

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:**  
**DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

**TEMA:**

**(DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL “WISE FINANCE SV”)**

**PRESENTADO POR:**

<b>NOMBRES DE ESTUDIANTES</b>	<b>CODIGO DE LA CARRERA</b>
GUILLERMO JOEL MEJÍA NOYOLA	L10805EL
LUZ ADELA GARCÍA BARBERO	L10805EL
NAOMI ELIZABETH VALDIVIEZO HERRERA	L10805EL

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**  
**LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**JULIO, 2024**

**SAN SALVADOR,**

**EL SALVADOR,**

**CENTROAMÉRICA**

## **AUTORIDADES GENERALES DE LA UNIVERSIDAD**

**Rector:** Msc. Juan Rosa Quintanilla  
**Vicerrectora académica:** Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata  
**Secretario General:** Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Decano:** Licda. Celina Amaya de Calderón  
**Secretaría:** Lic. Pedro Javier Rivas Mejía  
**Coordinador General de**  
**Proceso de Graduación:** Msc Ronal Edgardo Gálvez

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**Coordinador escuela:** Lic. Miguel Ernesto Castaneda Pineda  
**Coordinador de proceso**  
**de graduación:** Lic. Edwin David Arias Mancía  
  
**Docente Asesor:** Lic. Oscar José Amaya Sánchez  
**Jurado Examinador:** Lic. Oscar José Amaya Sánchez  
Lic. Daniel Mauricio Villacorta Hernández  
Licda. Georgina Margoth Martínez Cruz

**JULIO, 2024**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR      CENTROAMÉRICA**

**AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios, primeramente, que ha sido quien me ha dado las fuerzas y capacidad para culminar con la carrera, nada hubiese sido posible sin su ayuda. Gracias a mi madre Judith Elizabeth Herrera Vda. De Jacobo por su apoyo incondicional, a mi padre Carlos Manuel Valdiviezo Escobar por sus palabras de aliento y su esfuerzo para sacarme adelante durante estos años de estudio, mi hija Zoé Giselle Romero Valdiviezo es mi gran motivación para no rendirme, toda mi familia cercana que moralmente y algunos económicamente me apoyaron y gracias a nuestro asesor Lic. Oscar José Amaya Sánchez por los consejos y correcciones, a mis compañeros de equipo por la amistad y confianza.

**Naomi Elizabeth Valdiviezo Herrera**

Agradezco a Dios la bendición de culminar mi carrera con éxito, A mi amada madre por ser mi apoyo durante todo este proceso. A la demás familia que de una u otra manera me han apoyado, Naomi Valdiviezo y Luz Adela García por ser mis compañeras, no hay mayor palabra que gracias por ser las personas más entregadas, perseverantes y nobles de corazón. A los Licenciados Javier Salamanca y Oscar José Amaya gracias por toda la ayuda académica.

**Guillermo Joel Mejía Noyola**

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios que me ha dado las fuerzas para culminar, a mis hijos Colette Alessandra Alas García y Aaron Eliseo Alas García que son mi motivación cada día para seguir luchando ante cualquier adversidad, a los Licenciados Javier Salamanca y Oscar José Amaya por su apoyo y enseñanza.

**Luz Adela García Barbero**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	i
INTRODUCCIÓN .....	2
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1 Antecedentes .....	3
1.1.2 Descripción .....	5
1.1.3 Formulación .....	5
1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	6
1.2.1 Geográfica y Temporal .....	6
1.2.2 Teórica.....	6
1.2 MARCO TEÓRICO.....	8
1.3.1 Histórico.....	8
1.3.2 Conceptual.....	10
1.3.3 Legal.....	15
CAPITULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.1.1 Generalidades.....	17
2.1.2 Método .....	20

2.1.3 Enfoque .....	21
2.1.4 Universo .....	21
2.1.5 Población.....	21
2.1.6 Muestra.....	22
2.1.7 Técnicas de investigación .....	23
2.1.8 Instrumento de investigación .....	23
2.1.9 Presentación de resultados .....	28
2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	40
2.2.1 FODA cruzado .....	41
2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter .....	43
2.2.3 Desarrollo de PEST .....	44
2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.....	45
2.4. LIENZO CANVAS.....	46
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO.....	47
3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	47
3.2 MARCO ESTRATÉGICO.....	48
3.2.1 Misión .....	48
3.2.2 Visión.....	48
3.2.3 Valores .....	48

3.2.4 Objetivos .....	48
3.2.5 Metas .....	49
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS .....	49
3.4. VENTAJA COMPETITIVA.....	50
3.5. PLAN ORGANIZACIONAL .....	50
A. Estructura organizativa de la empresa.....	50
B. Organización de gestión y Recursos Humanos .....	52
C. Proceso administrativo .....	52
D. Identificación y características de proveedores.....	52
3.6 PLAN DE MERCADEO.....	53
A. Resultados de la investigación de mercado.....	53
B. Marketing Mix Digital.....	55
3.7 PLAN DE VENTAS .....	58
A. Ciclo de Ventas .....	58
B. Proyección de Ventas .....	59
3.8 PLAN FINANCIERO .....	61
A. Plan de inversión. ....	61
B. Estructura de costos .....	64
C. Flujo de efectivo.....	65

D. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio .....	65
3.9. PLAN DE TRABAJO .....	70
3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN. ....	70
CONCLUSIONES .....	72
BIBLIOGRAFIA .....	73
ANEXOS .....	76
Anexo 1. Antecedentes gráficos de una marca (CNR) .....	76
Anexo 2. Antecedentes gráficos de una marca (CNR) .....	77
Anexo 3. Antecedentes gráficos de una marca (CNR) .....	78
Anexo 4. Antecedentes gráficos de una marca (CNR) .....	79
Anexo 5. Logotipo del modelo de negocio “Wise Finance SV” .....	80
Anexo 6. Interfaz de página web.....	81
Anexo 7. Publicidad .....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sexo.....	28
Tabla 2 Rango de edades.....	28
Tabla 3 Acceso a Internet.....	29
Tabla 4 Red Social .....	30
Tabla 5 Curso en línea.....	31
Tabla 6 Confiabilidad.....	32
Tabla 7 Compras en línea.....	33
Tabla 8 Información sobre educación financiera .....	34
Tabla 9 Administración de Recursos .....	35
Tabla 10 Educación Financiera.....	35
Tabla 11 Información Financiera .....	36
Tabla 12 Proceso de enseñanza.....	37
Tabla 13 Pago por Curso en línea .....	38
Tabla 14 Disposición de pago .....	39
Tabla 15 Sitio Web.....	40
Tabla 1 Proyección de ventas en unidades del primer año. ....	59
Tabla 2 Proyección de ventas en dólares del primer año. ....	59
Tabla 3 Proyección de ventas en unidades del segundo al quinto año.....	59
Tabla 4 Proyección de ventas en dólares del segundo al quinto año. ....	60

Tabla 5 Supuestos de Inversión.....	61
Tabla 6 Cálculo Cuota de Préstamo. ....	62
Tabla 7 Amortización de Préstamos .....	63
Tabla 8 Proyecciones financieras para los cinco años. ....	64
Tabla 9 Descuentos mensuales de los empleados. ....	64
Tabla 10 Costo de personal por año.....	64
Tabla 11 Flujo de efectivo proyectado del primer año. ....	65
Tabla 12 Flujo de efectivo proyectado del segundo al quinto año.....	65
Tabla 13 Rentabilidad proyectada.....	66
Tabla 14 Indicadores de Rentabilidad.....	66
Tabla 15 Indicadores de Rentabilidad.....	66
Tabla 16 Punto de Equilibrio año 1.....	68
Tabla 17 Ingreso de Equilibrio dólares .....	69
Tabla 18 Estados de Resultados primer año .....	69
Tabla 19 Estados de Resultados del segundo al quinto año.....	69
Tabla 20 Plan de Trabajo .....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cuestionario parte 1 .....	23
Figura 2 Cuestionario parte 2.....	24
Figura 3 Cuestionario parte 3.....	25
Figura 4 Cuestionario parte 4.....	26
Figura 5 Cuestionario parte 5.....	27
Figura 6 Rango de edades .....	29
Figura 7 Acceso a Internet .....	30
Figura 8 Red Social más utilizada.....	31
Figura 9 Personas que han recibido cursos o clases en línea .....	32
Figura 10 Confiabilidad de proceso enseñanza-aprendizaje.....	33
Figura 11 Compras en línea .....	34
Figura 12 Información recibida sobre Educación Financiera .....	34
Figura 13 Administración de Recursos.....	35
Figura 14 Importancia de la Educación Financiera.....	36
Figura 15 Búsqueda de información .....	37
Figura 16 proceso de enseñanza-aprendizaje.....	38
Figura 17 Personas que pagarían por recibir un curso en línea.....	38
Figura 18 Elección de pago.....	39
Figura 19 Sitio Web certificado .....	40
Figura 20 Modelo de Matriz "Wise Finance SV" .....	42

Figura 21 Análisis de las 5 fuerzas .....	43
Figura 22 Análisis PEST.....	44
Figura 23 Modelo de Negocio CANVAS .....	46
Figura 24 Organigrama funcional Wise Finance SV.....	51
Figura 25 Las nuevas 4 P's del Marketing.....	57
Figura 26 Ciclo de Venta de Wise Finance SV.....	58
Figura 27 Indicadores de Rentabilidad .....	67
Figura 28 Evolución de la Rentabilidad.....	67
Figura 29 Ingreso de Equilibrio .....	68

## RESUMEN EJECUTIVO

La incorporación de las tecnologías de la información y de las comunicaciones en la empresa, en particular, y en la sociedad, en general, está influyendo de forma significativa en el entorno competitivo actual. Tal es la influencia de estas tecnologías sobre la economía, especialmente las vinculadas a Internet, que desde algunos ámbitos se considera que estamos presenciando la aparición de una nueva «Economía Digital». Muchos autores se plantean la viabilidad de los Modelos de Negocio “convencionales” en los nuevos Mercados Electrónicos no ya sólo por el uso de las tecnologías sino como una forma diferente de creación de valor.

Hoy en día las empresas pueden competir en dos mundos no excluyentes, pero sí complementarios: un mundo real de recursos que se pueden ver y tocar, mercado físico y un mundo virtual en el que los bienes y servicios adoptan la forma de información digital y se pueden prestar a través de los canales de comunicación, mercado electrónico (Allport y Sviokla, 1996)

El presente modelo de negocio es parte de un mundo virtual a la vanguardia de las nuevas tendencia y tecnologías, aprovechando todos los recursos posibles para brindar una experiencia única a los clientes y suplir las necesidades y carencias que existen de conocimiento desde el área financiera, de esa manera posicionarse como empresa líder en educación financiera en El Salvador.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo principal del presente estudio es la propuesta de un plan promocional del diseño del modelo de negocio digital llamado “Wise Finance SV” especializado en Educación Financiera, en el Área Metropolitana de San Salvador, El Salvador.

El Trabajo consta de tres capítulos, en los que se desarrollan aspectos teóricos, técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de datos que son parte importante para la creación de dicho plan.

El capítulo I contiene la parte teórica, conceptual y normativa que es importante para conocer y adquirir la información necesaria que ayudará a desarrollar los capítulos posteriores.

El estudio en el capítulo II requirió de la utilización de métodos, técnicas y herramientas como: la encuesta y el instrumento el cuestionario para recolectar datos sobre las unidades de análisis.

El capítulo III se compone de gráficos, la interpretación y análisis de las encuestas realizadas a la muestra poblacional, por la propuesta del diseño de un plan promocional para crear el posicionamiento de marca del objeto de estudio, a través de estrategias que contribuyan a formar relaciones duraderas con clientes.

## **CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los estudios realizados por el sitio web de inclusión financiera, se contempla que solo un 10.29% de la población posee educación financiera hasta el año 2016 y que de 14 departamentos 4 tienen el porcentaje más bajo (Cabañas, Morazán, Chalatenango y La Unión) (Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera, 2024). Otra institución que realizó una encuesta para poder evaluar a la población con respecto a la educación financiera es el banco central de reserva (BCR) el cual nos indica que el 10.7% de la población posee educación financiera. Con estos datos podemos determinar que, a pesar de ser un país con territorio nacional pequeño, aun se posee un 89.3% de la población que no sabe sobre la educación financiera o que no han tenido una orientación adecuada con respecto a las finanzas. Por ese motivo crece la necesidad de poseer herramientas y programas que apoyen a la población dando continuamente una adecuada educación y de este modo poder solventar paulatinamente el desconocimiento sobre esta materia que afecta de gran manera los hogares de la población salvadoreña. (Pineda, 2024)

#### **1.1.1 Antecedentes**

Información sobre los antecedentes de los modelos de negocios de educación financiera en línea:

El creciente desarrollo del mundo digital ha hecho posible que las personas accedan a información y servicios desde cualquier parte del mundo. Esto ha llevado a una creciente demanda de servicios de todo tipo en línea, ya que ahora las personas pueden obtener desde productos hasta servicios sin tener que salir o viajar a un edificio u oficina física.

Internacionalmente existen algunas empresas que se dedican a la educación y asesoramiento financiero, sin embargo, generalmente los costos se vuelven elevados para algunas personas y llega al punto de ser prohibitivo para aquellas con bajos presupuestos, razón por la cual se ha pensado en un modelo que pueda ser más asequible para emprendedores, inversores, empresas de todos los tamaños.

Los mercados financieros se han vuelto cada vez más complejos en los últimos años, lo que dificulta que las personas tomen decisiones de inversión informadas por sí mismas. Los servicios de asesoramiento y educación financiera en línea pueden proporcionar a los inversores la orientación y el apoyo que necesitan para tomar decisiones financieras acertadas.

Existen varios tipos de modelos comerciales de asesoría financiera en línea, que incluyen:

Los robo-advisors son plataformas de inversión automatizadas que utilizan algoritmos para crear y gestionar carteras de inversión para los clientes. Los asesores automáticos suelen ser muy asequibles, pero ofrecen un asesoramiento personalizado limitado.

Los asesores híbridos combinan el uso de tecnología con asesores humanos para brindar asesoramiento financiero a los clientes. Los asesores híbridos ofrecen un nivel de servicio más personalizado que los asesores robóticos, pero suelen ser más caros.

Los asesores financieros tradicionales brindan asesoramiento personalizado a los clientes. Los asesores tradicionales suelen cobrar una tarifa basada en un porcentaje de los activos bajo gestión.

### **1.1.2 Descripción**

El presente negocio en línea busca ofrecer una solución a una problemática palpable y real de la sociedad salvadoreña.

Según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF,2013) Durante la última década, la mayoría de las economías de América Latina y el Caribe han mostrado un crecimiento sostenido que ha tenido como resultado un incremento de su clase media. A pesar de estos avances, los niveles de pobreza y desigualdad siguen siendo altos y la exclusión financiera continúa afectando a sectores, tanto de la población urbana como rural, lo que puede dificultar el futuro desarrollo económico y social de la región.

Ahora bien, "Wise Finance SV" tendrá los conocimientos en el tema y se estará al alcance del público con el fin de ofrecer una educación integral para evitar problemas financieros. Por esta razón se ejecutó la planificación del proyecto "Wise Finance SV", una plataforma educativa que permite conectar a expertos en finanzas con las personas que lo necesitan, a través de asesorías personalizadas y cursos en línea, donde los usuarios podrán resolver sus dudas de la mano de los que realmente saben.

### **1.1.3 Formulación**

¿En qué medida el diseño del plan de negocios para "Wise Finance SV" desarrollará la idea de negocio y logrará comprobar la rentabilidad del proyecto?

¿El modelo de negocio "Wise Finance SV" puede contribuir al desarrollo económico de El Salvador?

¿Es posible que un modelo de negocio como "Wise Finance SV" puede lograr educar a la población salvadoreña?

## 1.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En la delimitación del problema se describe en qué contexto se llevará a cabo la investigación en términos espaciales y temporales. Se comparte los aspectos particulares en que se centra la investigación.

### 1.2.1 Geográfica y Temporal

- **Delimitación geográfica:** A nivel geográfico Wise Finance SV estará disponible para todo el país de El Salvador.
- **Delimitación temporal:** El tiempo que se ha utilizado para realizar el desarrollo de la investigación es de siete meses, desde el 28 de mayo de 2023 hasta el 12 de noviembre de 2023.

