



**TESIS E  
INVESTIGACIONES**

**FONDO  
CONCURSABLE**

# TESIS

“Proyecto de inversión privada para la creación de una plataforma de educación financiera para mujeres jóvenes entre 18 a 25 años, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra - Bolivia”

Autor/a: Gabriela Stefany  
Rocha Galviz

Impreso en: Art Graf Color  
S.R.L.

La Paz, Bolivia  
2022





**ONG CENTRO DE FOMENTO A INICIATIVAS ECONÓMICAS**

**TESIS:**

Proyecto de Inversión Privada para la creación de una plataforma de educación financiera para mujeres jóvenes entre 18 a 25 años, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra

**Nombre:** Gabriela Stefany Rocha Galviz

**Tutor:** Mónica del Carmen López Heredia

## **Dedicatoria**

Dedico el esfuerzo de este trabajo a mi creador por darme sabiduría para escribir cada línea redactada, a mis padres Roberto Rocha, Aleida Galviz, a mi amado sobrino Daniel Mercado y a mi amada Mami Rosa Solano.

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por ser mi fortaleza en todo tiempo, a mi familia por el apoyo durante este proceso, a mi querido mentor de investigación el Ing. Jhonny Atila, a la ONG del Banco FIE por invertir e incentivar proyectos de investigación y a mis amigos incondicionales.



## Resumen Ejecutivo

El bajo nivel de educación financiera en mujeres jóvenes (18 a 25 años) en Santa Cruz de la Sierra es una problemática que se puede evidenciar a través del nivel de capacidades financieras que ellas poseen. Las capacidades financieras son necesarias para distintos escenarios de contingencia en sus vidas, desde no tener suficiente dinero ahorrado para realizar un estudio de postgrado hasta llegar a sufrir cualquier tipo de violencia, entre otros.

Actualmente en Bolivia existen distintos programas de educación financiera que son brindados por las entidades financieras, sin embargo, estos programas están destinados en su mayoría para un público objetivo en general, es por ello que también se evidencia la falta de iniciativas de educación financiera con enfoque de género para mujeres entre esa edad. Según la ASFI, en nuestro país aún queda mucho camino por recorrer para apoyar la inclusión financiera, y como herramienta primordial consideran la educación financiera esencial para lograr este objetivo.

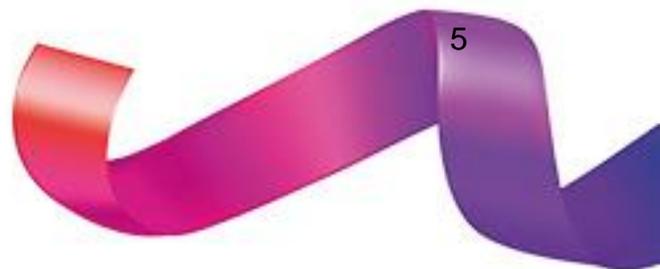
Para solucionar este problema el presente proyecto determina la factibilidad de una inversión privada con impacto social para la creación de una plataforma de educación financiera enfocada en esta población objetivo.

En el primer capítulo, Estudio de mercado (I) se realiza una investigación de mercado para medir el nivel de las capacidades financieras de mujeres jóvenes entre 18 a 25 años, también se presenta la revisión de la literatura en la que se muestran evidencias de la falta de programas de educación financiera con enfoque de género en nuestro país, especialmente para la población cruceña. Posteriormente en el segundo capítulo, Estudio de la ingeniería del proyecto (II) se determina el tipo de tecnología que se elige para desarrollar la plataforma y los costos de las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo. Seguidamente, se realiza el capítulo tercero, Estudio Financiero (III) en el que se crea un modelo financiero para la plataforma y en el que determina la factibilidad económica financiera del proyecto y de la inversión a realizarse. Finalmente, en el estudio del impacto social (IV) el más importante y significativo para el proyecto se presenta la herramienta que se utilizará para medir el impacto social que la plataforma tendrá en la vida de las jóvenes cruceñas.



## ÍNDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	Antecedentes	1
1.2.	Planteamiento del problema	2
1.3.	Delimitación de la investigación	3
1.4.	Justificación de la investigación	4
1.5.	Objetivos de la investigación	4
1.6.	Diseño Metodológico	5
4	CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO DEL PRODUCTO O SERVICIO	6
2.1.	Investigación De Mercado	6
2.1.1.	Análisis del Sector	6
2.1.2.	Metodología y perfil de las entrevistadas	15
2.1.3.	Resultados gráficos	17
2.1.4.	Resultado y Análisis de la Encuesta	41
2.2.	Segmentación y mercado meta	42
2.3.	Estrategia de comercialización	42
3.	CAPÍTULO II ESTUDIO DE INGENIERIA DEL PROYECTO	47
3.1.	Estudio de tecnología	47
3.2.	Descripción de Equipos Tecnológicos	50
3.3.	Humanos	52
3.4.	Costos	53
4.	CAPÍTULO III: ESTUDIO FINANCIERO	54
4.1.	Valor De La Inversión	54
4.2.	Presupuesto De Ingresos	54
4.3.	Presupuesto De Egresos	55
4.4.	Estados Financieros	57
5.	CAPÍTULO IV: ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIAL	1
6.	CONCLUSIONES	4
7.	RECOMENDACIONES	5



	5
8. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA Y/O BIBLIOGRAFÍA	6
9. ANEXOS	1
9.1. Anexo 1	1
9.2. Anexo 2	7
Plantilla para CURSO DE EDUCACIÓN FINANCIERA. : PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA: ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS	7



## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes

La educación financiera se define como: 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 (Atkinson, A., & Messy, F. A., 2013)

Un reporte de la OECD analiza que:

En muchos países, las mujeres muestran menos conocimientos financieros que los hombres y también tienen menos confianza en sus conocimientos y habilidades financieras. Aunque las mujeres parecen ser mejores que los hombres en el comportamiento de gestión del dinero a corto plazo, tienen una serie de vulnerabilidades en otros aspectos del comportamiento financiero. Por ejemplo, es más probable que las mujeres tengan dificultades para llegar a fin de mes, para ahorrar y para acumular recursos financieros. Además, las mujeres tienen más aversión al riesgo y son menos propensas que los hombres a invertir en activos de riesgo, como las inversiones. Además, las mujeres muestran más dificultades que los hombres para elegir adecuadamente los productos financieros. En particular, los hombres son más propensos que las mujeres a comparar productos financieros. (OECD/IFNE, 2013, pág. 18)

Todo lo anterior indicaría que la estandarización de productos financieros y programas de educación financiera que utilicen como referencia las características y comportamientos típicos de los hombres, terminaría por profundizar las brechas ya existentes y, por lo tanto, deben encontrarse otros caminos alternativos que propicien una inclusión financiera efectiva de las mujeres. (CAF, 2018)

En Latinoamérica existen distintos programas de educación financiera fomentados por instituciones públicas que se desarrollan de manera general para distintos públicos objetivos, también los bancos privados educan financieramente a sus consumidores ya que el ente regulador lo exige como parte de sus políticas públicas.

