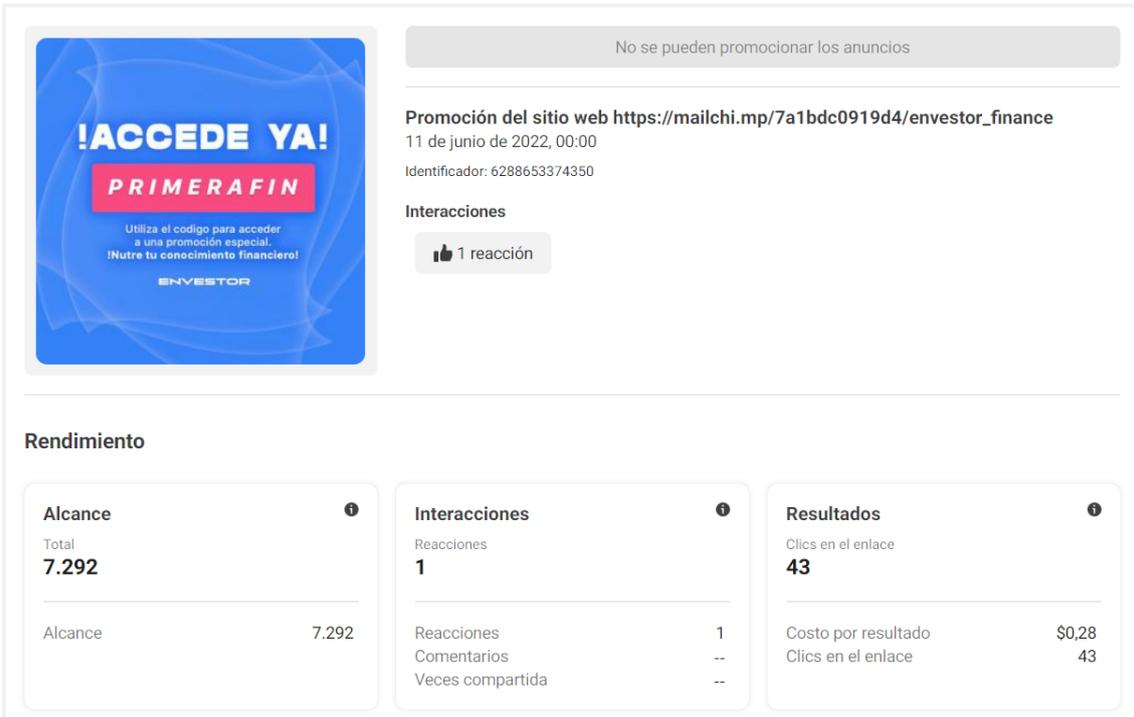
En el caso de la segunda hipótesis, la cual mencionaba *“El 3% de las personas alcanzadas mediante la campaña de ads en las redes sociales les gustaría contar con nuestros servicios”*, no puede ser validada. Esto se debe a que la tasa de conversión es menor al 3% esperado y las 18 personas interesadas en inscribirse a la landing page para recibir las promociones, son mucho menores a las 218 que se buscaba capitalizar.

### D) Aprendizajes o cambios a realizar

Los resultados obtenidos nos ayudaron a mejorar cada semana, es de esta manera que a continuación se mencionan los aprendizajes o cambios a realizar:

- Se debe generar campañas pagadas con mayor frecuencia, que sean de alto impacto y busquen generar un mayor engagement con el público objetivo.
- Para generar un mayor impacto visual o de captura, se deben crear campañas con contenido más elaborado, ya sean videos o historias con una mayor interacción que busque enganchar al público objetivo y que este se mantenga al tanto de nuestras campañas en el futuro.
- Otro punto que podría influenciar mejor en el enganche, sería el de implementar campañas de concientización, las cuales busquen el porqué nuestro servicio es el adecuado para el público y pueda hacer un cambio importante en sus conocimientos financieros para el bien de sus inversiones.

### E) Sustentación de las validaciones



**Figura N°34: Métricas de ads en redes sociales.**  
 Elaboración propia, 2022.

## 8. Plan Financiero

### 8.1 Proyección de ventas

La proyección de ventas planteada (Ver Anexo 3) fue estimada en base a la previa realización del concierge en base al potencial estimado tras realizar el Drill Down del mercado meta potencial en base a la segmentación de público definida en nuestro Business Model Canvas (BMC). Es importante mencionar que estimamos una demanda aproximada por cada plan de suscripción a la plataforma Envestor en base al alcance potencial que podríamos cubrir a la escala del negocio. Luego estimamos sus contribuciones por cada plan y les atribuimos los precios previamente diseñados en el Concierge de ventas. Luego para desarrollar la proyección de los primeros 12 meses a detalle del año uno, se considero los dos primeros meses de venta cómo meses en zero por ser una nueva propuesta y necesitar tiempo para la adaptabilidad de mercado, para luego crecer a un ritmo porcentual de entre **2 y 9.7%** aproximado de manera anual tomando en cuenta los totales promediados de 190,196 y un precio de 20.00 Soles en promedio de los planes de suscripción propuestos para la compañía.