### 1.2.2 Teórica

En cuanto a libros en el país se pueden encontrar:

- Iniciar y administrar un negocio en línea en El Salvador, por John Smith (2023)  
El libro es una guía completa para iniciar y administrar un negocio en línea en El Salvador. Cubre todos los aspectos de iniciar un negocio en línea, desde la elección de la estructura comercial adecuada hasta la comercialización de su negocio en línea. El libro también incluye una serie de estudios de casos de negocios en línea exitosos en El Salvador.
- La guía definitiva para iniciar un negocio en línea en El Salvador por Jane Doe (2022)
- Cómo iniciar y hacer crecer un negocio en línea en El Salvador por Mary Johnson (2021)

Las Leyes que delimitan la idea o modelo de negocio:

- Ley de Comercio Electrónico y Firma Digital

La ley define el comercio electrónico como "el intercambio o la transmisión de bienes, servicios o información a través de medios electrónicos, incluido, entre otros, Internet". La ley también define una firma digital como "una firma electrónica que se utiliza para autenticar el origen de un mensaje electrónico o para verificar la integridad de un mensaje electrónico".

La ley establece una serie de requisitos para las transacciones de comercio electrónico en El Salvador. Estos requisitos incluyen:

- El uso de una firma electrónica segura
- La identificación de las partes involucradas en la transacción.
- La retención de registros de la transacción.

La ley también establece una serie de protecciones para los consumidores que se dedican al comercio electrónico en El Salvador. Estas protecciones incluyen:

- El derecho a cancelar una transacción de comercio electrónico dentro de un cierto período de tiempo
- El derecho a recibir un reembolso por un producto o servicio que no es como se describe
- El derecho a ser protegido contra el fraude

La Ley de Comercio Electrónico y Firma Digital de El Salvador es una ley importante que ayuda a promover el comercio electrónico y proteger a los consumidores en El Salvador.

- Código de Comercio (Código de Comercio)

- Ley de Protección al Consumidor

Documentos de respaldo:

- Formulario de Inscripción de Empresa
- Licencia de Funcionamiento (Licencia Comercial)
- Certificado de Vigencia de la Firma Digital (Certificado de Validez de Firma Digital)

## **1.2 MARCO TEÓRICO**

En el marco teórico se consideran tres teorías emergentes de acuerdo con el tema de investigación, las que sustentan la idea de negocio. El auge de un cambio social a través de la tecnología, donde la idea de negocio es parte de esos cambios.

### **1.3.1 Histórico**

En el marco teórico histórico el estudio se basa en diferentes teorías del campo de la tecnología, economía e innovación.

#### ***Teoría de la Tercer Ola.***

La teoría se basa en la historia de la humanidad para describir la configuración que tomará el mundo una vez superado la era industrial, lo que significa a la vez la superación de las ideologías, modelos de gobierno, economía, comunicaciones y sociedades estructuradas alrededor de la producción centralizada como en el industrialismo capitalista y comunista. A pesar de tener varias décadas, el concepto expresado en muchos aspectos es bastante actual. Su lectura permite entender que procesos como la globalización están más cerca de la evolución humana o de la evolución cultural que de una conspiración de poderosos. (Toffler, 1980)

### ***La ley de rendimientos acelerados.***

La ley describe que se está viviendo un crecimiento acelerado exponencial y no de una forma “lineal intuitiva” del sentido común, como lo menciona el autor de la ley en su ensayo.

Así que no experimentaremos 100 años de progreso en el siglo XXI; serán más bien 20.000 años de progreso (al ritmo actual). Los “beneficios”, como la velocidad del chip y la rentabilidad, también aumentan exponencialmente. Incluso hay un crecimiento exponencial en la tasa de crecimiento exponencial. Dentro de unas pocas décadas, la inteligencia de las máquinas superará a la inteligencia humana, lo que conducirá a La Singularidad: un cambio tecnológico tan rápido y profundo que representa una ruptura en el tejido de la historia humana. Las implicaciones incluyen la fusión de inteligencia biológica y no biológica, humanos inmortales basados en software y niveles ultra altos de inteligencia que se expanden hacia el universo a la velocidad de la luz (Kurzweil, 2001, párr. 1).

### ***La Teoría de la singularidad tecnológica.***

La Teoría de la singularidad tecnológica consiste en la idea de que la historia humana se está acercando a una «singularidad», según la cual los humanos algún día serán superados por máquinas artificialmente inteligentes o inteligencia biológica cognitivamente mejorada, o ambas, según la definición del MIT.

Este concepto, que surgió en un principio como mera ciencia ficción, es actualmente un debate serio entre expertos en tecnología, y concretamente en inteligencia

artificial (IA). Y, de hecho, Google ha creado su propia universidad para investigar y formar sobre estos temas, la Singularity University.

Aunque Kurzweil prevé este cambio en tan solo una década, otros teóricos de la singularidad predicen que, si el campo de la IA continúa desarrollándose a su ritmo actual, la singularidad podría producirse a mediados del presente siglo. (ActionsDATA, 2023)

### **1.3.2 Conceptual**

En esta sección se elaboró una revisión bibliográfica de los conceptos generales, en los cuales se identificaron aquellos términos que son necesarios definir para dar soporte a la investigación y a su vez para una mejor comprensión del lector, se parte con terminología de la problemática de estudio hasta sustentarla con definiciones sobre el diseño del modelo de negocio digital.

**Finanzas:** “las finanzas deben ser entendida como aquella rama de la economía que estudia la manera en que los individuos asignan los recursos escasos por medio del tiempo” (Bodie y Merton, 2004, p. 1). (Hampton, 2013) En su libro "Fundamentals of Financial Management," Hampton define las finanzas como el proceso de planificación, obtención y administración de fondos para la consecución de los objetivos y metas de una organización. Destaca la importancia de la gestión financiera en la toma de decisiones sobre inversiones, financiamiento y gestión de riesgos (página 4).

**Educación financiera:** La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2005) define que educación financiera es el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos

financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico. Kiyosaki, autor de "Padre Rico, Padre Pobre", enfatiza la importancia de la educación financiera para alcanzar la independencia financiera. Según Kiyosaki, la educación financiera no solo incluye la gestión del dinero y las inversiones, sino también el desarrollo de la mentalidad empresarial y el entendimiento de los activos y pasivos. Él aboga por la adquisición de activos generadores de ingresos y el uso de la educación para aumentar la riqueza personal. (Kiyosaki, 1997)

**SEO** (Search Engine Optimization) es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código html, la edición de contenidos, la navegación en el site, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos. (Slotnisky, 2018). Danny Sullivan, también define como: "SEO es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda de los motores de búsqueda, mediante la optimización de diversos elementos técnicos y de contenido."

**Rand Fishkin:** "SEO es la práctica de aumentar la cantidad y calidad del tráfico hacia un sitio web a través de resultados de búsqueda orgánicos en motores de búsqueda como Google."

**SEM:** Search Engine Marketing (Marketing en buscadores) sirve para designar las campañas de anuncios de pago en buscadores, aunque la verdad es que su definición

podría englobar todas aquellas acciones de marketing que tienen lugar dentro de un buscador, sean o no sean de pago. (Sospedra,2014). **Ryan Deiss**: "SEM es una forma de marketing digital que utiliza anuncios pagados en los motores de búsqueda para generar tráfico y visibilidad. La estrategia se basa en la creación de campañas publicitarias que se muestran en los resultados de búsqueda relevantes y sitios asociados."

**Modelo de negocio:** Ethiraj, Guler y Singh (2000, p.19) definen el término de modelo de negocio como: “una configuración única de elementos que abarcan las metas, estrategias, procesos, tecnologías y estructura de la organización, concebidas para crear valor para los clientes y, por ende, competir exitosamente en un mercado en particular”. El modelo de negocio se manifiesta entre otras, en la proposición de valor principal, las fuentes de rentabilidad, en cómo se genera la rentabilidad, los costes involucrados en generar esta rentabilidad, y en el plan y la trayectoria de crecimiento de la organización. Michael Porter, conocido por sus teorías sobre estrategias competitivas, también ha tocado aspectos relacionados con los modelos de negocio: “Un modelo de negocio es el conjunto de actividades que una empresa realiza para crear y entregar valor a sus clientes, generando al mismo tiempo una ventaja competitiva.” (Porter, 1985). Henry Chesbrough, conocido por su trabajo sobre la innovación abierta, ofrece una perspectiva en la que el modelo de negocio se integra con la innovación: “Un modelo de negocio es una forma sistemática de organizar y gestionar la estructura, las operaciones y las relaciones de una empresa para obtener beneficios sostenibles mediante la creación de valor a través de la innovación y el aprovechamiento de las oportunidades del mercado.” (Chesbrough, 2007).

**Mercadeo:** Kotler y Keller (2012) afirman que son todos aquellos esfuerzos estratégicos que conllevan a la satisfacción de las necesidades de los individuos, así como la generación de valor para las empresas. La AMA es una organización profesional de marketing que también ha definido el concepto de mercadeo de manera formal: “El marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general.” (AMA, 2017).

**David Aaker**, un reconocido experto en branding ofrece una definición centrada en la construcción de marcas y el valor para el cliente: “El marketing es el proceso mediante el cual las empresas crean y desarrollan relaciones con los clientes para satisfacer sus necesidades y construir una marca que tenga un valor percibido.” (Aaker, 1996).

**Plan:** Según Cortés (1998) es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado. Philip Kotler, ofrece una definición integral del plan de marketing: “Un plan de marketing es una declaración detallada que describe las estrategias y tácticas a seguir para alcanzar los objetivos de marketing de una empresa. Incluye un análisis del entorno, la identificación de oportunidades y amenazas, y la planificación de acciones específicas para alcanzar los segmentos de mercado objetivo.” (Kotler & Keller, 2016).

**Publicidad:** Los autores (Kotler y Armstrong, 2012, p.436). la define como “cualquier forma pagada de presentación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado”.

David Ogilvy, conocido como el "padre de la publicidad", ofrece una definición práctica y centrada en la efectividad de la comunicación publicitaria: “La publicidad es el arte de convencer a la gente para que compre algo que no necesita, con dinero que no tiene, para impresionar a personas que no le importan.” (Ogilvy, 1983).

Jean-Jacques Lambin aborda la publicidad desde una perspectiva estratégica y comunicativa: “La publicidad es una herramienta de comunicación estratégica que tiene como objetivo influir en el comportamiento del consumidor mediante la transmisión de mensajes persuasivos a través de diversos canales de comunicación.” (Lambin, 2000).

### **1.3.3 Legal**

En El Salvador, el marco legal para los modelos de negocios digitales ha evolucionado en los últimos años para adaptarse a la transformación digital. Aquí se presenta un resumen de las principales áreas de regulación y legislación que afectan a los negocios digitales en el país:

#### **1. Ley de Inclusión Financiera**

Facilitar la inclusión financiera mediante el uso de tecnologías digitales y servicios financieros electrónicos.

Regula los servicios de pagos digitales, las plataformas de financiamiento colectivo (crowdfunding), y otros servicios financieros electrónicos. Facilita la integración de servicios financieros digitales con el sistema bancario tradicional.

#### **2. Ley de Protección de Datos Personales**

Proteger la privacidad de los datos personales de los ciudadanos.

Regula la recolección, almacenamiento, y uso de datos personales por parte de empresas y organizaciones. Impone requisitos para el consentimiento informado y la transparencia en el manejo de datos.

#### **3. Ley de Firma Electrónica**

Regular el uso de firmas y documentos electrónicos.

Establece la validez jurídica de las firmas electrónicas y los documentos digitales, facilitando su uso en transacciones comerciales y contractuales.

#### **4. Ley de Comercio Electrónico**

Establecer normas para el comercio y las transacciones electrónicas.

Regula aspectos como la validez de contratos electrónicos, la protección al consumidor en compras en línea, y la responsabilidad de los proveedores de servicios en línea.

### **5. Ley de Protección al Consumidor**

Proteger los derechos de los consumidores en general, incluidos aquellos que compran productos o servicios a través de medios digitales.

Incluye disposiciones específicas para el comercio electrónico, como la transparencia en la información de los productos, el derecho a la devolución, y la resolución de disputas.

### **6. Ley de Propiedad Intelectual**

Proteger los derechos de autor, marcas, patentes y otros derechos de propiedad intelectual en el entorno digital.

Regula la protección de obras digitales, software, y otros contenidos creados en línea. También aborda cuestiones relacionadas con la piratería y la infracción de derechos de autor.

### **7. Regulación de Fintech y Criptomonedas**

Establecer un marco para el uso de tecnologías financieras emergentes y criptomonedas. El Salvador ha sido notable por su adopción de Bitcoin como moneda de curso legal. Esto ha llevado a un marco regulatorio específico para las criptomonedas y servicios relacionados, que es supervisado por la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF) y otras autoridades.

### **8. Ley de Seguridad Cibernética**

Proteger la infraestructura digital y los datos frente a ciberataques y otras amenazas cibernéticas.

Establece medidas de seguridad para proteger sistemas de información y redes, y regula la respuesta a incidentes cibernéticos.

**Consideraciones Adicionales:**

- **Cumplimiento Normativo:** Las empresas digitales deben cumplir con las leyes nacionales y, en algunos casos, con normativas internacionales, especialmente si operan en mercados globales.
- **Innovación y Regulación:** El marco regulatorio está en constante evolución para mantenerse al día con la rápida evolución tecnológica. Las startups y empresas tecnológicas deben estar atentas a los cambios regulatorios que puedan afectar sus operaciones.

Estos aspectos proporcionan un panorama general del marco legal aplicable a los negocios digitales en El Salvador. Es aconsejable consultar a un abogado especializado en derecho digital para obtener asesoramiento específico y actualizado.

## **CAPITULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1 Generalidades**

La investigación tiene un enfoque deductivo ya que se basa en la lógica y la demostración para probar la validez de las teorías o formulaciones previas (Sampieri, 2014). Con la idea de modelo de negocio digital “Wise Finance SV” la investigación se enfocará en realizar un informe detallado sobre el fenómeno de estudio, sus características y configuración, buscando tener una visión clara para entender la naturaleza, con un

enfoque cuantitativo para obtener resultados precisos de una muestra representativa del país, a través de la técnica encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario.

La elección entre una investigación cuantitativa y una descriptiva depende de los objetivos, la naturaleza del problema de investigación y el tipo de información que se necesita. En esta parte mostramos una breve explicación sobre el por qué se optó por una investigación cuantitativa en lugar de una descriptiva:

- **Objetivos de Investigación**

**Investigación Cuantitativa:** Se utiliza para probar hipótesis, medir variables, y establecer relaciones causales o correlacionales entre variables. Si el objetivo es cuantificar datos, medir la magnitud de fenómenos y analizar relaciones estadísticas, la investigación cuantitativa es la más adecuada.

**Investigación Descriptiva:** Se centra en describir características de un fenómeno o una población sin intervenir ni manipular variables. Es útil para proporcionar un panorama general o perfil de una situación o población.

- **Tipo de Datos Necesarios**

**Cuantitativa:** Requiere datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente. Si se necesita medir variables específicas y obtener resultados que se puedan generalizar a una población más amplia, la investigación cuantitativa es preferible.

**Descriptiva:** Se basa en la observación y descripción cualitativa de fenómenos. Aunque puede usar datos cuantitativos para describir características, su enfoque principal no es analizar relaciones estadísticas sino proporcionar una visión general.

- **Métodos y Técnicas**

**Cuantitativa:** Utiliza encuestas estructuradas, experimentos, y análisis estadísticos para recolectar y analizar datos. Si se necesitan resultados que sean precisos, replicables y que puedan ser generalizados, la investigación cuantitativa es más adecuada.

**Descriptiva:** Emplea métodos como encuestas abiertas, entrevistas y observaciones para recolectar información que describe el estado o características de un fenómeno. No se enfoca en la relación entre variables, sino en la descripción detallada.

- **Generalización de Resultados**

**Cuantitativa:** Permite generalizar los resultados a partir de muestras representativas y obtener inferencias sobre una población más amplia. Esto es crucial cuando el objetivo es aplicar los hallazgos a contextos o poblaciones más grandes.

**Descriptiva:** Tiende a ser más específica y detallada sobre un grupo o situación particular, sin necesariamente buscar generalizar a otras poblaciones.

- **Profundidad de Análisis**

**Cuantitativa:** Ofrece un análisis más profundo y riguroso en términos de relaciones entre variables y patrones estadísticos. Es adecuada cuando se requiere un análisis detallado de datos y pruebas de hipótesis.