Según la ASFI, en Bolivia la Educación financiera es el proceso que consiste en transmitir conocimientos y desarrollar habilidades orientadas a mejorar la toma de decisiones de los consumidores financieros, con el objetivo de que éstos optimicen la administración de sus recursos y realicen un uso adecuado y responsable de los servicios financieros ofrecidos por las entidades



financieras; según el artículo.- 79 de la LSF (Ley de servicios financieros) N°393, los consumidores tienen derecho a recibir esta educación, es por ello que las 81 entidades del sistema de intermediación financiera brindan distintos programas para cumplir con esta ley.

Según (García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D., 2013), el 35% de las mujeres de Latinoamérica tienen una cuenta bancaria, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje asciende a 44%. A nivel mundial, estos porcentajes son de 47% para las mujeres y 55% para los hombres, respectivamente.

El principal indicador de inclusión financiera es el porcentaje de cuentas bancarias que posee la población por ello es importante mencionar cuántas mujeres poseen una cuenta bancaria en Latinoamérica.

La carencia de educación financiera en mujeres genera desconfianza hacia los nuevos productos, limitando el potencial de inclusión financiera que poseen las Tics. (Serrano Sabogal, 2020). Por lo que es esencial, que las jóvenes entre 18 a 30 años en Santa Cruz, cuenten con un nivel óptimo de capacidades financieras, para utilizar las TIC's, de tal forma que faciliten el acceso a los productos y servicios del sistema financiero en Bolivia.

Es necesario comprender la Educación Financiera con la tecnología como una herramienta indispensable en la preparación de las mujeres jóvenes, para facilitar el uso de las TIC's en materia financiera. (Carballo, 2020) menciona que este concepto es multidimensional, deben ser consideradas: a) las capacidades digitales, b) las capacidades en finanzas digitales y c) la implementación de un programa de EF con enfoque en las TIC's. El acceso a las herramientas tecnológicas es clave para adquirir mayor conocimiento de EF (Coca, 2020) y de esa forma poder tomar decisiones más acertadas (Quiñónez Klinger, 2020)

Con esta investigación se pretende determinar la factibilidad de una inversión con impacto social para el desarrollo de una plataforma de educación financiera, en la que se tomarán en cuenta los principales servicios y productos que brindará nuestra solución de educación financiera, entre ellos programas íntegros basados en este tópico, los cuales contienen cursos básicos para educar financieramente a nuestra población objetivo.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Son diversos los factores que causan que las mujeres jóvenes no tengan educación financiera, entre ellos están la falta de motivación de auto educarse, el desinterés que tienen por estos tópicos relacionados con el dinero debido a la falta de un modelo a seguir en el hogar y también una cultura de conformismo, entre otros factores más externos están la desconfianza que existen en las familias en el sistema financiero, la excesiva información y desinformación de los productos o servicios que se ofertan las entidades financieras. La falta de educación financiera en mujeres



jóvenes es una problemática evidente en Santa Cruz de la Sierra. Según E., & Mejía, D. (2018) las mujeres tienen mayor aversión al riesgo y a las pérdidas, tienen menor probabilidad de ahorrar activamente y de elegir adecuadamente productos financieros que se adecúen a sus necesidades. (Azar, K., Lara, E., & Mejía, D. , 2018). En promedio, las mujeres tienen un menor nivel de conocimientos financieros que los hombres (Hung, 2012). Según (García, La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas., 2013), La evidencia disponible actualmente no es suficiente para permitir un diagnóstico completo de las necesidades y falencias en la alfabetización financiera en América Latina debido a la falta de encuestas de línea base en cada país, varios programas se desarrollaron sin haber identificado las necesidades de la población, o grupo objetivo, basados en la evidencia. Esto ha llevado al desarrollo de iniciativas que no presentan una clara segmentación de audiencias y, como tales, a una potencial duplicación de esfuerzos y una menor efectividad de los programas.

Según la Encuesta de medición de las capacidades financieras en los países andinos. Informe comparativo, CAF, 2014. Solo el 35% de las mujeres en Bolivia tienen altos conocimientos financieros y también solo el 55% tiene educación financiera.

¿Es factible la inversión con impacto social de la ONG Fie para la creación de una Plataforma de educación financiera para mujeres jóvenes entre 18 a 30 años, en la ciudad de Santa Cruz Bolivia?

### **1.3. Delimitación de la investigación**

#### **3.1. Temporal**

El trabajo de investigación propuesto se realizará a partir del mes de enero hasta setiembre del año 2022.

#### **3.2. Geográfica**

La presente investigación se llevará a cabo en el área urbana de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra - Bolivia.

#### **3.3. Sustantiva**

La presente investigación estará comprendida en el área de preparación y evaluación de proyectos de inversión privada, con énfasis en educación financiera con apoyo de la tecnología.



## **1.4. Justificación de la investigación**

### **4.1.Relevancia Teórica**

El presente trabajo de investigación aportará a entender las relaciones entre la teoría y la práctica respecto a la educación financiera con enfoque de género con apoyo de la tecnología. Esto contribuirá al debate acerca de cómo se puede utilizar las nuevas tecnologías para educar sobre finanzas a mujeres jóvenes y cómo las entidades financieras deben enfocarse en el usuario, según las actuales discusiones teóricas de la educación financiera. Asimismo, y desde un costado “práctico”, los resultados del presente estudio podrán ser de utilidad para pensar la creación de proyectos con enfoque social basados en tecnología creando sinergias entre los incumbentes del sistema financiero.