Una vez realizados los cálculos a nivel macro nos arroja que durante el primer año las ventas proyectadas sumarían 192,770 Soles, en el segundo año percibirán un crecimiento por lo cual aumentaron a 319,177 y para el tercer año se encontraron en los S/.331,818 nuevos soles. Es importante mencionar que esto en clientes numero totales son para el plan Basico, avanzado e individual los montos de 5589, 2451 y 7763 respectivamente, estos se dan mediante una tasa de conversión de 1.8% para el plan basico, 1.3% para el plan avanzado y 2% para los planes de cursos inividuales, es decir tenemos una tasa de conversión sobre el mercado meta de 1.7% en promedio diferenciada por cada plan por su nivel de aceptación y de atracción calculado según los resultados cualitativos y cuantitativos de los experimentos de validación de venta.

Potencial (TC)	TC= Tasa de conversión
5,589	1.80%
2,451	1.30%
7,763	2%
<b>S/15,803</b>	<b>1.70%</b>



## 8.2 Presupuesto de inversión del proyecto

### Activos Tangibles:

En cuanto a activos tangibles se necesitara contar con una Laptop Lenovo 2&1 Modelo doble que esta valorizada a dia de hoy en **S/. 2350** y esta es escogida principalmente por su capacidad dual lo cual permite que sea utilizada para trabajos administrativos y comerciales, capacidad suficiente para el manejo de programación de ser necesario y una herramienta capaz de generar contenido y manejar los programas para nutrir las redes sociales de Meta (Instagram & Facebook).

### Activos Intangibles:

Para comenzar el funcionamiento correcto de la plataforma Envestor necesitaremos incurrir en una serie de gastos los cuales serán los siguientes.

- A) Registro y permisos Stores Digitales: Para poder inscribirse y subir la APP de Envestor en las principales plataformas de descarga tanto para ecosistema Android cómo Apple el costo conjunto sumaria los 120 USD lo cual a tipo de cambio de 3.70 estandarizado, eleva un costo de **S/. 444** de manera anual.
- B) Mailing para soporte comercial: Se contará con un plan de mailing que permitirá automatizar correos con respuesta y facilitar campañas y comunicación de soporte con nuestra base de suscriptores Envestor, será proveída por Mailchimp que tiene un costo anual incluido IGV a **S/. 490**
- C) Desarrollo del entorno digital (App & Web): Cómo parte de los medios donde los clientes potenciales podrían acceder al repertorio de cursos de Envestor son tanto la página web cómo el aplicativo para IOS & Android, es por ello que tras hablar con distintos programadores web fue Carlos Thompson quien nos ofreció una cotización competitiva por la cual optamos y tiene un valor de **S/.9800** incluido IGV.

**Gastos Pre-Operativos:** Los gastos pre operativos son considerados cómo los desembolsos necesitados para poner en marcha el proyecto de Envestor

- A) Constitución de la empresa: Según la información del país de origen donde se opera, considerando el trámite de la constitución de la empresa mediante la CNP (Cámara de negocios del Perú) el costo asociado es de **S/. 975** que incluye el derecho de constitución además de la reserva del nombre de marca Envestor en la SUNARP, la carta de poder y la designación de los involucrados.
- B) Derecho notarial por la emisión de escritura Publica: Se pagaran S/. 375 para emitir los documentos necesarios en la notaria SobreVilla.
- C) Gasto de Marketing y publicidad activa: Mediante decisión del equipo administrativo y comercial de Envestor, se estableció que se utilizara únicamente publicidad en canales SEM/SEO (100% en línea, incluyendo buscadores y redes sociales) para buscar promocionar el lanzamiento de la plataforma al target objetivo mediante videos, post publicitarios y descuentos por ofertas de 24H y PRIMERAYA. El costo total asociado será de **S/. 6100**
- D) Registro de identidad de marca INDECOPI: Según información de trámites el registro tanto del nombre de marca cómo el logo a utilizar en operaciones comerciales, incluida su patente asciende a un costo de **S/. 560**
- E) Acondicionamiento de plataforma Web: El gasto de manutención de la web que incluye las actualizaciones necesarias para la adaptabilidad a PC/Equipo movil ademas de limpieza de sistemas y optimización para lanzamiento, el costo aumenta a **S/. 325**
- F) Alquiler de servidor: El servidor en la nube se alquila con la intención de mantener la información y data necesaria que estara estacionada en la web de Envestor, esta seria proporcionada por Hosting Labs con un valor de **S/. 850**

Gasto preoperativos	Precio	Cantidad	Total
Desarrollo del entorno digital (Financiado)	S/ 9,800.00	1	S/ 9,800.00
Constitucion de la empresa	S/ 975.00	1	S/ 975.00
Registro de identidad de marca	S/ 560.00	1	S/ 560.00
Derecho notarial por la emisión de la escritura pública (Notaria)	S/ 375.00	1	S/ 375.00
Gasto de Marketing y Publicidad	S/ 6,100.00	24	S/ 146,400.00
Alquiler de servidor	S/ 850.00	1	S/ 850.00
Acondicionamiento de Pagina Web	S/ 325.00	1	S/ 325.00
Registro y permisos de tiendas digitales (Anual)	S/ 444.00	1	S/ 444.00
Soporte Comercial mailing (Anual)	S/ 490.00	1	S/ 490.00
<b>Total</b>	S/		<b>160,219.00</b>

Tabla N°23: Gastos Pre Operativos Elaboración propia, 2022.