**Descriptiva:** Proporciona una visión general y detallada pero no profundiza en las relaciones causales entre variables.

- **Ejemplos de Aplicación**

**Cuantitativa:** Estudiar el impacto de una campaña de marketing en las ventas utilizando datos numéricos para medir cambios en las ventas antes y después de la campaña, y analizar si las diferencias son estadísticamente significativas.

**Descriptiva:** Describir el perfil demográfico de los clientes que visitan una tienda, incluyendo edad, género y preferencias de productos, sin intentar establecer relaciones causales entre estas variables.

- **Recursos y Tiempo**

**Cuantitativa:** Puede requerir recursos adicionales para la recolección y análisis de grandes volúmenes de datos, y un tiempo considerable para realizar análisis estadísticos complejos.

**Descriptiva:** Puede ser menos costosa y más rápida si se enfoca en observar y describir sin la necesidad de complejos análisis estadísticos.

**En conclusión:**

Optar por una investigación cuantitativa en lugar de una descriptiva es adecuado cuando se necesita medir y analizar relaciones entre variables, probar hipótesis, y generalizar resultados a una población más amplia. La investigación cuantitativa proporciona una base sólida para tomar decisiones basadas en datos numéricos y análisis estadísticos, mientras que la investigación descriptiva ofrece una visión detallada pero menos enfocada en la causalidad y generalización. La elección entre estos enfoques debe basarse en los objetivos específicos del estudio, el tipo de información requerida y los recursos disponibles.

### **2.1.2 Método**

Según la profundidad del objeto de estudio, el tipo de investigación a realizar es cuantitativa.

### **2.1.3 Enfoque**

El enfoque la investigación es un enfoque cuantitativo para obtener resultados precisos.

El enfoque cuantitativo Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, 2014, p.4).

### **2.1.4 Universo**

La población total de El Salvador es de 6.336.392 personas. (Banco Mundial [BM], 2022). Los 6.336.392 millones de personas que habitan en El Salvador, sería el nuestro universo, para nuestra investigación.

### **2.1.5 Población**

Según Tamayo y Tamayo (1997) la población es la total del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica en común la cual se estudia y da origen a los datos de investigación. En el caso de este estudio las características en común es que son personas que viven en el área Metropolitana de San Salvador.

El área Metropolitana de San Salvador está formada por 14 municipalidades, que conforman la unidad territorial de la capital salvadoreña y tiene una extensión de 652.31 km<sup>2</sup> con una población de 1,696,692 habitantes aproximadamente. Vive el 26.77 % de la población total del país. (Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador [DIGESTYEC], 2021)

La Población para el estudio son 1,696,692 personas que viven en el área metropolitana de San Salvador.

Tenemos una población infinita ya que la población pasa de las cien mil unidades, por lo tanto, se trabajará con la fórmula de muestra para población infinita. “Se considera que una población es finita a toda población formada por menos de 100.000 unidades, e infinita a aquella que tiene 100.000 o más” (López y Fachelli, 2015, p. 8).

### 2.1.6 Muestra

Tenemos una población infinita. Población: 1,696,692 habitantes del área Metropolitana de San Salvador.

La fórmula para obtener la muestra según Sampieri:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza. 95%

p= probabilidad a favor. 50%

q= probabilidad en contra. 50%

e= error muestral. 5%

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Z= 95% -----1.96

p= 0,5

q= 0,5

e= 5% -----0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

n= 384

La muestra es de 384.

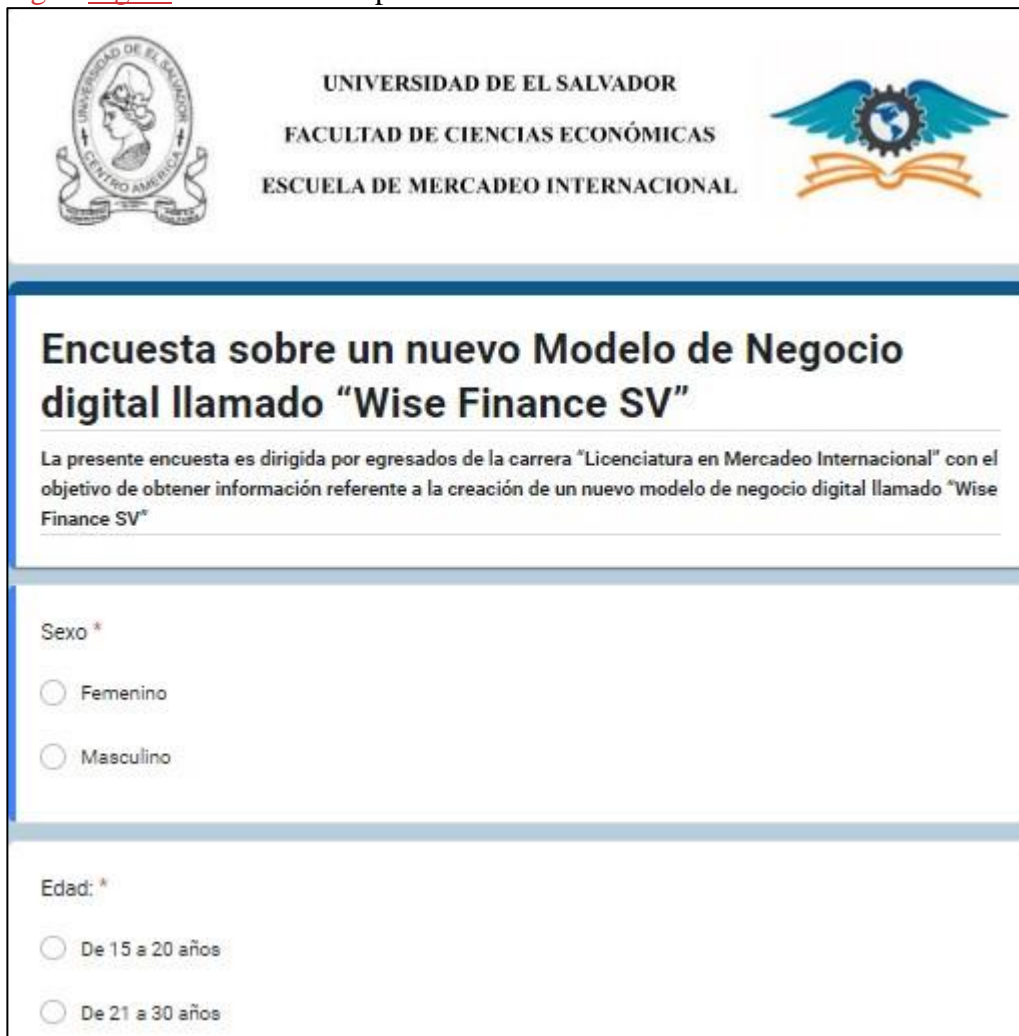
### 2.1.7 Técnicas de investigación

Las técnicas de recolección de datos son definidas por Tamayo y Tamayo (1999) como la expresión operativa del diseño de investigación y qué especifica concretamente como se hizo la investigación.

La técnica de investigación a utilizar es la encuesta y como instrumento de recolección el cuestionario estructurado.

### 2.1.8 Instrumento de investigación

FigureFigura 1 Cuestionario parte 1



The image shows a survey form with the following content:

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**Encuesta sobre un nuevo Modelo de Negocio digital llamado "Wise Finance SV"**

La presente encuesta es dirigida por egresados de la carrera "Licenciatura en Mercadeo Internacional" con el objetivo de obtener información referente a la creación de un nuevo modelo de negocio digital llamado "Wise Finance SV"

Sexo \*

Femenino

Masculino

Edad: \*

De 15 a 20 años

De 21 a 30 años

Fuente: Elaboración Propia

*Figure* **Figura 2** Cuestionario parte 2

De 31 a 40

De 41 a 50

De 51 a 60

De 61 a 70

De 71 a 80

---

**¿Tiene usted acceso a Internet? \***

Sí

No

---

**¿Cuál red social utiliza más? \***

Whatsapp

Facebook

You Tube

Messenger

Tik Tok

Instagram

Fuente: Elaboración Propia

**Figure****Figura** 3 Cuestionario parte 3

Twitter

---

**¿Alguna vez ha recibido clases o cursos en línea?**

Sí

No

---

**¿Qué tan confiable es para usted recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje en línea? \***

Muy confiable

Confiable

Poco confiable

Nada confiable

---

**¿Alguna vez ha realizado compras en línea? \***

Sí

No

Fuente: Elaboración Propia

**Figure****Figura** 4 Cuestionario parte 4

¿Alguna vez ha recibido información sobre educación financiera? \*

Sí

No

---

¿Le gustaría administrar sus recursos personales o empresariales de manera correcta? \*

Sí

No

---

¿Considera importante la educación Financiera a nivel personal y empresarial? \*

Sí

No

---

¿En algún momento ha buscado por medio de alguna red social información sobre educación \* financiera, economía, administración?

Sí

No

Fuente: Elaboración Propia

**Figure****Figura** 5 Cuestionario parte 5

¿Le gustaría recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje sobre educación financiera? \*

Sí

No

---

¿Pagaría por recibir un curso en línea sobre educación financiera? \*

Sí

No

Tal vez

---

¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar? \*

De \$15 a \$25 (Por módulo)

De \$60 a \$100 (Por curso)

---

¿Si existiera un sitio web certificado para dar educación financiera de un nivel básico a experto, les gustaría ser parte? \*

Sí

No

Tal vez

Fuente: Elaboración Propia

### 2.1.9 Presentación de resultados

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta realizada en un tiempo consecutivo de dos meses, octubre-noviembre del 2023:

#### *Cantidad de personas encuestadas por diferencia de sexo:*

Tabla 1 Sexo

Sexo		
Femenino	Masculino	Total:
248	136	384

Fuente: Elaboración Propia

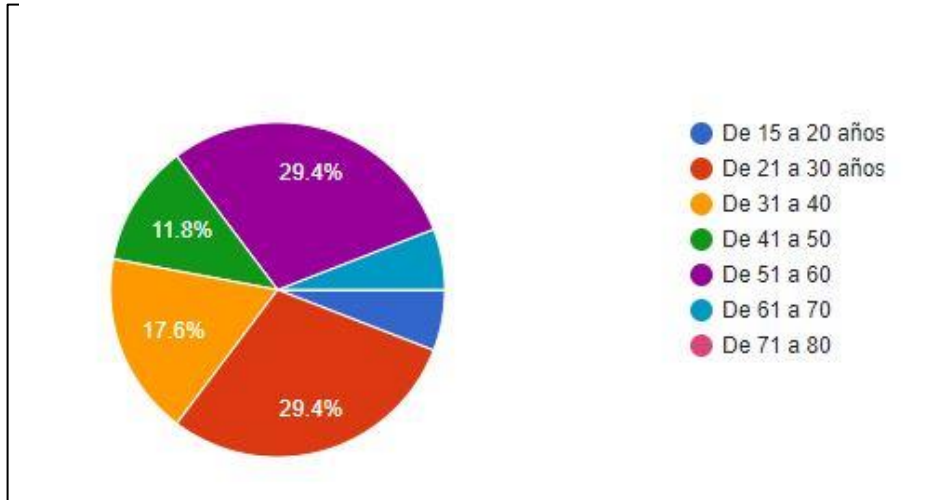
#### *Cantidad de personas encuestadas por rango de edades:*

Tabla 2 Rango de edades

Rango de edades	Número
15-20 años	23
21-30 años	113
31-40 años	68
41-50 años	45
51-60 años	112
61-70 años	23
71-80 años	0
Total:	384

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6 Rango de edades



Fuente: Elaboración propia

De la muestra total, 248 fueron mujeres y 136 hombres. Entre la población encuestada se encontró que el 29.4% tenía entre 21 a 30 años, con el mismo porcentaje de 29.4% los que se encuentran en un rango de edad de 51 a 60 años, seguidos con un 17.6% los que tiene de 31 a 40 años, con un 11.8% los que tienen de 41 a 50 años y los otros dos grupos etarios de 15 a 20 años y de 61 a 70 con un 5.9%, mientras que el grupo de 71 a 80 no hubo ningún encuestado.

***Preguntas del cuestionario con las respectivas respuestas:***

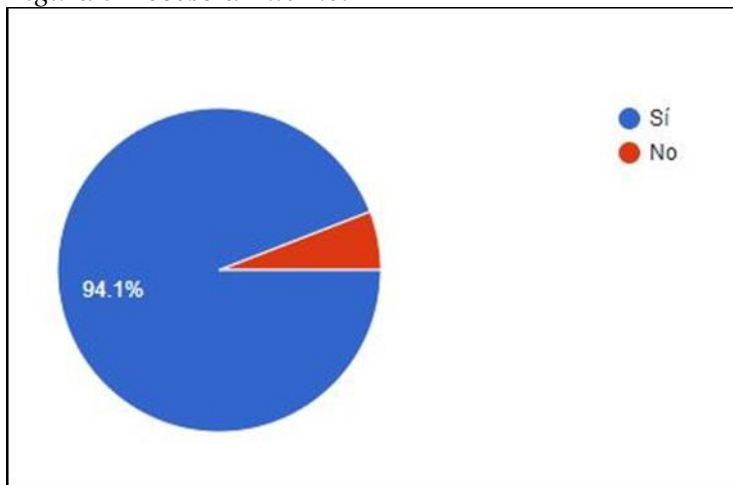
1. ¿Tiene usted acceso a Internet?

***Tabla 3 Acceso a Internet***

Con acceso a internet		
Si	No	Total:
361	23	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 7 Acceso a Internet*



Fuente: Elaboración Propia

La mayor parte de los encuestados el 94.1 % tienen acceso a internet como se muestra en la figura.

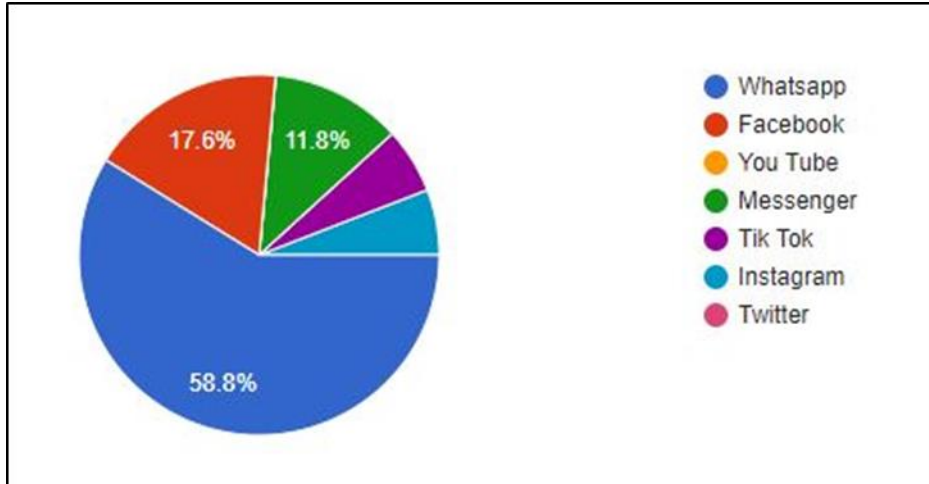
2. ¿Cuál red social utiliza más?

*Tabla 4 Red Social*

Red social más utilizada		
Red social	Número	Total
Whatsapp	226	384
Facebook	68	
You Tube	0	
Messenger	45	
Tik Tok	23	
Instagram	22	
Twitter		

Fuente: Elaboración Propia

*FigureFigura 8 Red Social más utilizada*



Fuente: Elaboración Propia

La red social que los encuestados más utilizan es WhatsApp con un 58.8 %, seguido con un 17.6% Facebook, y Messenger con un 11.8%, mientras que tik tok e Instagram un 5.9% y twitter en último lugar.