### **4.2. Relevancia Social**

La necesidad de innovar durante el proceso de la creación de proyectos de tecnología con impacto social es evidente, actualmente si se quiere lograr impacto social en la vida de las usuarias o consumidores, en este caso en mujeres, a través de programas integrales de educación financiera, es necesaria la creación de una solución de tecnología innovadora, es decir combinar la tecnología con las finanzas para brindar productos y servicios adecuados para mujeres.

### **4.3. Relevancia Práctica**

El presente trabajo de investigación tiene como especial interés motivacional obtener el grado de Licenciatura en Ingeniería Financiera de la U.A.G.R.M. (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno) y la razón que conlleva a realizar la presente investigación es la necesidad de determinar la factibilidad del proyecto de inversión para la creación de una plataforma de educación financiera con impacto social y de esta manera brindar programas de finanzas personales y aportar a la inclusión financiera de más mujeres en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

## **1.5. Objetivos de la investigación**

### **5.1. Objetivo General**

Determinar la factibilidad del proyecto de inversión de impacto social para la creación de una Plataforma de educación financiera enfocado en mujeres entre 18 a 25 años, en la ciudad de Santa Cruz Bolivia, mediante una evaluación técnica, económica y social.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado
- Determinar la ingeniería del proyecto
- Realizar la evaluación económica financiera



- Realizar la evaluación de impacto social

## 1.6. Diseño Metodológico

### 6.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de carácter descriptiva y aplicada.

**Descriptiva:** Se describirá el análisis del estudio de mercado de los distintos programas de educación financiera enfocados en mujeres que brindan las entidades financieras en Bolivia y se levantará información descriptiva para conocer el nivel de capacidad financiera de mujeres jóvenes a través de la metodología oficial de la OECD para determinar el nivel de educación financiera de las personas.

**Aplicada:** Porque se busca aplicar los resultados de la investigación para implementación de una plataforma digital de educación financiera enfocada en mujeres en Santa Cruz de la Sierra - Bolivia.

### 6.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 6.3. Fuentes de información primaria

#### Encuestas

Se obtendrá información de fuentes primarias como encuestas a potenciales usuarias para medir su nivel de capacidad financiera según la metodología de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

#### Investigación de Programas de educación financiera en Bolivia

Programas de educación financiera con enfoque de género publicados por las entidades financieras de Bolivia en sus páginas web, para conocer y hacer un benchmarking de cada uno de ellos.

### 6.4. Fuentes de información secundaria

Las fuentes de información secundarias serán investigaciones publicadas en artículos científicos, papers de instituciones financieras de desarrollo como La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Corporación Andina de Fomento (CAF), entre otras.

### 6.5. Población y muestra

El presente trabajo de investigación se realizará en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, en la provincia Andrés Báñez zona urbana, la investigación está enfocada en mujeres jóvenes en edad



de trabajar entre 18 a 30 años, que según el (Estadística, s.f.) esta población asciende a 675.171 millones de habitantes. La muestra asciende a un número de 123 encuestadas.

## **4 CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO DEL PRODUCTO O SERVICIO**

### **2.1. Investigación De Mercado**

#### **2.1.1. Análisis del Sector**

Actualmente en Bolivia, las entidades que conforman el sistema de intermediación financiera, brindan programas de educación financiera de acuerdo al artículo. - 64 de la LSF (Ley de servicios financieros) N°393, que menciona lo siguiente: Es obligación y responsabilidad de las entidades financieras diseñar, organizar y ejecutar programas formalizados de educación financiera para los consumidores financieros, en procura de lograr los siguientes objetivos:

- a) Educar sobre las características principales de los servicios de intermediación financiera y servicios financieros complementarios, sus usos y aplicaciones, y los beneficios y riesgos que representan su contratación.
- b) Informar de manera clara sobre los derechos y obligaciones asociados a los diferentes productos y servicios que ofrecen.
- c) Educar sobre los derechos de los consumidores financieros y los mecanismos de reclamo en primera y segunda instancia.
- d) Informar sobre el sistema financiero, el rol de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero - ASFI y el carácter de la normativa.

También menciona que estos programas serán anuales y podrán ser impartidos de manera directa por las entidades financieras o mediante la contratación de unidades académicas especializadas, garantizando su recurrencia en el tiempo. Es por ello que las 81 entidades del sistema de intermediación financiera brindan distintos programas de educación financiera con características y particularidades enfocadas de acuerdo a la naturaleza de su entidad.

En esta sección se presenta un análisis exhaustivo de los programas de educación financiera de un total 21 entidades del mercado de intermediación en Bolivia que operan en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, con el objetivo de conocer mayor información (descripción, objetivos y público objetivo) de los programas con enfoque de género que más destacan y de esta manera conocer el mercado.



**Tabla 1: Cantidad de Programas de Educación Financiera Analizados de acuerdo al tipo de Entidad**

Tipo de Entidad	N° de Programas de acuerdo al Tipo de Entidad
Bancos de Desarrollo Productivo	1
Bancos Múltiples	12
Bancos PYME	2
Cooperativas de Ahorro y Crédito	2
Instituciones Financieras de Desarrollo	4
<b>Total general</b>	<b>21</b>

Fuente: Elaboración Propia con base a información de la ASFI.

Se analizaron 21 programas de educación financiera que brindan las entidades mencionadas en la tabla de arriba, estos programas son de las últimas gestiones publicados en las páginas web de cada entidad, desde la gestión 2017 hasta el primer semestre del presente año. Las características que se analizaron fueron 3: Descripción, objetivo del programa y el público objetivo.

Del total de los 21 programas analizados, se llegó a la conclusión de que solamente 7 entidades del sistema financiero en Bolivia están poniendo más énfasis en programas con enfoque de género.

Estos programas son en su mayoría para emprendedoras y empresarias, la modalidad de implementación de los talleres, cursos, webinars son mixtos: entre presenciales, virtuales e híbridos.