## 8.3 Flujo de caja

### 8.3.1 Ingresos & Egresos

#### A) Ingresos:

En cuanto a los ingresos calculados para la compañía Invektor dependen de las ventas directas de los planes de suscripción en sus tres tipos propuestos para el modelo de negocio siendo el Básico, Avanzado y PU con los precios apreciados en la tabla N°15 Es importante mencionar que los precios mensuales se mantendrán constantes durante los primeros 5 años de operación de la compañía.

#### B) Egresos:

- Publicidad digital en redes sociales: Dentro de la estrategia de gasto para actividades de marketing de carácter digital con enfoque tanto en Instagram y Facebook (Meta) de manera balanceada, se busca generar campañas de impacto por lo cual durante los primeros 12 meses (primer año) se realizaran inversiones de S/.1000 soles mensuales de manera constante

<b>Año</b>	<b>Costo Mensual Publicidad</b>	<b>Costo Anualizado</b>
<b>1/2/3</b>	S/. 1000 (Alto impacto)	S/. 12,000 Prom

- Programador Web Freelance: El desarrollo de programación y mantenimiento de Invektor y su plataforma en el mundo digital estará a cargo del ingeniero técnico Carlos Thompson especialista en UX y desarrollo, despliegue de webs. El cobrará mediante RPH (Recibo por honorarios) por un valor fijo mensual de S/. 2300 de manera constante.
- Oficina coworker: Se alquilará un espacio de trabajo para los colaboradores que excederá al monto de 700 dólares que convertido a un tipo de cambio de 3.7, el resultado de la inversión es de 2590 soles.
- Administrador: Se tendrá un Administrador general encargado de revisar reportes de venta, leads & funnels y su pago mensual será de S/. 1100 de manera mensual ejecutado mediante RPH (Recibo por honorarios)
- Community Manager PT: Contaremos con un C.M Junior part time para que maneje las redes sociales de Meta y supervise de manera semanal los avances en las campañas digitales, este será mediante un servicio por locación y costara S/. 500 soles de manera mensual.

### C) Desarrollo de flujo de caja

El presente flujo de caja fue desarrollado y nos muestra a detalle tanto ingresos cómo egresos de efectivo proyectado a 3 años, siendo los 12 primeros meses de manera detallada y los año 2 & 3 de manera consolidada anual. La composición de las ventas se dan mediante la suscripción de los clientes en cualquiera de los planes disponibles Invektor. Es importante aclarar que para el año 1 recién percibimos flujos de caja positivos en el mes 5. Por otro lado En el primer año de operaciones podemos apreciar un flujo de caja libre de S/. 9396 mientras que para el año 2 es de S/. 115,071 y año 3 S/.145,483.