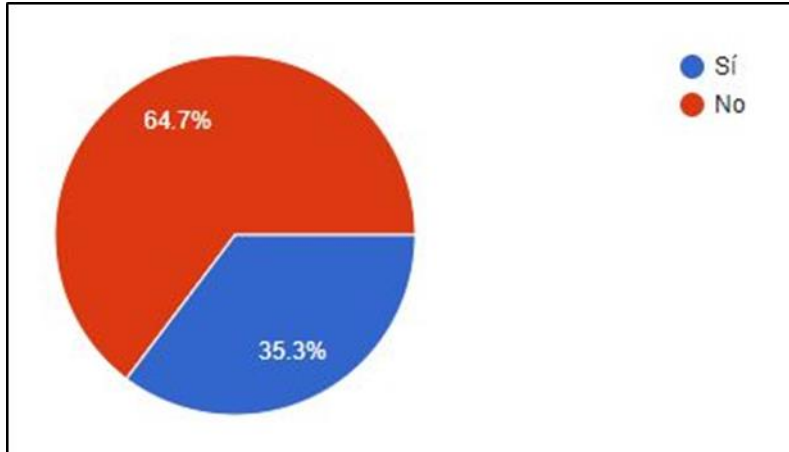
3. ¿Alguna vez ha recibido clases o cursos en línea?

*Tabla 5 Curso en línea*

Personas que han recibido curso en línea		Total:
Si	No	
248	136	384

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9 Personas que han recibido cursos o clases en línea



Fuente: Elaboración Propia

Un 35.3% manifestaron haber recibido clases o cursos en línea, mientras que la mayoría con el otro 64.7% dijeron que no.

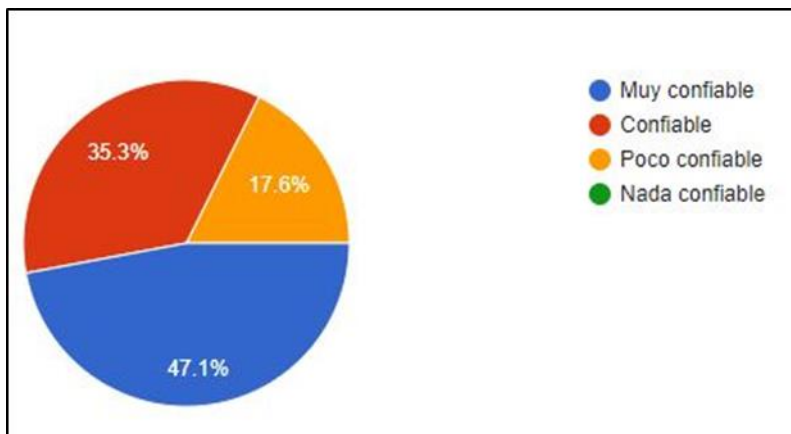
4. ¿Qué tan confiable es para usted recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje en línea?

Tabla 6 Confiabilidad

Descripción	Cantidad
Muy confiable	181
Confiable	135
Poco confiable	68
Nada confiable	0
Total:	384

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10 Confiabilidad de proceso enseñanza-aprendizaje



Fuente: Elaboración Propia

Se les preguntó a los encuestados que tan confiable era para ellos recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje en línea, a lo cual la mayoría con un 47.1% respondió con “Muy confiable”, mientras que al 35.3% le parece “confiable” y el 17.6% “Poco confiable”

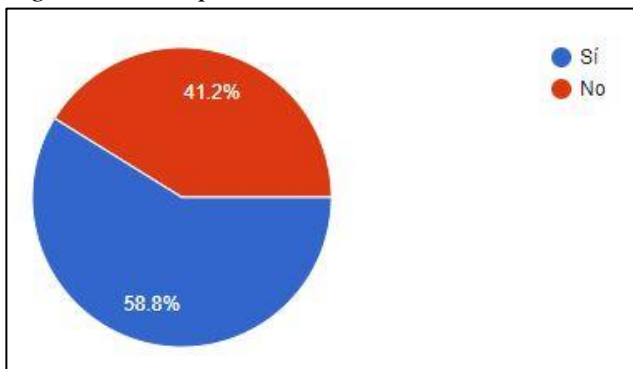
5. ¿Alguna vez ha realizado compras en línea?

Tabla 7 Compras en línea

Compras en línea		
Si	No	Total
226	158	384

Fuentes: Elaboración Propia

*Figura 11 Compras en línea*



Fuente: Elaboración Propia

Se encontró que la mayor parte el 58.8% de los encuestados han realizado compras en línea, mientras que el 41.2 % no las ha realizado.

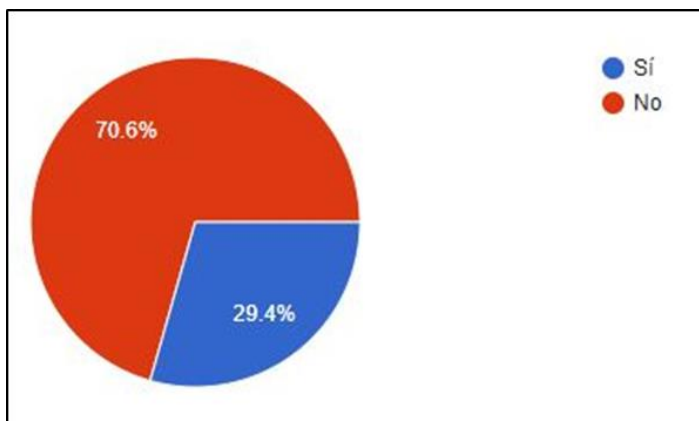
6. ¿Alguna vez ha recibido información sobre educación financiera?

*Tabla 8 Información sobre educación financiera*

Información Financiera		
Si	No	Total:
113	271	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 12 Información recibida sobre Educación Financiera*



Fuente: Elaboración Propia

Se encontró que el 70.6% de los encuestados no ha recibido información sobre educación financiera, pero un 29.4% si ha recibido.

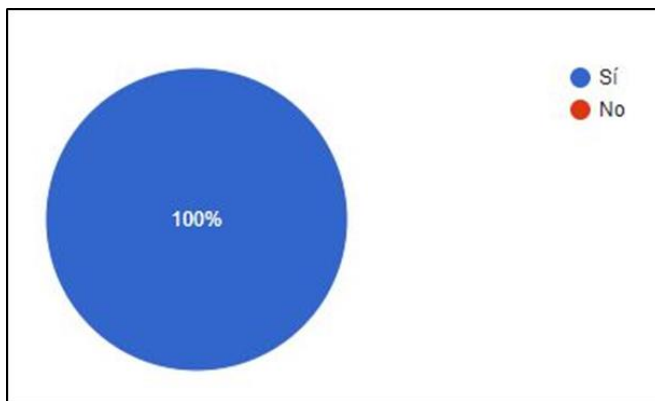
7. ¿Le gustaría administrar sus recursos personales o empresariales de manera correcta?

*Tabla 9 Administración de Recursos*

Administrar recursos		
Si	No	Total:
384	0	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 13 Administración de Recursos*



Fuente: Elaboración Propia

Se les consultó a los encuestados si les gustaría administrar sus recursos personales o empresariales de manera correcta, a lo cual respondieron el 100% que sí.

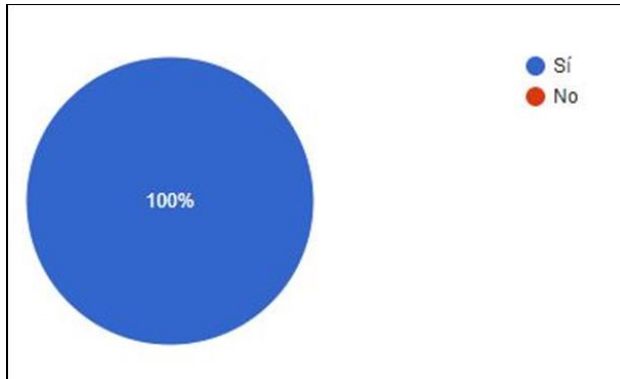
8. ¿Considera importante la educación Financiera a nivel personal y empresarial?

*Tabla 10 Educación Financiera*

Importancia de la educación financiera		
Si	No	Total:
384	0	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 14 Importancia de la Educación Financiera*



Fuente: Elaboración Propia

El total de los encuestados el 100% respondió que sí considera importante la educación Financiera a nivel personal y empresarial.

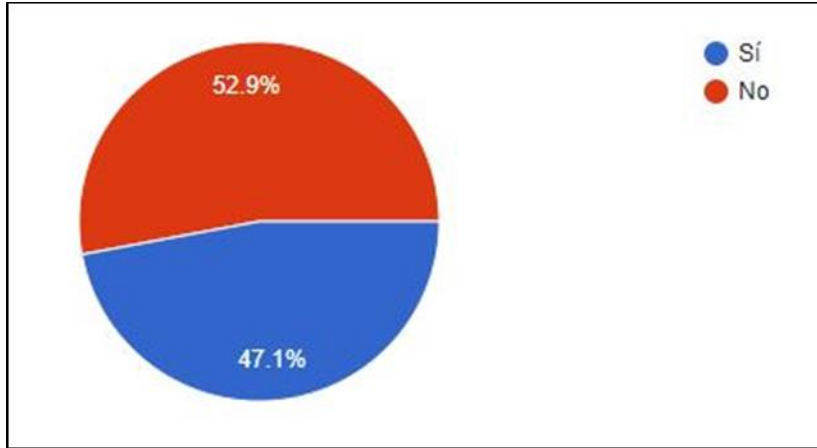
9. ¿En algún momento ha buscado por medio de alguna red social información sobre educación financiera, economía, administración?

*Tabla 11 Información Financiera*

Búsqueda de información financiera		
Si	No	Total:
181	203	384

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15 Búsqueda de información



Fuente: Elaboración Propia.

El 52.9% de las personas encuestadas respondieron que no han buscado en ninguna red social información sobre educación financiera, economía, administración, mientras que el 47.1% manifestó que sí.

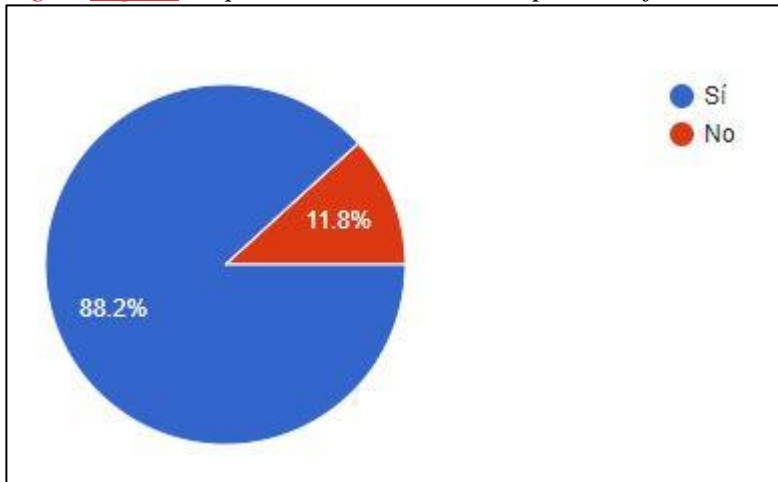
10. ¿Le gustaría recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje sobre educación financiera?

Tabla 12 Proceso de enseñanza

Recibir proceso de enseñanza		
Si	No	Total:
339	45	384

Fuente: Elaboración Propia

*FigureFigura 16 proceso de enseñanza-aprendizaje*



Fuente: Elaboración propia

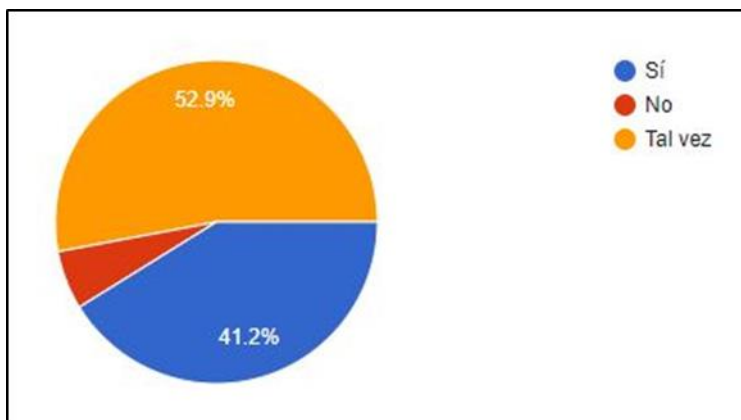
11. ¿Pagaría por recibir un curso en línea sobre educación financiera?

*Tabla 13 Pago por Curso en línea*

Recibir curso en línea			
Si	No	Talvez	Total:
158	23	203	384

Fuentes: Elaboración Propia

*Figura 17 Personas que pagarían por recibir un curso en línea*



Fuente: Elaboración Propia.

Un 52.9% respondieron que “Tal Vez” pagarían por recibir un curso en línea sobre educación Financiera, mientras que el 41.2% aseguró que sí y un 5.9% mencionó que no.

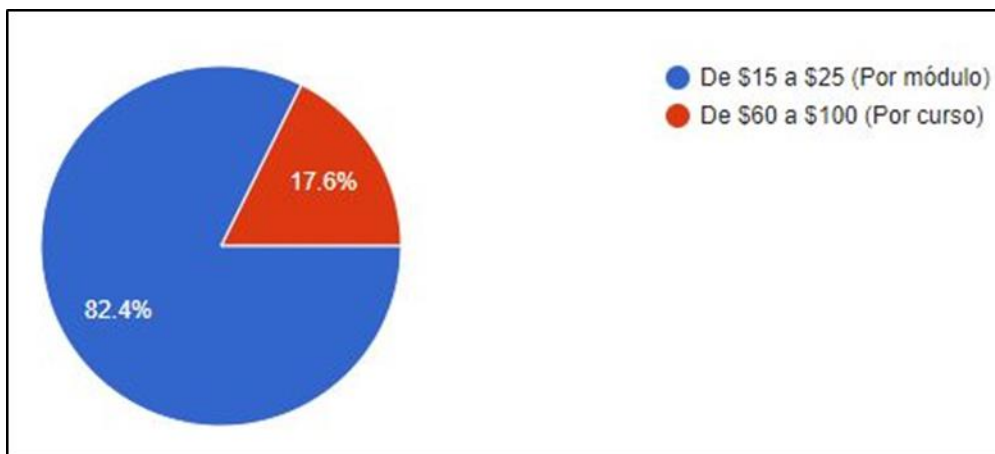
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

*Tabla 14 Disposición de pago*

Dispuestos a pagar	
De \$15 a \$25 (Por módulo)	316
De \$60 a \$100 (Por curso)	68
Total:	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 18 Elección de pago.*



Fuente: Elaboración Propia.

El 82.4% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar por módulo de \$15 a \$25 y un 17.6% pagaría de \$60 a \$100 Por curso.

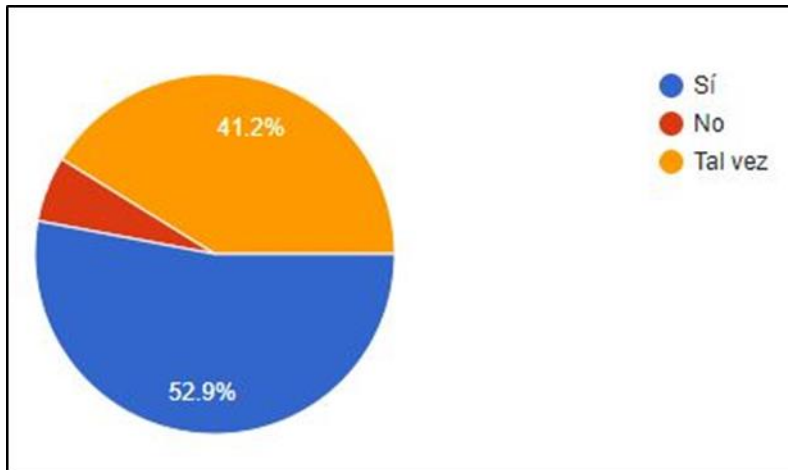
13. ¿Si existiera un sitio web certificado para dar educación financiera de un nivel básico a experto, les gustaría ser parte?

*Tabla 15 Sitio Web*

Personas que les gustaría ser parte del sitio web			
Si	No	Talvez	Total:
203	158	23	384

Fuente: Elaboración Propia

*Figura 19 Sitio Web certificado*



Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente, se preguntó a los encuestados que, si existiera un sitio web certificado para dar educación financiera de un nivel básico a experto, si les gustaría ser parte. A lo cual el 52.9% respondió que sí y un 41.2% respondió que “tal vez” y el restante que “no”.

## **2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

El diagnóstico de la situación actual realizado al modelo de negocio “Wise Finance SV” permite conocer la realidad objetiva, y el desarrollo de la empresa, además de contribuir a identificar y analizar las tendencias y fenómenos que puedan influir en la formulación e implantación de estrategias.