Un dato muy importante para resaltar es que la ASOBAN (Asociación de Bancos Privados de Bolivia) tiene su programa de educación financiera: ‘DESCUBRE Lo Simple de las Finanzas’ que es una plataforma web que ofrece un curso completo de finanzas personales a través de un recorrido personalizado e interactivo en [www.descubre.bo](http://www.descubre.bo). En este espacio digital, el usuario aprende sobre el ahorro, presupuesto, inversión, sistema financiero, productos y servicios financieros, entre otros. A continuación, se presenta un breve análisis de esta plataforma:



**Tabla 2: Análisis de la plataforma “DESCUBRE: Lo Simple de las Finanzas” de la ASOBAN**

VENTAJAS	DESVENTAJAS	LECCIONES PARA APRENDER
<p>Tiene un alto alcance porque está financiada por los 11 bancos que conforman la ASOBAN:</p> <p>Banco Mercantil Santa Cruz Banco de Crédito Banco BISA Banco Nacional de Bolivia, Banco Sol Banco Económico Banco Ganadero Banco Unión Banco de la Nación Argentina Banco Fortaleza Banco FIE</p>	<p>No es una plataforma con enfoque de género, sino una más general, para distintos públicos objetivos (niños, jóvenes y adultos), más que todo para niños, por el diseño de la plataforma.</p>	<p>Es necesario enfocar el contenido de la plataforma de acuerdo al público objetivo, según la OECD, El aprendizaje por competencia tiene un elevado nivel de impacto para la efectividad de los programas de educación financiera con enfoque de género.</p>
<p>Es una plataforma integral, tiene una base sólida de Educación Financiera. Tiene seis tópicos de educación financiera: Cómo lograr tus metas (1), Cómo hacer un presupuesto (2), Aprender a ahorrar (3), Cómo invertir (4), Sistema financiero boliviano (5) y productos y servicios (6).</p>	<p>No es tan conocida entre la población de Santa Cruz joven y no es público el porcentaje de retención de los usuarios.</p>	<p>Es necesario divulgar las métricas de los resultados obtenidos con la plataforma, es decir, cuánto es el impacto que se está logrando en la población cruceña con este tipo de soluciones tecnológicas.</p>
<p>Se puede conocer la cantidad de personas que crean un usuario y empiezan el recorrido; gracias al tablero de control, se puede conocer el avance de las personas; y finalmente, la certificación de los usuarios refleja la cantidad de personas que recibieron la educación financiera satisfactoriamente</p>	<p>La participación de la población general de Santa Cruz en la plataforma es solamente del 18% del total de usuarios activos, según la (Bolivia, 2021)</p>	<p>Es importante buscar maneras de hacer que la educación financiera sea sustentable.</p>

Fuente: Elaboración propia, con base a datos de la Memoria 2021 de la ASOBAN.



## Programas de Educación Financiera con Enfoque de Género en Bolivia

N°	ENTIDAD FINANCIERA	PROGRAMAS CON ENFOQUE DE GÉNERO	RESUMEN DESCRIPTIVO	OBJETIVO DEL PROGRAMA	PÚBLICO OBJETIVO
1	<b>Banco Bisa</b>	Creando Futuro – MyPEs, Emprendedores y Mujeres en Capacitación.	Se buscará beneficiar a micro y pequeños empresarios y emprendedores del área rural y urbana con talleres de Educación Financiera, con los siguientes temas: finanzas personales, familiares y de su negocio/emprendimiento; productos y servicios financieros; canales electrónicos de pago; derechos y obligaciones del consumidor financiero; medidas de seguridad de su información financiera y en el uso de canales electrónicos; la forma de utilizar el punto de reclamo como un mecanismo de defensa del consumidor financiero; características de las garantías no convencionales; funcionalidades habilitadas en cajeros automáticos; uso y beneficio de los puntos P.O.S.; características y beneficios de los clientes con pleno y oportuno cumplimiento de pago; características y beneficios de las tarjetas de débito.	Capacitar a 500 micro y pequeños empresarios, emprendedores del área rural y urbana con talleres de Educación Financiera y reforzar en temas específicos que el grupo de interés requiera. Además, se trabajará con proyectos destinados a la capacitación y fortalecimiento de competencia específicamente de mujeres.	MyPEs, emprendedores y mujeres en capacitación.
2	<b>BCP (Banco de Crédito Privado)</b>	Educación Financiera para Mujeres en Microfinanzas	Webinars gratuitos para clientas emprendedoras y microempresarias.		Clientas prestatarias mujeres
3	<b>Banco Económico</b>	Proyecto Educación 1	Cursos de capacitación en educación financiera para mujeres MYPYMES y clientes MYPE.	El objetivo de la actividad es capacitar y educar a los participantes para que conozcan sobre la temática específica que se detalla más adelante, derechos y obligaciones en el ámbito financiero y los mecanismos de reclamo	El segmento beneficiario de esta actividad es Mujeres empresarias MYPYMES y clientes MYPE



N°	ENTIDAD FINANCIERA	PROGRAMAS CON ENFOQUE DE GÉNERO	RESUMEN DESCRIPTIVO	OBJETIVO DEL PROGRAMA	PÚBLICO OBJETIVO
4	<b>Banco Fassil</b>	Aprende Fassil	Talleres virtuales y presenciales con acceso a nuevas oportunidades de negocios, una buena gestión y creación de pequeños emprendimientos, productos y servicios, finanzas básicas y personales.		Mujeres emprendedoras, jóvenes adultos.  Consumidores financieros en general.
5	<b>Banco FIE</b>	Empoderamiento Financiero	Curso virtual para jóvenes emprendedores/as, Curso de Empoderamiento financiero a través del ahorro: Formación para el empoderamiento financiero y la participación social de mujeres. Café Con Expertas mujeres empoderadas empoderan mujeres.	Brinda herramientas necesarias en educación financiera y emprendedurismo para la planificación de un futuro financiero.	Jóvenes emprendedoras, mujeres.
6	<b>Banco Unión</b>	Unidas aprendemos	Talleres de Capacitación		Población Femenina
7	<b>Pro Mujer</b>	Proyecto 1: Educación financiera en la formación de banca comunal	Es la etapa más importante, en esencia es formativa y no solamente informativa, se desarrolla en la capacitación inicial.	Formar Bancas Comunes sólidas en la metodología crediticia de Banca Comunal en el marco de los derechos y obligaciones asociados a los diferentes productos y servicios.	Dirigida a población que se prepara para recibir un microcrédito en la tecnología de Banca Comunal.
		Proyecto 2: Educación financiera en fortalecimiento de banca comunal	Se desarrolla al inicio de la reunión de pago de las Bancas Comunes, esta mirada de fortalecimiento en educación financiera está dirigida a personas que se encuentran en Bancas de 1er y 2do ciclo.	Brindar información en cuanto a la tecnología crediticia de Banca Comunal, las implicancias de la garantía solidaria, mancomunada e indivisible y en cuanto a la gestión de la Banca Comunal.	Personas que se encuentran en Bancas de 1er y 2do ciclo.