PRIMER AÑO	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	S/ -	S/ -	S/ -	3,160.17 S/	6,320.34 S/	9,480.5 S/	15,800.85 S/	15,800.85 S/	22,121.18 S/	28,441.52 S/	28,441.52 S/	31,601.69 S/	31,601.69 S/
Costo de ventas	-S/ 284.00												
Utilidad Bruta	-S/ 284.00	-S/ 284.00	-S/ 284.00	2,876.17 S/	6,036.34 S/	9,196.51 S/	15,516.85 S/	15,516.85 S/	21,837.18 S/	28,157.52 S/	28,157.52 S/	31,317.69 S/	31,317.69 S/
Gasto de Personal	-S/ 4,706.00	-S/ 6,100.00	-S/ 4,706.00	-S/ 5,017.78	-S/ 4,706.00	-S/ 4,706.00	-S/ 4,706.00	-S/ 4,706.00	-S/ 5,017.78				
Gasto fijo	-S/ 2,590.00												
Depreciación	-S/ 144.08												
Gasto de marketing	-S/ 1,000.00												
Utilidad operativa	-S/ 8,724.08	-S/ 8,724.08	-S/ 8,724.08	5,963.91 S/	2,403.75 S/	637.58 S/	7,076.76 S/	6,764.98 S/	13,397.10 S/	19,717.44 S/	19,717.44 S/	22,877.61 S/	22,877.61 S/
Impuesto a la renta 29.50%	S/ -	2,087.64 S/	1,995.67 S/	3,952.14 S/	5,816.64 S/	5,816.64 S/	6,748.89 S/	6,656.92 S/					
Depreciación	-S/ 144.08												
Utilidad neta	-S/ 8,868.00	-S/ 8,868.00	-S/ 8,868.00	5,419.83 S/	2,259.66 S/	493.49 S/	5,133.20 S/	4,913.40 S/	9,589.04 S/	14,044.88 S/	14,044.88 S/	16,272.80 S/	16,052.99 S/
Gastos preoperativos	-S/ 160,219.00												
Activo fijo	S/ 4,940.00	S/ 2,590.00											
Flujo de caja operativo (FCO)	-S/ 165,159.00	-S/ 11,170.00	-S/ 11,170.00	8,009.83 S/	4,849.66 S/	3,083.49 S/	2,543.20 S/	2,323.40 S/	6,999.04 S/	11,454.88 S/	11,454.88 S/	13,682.80 S/	13,462.99 S/
Préstamo	S/ 10,000.00												
Amortización	-	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -	833 -
Interés	-	730.00 -	669.17 -	608.33 -	547.50 -	486.67 -	425.83 -	365.00 -	304.17 -	243.33 -	182.50 -	121.67 -	60.83 -
Escudo Fiscal	-	-	-	-	-	-	125.62 S/	107.68 S/	89.73 S/	71.78 S/	53.84 S/	35.89 S/	17.95 S/
Flujo de caja libre (FCL)	-S/ 155,159.00	-S/ 12,733.33	-S/ 12,672.50	9,451.50 S/	6,230.50 S/	4,403.49 S/	1,409.65 S/	1,232.74 S/	5,951.27 S/	10,449.99 S/	10,492.88 S/	12,763.69 S/	12,586.77 S/
Flujo de caja acumulado	-S/ 155,159.00	-S/ 167,892.33	-S/ 180,564.83	-S/ 190,016.33	-S/ 196,246.83	-S/ 200,650.32	-S/ 199,240.66	-S/ 198,007.93	-S/ 192,056.66	-S/ 181,606.66	-S/ 171,113.78	-S/ 158,350.09	-S/ 145,763.32

SEGUNDO AÑO	Mes 1 3	Mes 1 4	Mes 1 5	Mes 1 6	Mes 1 7	Mes 1 8	Mes 1 9	Mes 2 0	Mes 2 1	Mes 2 2	Mes 2 3	Mes 2 4
Ventas	S/ 31,601.69	S/ 25,281.35	S/ 15,800.85	S/ 22,121.18	S/ 25,281.35	S/ 28,441.52	S/ 28,441.52	S/ 28,441.52	S/ 31,601.69	S/ 31,601.69	S/ 25,281.35	S/ 25,281.35
Costo de ventas (Aumento +20%)	-S/ 340.80	-S/ 340.80										
<b>Unidad Bruta</b>	<b>S/ 31,260.89</b>	<b>S/ 24,940.55</b>	<b>S/ 15,460.05</b>	<b>S/ 21,780.38</b>	<b>S/ 24,940.55</b>	<b>S/ 28,100.72</b>	<b>S/ 28,100.72</b>	<b>S/ 28,100.72</b>	<b>S/ 31,260.89</b>	<b>S/ 31,260.89</b>	<b>S/ 24,940.55</b>	<b>S/ 24,940.55</b>
Gasto de Personal	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 7,114.59	-S/ 5,243.06	-S/ 5,923.17	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 5,243.06	-S/ 5,923.17
Gasto fijo	-S/ 2,590.00	-S/ 2,590.00										
Depreciación	-S/ 288.17	-S/ 288.17										
Gasto de marketing	-S/ 1,000.00	-S/ 1,000.00										
<b>Utilidad operativa</b>	<b>S/ 22,139.66</b>	<b>S/ 15,819.33</b>	<b>S/ 6,338.82</b>	<b>S/ 12,659.16</b>	<b>S/ 13,947.90</b>	<b>S/ 18,079.50</b>	<b>S/ 18,079.50</b>	<b>S/ 18,079.50</b>	<b>S/ 22,139.66</b>	<b>S/ 22,139.66</b>	<b>S/ 15,819.33</b>	<b>S/ 15,139.21</b>
Impuesto a la renta 29.50%	-S/ 6,531.20	-S/ 4,666.70	-S/ 1,869.95	-S/ 3,734.45	-S/ 4,114.60	-S/ 5,998.95	-S/ 5,998.95	-S/ 5,998.95	-S/ 6,531.20	-S/ 6,531.20	-S/ 4,666.70	-S/ 4,466.07
Depreciación	-S/ 288.17	-S/ 288.17										
<b>Utilidad neta</b>	<b>S/ 15,896.63</b>	<b>S/ 11,440.79</b>	<b>S/ 4,757.03</b>	<b>S/ 9,212.87</b>	<b>S/ 10,121.36</b>	<b>S/ 13,668.71</b>	<b>S/ 13,668.71</b>	<b>S/ 13,668.71</b>	<b>S/ 15,896.63</b>	<b>S/ 15,896.63</b>	<b>S/ 11,440.79</b>	<b>S/ 10,961.31</b>
Gastos preoperativos												
Activo fijo	-S/ 2,590.00	-S/ 2,590.00										
<b>Flujo de caja operativo</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 8,850.79</b>	<b>S/ 2,167.03</b>	<b>S/ 6,622.87</b>	<b>S/ 7,531.36</b>	<b>S/ 11,078.71</b>	<b>S/ 10,999.23</b>	<b>S/ 11,078.71</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 8,850.79</b>	<b>S/ 8,371.31</b>
<b>Flujo de caja libre</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 8,850.79</b>	<b>S/ 2,167.03</b>	<b>S/ 6,622.87</b>	<b>S/ 7,531.36</b>	<b>S/ 11,078.71</b>	<b>S/ 10,999.23</b>	<b>S/ 11,078.71</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 8,850.79</b>	<b>S/ 8,371.31</b>
<b>Flujo de caja acum</b>	<b>S/ 13,306.63</b>	<b>S/ 22,157.42</b>	<b>S/ 24,324.46</b>	<b>S/ 30,947.33</b>	<b>S/ 38,478.69</b>	<b>S/ 49,557.40</b>	<b>S/ 60,156.63</b>	<b>S/ 71,235.34</b>	<b>S/ 84,541.97</b>	<b>S/ 97,848.60</b>	<b>S/ 106,699.39</b>	<b>S/ 115,070.71</b>