### **2.2.1 FODA cruzado**

Toda empresa que no utilice las herramientas tecnológicas disponibles en este tiempo va directo a la quiebra, ya que el mundo entero ahora se está embarcando hacia la cima de la modernidad sin detenerse, cada día surgen nuevas tecnologías, inventos, descubrimientos, de los cuales, como mercadólogos, analistas de nuestras empresas no se puede obviar.

Se hace un análisis preciso de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tiene la empresa. Resaltando que estamos viviendo en un tiempo oportuno, ya que el mundo dio un giro acelerado a la era digital, lo cual permite el desarrollo de las estrategias basada en esas ventajas para “Wise Finance SV”.

En la siguiente figura N. 6 se muestra el análisis FODA cruzado basado en los autores Koontz, Weihrich, & Cannice.

**Figure** *Figura* 20 Modelo de Matriz "Wise Finance SV"

<p><i>Factores Internos</i></p> <p><i>Factores Externos</i></p>		<p><b>Fortalezas</b></p> <p>*Se contará con personal especializado en marketing para hacer llegar el modelo a través de estrategias de marketing y publicidad hasta el público objetivo. *El modelo cuenta con alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y empresa privada del sistema financiero. *Asesores especializados en Finanzas</p>	<p><b>Debilidades</b></p> <p>*El gerente general es mercadólogo mas no es especialista en finanzas</p>
		<p><b>Amenazas</b></p> <p>*Están surgiendo cada vez más negocios sobre finanzas. *Se ha incrementado la estafa a través de las redes sociales con la creación de páginas para obtener dinero.</p>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <p>*Ofreceremos un valor agregado, con los talentos, habilidades y personalidades, para conectar con el público. *Seguimiento personalizado hacia el cliente. *No solo se brinda la educación financiera, sino se conecta al cliente con las distintas empresas aliadas según la necesidad del cliente. *Paquetes con precios accesibles.</p>
<p><b>Oportunidades</b></p> <p>*Las personas están utilizando cada vez más servicios digitales, después de la pandemia se potencializó su uso y cada vez se vuelve más normal hacer todo desde el hogar, como compras, pagos, trabajo, educación, entretenimiento, etc.</p>	<p><b>Estrategias FO</b></p> <p>*Incrementar inversión en publicidad y marketing *Brindar a través de la publicidad los beneficios, el valor agregado y las ventajas en comparación con otros modelos parecidos. *El público objetivo utiliza las herramientas digitales será por donde se llegará a ellos.</p>	<p><b>Estrategias DO</b></p> <p>*Crear publicidad para redes sociales acerca de los beneficios del programa. *El Gerente General especializarse con una maestría de finanzas.</p>	

Fuente: Elaboración Propia basada en Koontz, Weihrich, & Cannice, (2012), (p. 138).

## 2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter

Las 5 fuerzas de Michael Porter nos hacen poner énfasis en: los clientes, los proveedores, los productos sustitutos, los nuevos competidores potenciales y la competencia. Solo analizando dichas fuerzas se puede determinar la posición de la empresa en el mercado y de esa manera tener claro hacia dónde dirigirse.

**FigureFigura 21** Análisis de las 5 fuerzas

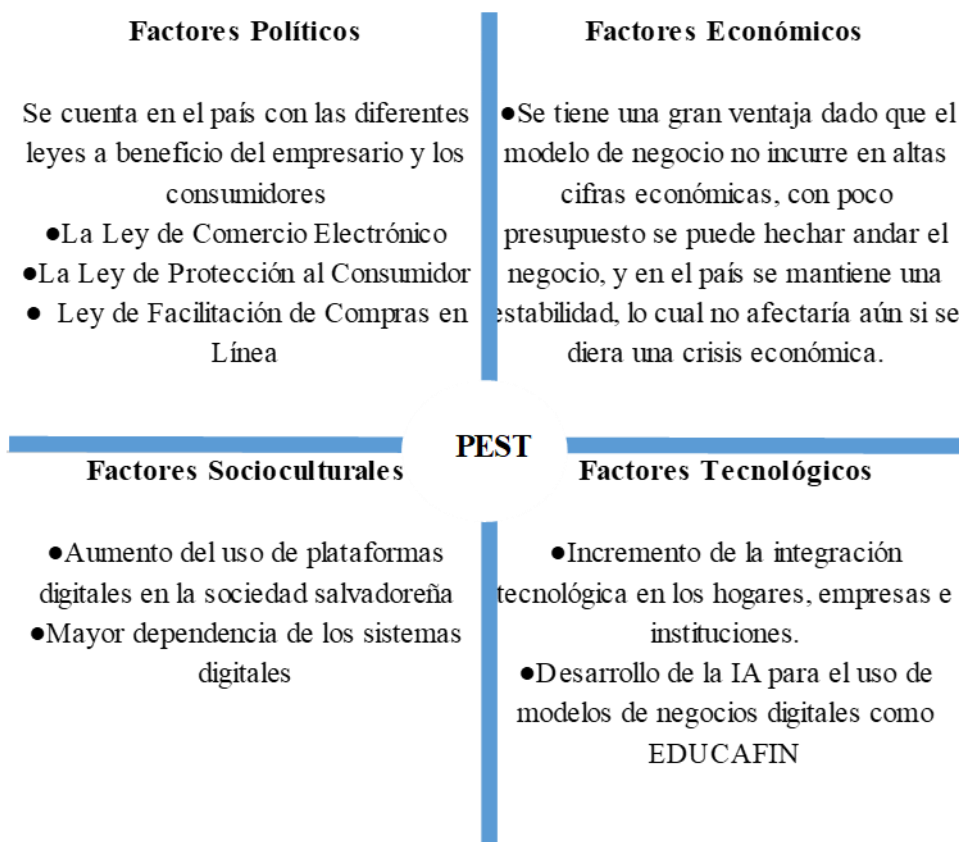
Análisis de las 5 fuerzas de Porter Wise Finance SV.	
<b>1. El poder de los clientes</b>	<p>*Es moderado, puesto que, a pesar de que existen otras opciones en el mercado internacional, los clientes buscarán tener una experiencia, donde la idea de negocio es originalmente salvadoreña, y la estructura del modelo ha sido diseñada conforme a la cultura salvadoreña.</p> <p>*Los clientes podrán diferenciar el sistema de Wise Finance SV, comparado con otros modelo aislados a la realidad salvadoreña y entender que la plataforma encaja con un estilo de vida promedio de familias, emprendimientos o empresas de El Salvador.</p>
<b>2. El poder de los proveedores</b>	<p>*Sería moderado puesto que especialistas en el tema con un mismo enfoque al de la idea de negocio es reducido en el país.</p> <p>*Los asesores que formaran parte de equipo, si serán especialistas el el area de finanzas</p>
<b>3.La amenaza de nuevos competidores</b>	<p>*Cada vez hay más empresas alrededor del mundo que ofrecen experiencias similares, podríamos decir que la amenaza es alta.</p> <p>*Cabe la posibilidad que surga un modelo de negocio similar en el país después de lanzarlo.</p>
<b>4. La amenaza de nuevos productos sustitutos</b>	<p>*Es alta puesto que la variedad de servicios es moderada y es fácilmente sustituible.</p> <p>*Puede surgir un servicio similar a menor costo, ya que puede estar aderido a empresas ya establecidas.</p>
<b>5. La rivalidad entre competidores</b>	<p>*Aunque en el país no se ha dado a conocer un modelo de negocio igual o similar de éxito, no se deberá bajar la guardia ante la aparición de nuevas marcas con experiencias similares.</p> <p>*Al sugir un competidor se deberá optar por estrategias de marketing y publicidad, estrategias valor</p>

Fuente: Elaboración Propia

### 2.2.3 Desarrollo de PEST

Con el análisis PEST logramos identificar los factores externos y como pueden influir en el desarrollo del modelo de negocio.

*FigureFigura 22 Análisis PEST*



Fuente: Elaboración Propia basada en Aguilar, (1967)

### **2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN**

El modelo de negocio cuenta con un gran potencial y ventaja competitiva en cuanto a activos humanos, es decir personal capacitado en el tema económico; y personal especialista en el área comunicativa, mercadológico y tecnológico.

Se tendrá que hacer un incremento en la inversión de marketing y publicidad para contrarrestar las amenazas y debilidades del modelo de negocio, llegando al público objetivo con una imagen fidedigna y mostrando las ventajas y beneficios del programa.

El poder de los clientes es moderado ya que no existe en el país un modelo de negocio igual o similar basado en la cultura salvadoreña, lo cual es una ventaja en la región.

En el análisis de la fuerza de rivalidad entre competidores por el momento es baja ya que no se encuentra por el momento un modelo de negocio igual o similar, sin embargo, no significa que se debe bajar la guardia, de igual manera al surgir se deberá proseguir a el empleo de las estrategias de marketing y publicidad.

El modelo de negocio cuenta con la ventaja de requerir una inversión moderada, lo cual en una crisis económica no afectaría.










En el país se cuenta con políticas, leyes que benefician tanto al modelo como empresa y a los clientes.

El tema de Educación Financiera en el país es poco conocido o trabajado, existe desinformación y desconocimiento de las finanzas, administración y economía, de manera general, razón por la cual es una ventaja para el desarrollo de la estrategia a nivel nacional.

A nivel social es de suma importancia ya que la falta de educación financiera es parte de una falta de desarrollo económico en el país, por lo cual no solo es un aprovechamiento económico como empresa privada, sino que es una ayuda a la sociedad salvadoreña.

## 2.4. LIENZO CANVAS

**Figure** *Figura 23 Modelo de Negocio CANVAS*

MODELO DE NEGOCIO CANVAS WISE FINANCE SV				
<b>Socios claves:</b> -Ministerio de Economía -Superintendencia del sistema Financiero -Ministerio de trabajo -Especialistas financieros -Mercadólogos -Diseñadores gráficos 	<b>Actividades Claves:</b> -publicidad por redes sociales y plataformas digitales -Promoción de paquetes para emprendimientos y empresas -Promoción en universidades -Descuentos de temporada 	<b>Propuesta de valor:</b> -Accesibilidad -Adaptabilidad -precio -conveniencia 	<b>Relación con los clientes:</b> -servicio automatizado -contacto directo virtual 	<b>Segmento de clientes:</b> -profesionales -estudiantes universitarios -emprendedores -empresarios 
	<b>Recursos Claves:</b> -Contenido virtual -Especialistas financieros -Estrategias de Marketing 		<b>Canales:</b> -Educafin.com -página facebook Educafin -youtube Educafin -Instagram, Twitter 	
<b>Costos:</b> -salario para profesionales en finanzas, marketing, diseñadores gráficos 		<b>Ingresos:</b> -Por publicidad pagada de facebook, you tube -Por suscripción -Clicks en páginas -pago de cursos -consultorias personalizadas 		

Fuente: Elaboración Propia basada en Osterwalder, (2014).

## **CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO**

### **3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **Nombre del Negocio:**

Wise Finance SV

#### **Información general**

Wise Finance SV es una plataforma de educación financiera en El Salvador, valiéndose de herramientas tecnológicas emergentes en la nueva era digital, para lograr un aprendizaje dinámico, cómodo, accesible y basado en las necesidades financieras de la sociedad y cultura salvadoreña.

Su nombre nace a raíz de tomar en cuenta la esencia del negocio, y utilizando el inglés como estrategia de marketing, ya que en español significa “Finanzas sabias” y ese es justamente el propósito del negocio guiar sabiamente en el mundo de las finanzas.

El modelo de negocio digital surge en la mente y corazón de tres jóvenes emprendedores:

-Guillermo Joel Mejía Noyola

-Luz Adela García Barbero

-Naomi Elizabeth Valdiviezo Herrera

Culminando la carrera de Licenciatura en Mercadeo Internacional de la Universidad de El Salvador. Observando la necesidad de una población, ya que por años ha existido aún desde las escuelas una falta de educación financiera.

## **3.2 MARCO ESTRATÉGICO**

### **3.2.1 Misión**

Ayudar y acompañar a las familias y empresas salvadoreñas en el ordenamiento financiero y así encaminarlas hacia el éxito.

### **3.2.2 Visión**

Ser la empresa líder en El Salvador sobre educación financiera, reconocida por llevar al éxito a empresas y familias a través del conocimiento.

### **3.2.3 Valores**

<< Compromiso, lealtad, inspiración, integridad y responsabilidad >>

### **3.2.4 Objetivos**

#### ***General:***

Desarrollar un sitio de educación financiera Wise Finance SV con todos los elementos tecnológicos que permitan el aprendizaje en la zona metropolitana de San Salvador para el año 2024.

#### ***Específicos:***

- Establecer los diferentes perfiles digitales para dar a conocer el contenido del modelo de negocio.
- Diseñar un sitio web dinámico de fácil interacción, con herramientas novedosas y una amplia variedad de recursos de acuerdo con las necesidades del cliente.
- Impactar a la población salvadoreña con los temas de educación financiera a través de la publicidad.

- Definir planes financieros de acuerdo con la cultura y sociedad salvadoreña.

### **3.2.5 Metas**

- Ser inspiración para los salvadoreños
- Posicionarse como la empresa más importante del sector.
- Ser reconocidos nacional e internacionalmente por la calidad de servicios que se ofrecen.
- Ayudar a las familias y empresas salvadoreñas a mejorar la calidad de vida desde la educación financiera.

## **3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS**

Los servicios que la plataforma Wise Finance SV ofrece son:

- Cursos en línea

Curso 1: Deudas y tarjetas

Módulo 1 (6 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Módulo 2 (5 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Módulo 3 (5 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Curso 2: Presupuesto y ahorro

Módulo 1 (6 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Módulo 2 (5 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Curso 3: Inversiones y retiro

Módulo 1 (6 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Módulo 2 (5 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

Módulo 3 (5 sesiones de 2 horas y 5 clases de 45 min)

- Asesorías personalizadas  
12 sesiones de seguimiento con una asesora durante tres meses.
- Asesorías empresariales  
Básica: 15 sesiones durante tres meses  
Intensiva: 30 sesiones durante cuatro meses.
- Conferencias o consultorías (para empresas, centros educativos, instituciones públicas, ong's)
- Contenido en redes sociales (lo básico de forma gratuita para el usuario ya que se obtienen ingresos a través de la publicidad y temas de mayor interés solo para miembros los cuales deberán pagar una cuota mensual)

### **3.4. VENTAJA COMPETITIVA**

No existe en el país una empresa privada que se dedique específicamente a la educación financiera de manera preventiva como correctiva, enfocada hacia personas naturales y a la vez hacia las empresas. Existen programas gubernamentales y programas anexos a bancos, que en su mayoría han sido fallidos, pero no una plataforma reconocida como expertos financieros por compartir contenido a través de una plataforma y herramientas digitales.

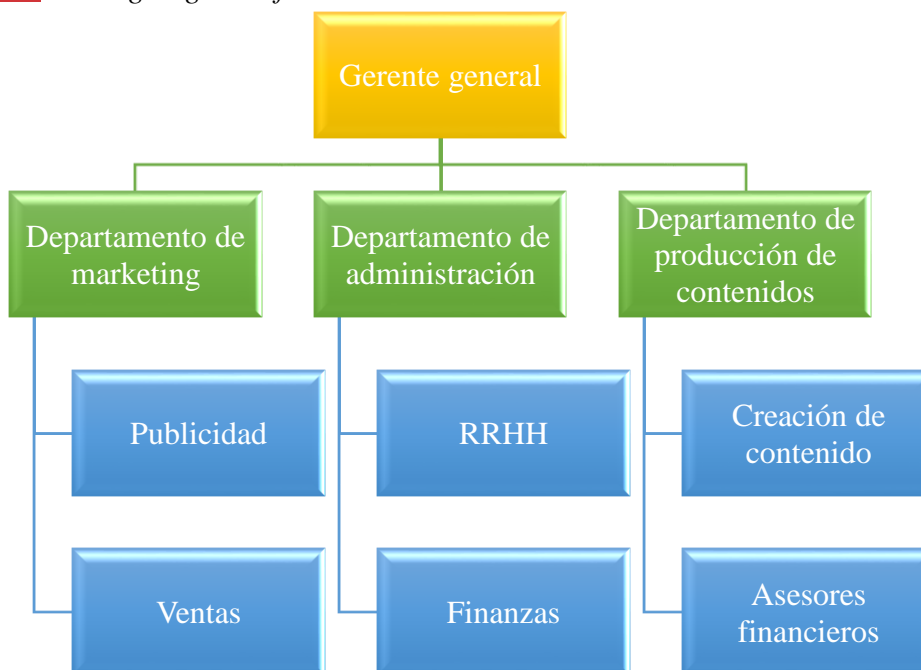
### **3.5. PLAN ORGANIZACIONAL**

#### **A. Estructura organizativa de la empresa**

Wise Finance SV cuenta con una estructura organizativa Funcional, el cual muestra las tareas específicas de cada miembro de la organización. El total de empleados será de seis; se tendrá un gerente general, un gerente de marketing, un administrador, un encargado del departamento de producción de contenidos y dos asesores financieros.