N°	FUENTE	PROGRAMAS DE EF CON E.G. EN BOLIVIA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO DEL PROGRAMA	PÚBLICO OBJETIVO
7	Pro Mujer	Proyecto 3: Educación financiera continua y tiempo de oro	Se desarrolla en la reunión de pago de las Bancas Comunes, a partir del 3er ciclo y dura 30 minutos.	Educar a las Bancas Comunes sobre los derechos de los consumidores financieros, los mecanismos de reclamo de primera y segunda instancia, servicios complementarios, cobranza apropiada y otros.	Dirigida a clientas de Pro Mujer a partir del 3er ciclo en adelante.
		Proyecto 4: Cursos para personas con discapacidad	Esta actividad está destinada a la realización de Talleres prácticos de entrenamiento y aprendizaje para personas con discapacidad que tienen práctica laboral y/o potencial práctico laboral, dura 3 horas.	Enseñar nuevas habilidades de negocios y emprendimiento productivo, a personas con discapacidad bajo la mirada de potenciar sus negocios actuales, los mismos están dirigidos prioritariamente a clientas con discapacidad y/o población con discapacidad que desee emprender un negocio.	Dirigida a clientas de Fundación Pro Mujer IFD con discapacidad y/o tutores de personas con discapacidad.
		Proyecto 4: Cursos productivos	Esta actividad está destinada a la realización de Talleres prácticos de entrenamiento y aprendizaje que permiten potenciar nuevas habilidades en el negocio.	Enseñar nuevas habilidades de negocios y emprendimiento productivo para potenciar sus habilidades de negocio.	Dirigida a clientas de Fundación Pro Mujer IFD.
		Proyecto 5: Educación financiera en el servicio de crédito individual	Se desarrolla en el contacto con la persona que solicita un crédito individual, brindándole información sobre este servicio.	Informar a las personas sobre los derechos y obligaciones asociados al crédito individual.	Dirigida a población que se prepara para recibir un crédito individual.
		Proyecto 6: Entrenamiento en negocios	Se desarrolla de forma lúdica, mediante sesiones vivenciales donde las clientas aprenden en una simulación de negocio.	Entrenar a clientas de crédito individual en el manejo integral y eficiente del negocio.	Dirigida a clientas de Pro Mujer con un crédito individual.



Según la (ASFI, 2022), en nuestro país aún queda mucho camino por recorrer para apoyar la inclusión financiera, y como herramienta primordial consideran la educación financiera esencial para lograr este objetivo. Asimismo, la ASFI recomienda que el diseño de programas con enfoque de género basados en edad son los más representativos.



## Matriz de perfil competitivo (MPC)

«Esta herramienta identifica los principales competidores de una compañía, así como sus fortalezas y debilidades principales en relación con la posición estratégica de una empresa que se toma como muestra. Las ponderaciones y las puntuaciones ponderadas totales de ambas matrices (MPC y EFE) tienen el mismo significado. Sin embargo, los factores críticos de éxito en una MPC incluyen cuestiones tanto internas como externas» (David 2013).

Factores Críticos de Éxito	Ponderación	EFI		DESCUBRE		PASANAKU		MUNAY	
		Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
Calidad de Servicio	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51	4	0,68
Publicidad	0,17	3	0,51	4	0,68	2	0,34	2	0,34
Posición Financiera	0,1	2	0,2	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Participantes de mercado	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	3	0,3
Infraestructura para cumplir la demanda creciente de clientes	0,14	3	0,42	1	0,14	4	0,56	3	0,42
Tecnologías de la información	0,15	3	0,45	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Personal profesional capacitado constante	0,17	4	0,68	4	0,68	4	0,68	4	0,68
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,04</b>		<b>3,11</b>		<b>3,19</b>		<b>3,22</b>

**Nota: Las clasificaciones se refieren a las fortalezas y debilidades, donde 4 fortaleza principal, 3 fortaleza menor, 2 debilidad menor y 1 debilidad principal.**

Fuente: David 2013. Elaboración propia



En la tabla 17, se puede observar la matriz de perfil competitivo del proyecto Efi, en donde se realiza una comparación de factores críticos de éxito con respecto a los competidores más fuertes del mercado cruceño/boliviano en el giro de servicios de educación financiera a través de la tecnología, como Descubre, Pasanaku y Munay. En la tabla indicada se puede observar que la publicidad, calidad de servicio y el personal profesional capacitado son los factores críticos de éxito más importantes, como indica la ponderación de 0,17. Es importante contar con una buena publicidad para poder ingresar en el mercado de servicios y ganar de a pocos la participación de la misma, por ello que el proyecto Efi cuenta con una buena estrategia publicitaria calificada con 3. La calidad de servicio del proyecto es superior con una calificación 4. También se puede observar que Efi cuenta con un personal profesional capacitado, lo cual sería un factor diferenciador ante la competencia, cuenta con una calificación de 4. Efi cuenta con una posición media, como revela la puntuación ponderada total de 3,04, y se encuentra a 0,18 puntos de la primera empresa, Munay. Eso indica que puede ser competitiva en el mercado.



## 2.1.2. Metodología y perfil de las entrevistadas

### Metodología y muestra del estudio

La estructura y el cuestionario que se aplicó fue de una metodología desarrollada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y el modelo de la encuesta de Educación Financiera que realizó IPSOS, en noviembre del 2013 en Bolivia. El cuestionario incluye:

- Datos generales del hogar
- Economía del hogar
- Productos financieros
- Conductas y actitudes hacia el ahorro
- Evaluación de conceptos
- Datos educativos / laborales

En particular, la encuesta pretende proporcionar elementos para efectuar un diagnóstico del nivel de las capacidades financieras (entendidas como el conocimiento, las actitudes, habilidades y comportamiento financiero) de mujeres jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

### Población y Muestra

#### Población

El presente trabajo de investigación se realizará en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, en la provincia Andrés Báñez zona urbana, la investigación está enfocada en mujeres jóvenes en edad de trabajar entre 18 a 30 años, que según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) esta población asciende a 675.171 millones de habitantes.