TERCER AÑO	Mes 2 5	Mes 2 6	Mes 2 7	Mes 2 8	Mes 2 9	Mes 3 0	Mes 3 1	Mes 3 2	Mes 3 3	Mes 3 4	Mes 3 5	Mes 3 6
Ventas	S/ 25,281.35	S/ 28,441.52	S/ 31,601.69	S/ 31,601.69	S/ 31,601.69	S/ 31,601.69						
Costo de ventas (Aumento 50%)	-S/ 511.20	-S/ 511.20										
<b>Unidad Bruta</b>	<b>S/ 24,770.15</b>	<b>S/ 27,930.32</b>	<b>S/ 31,090.49</b>	<b>S/ 31,090.49</b>	<b>S/ 31,090.49</b>	<b>S/ 31,090.49</b>						
Gasto de Personal	-S/ 6,257.58	-S/ 7,092.41	-S/ 6,257.58	-S/ 6,257.58	-S/ 6,257.58	-S/ 6,257.58	-S/ 7,092.41					
Gasto fijo	-S/ 2,590.00	-S/ 2,590.00										
Depreciación	-S/ 576.33	-S/ 576.33										
Gasto de marketing	-S/ 1,000.00	-S/ 1,000.00										
<b>Utilidad operativa</b>	<b>S/ 14,346.24</b>	<b>S/ 14,346.24</b>	<b>S/ 14,346.24</b>	<b>S/ 14,346.24</b>	<b>S/ 11,987.45</b>	<b>S/ 14,346.24</b>	<b>S/ 13,511.41</b>	<b>S/ 17,506.41</b>	<b>S/ 20,666.58</b>	<b>S/ 20,666.58</b>	<b>S/ 20,666.58</b>	<b>S/ 19,831.75</b>
Impuesto a la renta 29.50%	-S/ 4,232.14	-S/ 4,232.14	-S/ 4,232.14	-S/ 4,232.14	-S/ 3,530.40	-S/ 4,232.14	-S/ 3,985.87	-S/ 5,164.39	-S/ 6,096.64	-S/ 6,096.64	-S/ 6,096.64	-S/ 6,893.37
Depreciación	-S/ 576.33	-S/ 576.33										
<b>Utilidad neta</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 9,013.39</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,101.88</b>	<b>S/ 12,918.35</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 14,557.72</b>
Gastos preoperativos												
Activo fijo	-S/ 2,350.00											
<b>Flujo de caja operativo (FCO)</b>	<b>-S/ 2,350.00</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 9,013.39</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,101.88</b>	<b>S/ 12,918.35</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 14,557.72</b>
Prestamo												
<b>Flujo de caja libre (FCL)</b>	<b>-S/ 2,350.00</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 9,013.39</b>	<b>S/ 10,690.43</b>	<b>S/ 10,101.88</b>	<b>S/ 12,918.35</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 15,146.27</b>	<b>S/ 14,557.72</b>
<b>Flujo de caja acum</b>	<b>-S/ 2,350.00</b>	<b>S/ 8,340.43</b>	<b>S/ 19,030.86</b>	<b>S/ 29,721.30</b>	<b>S/ 40,411.73</b>	<b>S/ 49,425.11</b>	<b>S/ 60,115.55</b>	<b>S/ 70,217.42</b>	<b>S/ 83,135.78</b>	<b>S/ 98,282.05</b>	<b>S/ 113,428.32</b>	<b>S/ 128,974.59</b>