Organigrama Funcional de la empresa Wise Finance SV se puede ver en la Figura 1

*FigureFigura 24 Organigrama funcional Wise Finance SV.*



*Fuente: Elaboración Propia*

A continuación, en la tabla 16 se detallan los cargos con los nombres, descripción del puesto y profesión de quienes lo ejercen.

*Tabla 16 Cargos de la empresa*

Cargos de la empresa Wise Finance SV			
Puesto	Nombre	Descripción	Profesión
Gerente General	Naomi Elizabeth Valdiviezo Herrera	Coordinar y vigilar las distintas areas	Licda. En Mercadeo Internacional
Gerente de marketing	Guillermo Joel Mejía Noyola	Crear estrategias de publicidad y marketing	Lic. En Mercadeo Internacional
Administrador	Luz Adela García Barbero	Dirigir las labores administrativas de la empresa	Licda. En Mercadeo Internacional
Productor	Luis Ernesto López	producir el material audio visual	Lic. En Periodismo
Asesor Financiero	Henry Abraham Jacobo Herrera	Dar seguimiento personalizado a los clientes	Lic. En Economía con maestría en administración Financiera
Asesor Financiero	Josue Caleb Azahar González	Dar seguimiento personalizado a los clientes	Lic. En Economía con maestría en administración Financiera

Fuente: Elaboración propia

## **B. Organización de gestión y Recursos Humanos**

Como empresa se planificará, organizará y administrará las tareas y activos relacionados con las personas que conforman la organización.

- La gestión del talento. A través de entrevistas y estudio minucioso se seleccionará a personal competente, capaz de comprometerse con la idea de negocio.
- La formación será un pilar importante en la organización ya que la sociedad cambia constantemente de igual forma las necesidades del cliente, razón por la cual el personal debe estrictamente estarse formando.
- La Evaluación del desempeño será otro de los pilares fundamentales en la empresa, para asegurar la calidad de los servicios a través del tiempo.

## **C. Proceso administrativo**

En el departamento de administración estará el área encargada de las finanzas, evaluando el uso de los recursos tanto financieros como humanos, procurando que no exista un mal uso de los recursos y de esa manera siempre generar una utilidad para la empresa.

## **D. Identificación y características de proveedores**

Wise Finance SV no estará ofreciendo productos tangibles en si, por tal razón la empresa no se verá en la necesidad de buscar proveedores de materia prima, sin embargo, si se debe identificar las características de los asesores que serán quienes proveerán de información a los clientes.

- Los asesores deben ser comprometidos con la visión y misión de la empresa.

-Poseer habilidades de persuasión, enseñanza, facilidad de expresión, tener una personalidad única para redes sociales.

-Principalmente manejar con precisión los temas de educación financiera.

### **3.6 PLAN DE MERCADEO**

La técnica de investigación utilizada es la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado. El cuestionario se realizó con una muestra de 384 personas. El público objetivo fueron personas en un rango de edad de 15 a 80 y más del área Metropolitana de San Salvador.

#### **A. Resultados de la investigación de mercado**

El objetivo de la investigación fue obtener información acerca de que tanto el público objetivo conoce sobre el tema de educación financiera, si han sido parte de algún modelo de negocio parecido y que tanta aprobación tendría la incursión de una plataforma como Wise Finance SV.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la investigación de mercado realizada.

De la muestra total, 248 fueron mujeres y 136 hombres. Entre la población encuestada se encontró que el 29.4% tenía entre 21 a 30 años, con el mismo porcentaje de 29.4% los que se encuentran en un rango de edad de 51 a 60 años, seguidos con un 17.6% los que tiene de 31 a 40 años, con un 11.8% los que tienen de 41 a 50 años y los otros dos grupos etarios de 15 a 20 años y de 61 a 70 con un 5.9%, mientras que el grupo de 71 a 80 no hubo ningún encuestado.

La mayor parte de los encuestados el 94.1 % tienen acceso a internet.

La red social que los encuestados más utilizan es WhatsApp con un 58.8 %, seguido con un 17.6% Facebook, y Messenger con un 11.8%, mientras que tik tok e Instagram un 5.9% y twitter en último lugar. Un 35.3% manifestaron haber recibido clases o cursos en línea, mientras que la mayoría con el otro 64.7% dijeron que no.

Se les preguntó a los encuestados que tan confiable era para ellos recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje en línea, a lo cual la mayoría con un 47.1% respondió con “Muy confiable”, mientras que al 35.3% le parece “confiable” y el 17.6% “Poco confiable”

Se encontró que la mayor parte el 58.8% de los encuestados han realizado compras en línea, mientras que el 41.2 % no las ha realizado.

Se encontró que el 70.6% de los encuestados no ha recibido información sobre educación financiera, pero un 29.4% si ha recibido.

Se les consultó a los encuestados si les gustaría administrar sus recursos personales o empresariales de manera correcta, a lo cual respondieron el 100% que sí.

El total de los encuestados el 100% respondió que sí considera importante la educación Financiera a nivel personal y empresarial.

El 52.9% de las personas encuestadas respondieron que no han buscado en ninguna red social información sobre educación financiera, economía, administración, mientras que el 47.1% manifestó que sí. Un 52.9% respondieron que “Tal Vez” pagarían por recibir un curso en línea sobre educación Financiera, mientras que el 41.2% aseguró que sí y un 5.9% mencionó que no. El 82.4% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar por módulo de \$15 a \$25 y un 17.6% pagaría de \$60 a \$100 Por curso.

Finalmente, se preguntó a los encuestados que, si existiera un sitio web certificado para dar educación financiera de un nivel básico a experto, si les gustaría ser parte. A lo cual el 52.9% respondió que sí y un 41.2% respondió que “tal vez” y el restante que “no”.

## **B. Marketing Mix Digital**

### ***Producto***

Wise Finance SV estará ofreciendo al público servicios de educación financiera.

- Cursos online
- asesorías personalizadas
- asesorías empresariales
- conferencias o consultorías
- material audio visual en el sitio web y por medio de redes sociales.

El diseño, contenido y forma de trasladar la información a los clientes será por lo cual más personas querrán adquirir alguno de los servicios.

### ***Precio***

Se tendrá un precio competitivo, será bajo en comparación con empresas extranjeras, accesible a los ingresos de hogar promedio de El Salvador.

- Cada curso tendrá un costo de \$100
- Las Asesorías personalizadas de \$200
- Las Asesorías empresariales de \$350
- Conferencias o consultorías \$1,500

### ***Plaza***

Sabemos que estamos viviendo un tiempo dentro de la nueva era de tecnología digital, por lo tanto, se aprovechará al máximo el abanico de herramientas emergentes modernas para desarrollar el negocio y llegar al nuevo tipo de cliente que prefiere aprender desde la comodidad de su teléfono, computadora o Tablet en su hogar o trabajo. El lugar del negocio será un sitio web y redes sociales.

### ***Promoción***

Se utilizarán varias estrategias de promoción.

- Publicidad pagada por redes sociales
- Utilización de SEO Y SEM
- Volanteo
- Colaboraciones con influencers
- Alianzas estratégicas con bancos e instituciones gubernamentales.

### ***Personas***

Será unos de los activos de la empresa, por lo cual se elegirá el mejor personal para la atención de nuestros clientes, con habilidades y capacidades en las comunicaciones y dominio en la temática financiera.

### ***Procesos***

Se trabajará previamente para tener un material enriquecido que no se obtendrá en cualquier otro lugar, para los cursos ya estarán los paquetes preparados para los clientes lo cual facilita el proceso automatizando y sistematizando para el aprovechamiento de tiempo y espacio. A diferencia de las asesorías que si requerirán de un asesor asignado para ofrecer el servicio personalizado.

### ***Presencia***

Lograr la mayor cantidad de seguidores través de redes sociales, interactuando con ellos y así tener presencia en los diferentes perfiles. Se desea penetrar en la mente de las personas la idea de negocio, a través de la publicidad y ser reconocidos como empresa líder en educación financiera, por la población, instituciones públicas y

#### **Personalización**

La publicidad irá orientada a personas específicas, emprendedores, empresarios, estudiantes, personas que les interese el area de finanzas

#### **Participación**

Las redes sociales serán clave para crear confianza, prestigio y aumentar el valor de marca, trabajando para crear una comunidad que este hablando del modelo. Para captar la atención del cliente se utilizará estrategias digitales como el storytelling.

#### **Pares a Pares**

Se buscará que los mismos clientes compartan a cerca de los servicios, los estrategias de marketing utilicen sitios imparciales donde mismos clientes den reviews o reseñas de los servicios de Wise Finance SV

#### **Predicciones modeladas**

Se estará monitoreando atravez de herramientas de medición y analisis como **Google Analytics, Meta Business Suite, YouTube Analytics.**

privadas.

### ***Productividad***

Se estará evaluando y midiendo mensual, trimestral y semestralmente las ventas de los diferentes servicios, para cumplir con los objetivos, proyecciones y metas de la empresa.

*Figure***Figura** 25 *Las nuevas 4 P's del Marketing*

Fuente: Elaboración propia

### 3.7 PLAN DE VENTAS

#### A. Ciclo de Ventas

La empresa utilizará un ciclo de ventas que será un conjunto de etapas o fases desde comenzar por identificar al cliente hasta cerrar la venta y después asegurarse de que el cliente este satisfecho.



*Figura 26 Ciclo de Venta de Wise Finance SV*

Fuente: Elaboración Propia

## B. Proyección de Ventas

Se ha realizado una proyección de ventas tanto en unidades como en dólares, para cinco años, de esa manera tener claras las metas de la empresa, a continuación, se muestran las cifras en las siguientes tablas.

*Tabla 17 Proyección de ventas en unidades del primer año.*

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES																
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Curso en línea	paquete	\$ 100.00	50	60	50	60	60	60	60	60	60	60	60	60	700
2	Asesorías personalizadas	paquete	\$ 200.00	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
3	Asesorías empresariales	paquete	\$ 350.00	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
4	Conferencias o consultorías	paquete	\$ 1,500.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5																0
6																0
7																0
8																0
9																0
10																0

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 18 Proyección de ventas en dólares del primer año.*

PROYECCIONES DE VENTA - US\$ -															
No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)													
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL	
1	Curso en línea	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 5,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 70,000
2	Asesorías personalizadas	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000
3	Asesorías empresariales	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000
4	Conferencias o consultorías	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 54,000
5		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
6		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
7		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
8		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
9		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
10		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de Ventas Mensuales		\$ 15,000.00	\$ 16,000.00	\$ 15,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 190,000
Total de Ventas Anuales = \$ 190,000															

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 19 Proyección de ventas en unidades del segundo al quinto año.*

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES														
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3				Año 4	Año 5	
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			TOTAL
1	Curso en línea	paquete	180	180	180	180	720	180	180	180	180	720	800	850
2	Asesorías personalizadas	paquete	30	30	30	30	120	30	30	30	30	120	150	150
3	Asesorías empresariales	paquete	30	30	30	30	120	30	30	30	30	120	150	150
4	Conferencias o consultorías	paquete	10	10	10	10	40	10	10	10	10	40	50	50
5		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 Proyección de ventas en dólares del segundo al quinto año.

PROYECCIONES DE VENTAS -US \$-														
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
1	Curso en línea	paquete	\$ 18,180.00	\$ 18,180.00	\$ 18,180.00	\$ 18,180.00	\$ 72,720.00	\$ 18,361.80	\$ 18,361.80	\$ 18,361.80	\$ 18,361.80	\$ 73,447.20	\$ 82,424.08	\$ 88,451.34
2	Asesorías personalizadas	paquete	\$ 6,060.00	\$ 6,060.00	\$ 6,060.00	\$ 6,060.00	\$ 24,240.00	\$ 6,120.60	\$ 6,120.60	\$ 6,120.60	\$ 6,120.60	\$ 24,482.40	\$ 30,909.03	\$ 31,218.12
3	Asesorías empresariales	paquete	\$ 10,605.00	\$ 10,605.00	\$ 10,605.00	\$ 10,605.00	\$ 42,420.00	\$ 10,711.05	\$ 10,711.05	\$ 10,711.05	\$ 10,711.05	\$ 42,844.20	\$ 54,090.80	\$ 54,631.71
4	Conferencias o consultorías	paquete	\$ 15,150.00	\$ 15,150.00	\$ 15,150.00	\$ 15,150.00	\$ 60,600.00	\$ 15,301.50	\$ 15,301.50	\$ 15,301.50	\$ 15,301.50	\$ 61,206.00	\$ 77,272.58	\$ 78,045.30
5	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
6	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
7	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
8	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
9	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
10	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total de Ventas Trimestrales</b>			\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 199,980.00	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 201,979.80	\$ 244,696.49	\$ 252,346.47
<b>Total de Ventas Anuales</b>							\$ 199,980.00					\$ 201,979.80	\$ 244,696.49	\$ 252,346.47

Fuente: Elaboración Propia

### 3.8 PLAN FINANCIERO

#### A. Plan de inversión.

En el Plan de inversión se detalla los objetos relacionados con la inversión con sus respectivos costes en la fase de inicio.

#### PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Concepto	FINANCIAMIENTO			
	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
<b>Locales:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Maquinaria:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Equipo:</b>	\$ 10,125.00	\$ -	\$ -	\$ 10,125.00
3 Computadoras	\$3,000.00			\$ 3,000.00
3 cámaras HD	\$6,000.00			\$ 6,000.00
3 trípodes	\$300.00			\$ 300.00
3 micrófonos de corbata	\$225.00			\$ 225.00
3 micrófonos dinámicos	\$300.00			\$ 300.00
Luces para grabación	\$300.00			\$ 300.00
<b>Herramientas de Trabajo:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Vehículos:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Efectivo				\$ -
Materias Primas				\$ -
Bienes en Proceso				\$ -
<b>Otros:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
empaque				\$ -
				\$ -
	\$0.00	\$0.00		\$ -
<b>Totales:</b>	\$ 10,125.00	\$ -	\$ -	\$ 10,125.00

Fuente: Elaboración Propia

Para cubrir los requerimientos necesarios se recurrirá a un préstamo financiero de \$10,125.00 a un interés anual de 12% para 60 meses, quedando una cuota de \$878.42

*Tabla 22 Cálculo Cuota de Préstamo.*

**Cálculo Cuota Préstamo**

<b>Monto:</b>	\$	10,125.00
<b>Interés Anual:</b>		<b>12.00%</b>
<b>Plazo en Meses:</b>		60
<b>Cuota:</b>		<b>(\$225.23)</b>
<b>Seguros:</b>		<b>1.00%</b>
<b>Cuota Total:</b>	\$	227.48

**Cálculo de Depreciación**

<b>Depreciación Anual:</b>	\$	<b>2,025.00</b>
----------------------------	----	-----------------

<b>Cálculo de Costo de Capital</b>	<b>0.05%</b>
------------------------------------	--------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Amortización de Préstamos