#### Muestra

La muestra es “un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión), este deberá ser representativo de la población”. (Hernández Sampieri & otros, 2006)

Por tanto, las muestras se categorizan en dos tipos las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas, este último tipo de muestra es la que se utilizara en la investigación ya que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria, simple o mecánica de las unidades de análisis. (Hernández Sampieri & otros, 2006, pág. 26)



## Tamaño de la muestra

### a) Muestreo Probabilístico

Por tanto, el tamaño de la muestra para el presente trabajo se obtiene de acuerdo a la Población En Económicamente Activa (P.E.A.) de mujeres específicamente mujeres en edad de trabajar de 18 a 30 años de edad en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra de la zona urbana, donde:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Por lo que:

n: Tamaño de muestra

z: Valor que depende del nivel de confianza, si es

e: Error estimado en la encuesta (0,05)

p: Probabilidad de éxito. (0,80)

q: Probabilidad de fracaso (0,20)

N: Tamaño de la población 675.171 mujeres jóvenes entre 18 a 30 años de edad quienes están en edad de trabajar

$$n = \frac{1,96^2 * 0,8 * 0,2 * 675.171}{0,05^2 (675.171 - 1) + 1,96^2 * 0,8 * 0,2} = 123$$

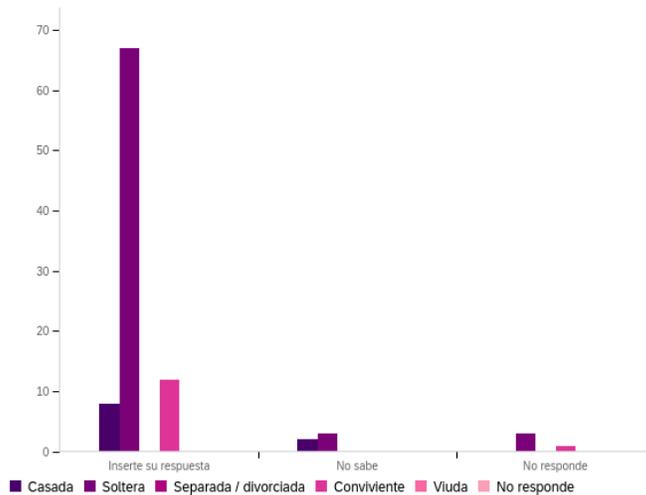


### 2.1.3. Resultados gráficos

#### Planificación Financiera

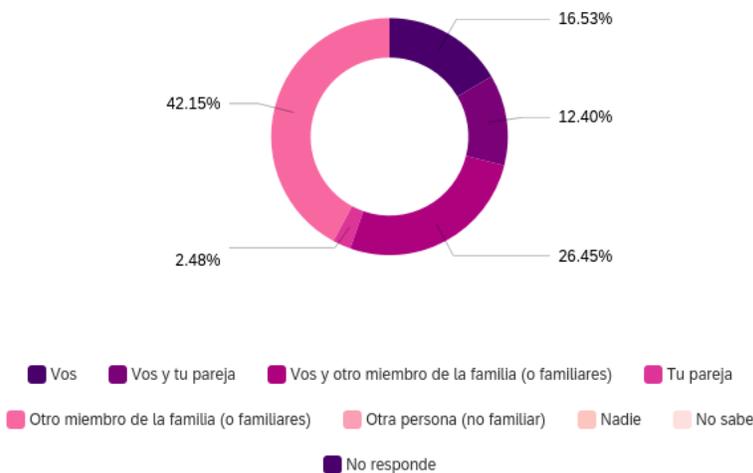
#### Pregunta 1- Por favor, ¿podrías indicarme tu estado civil?

**Gráfico 1:** El 75% de las entrevistadas es soltera y el 12% es conviviente.



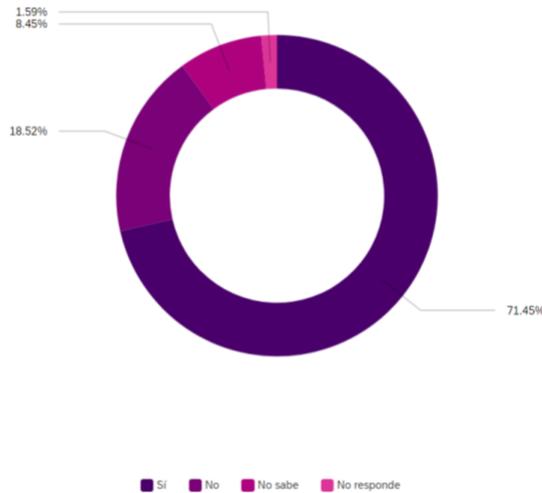
#### Pregunta 2 - ¿Quién es el/la responsable de las decisiones relacionadas con el manejo diario del dinero en tu hogar?

**Gráfico 2:** El 42% de las entrevistadas dice que el/la responsable de las decisiones relacionadas con el manejo del dinero en su hogar es algún familiar y el 26% afirma que ellas mismas son las responsables de sus decisiones con el dinero.