FLUJO DE CAJA - ENVESTOR				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Mes 1	-S/ 155,159.00	-S/ 12,733	S/ 13,307	S/ 10,690
Mes 2		-S/ 12,673	S/ 8,851	S/ 10,690
Mes 3		-S/ 9,451	S/ 2,167	S/ 10,690
Mes 4		-S/ 6,230	S/ 6,623	S/ 10,690
Mes 5		-S/ 4,403	S/ 7,531	S/ 9,013
Mes 6		S/ 1,410	S/ 11,079	S/ 10,690
Mes 7		S/ 1,233	S/ 10,599	S/ 10,102
Mes 8		S/ 5,951	S/ 11,079	S/ 12,918
Mes 9		S/ 10,450	S/ 13,307	S/ 15,146
Mes 10		S/ 10,493	S/ 13,307	S/ 15,146
Mes 11		S/ 12,764	S/ 8,851	S/ 15,146
Mes 12		S/ 12,587	S/ 8,371	S/ 14,558
<b>TOTAL</b>	<b>-S/ 155,159</b>	<b>S/ 9,396</b>	<b>S/ 115,071</b>	<b>S/ 145,482.3</b>

**Tabla N°24: Flujos de Caja Inversor.**  
Elaboración propia, 2022.

### 8.4 Indicadores financieros

En cuanto a los indicadores financieros que obtuvimos luego del despliegue numérico y financiero, obtenemos la siguiente información que nos servirá para definir en el siguiente punto si el modelo de negocio de Inversor es viable.

<b>Valor Actual Neto VAN</b>	S/. 345,307
<b>Tasa Interna de retorno TIR</b>	25.16%
<b>Suscripciones requeridas para P.E (Año 1)</b>	1107

## 8.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto

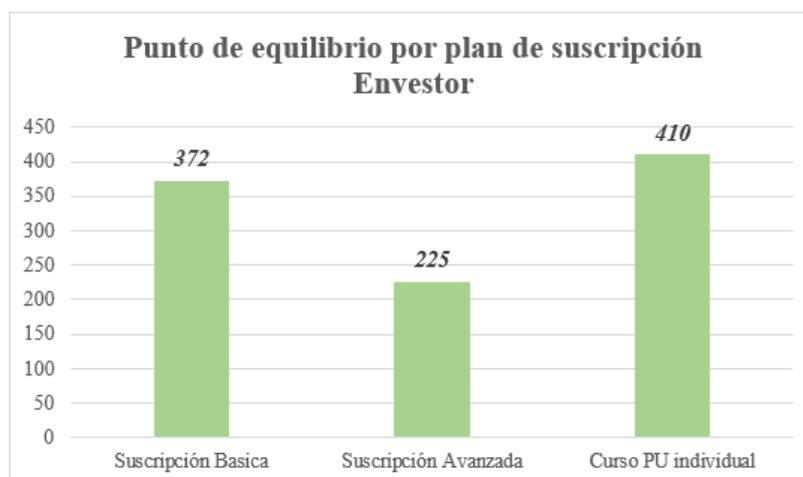
Considerando la información al momento obtenida, Invektor se encuentra en condición VIABLE puesto que generamos flujos acumulados positivos (+) por un valor de S/. 270,000 aproximadamente en conjunto durante el horizonte de 3 años compuesto de flujos de caja de 9,396 en el año 1, 115,071 en el año 2, y 145,483 en el año 3 con una inversión inicial de S/. 155,159 de los cuales 10,000 fueron financiados. Además tenemos una TIR del 25% que excede el la tasa esperada COK que según el análisis realizado en bonos Yield nos figura de un 15.17% considerando una rentabilidad promedio de mercado del 8.26% y una tasa libre de riesgo de 3.15% y un beta de Jelmi 2022 de 2.35 según data histórica del S&P 500 y Yield Curve.

## 8.6 Analisis de punto de equilibrio y financiamiento.

### 8.6.1 Punto de equilibrio Invektor

Realizando el análisis de punto de equilibrio, consideramos los 3 planes (básico, avanzado e individual), extraímos sus precios individuales y las cantidades obtenidas del mercado meta según las tasas de conversión lo que finalmente se tradujo en los costos unitarios individuales de cada plan y luego obtuvimos la cantidad de planes necesarios por cada plan de suscripción. Obtuvimos que necesitamos durante el año 1 de operaciones obtener 1007 suscripciones para que la compañía ingrese a status de equilibrio.