Tabla de Amortización de Préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 10,125.00
1	225.23	101.25	123.98	\$ 10,001.02
2	225.23	100.01	125.21	\$ 9,875.81
3	225.23	98.76	126.47	\$ 9,749.34
4	225.23	97.49	127.73	\$ 9,621.61
5	225.23	96.22	129.01	\$ 9,492.60
6	225.23	94.93	130.30	\$ 9,362.30
7	225.23	93.62	131.60	\$ 9,230.70
8	225.23	92.31	132.92	\$ 9,097.78
9	225.23	90.98	134.25	\$ 8,963.54
10	225.23	89.64	135.59	\$ 8,827.95
11	225.23	88.28	136.95	\$ 8,691.00
12	225.23	86.91	138.32	\$ 8,552.69
13	225.23	85.53	139.70	\$ 8,412.99
14	225.23	84.13	141.10	\$ 8,271.89
15	225.23	82.72	142.51	\$ 8,129.39
16	225.23	81.29	143.93	\$ 7,985.46
17	225.23	79.85	145.37	\$ 7,840.09
18	225.23	78.40	146.82	\$ 7,693.26
19	225.23	76.93	148.29	\$ 7,544.97
20	225.23	75.45	149.78	\$ 7,395.19
21	225.23	73.95	151.27	\$ 7,243.92
22	225.23	72.44	152.79	\$ 7,091.13
23	225.23	70.91	154.31	\$ 6,936.82
24	225.23	69.37	155.86	\$ 6,780.96
25	225.23	67.81	157.42	\$ 6,623.55
26	225.23	66.24	158.99	\$ 6,464.56
27	225.23	64.65	160.58	\$ 6,303.98
28	225.23	63.04	162.19	\$ 6,141.79
29	225.23	61.42	163.81	\$ 5,977.99
30	225.23	59.78	165.45	\$ 5,812.54
31	225.23	58.13	167.10	\$ 5,645.44
32	225.23	56.45	168.77	\$ 5,476.67
33	225.23	54.77	170.46	\$ 5,306.21
34	225.23	53.06	172.16	\$ 5,134.05
35	225.23	51.34	173.88	\$ 4,960.17
36	225.23	49.60	175.62	\$ 4,784.54
37	225.23	47.85	177.38	\$ 4,607.16
38	225.23	46.07	179.15	\$ 4,428.01
39	225.23	44.28	180.94	\$ 4,247.06
40	225.23	42.47	182.75	\$ 4,064.31
41	225.23	40.64	184.58	\$ 3,879.73
42	225.23	38.80	186.43	\$ 3,693.30
43	225.23	36.93	188.29	\$ 3,505.01
44	225.23	35.05	190.17	\$ 3,314.83
45	225.23	33.15	192.08	\$ 3,122.76
46	225.23	31.23	194.00	\$ 2,928.76
47	225.23	29.29	195.94	\$ 2,732.82
48	225.23	27.33	197.90	\$ 2,534.93
49	225.23	25.35	199.88	\$ 2,335.05
50	225.23	23.35	201.87	\$ 2,133.17
51	225.23	21.33	203.89	\$ 1,929.28
52	225.23	19.29	205.93	\$ 1,723.35
53	225.23	17.23	207.99	\$ 1,515.36
54	225.23	15.15	210.07	\$ 1,305.29
55	225.23	13.05	212.17	\$ 1,093.11
56	225.23	10.93	214.29	\$ 878.82
57	225.23	8.79	216.44	\$ 662.38
58	225.23	6.62	218.60	\$ 443.78
59	225.23	4.44	220.79	\$ 223.00
60	225.23	2.23	223.00	\$ 0.00

Fuente: Elaboración Propia

## B. Estructura de costos

Tabla 24 Proyecciones financieras para los cinco

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE VENTAS Y COSTOS															
VENTAS Línea de Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Precio Unitario	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total
Curso en línea	700	\$ 100.00	\$ 70,000.00	720	\$ 101.50	\$ 72,720.00	720	\$ 102.01	\$ 73,447.20	800	\$ 103.03	\$ 82,424.00	850	\$ 104.36	\$ 88,451.34
Asesorías personalizadas	120	\$ 200.00	\$ 24,000.00	120	\$ 202.00	\$ 24,240.00	120	\$ 204.02	\$ 24,482.40	150	\$ 206.06	\$ 30,909.00	150	\$ 208.12	\$ 31,218.12
Asesorías empresariales	120	\$ 350.00	\$ 42,000.00	120	\$ 353.50	\$ 42,420.00	120	\$ 357.04	\$ 42,844.20	150	\$ 360.61	\$ 54,090.80	150	\$ 364.21	\$ 54,631.71
Conferencias o consultorías	36	\$ 1,500.00	\$ 54,000.00	40	\$ 1,515.00	\$ 60,600.00	40	\$ 1,530.15	\$ 61,206.00	50	\$ 1,545.45	\$ 77,272.50	50	\$ 1,560.91	\$ 78,045.30
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -	0	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>976</b>	<b>\$ 2,150.00</b>	<b>\$ 190,000.00</b>	<b>1000</b>	<b>\$ 199,980.00</b>	<b>\$ 199,980.00</b>	<b>1000</b>	<b>\$ 201,979.80</b>	<b>\$ 201,979.80</b>	<b>1150</b>	<b>\$ 244,696.49</b>	<b>\$ 244,696.49</b>	<b>1200</b>	<b>\$ 252,346.47</b>	<b>\$ 252,346.47</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se detallan los montos de los salarios de los seis empleados con los respectivos descuentos patronales y Laborales, mensualmente y luego el total cada año.

Tabla 25 Descuentos mensuales de los empleados.

Descripción	DESCUENTOS MENSUALES							
	Salarios	AFP Patronal 7.75%	ISSS Patronal 7.50%	AFP Laboral 7.25%	ISSS Laboral 3%	Salario-ISSS-AFP	Impuesto sobre la renta	Salario Líquido
Gerente General	\$ 1,000.00	\$ 77.50	\$ 75.00	\$ 72.50	\$ 30.00	\$ 897.50	\$ 60.45	\$ 837.05
Gerente de marketing	\$ 800.00	\$ 62.00	\$ 60.00	\$ 58.00	\$ 24.00	\$ 718.00	\$ 42.27	\$ 675.73
Administrador	\$ 1,000.00	\$ 77.50	\$ 75.00	\$ 72.50	\$ 30.00	\$ 897.50	\$ 60.45	\$ 837.05
Productor	\$ 800.00	\$ 62.00	\$ 60.00	\$ 58.00	\$ 24.00	\$ 718.00	\$ 42.27	\$ 675.73
Asesor Financiero	\$ 800.00	\$ 62.00	\$ 60.00	\$ 58.00	\$ 24.00	\$ 718.00	\$ 42.27	\$ 675.73
Asesor Financiero	\$ 800.00	\$ 62.00	\$ 60.00	\$ 58.00	\$ 24.00	\$ 718.00	\$ 42.27	\$ 675.73
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 5,200.00</b>	<b>\$ 403.00</b>	<b>\$ 390.00</b>					
<b>TOTAL ISSS Y AFP PATRONO</b>		<b>\$ 793.00</b>						
<b>TOTAL SALARIOS EN EL AÑO</b>		<b>\$ 62,400.00</b>						
<b>TOTAL PRESTACIONES PATRONO EN EL AÑO</b>		<b>\$ 9,516.00</b>						

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26 Costo de personal por

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	6	6	6	6	6
Salarios	\$ 62,400.00	\$ 63,024.00	\$ 63,654.24	\$ 64,290.78	\$ 64,933.69
Prestaciones	\$ 9,516.00	\$ 9,516.00	\$ 9,516.00	\$ 9,516.00	\$ 9,516.00
Total Costo Personal	\$ 71,916.00	\$ 72,540.00	\$ 73,170.24	\$ 73,806.78	\$ 74,449.69

Fuente: Elaboración Propia

## C. Flujo de efectivo

En el Estado de flujo de efectivo se detalla el flujo de caja de la empresa previsto para el primer año y los siguientes cuatro años.

*Tabla 27 Flujo de efectivo proyectado del primer año.*

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ganancia Neta	\$ 3.984.97	\$ 4.984.06	\$ 3.995.19	\$ 4.994.35	\$ 4.999.54	\$ 5.004.76	\$ 5.010.02	\$ 5.015.31	\$ 5.020.63	\$ 5.025.98	\$ 5.031.37	\$ 5.036.79	\$ 43.577.23
Más:													
Depreciación	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	2,025.00
Menos:													
Amortización de Préstamo	815.14	820.23	825.36	830.52	835.71	840.93	846.19	851.48	856.80	862.15	867.54	872.96	10,125.00
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 3.338.58	\$ 4.332.58	\$ 3.338.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 4.332.58	\$ 50,002.97

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 28 Flujo de efectivo proyectado del segundo al quinto año.*

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5	
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total			
Ganancia Neta	\$ 17.253.75	\$ 17.253.75	\$ 17.253.75	\$ 17.253.75	\$ 51.761.25	\$ 17.596.14	\$ 17.596.14	\$ 17.596.14	\$ 17.596.14	\$ 52.788.42	\$ 82.323.53	\$ 83.528.84	
Más:													
Depreciación	506.25	506.25	506.25	506.25	2,025.00	506.25	506.25	506.25	506.25	2,025.00	2,025.00	2,025.00	
Menos:													
Amortización de Préstamo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 17.760.00	\$ 17.760.00	\$ 17.760.00	\$ 17.760.00	\$ 53,786.25	\$ 18,102.39	\$ 18,102.39	\$ 18,102.39	\$ 18,102.39	\$ 54,813.42	\$ 84,348.53	\$ 85,553.84	

Fuente: Elaboración Propia

## D. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Al analizar la rentabilidad proyectada, se puede observar que los resultados son positivos, con un índice de rentabilidad de 30.74 el proyecto es viable.

Tabla 29 Rentabilidad proyectada.

PROYECCIONES FINANCIERAS - CALCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA						
Flujo de Fondos Poyectado del Inversionista						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		190,000.00	199,980.00	201,979.80	244,696.49	252,346.47
Costo de Bienes Vendidos		-	-	-	-	-
Ganancia Bruta		\$ 190,000.00	\$ 199,980.00	\$ 201,979.80	\$ 244,696.49	\$ 252,346.47
Salarios		62,400.00	63,024.00	63,654.24	64,290.78	64,933.69
Prestaciones		9,516.00	9,516.00	9,516.00	9,516.00	9,516.00
Alquileres de Locales		3,600.00	-	-	-	-
Alquileres de Maquinaria		-	-	-	-	-
Mantenimiento		1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Seguros		1,140.00	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad		3,600.00	3,600.00	3,600.00	6,300.00	11,700.00
Comunicaciones		-	-	-	-	-
Utiles de Oficina		-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad		48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Pasajes y Viáticos		-	-	-	-	-
Transportes		-	-	-	-	-
Depreciación		2,025.00	2,025.00	2,025.00	2,025.00	2,025.00
Otros		-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 131,481.00	\$ 130,965.00	\$ 131,595.24	\$ 134,931.78	\$ 140,974.69
Intereses Pagados		1,130.39	930.98	706.28	453.08	167.78
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 57,388.61	\$ 68,084.02	\$ 69,678.28	\$ 109,311.62	\$ 111,204.01

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30 Indicadores de Rentabilidad

<b>Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)</b>	<b>1 Años Aprox.</b>
<b>Valor Actual Neto(VAN)</b>	<b>\$ 301,103.31</b>
<b>Tasa Interna de Retorno(TIR<sub>reg</sub>)</b>	<b>445.69%</b>
<b>Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)</b>	<b>615.80%</b>
<b>Índice de Rentabilidad(IR o RBC)</b>	<b>30.74</b>

Fuente: Elaboración

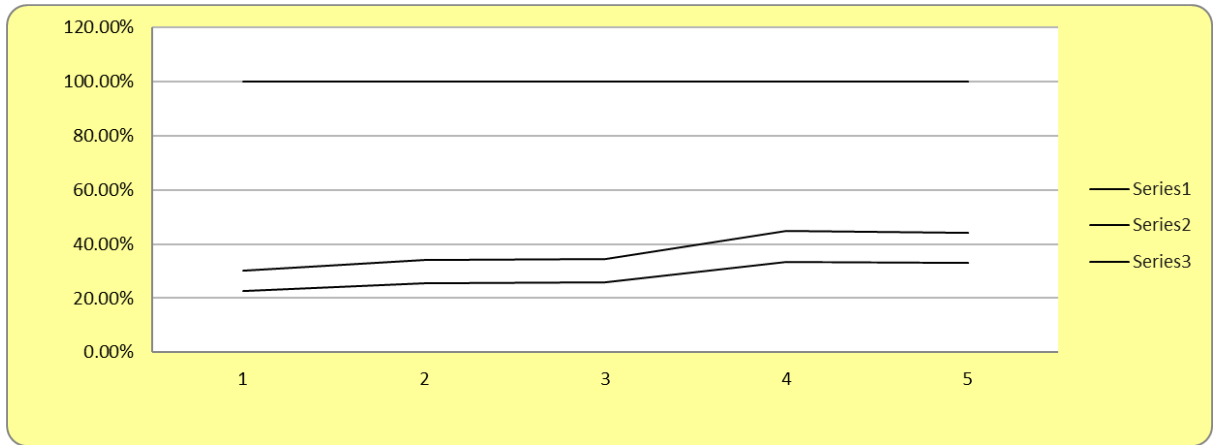
Se obtendrá un margen de ganancia neta muy favorable para la empresa, siendo para el primer año un 22.65% y consecutivamente se mantiene un promedio hasta el quinto año con un 33.05%.

Tabla 31 Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total proyecto
Margen de Ganancia Bruta	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	
Margen de Ganancia Operacional	30.20%	34.05%	34.50%	44.67%	44.07%	
Margen de Ganancia Neta	22.65%	25.53%	25.87%	33.50%	33.05%	29%

Fuente: Elaboración Propia

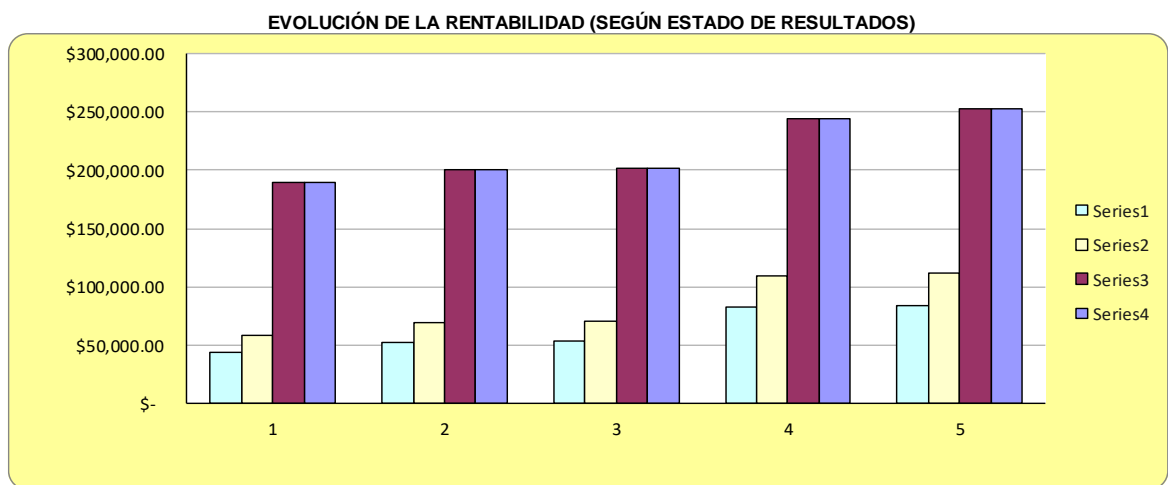
**FigureFigura 27** Indicadores de Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

Según el Estado de Resultados Proyectado cada año se obtiene un aumento de la ganancia neta, donde el año con mayor ganancia neta es el año cinco con \$83,403.01; mientras que el primer año se obtiene \$43,041.46.

**FigureFigura 28** Evolución de la Rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia

El ingreso de equilibrio que la empresa debe tener es \$131,481.00 para el primer año.