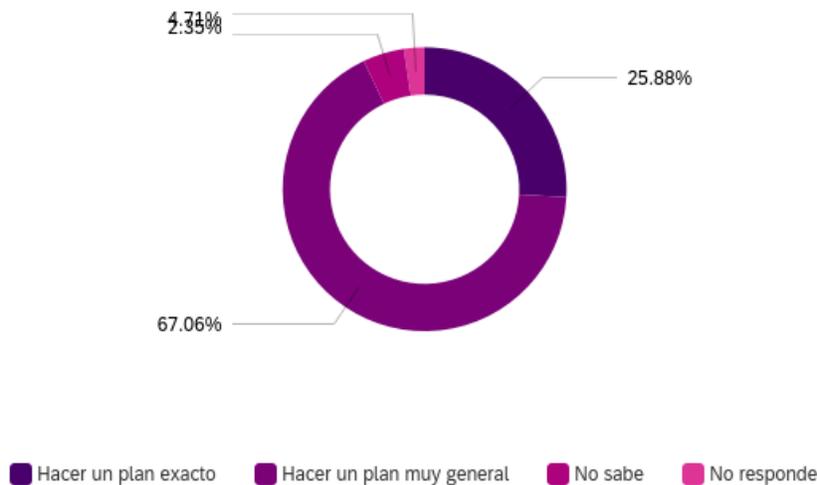
**Pregunta 3 - Si vos vivís sola, responde las siguientes preguntas en función a tu propio presupuesto. ¿Tu familia tiene un presupuesto?**

**Gráfico 3:** La siguiente pregunta está relacionada con el presupuesto familiar. Un presupuesto familiar se utiliza para decidir cómo y en qué se utilizarán los ingresos o el dinero de la familia, para decidir cuánto de este dinero será gastado, cuánto será ahorrado o cuánto de este dinero se usará en el pago de las cuentas. El 71% de las entrevistadas asegura tener un presupuesto familiar.



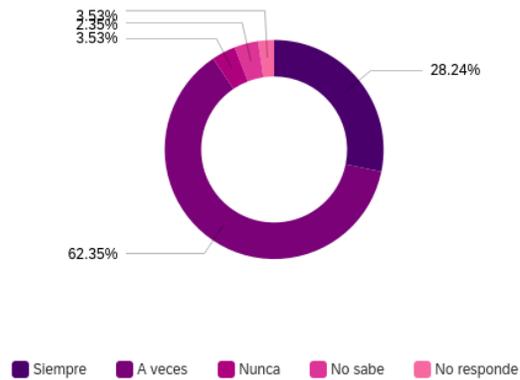
**Pregunta 4 - ¿Tu familia utiliza este presupuesto para hacer un plan exacto del uso del dinero o para hacer un plan muy general del uso del dinero?**

**Gráfico 4:** El 67% de ellas afirma que utiliza su presupuesto familiar para hacer un plan muy general del uso del dinero



### Pregunta 5 - ¿Tu familia sigue este plan para la utilización del dinero?

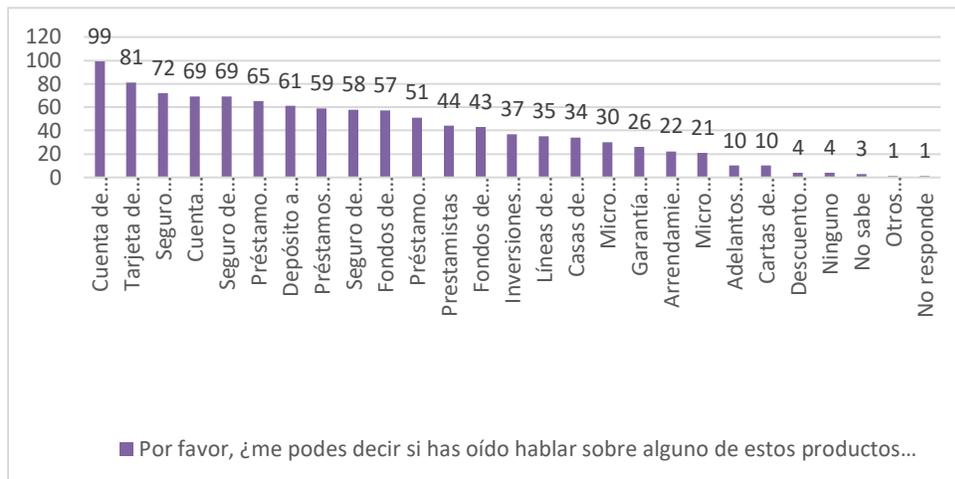
**Gráfico 5:** El 62% de las encuestadas dice que su familia sigue a veces su plan para la utilización del dinero.



## Conocimiento sobre los Productos Financieros

**Pregunta 6 - Por favor, ¿me puedes decir si has oído hablar sobre alguno de estos productos financieros ofrecidos por entidades financieras como bancos, financieras, cooperativas, etc.? ¿Algún otro?**

**Gráfico 6:** Del total de las 123 jóvenes entrevistadas, 99 de ellas afirman que el producto financiero del que más han oído hablar es de una Cuenta de ahorro, seguido de la tarjeta de crédito (81) y sobre el seguro del SOAT (72) vehicular.



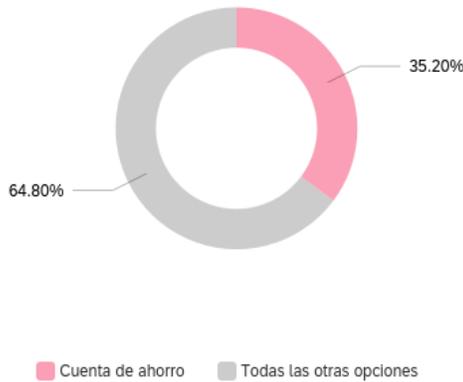
**Pregunta 7 - ¿Y ahora me puedes decir si en la actualidad vos tenes alguno de estos productos (personalmente o conjuntamente con otra u otras personas)?**

**Gráfico 7:** El 67% de las jóvenes afirma tener una cuenta de ahorros y el 33% tiene otra clase de productos financieros, como tarjetas de crédito, seguros de salud, préstamos empresariales, DPFs.



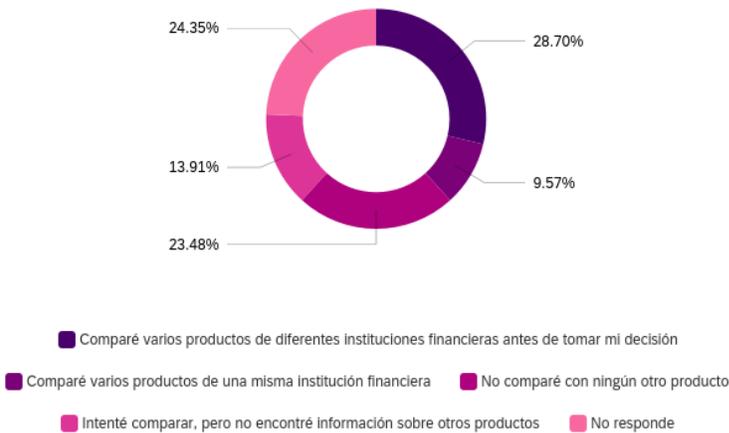
**Pregunta 8 - Y en los últimos dos años, ¿Cuál de los siguientes productos financieros has elegido (personalmente o conjuntamente), aunque ya no los tengas actualmente?**

**Gráfico 8:** El 65% ha elegido tener una cuenta de ahorro en los últimos años, y el 35% de ellas otra clase de productos como: productos financieros, como tarjetas de crédito, seguros de salud, préstamos empresariales, DPFs.