Punto de Equilibrio		
Suscripción Básica	372	Planes
Suscripción Avanzada	225	Planes
Curso PU individual	410	Planes

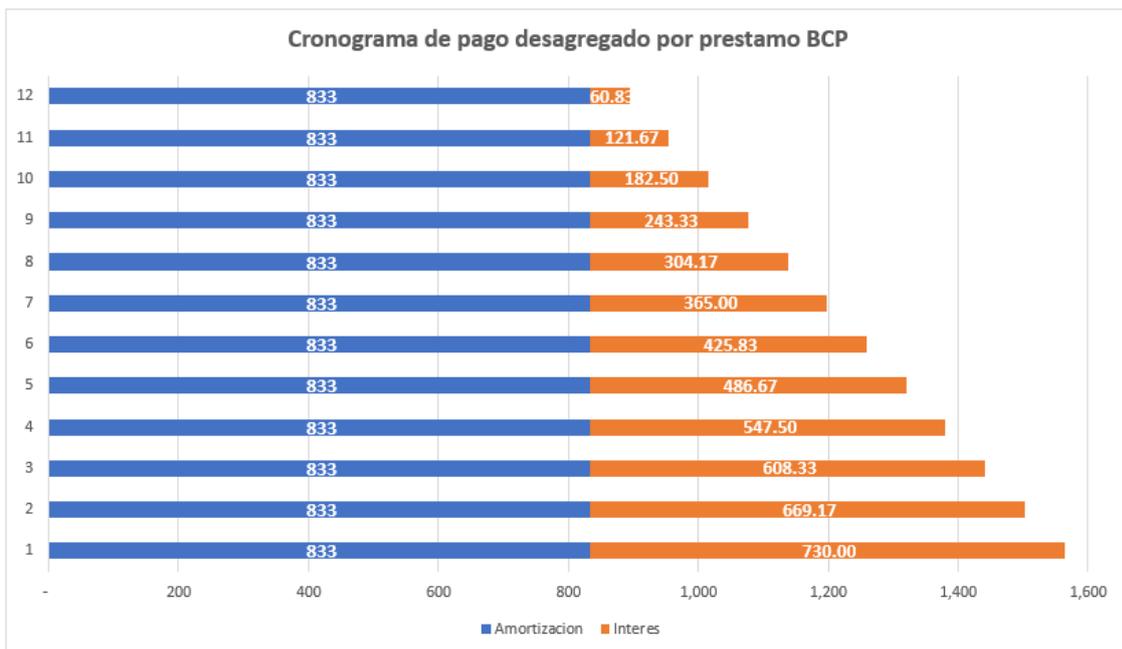


### 8.6.2 Financiamiento

En cuanto al financiamiento que Inversor tomara prestado se realizara mediante el banco de credito del Perú (BCP) y será tomado por un valor de S/. 10,000 principalmente para el desarrollo del entorno digital necesario para comenzar operaciones comerciales. El prestamo estara sujeto a una tasa de interes TEA de 7.3% según la información proveida por el ente financiero para el mes de Junio 2022 según su politica de Tasas de interes para prestamos por MYPE. El tiempo de pago se extendera durante los primeros 12 meses (año 1). A continuación presentamos una tabla resumen.

Esquema de financiamiento	
TEA Referencial SBS Julio_2022	5.50%
TEA Financiamiento BCP (Prestamo MYPE)	7.30%
Monto a financiar	10,000
Periodos (NP- Meses)	12
Cuotas	12

El pago final considerando la amortización e intereses aumentara a S/. 14,745 por el financiamiento y se compondra de la siguiente manera.



*Es importante mencionar que el financiamiento esta sujeto a las regulaciones de montos de credito de la SBS y tasas referenciales de 5.5% del BCRP para el presente año.*

## 9) Conclusiones y recomendaciones

## ***Conclusiones***

A nivel de conclusión general, Envestor siendo planificado inicialmente desde su Business Model Canvas (BMC) es una idea y un modelo de negocio que se considera viable así como válido para ser ejecutado según la data numérica financiera. Es importante considerar que la propuesta de valor inicial, enfocada en contribuir con una mejor cultura financiera mediante la facilitación de herramientas tecnológicas y cursos certificados despierta un interés en el target objetivo y genera la conversión a una intención de compra.

Es recomendado que se sigan realizando ajustes conforme la operación crezca y que se continúe una investigación para mejorar cada vez los márgenes, niveles de ganancia y a su par la propuesta de valor de cara al cliente.

- Podemos concluir que a raíz de investigar y hallar un problema en la sociedad, fue vital como primer paso realizar una validación del mismo, no únicamente para darle sustento y forma al problema sino también para comprender en mayor profundidad sus raíces y cómo afecta a la sociedad, esto permite que la solución propuesta, su misma validación y la propuesta de valor que la acompaña así como el desarrollo de un modelo de negocio en el formato de Business Model Canvas (BMC) sea más apegado y fidedigno a la realidad.
- Envestor es una idea de negocio con gran potencial de expansión en el mercado peruano, debido a que cuenta con diversas soluciones que ayudan con las necesidades de miles de peruanos que no tienen el conocimiento en el rubro de finanzas y afines y que sobre todo es accesible y está a disposición de la ayuda
- Se puede concluir que Envestor tiene un diferencial claro sobre las demás plataformas educativas financieras. Esta es que en Envestor nos preocupamos en que los usuarios tengan un conocimiento completo sobre las finanzas personales y empresariales para así de esta forma poder potenciar sus habilidades financieras y conocimientos.