Tabla 32 Punto de Equilibrio año 1

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Curso en línea	paquete	700	72%	\$ 100.00	\$ -	\$ 100.00	484	\$ 48,440.37
2	Asesorías personaliza	paquete	120	12%	\$ 200.00	\$ -	\$ 200.00	83	\$ 16,608.13
3	Asesorías empresaria	paquete	120	12%	\$ 350.00	\$ -	\$ 350.00	83	\$ 29,064.22
4	Conferencias o consul	paquete	36	4%	\$ 1,500.00	\$ -	\$ 1,500.00	25	\$ 37,368.28
5	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
6	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
7	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
8	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
9	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
10	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			976	100%	Margen de Contribución Combinado		\$ 194.67	675	\$ 131,481.00

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 131,481.00}{\$ 194.67} = 675.40 \text{ Unidades}$$

Tabla 33 Ingreso de Equilibrio dólares

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 131,481.00
2	\$ 130,965.00
3	\$ 131,595.24
4	\$ 134,931.78
5	\$ 140,974.69

Fuente: Elaboración Propia

### E. Estado de Resultados proyectado

Para el primer año se espera una ganancia gravable de \$57,388.61

Tabla 34 Estados de Resultados primer año

PROYECCIONES FINANCIERAS - ESTADOS FINANCIEROS														
Estado de Resultados Proyectado														
	Año 1												Total	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	
Ingreso por Ventas	15,000.00	16,000.00	15,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	190,000.00
Costo de Bienes Vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia Bruta	\$ 15,000.00	\$ 16,000.00	\$ 15,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 16,000.00	\$ 190,000.00
Salarios	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	5,200.00	62,400.00
Prestaciones	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	793.00	9,516.00
Alquileres de Locales	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Seguros	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	96.00	1,140.00
Agua, Gas, Electricidad	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Comunicaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	168.75	2,025.00
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 10,951.75	\$ 10,957.75	\$ 10,951.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 10,957.75	\$ 131,481.00
Intereses Pagados	101.25	100.01	98.76	97.49	96.22	94.93	93.62	92.31	90.98	89.64	88.28	86.91	85.54	1,130.39
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 3,947.00	\$ 4,942.24	\$ 3,949.49	\$ 4,944.76	\$ 4,946.03	\$ 4,947.32	\$ 4,948.63	\$ 4,949.94	\$ 4,951.27	\$ 4,952.61	\$ 4,953.97	\$ 4,955.34	\$ 4,956.71	\$ 57,388.61

Fuente: Elaboración Propia

Para el quinto año del proyecto se espera una ganancia gravable de \$111,204.01

Tabla 35 Estados de Resultados del segundo al quinto año

Estado de Resultados Proyectado												
	Año 2				Total	Año 3				Total	Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
Ingreso por Ventas	49,995.00	49,995.00	49,995.00	49,995.00	199,980.00	50,494.95	50,494.95	50,494.95	50,494.95	201,979.80	244,696.49	252,346.47
Costo de Bienes Vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia Bruta	\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 49,995.00	\$ 199,980.00	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 50,494.95	\$ 201,979.80	\$ 244,696.49	\$ 252,346.47
Salarios	15,756.00	15,756.00	15,756.00	15,756.00	63,024.00	15,913.56	15,913.56	15,913.56	15,913.56	63,654.24	64,290.78	64,933.69
Prestaciones	2,379.00	2,379.00	2,379.00	2,379.00	9,516.00	2,379.00	2,379.00	2,379.00	2,379.00	9,516.00	9,516.00	9,516.00
Alquileres de Locales	900.00	900.00	900.00	900.00	3,600.00	900.00	900.00	900.00	900.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	300.00	300.00	300.00	300.00	1,200.00	300.00	300.00	300.00	300.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad	900.00	900.00	900.00	900.00	3,600.00	900.00	900.00	900.00	900.00	3,600.00	6,300.00	11,700.00
Comunicaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	48,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	48,000.00	48,000.00	48,000.00
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	506.25	506.25	506.25	506.25	2,025.00	506.25	506.25	506.25	506.25	2,025.00	2,025.00	2,025.00
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 32,741.25	\$ 32,741.25	\$ 32,741.25	\$ 32,741.25	\$ 130,965.00	\$ 32,898.81	\$ 32,898.81	\$ 32,898.81	\$ 32,898.81	\$ 131,595.24	\$ 134,931.78	\$ 140,974.69
Intereses Pagados	252.38	239.55	226.33	212.72	930.98	198.69	184.24	169.35	154.00	706.28	453.08	167.78
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 17,001.37	\$ 17,014.20	\$ 17,027.42	\$ 17,041.03	\$ 68,084.02	\$ 17,397.45	\$ 17,411.90	\$ 17,426.79	\$ 17,442.14	\$ 69,678.28	\$ 109,311.62	\$ 111,204.01

Fuente: Elaboración Propia

### 3.9. PLAN DE TRABAJO

Como objetivo financiero a corto plazo en el inicio de operaciones de la empresa “Wise Finance SV” se deben vender en el primer mes:

-50 paquetes de cursos en línea

-10 Asesorías personalizadas

-10 Asesorías empresariales

-3 Conferencias o Consultorías

Siendo \$15,000 en ventas totales proyectadas, para lograr cubrir los gastos financieros y cumplir con la meta, se deberá desarrollar el siguiente plan de trabajo detallado en un cronograma de actividades:

*Tabla 36 Plan de Trabajo*

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
Revisión de contenido	Departamento de Producción de contenidos							
Lanzamiento de publicidad	Departamento de Marketing							
Opening en centro comercial	Departamento de Marketing							
Análisis de Indicadores	Departamento de administración							
Refuerzo de promoción	Departamento de Marketing							
Publicidad en televisión	Departamento de Marketing							
Publicidad redes sociales	Departamento de Marketing							
Evaluación empleados	Departamento de RRHH							

Fuente: Elaboración Propia

### 3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN.

Los indicadores miden el desempeño de un negocio, los cuales son muy importantes para poder evaluar y lograr cumplir con la meta y objetivos y si no se está logrando cumplir, poder ver dónde mejorar o que estrategias crear para que la empresa sea rentable.

## **KPI Financieros**

Uno de los indicadores de medición que en la empresa Wise Finance SV estará utilizando serán los KPI Financieros, con los cuales se estará monitoreando la salud financiera del negocio.

- **Índice de Rentabilidad (IR o RBC)** el valor que se obtiene del proyecto por los cinco años es de 30.74 por cada unidad monetaria invertida, por lo tanto, es un proyecto viable.
- **Retorno Sobre Inversión (RSI o TRC)** el valor que se obtiene es de 615.80% lo que indica que se tendrá un retorno de más del 100%, lo que es favorable para el proyecto.
- **Valor Actual Neto (VAN)** el valor actual neto del proyecto es de \$301,103.31 en comparación con la inversión inicial de \$10,125 es un incremento de capital significativo, siendo un proyecto sumamente rentable.
- **Margen de Ganancia Neta** se obtiene un valor de 29% para los cinco años es un porcentaje muy beneficioso para la empresa, por cada \$100 dólares de ingresos brutos se tendrá un margen de ganancia neta de \$29.

Estos mismos indicadores se estarán analizando trimestralmente, para no desviarse del plan financiero proyectado, y que la empresa siga avanzando hacia la meta establecida desde inicio de operaciones.

## CONCLUSIONES

En el estudio se pudo obtener que más del 50% de la población encuestada, exactamente 52.9% le gustaría ser parte de un sitio web certificado de educación financiera.

Un 41.2% respondió que si estuviesen dispuestas a pagar por un curso en línea de educación financiera y un 52.9% respondió que tal vez.

El 47.1% de la población encuestada respondió que le parece muy confiable recibir un proceso de enseñanza-aprendizaje en línea, con lo cual podemos deducir que el público objetivo está muy abierto a la idea de recibir cursos en línea.

Por parte del público objetivo con la investigación de mercado se obtuvieron respuestas positivas y favorables para el proyecto. Con la realización del análisis financiero se obtuvo que el proyecto es viable, con un Índice de rentabilidad de 30.74 por cada unidad vendida.

El Valor Actual Neto para el proyecto durante los cinco años es de proyecto es de \$301,103.31 una cantidad beneficiosa para la empresa y realista.

El porcentaje de margen de ganancia neta es del 29%, por cada \$100 de ingresos brutos, se obtendrán \$29 de margen de ganancia neta.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, F. (1967) *Scanning the Business Environment*. New York, Estados Unidos: Macmillan
- Banco de Desarrollo de América Latina. (12<sup>a</sup>. Ed.). (2013) *La educación financiera en América Latina y el Caribe situación actual y perspectivas* Recuperado de [https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD\\_CAF\\_Financial\\_Education\\_Latin\\_AmericaES.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf)
- Banco Mundial (2022) *Datos por país*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/pais/el-salvador?view=chart>
- Bodie, Z., y Merton, R. (1999) *Finanzas*. Naucalpan de Juárez, Edo. de México: PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA, S.A.
- Cortés, H. (1998). *Gerencia Efectiva*. Editorial HCZ Consulting. Caracas. Venezuela.
- DATA, A. (2023) *Singularidad tecnológica: ¿tomarán los robots el poder?* [TECNOLOGÍA]. Recuperado de <https://actions.es/singularidad-tecnologica-tomaran-los-robots-el-poder/>
- Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador (2021) *El Salvador Proyecciones de Población Municipal 2020-2030 (rev2021)*. Recuperado de [https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/El\\_Salvador\\_Proyecciones\\_de\\_Poblacion\\_Municipal\\_2020-2030\(rev2021\).pdf](https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/El_Salvador_Proyecciones_de_Poblacion_Municipal_2020-2030(rev2021).pdf)

ETHIRAJ, S.; GULER, I. y SINGH, H. (2000): *The impact of electronic technologies on firms and its implications for competitive advantage*, Working Paper, The Warthon School, pp: 1-40.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, (14° Ed.). (2012) *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V

Kotler, P. y Keller, K. (2012) *Dirección de marketing*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson

Kurzweil, R. (2011, 7 de marzo). *La ley de los rendimientos acelerados*. la Biblioteca Kurzweil + colecciones. Recuperado de [https://www-thekurzweillibrary-com.translate.google.com/the-law-of-accelerating-returns?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-thekurzweillibrary-com.translate.google.com/the-law-of-accelerating-returns?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc)

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005, julio) *Recomendación sobre los Principios y Buenas Prácticas de Educación y Concienciación Financiera*. Recuperado de: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/%5BES%5D%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf>


López, P. y Fachelli, S. (1° ed.). (2015) *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona, España: Creative Commons

McIntyre, G. (2020, noviembre, 20). Datos e informes. *Fundera*. Recuperado de <https://www.fundera.com/blog/what-percentage-of-small-businesses-fail>

- Osterwalder, A. (2010) *Generación de Modelos de Negocios*. Holanda: Modderman Drukwerk
- Rayport, J.F.; Sviokla, J.J. (1996). - "Aprovechar la Cadena de Valor Virtual", Harvard Deusto Business Review, núm. 74, septiembre-octubre, pp. 6-16. Traducción del artículo: "Exploiting the virtual value chain" Harvard Business Review, nov-dic 1995.
- Sampieri, R (6° Ed.). (2014). Metodología de la investigación. México D.F, McGraw-Hill
- Slotnisky, D. (2018,11 de octubre) *Conceptos fundamentales de Marketing Digital*. DIGITAL HOUSE. Recuperado de [https://www.digitalhouse.com/blog/conceptos-fundamentales-de-marketing-digital/#:~:text=SEO%20\(Search%20Engine%20Optimization\)%3A,buscadores%20para%20unos%20t%C3%A9rminos%20de](https://www.digitalhouse.com/blog/conceptos-fundamentales-de-marketing-digital/#:~:text=SEO%20(Search%20Engine%20Optimization)%3A,buscadores%20para%20unos%20t%C3%A9rminos%20de)
- Sospedra, R. (2014, 23 de abril) *Diccionario de Marketing online, SEO y SEM*. Recuperado de: <https://www.rafasospedra.com/glosario-de-terminos-seo-sem-y-marketing-online/>
- Tamayo, M. y Tamayo, (3° ed.). (1999) *Aprender a Investigar*. Santa Fe de Bogotá: ARFO EDITORES LTDA.
- Tamayo y Tamayo, M. (1997) *El Proceso de la Investigación científica*. México: Editorial Limusa S.A.
- Toffler, A. (1980). *La Tercera Ola*. Bogotá, Colombia: Plaza & Janes. S.A. Editores.

# ANEXOS

## Anexo 1. Antecedentes gráficos de una marca (CNR)




**DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL**  
**ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA**

FECHA: 19/10/2023  
HORA: 07:53:42


ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clasificación de Viena: 09 07 22**



**Clase: 99**

Código	Detalle	Presentación	Fecha sol.	No. Libro Pa. Pa.	Fecha. Inc.	Nacionalidad
2000002752		2000002752	09/04/2000	0001 0008 Pa. Pa.	05/11/2001	SALVADOREÑA
Clasificación: 09 07 22 27 05 01 27 05 04 Título: BANCO AGRICOLA, SOCIEDAD ANONIMA - BANCO AGRICOLA, S.A.						

**Clase: 98**

Código	Detalle	Presentación	Fecha sol.	No. Libro Pa. Pa.	Fecha. Inc.	Nacionalidad
201818871		20180268172	02/05/2018			
Clasificación: 09 07 22 Título: MORAN ARVALO, SANDRO NAAMAN						

**Clase: 41,42**

Código	Detalle	Presentación	Fecha sol.	No. Libro Pa. Pa.	Fecha. Inc.	Nacionalidad
2020187794		20200306136	30/07/2020			
Clasificación: 09 07 22 27 05 17 27 05 08 26 01 16 Título: MOISA AVILA, JULIO EDUARDO						
2020191407		20200312374	09/12/2020			
Clasificación: 09 07 22 27 05 01 Título: MOISA AVILA, JULIO EDUARDO						

**Clase: 41**

Código	Detalle	Presentación	Fecha sol.	No. Libro Pa. Pa.	Fecha. Inc.	Nacionalidad
--------	---------	--------------	------------	----------------------	-------------	--------------

FONR001

Página: 1

## Anexo 2. Antecedentes gráficos de una marca (CNR)



**DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL**  
**ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA**

FECHA: 19/10/2023

HORA: 07:53:42

**ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA**

**Clase: 41**

Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. In.	Libro In.	Fecha in.	Nacionalidad
2013125681		20130182207	22/03/2013				
Clasificación:		Titular: MARTINEZ REYES, ESTELA MARISEL					
09 07 22							
26 01 18							
26 01 18							
2015142553		20150216462	23/04/2015				
Clasificación:		Titular: NÁJERA Y ASOCIADOS, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE - NÁJERA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.					
09 07 22							
27 05 04							
2016146257		20160227913	14/01/2016	00125	00225	15/07/2016	
Clasificación:		Titular: HENRIQUEZ VILLACORTA, DAVID ALEJANDRO					
01 05 01							
24 01 25							
21 03 01							
09 07 22							


**Clase: 16**

Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. In.	Libro In.	Fecha in.	Nacionalidad
1996004535		19960004535	07/10/1996	00065	00062	28/10/1997	MEXICANA
Clasificación:		Titular: MC GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - MC GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.					
09 07 22							

**Clase: 09**


Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. In.	Libro In.	Fecha in.	Nacionalidad
--------	------------	--------------	------------	---------	-----------	-----------	--------------

### Anexo 3. Antecedentes gráficos de una marca (CNR)

 **DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL** FECHA: 19/10/2023  
**ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA** HDGA: 07:51:42

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clase: 09**

Código	Dominio	Presentación	Fecha sol.	No. de pa.	Libro pa.	Fecha. de	Nacionalidad
2019183779		20190297360	20/12/2019				
Clasificación:		Titular: GUTIERREZ LOPEZ MONTERROSA, RICARDO ERNESTO ANTONIO					
09	07	22					
27	05	21					

FONR5901 Página: 3

## Anexo 4. Antecedentes gráficos de una marca (CNR)



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 19/10/2023

HORA: 08:02:46

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA.

Clasificación de Viena: 26 01 16

Clase: 41

Código	Detalle	Presentación	Fecha de	No. Libro	Fecha de	Nacionalidad
				pa.	inc.	
2013125681			20130182207		22/03/2013	
Clasificación:						
09 07 22						
26 01 16						
26 01 16						
						Títular: MARTINEZ REYES, ESTELA MARIBEL

**Anexo 5. Logotipo del modelo de negocio “Wise Finance SV”**



Fuente: Elaboración propia

**Anexo 6. Interfaz de página web**



Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 7. Publicidad



**WISE FINANCE SV**  
Tu libertad financiera es posible

# EDUCACIÓN FINANCIERA

Una plataforma diseñada para facilitar el aprendizaje en educación financiera

**ASESORIAS PERSONALIZADAS**  
para ayudar de manera directa

**CURSOS EN LINEA**  
facilidad de horarios

**CONFERENCIAS**  
para enriquecer conocimiento

**TODO EN UN SOLO LUGAR, DESDE LA COMODIDAD DE TU HOGAR**

+503-7755-4106 [www.wisefinancesv.com](http://www.wisefinancesv.com)

Fuente: Elaboración Propia