## ***Recomendaciones***

- La escucha activa es la principal recomendación que tomamos en cuenta ya que a través de las validaciones, tanto para la solución como para los distintos fragmentos del Modelo de negocio, esto nos permite que tanto usuarios, expertos y fuentes externas nos brinden mayor conocimiento y recomendaciones concretas que creerían que ayudarían a mejorar la experiencia de usuario y la entrega de la propuesta de valor de cara al producto final de Envestor.
- Se recomienda llevar a cabo actualizaciones constantes en los diversos medios de comunicación para que pueda funcionar de manera efectiva. Además, estas

actualizaciones deben estar de acuerdo a lo que pide los usuarios, creando así vínculos de fidelización y mejorando como empresa.

- Se le recomienda a Envestor formar una alianza estratégica con los talleres del Ministerio de Economía y Finanzas para poder validar la emisión de los certificados y que tengan un peso significativo en el ámbito empresarial.
- Se recomienda gestionar la plataforma web por medio de una base de datos; con la finalidad de realizar una estrategia post-venta y reducir costos de un programa CRM para los primeros trimestres.
- Finalmente, se recomienda implementar educación acerca de los cripto activos, que hoy en día es un mercado por explotar. Como por ejemplo, el mercado de los NFT, el cual es una manera en que los artistas digitales puedan generar ingresos mediante su arte, el cual a través de mostrar su arte mediante un archivo blockchain obtener importantes ganancias. El año pasado, el mercado de los NFT género alrededor de USD 40 mil millones, en lo que va del presente año va en una suma de USD 37 mil millones, por lo que en los próximos meses será superado respecto al año anterior. La personas compran los NFT porque en el tiempo su valor va a aumentar y luego podrán venderlo por más dinero, es de esta manera, que se quiere implementar estos tipos de cursos ya que no siempre será conveniente si invertir o no en estos nuevos negocios tecnológicos.

## 10) Bibliografía

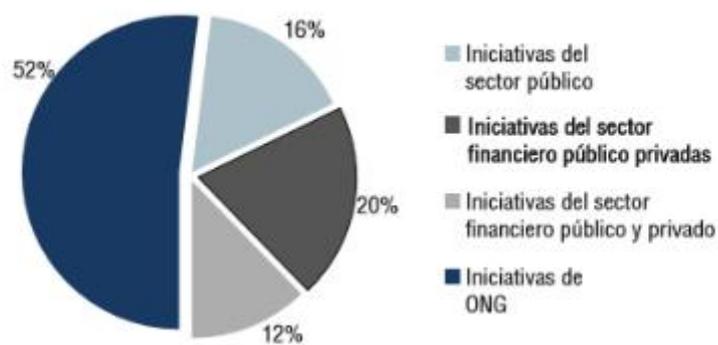
- Grupo Edutech. (2019). GRUPO EDUTECH: Edtech, elearning y Educación Online. Recuperado 14 de septiembre de 2021, de: <https://www.grupoedutech.com/> website: <https://www.grupoedutech.com/#objetivos>
- Redacción Gestión. (2021, August 17). Índice de Inclusión Financiera: siete de cada 10 peruanos no ha ahorrado en el último año. Gestión website. Recuperado 14 de septiembre de 2021, de: <https://gestion.pe/tu-dinero/inclusion-financiera-ahorro-credicorp-indice-de-inclusion-financiera-siete-de-cada-10-peruanos-no-ha-ahorrado-en-el-ultimo-ano-noticia/>
- *La importancia de la educación financiera para las mipyme.* (s. f.). Banco de Desarrollo de América Latina. Recuperado 8 de septiembre de 2021, de

<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-las-mipyme/>

- *Características de los niveles socioeconómicos en el Perú.* IPSOS. Recuperado 7 de Abril de 2022, de <https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>
- *IEF. Instituto de estudios Financieros. Recuperado el 25 de Mayo de 2022, de: [La educación financiera en Perú - Noticias - IEF \(iefweb.org\)](https://www.iefweb.org/)*
- *IPSOS, 2020. Bancarización del Peruano [BANCARIZACIÓN DEL PERUANO 2020 \(ipsos.com\)](https://www.ipsos.com/)*
- *CAF, 2022. Conocimiento actual de la situación Financiera. [Actualidad | CAF](https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-las-mipyme/)*
- *CPI, 2021. Market Report Población Urbana Peru. [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market Report Mayo.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf)*
- *Fernandez, Y. (2022, 16 mayo). *Que son los NFT y cómo funcionan.* xataka. Recuperado 30 de junio de 2022, de <https://www.criptonoticias.com/finanzas/que-esta-pasando-mercado-nft-esto-revelan-datos/>*
- **BCRP, 2022.** Programa monetario para Junio 2022. Elevación de la tasa de referencia de prestamos. Citado el 02/07/2022.
- **SBS, 2022.** Definiciones de creditos corporativos, mypes, consumo e hipotecarios por rangos y estilos. Citado el 02/07/2022.

## 11) Anexos

Anexo N°1: Repartición de iniciativas de educación financiera según el sector.



*Anexo 2: Escalas de conocimiento de herramientas financieras según nivel en NSE.*