**Pregunta 9 - ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la manera como elegiste el último producto financiero que adquiriste?**

**Gráfico 9:** El 29% de las mujeres afirma que para elegir la cuenta financiera que tiene comparó varios productos de diferentes instituciones financieras antes de tomar su decisión, y el 24% de ellas prefirió no responder esta pregunta.



## Conductas y actitudes hacia el dinero

**Pregunta 10 - ¿Me podrías decir si estas afirmaciones se relacionan con vos? Por favor utiliza una escala de 1 a 5, donde 1 quiere decir que está completamente en desacuerdo y 5 que estás completamente de acuerdo.**

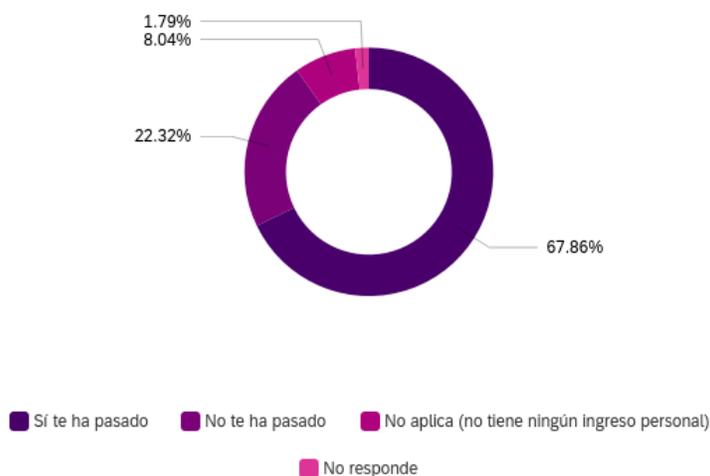
**Tabla 4:** De la muestra total de 123 jóvenes, 36 de ellas están de acuerdo con la afirmación de que “El dinero está ahí para ser gastado” y 35 de ellas afirman: “Prefiero vivir el día y no me preocupo por el mañana”.

Campo	2	Total
a. Antes de comprar algo considero cuidadosamente si puedo pagarlo	3.57% 4	112
b. Prefiero vivir el día y no me preocupo por el mañana	31.25% 35	112
c. Prefiero gastar dinero que ahorrar para el futuro	26.79% 30	112
d. Pago mis cuentas a tiempo	3.57% 4	112
e. Estoy dispuesto a arriesgar algo de mi propio dinero cuando hago una inversión	9.82% 11	112
f. Vigilo personalmente mis temas financieros	12.50% 14	112
g. Me pongo metas financieras a largo plazo y me esfuerzo por lograrlas	8.93% 10	112
h. El dinero está ahí para ser gastado	32.14% 36	112

Mostrando filas 1 - 8 de 8

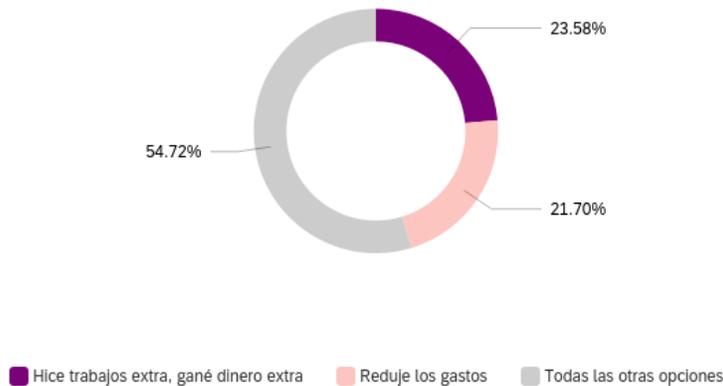
**Pregunta 11 - A veces la gente encuentra que sus ingresos no alcanzan para cubrir sus gastos. En los últimos 12 meses, ¿esto te ha pasado a vos?**

**Gráfico 11:** El 68% de las encuestadas encuentra que sus ingresos no le han alcanzado para cubrir sus gastos en los últimos 12 meses.



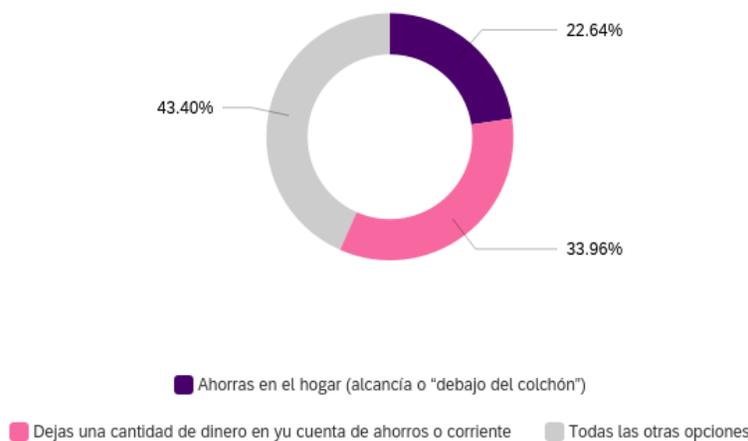
**Pregunta 12 - ¿Qué hiciste para cubrir tus gastos la última vez que esto sucedió? ¿Hiciste algo más?**

**Gráfico 12:** El 23% de ellas dice que hizo trabajos extra para ganar dinero extra, y el 22% de ellas redujo sus gastos, entre otras actividades que hicieron fue: retirar dinero de sus ahorros, fallar en sus pagos y tomar un préstamo de algún familiar.



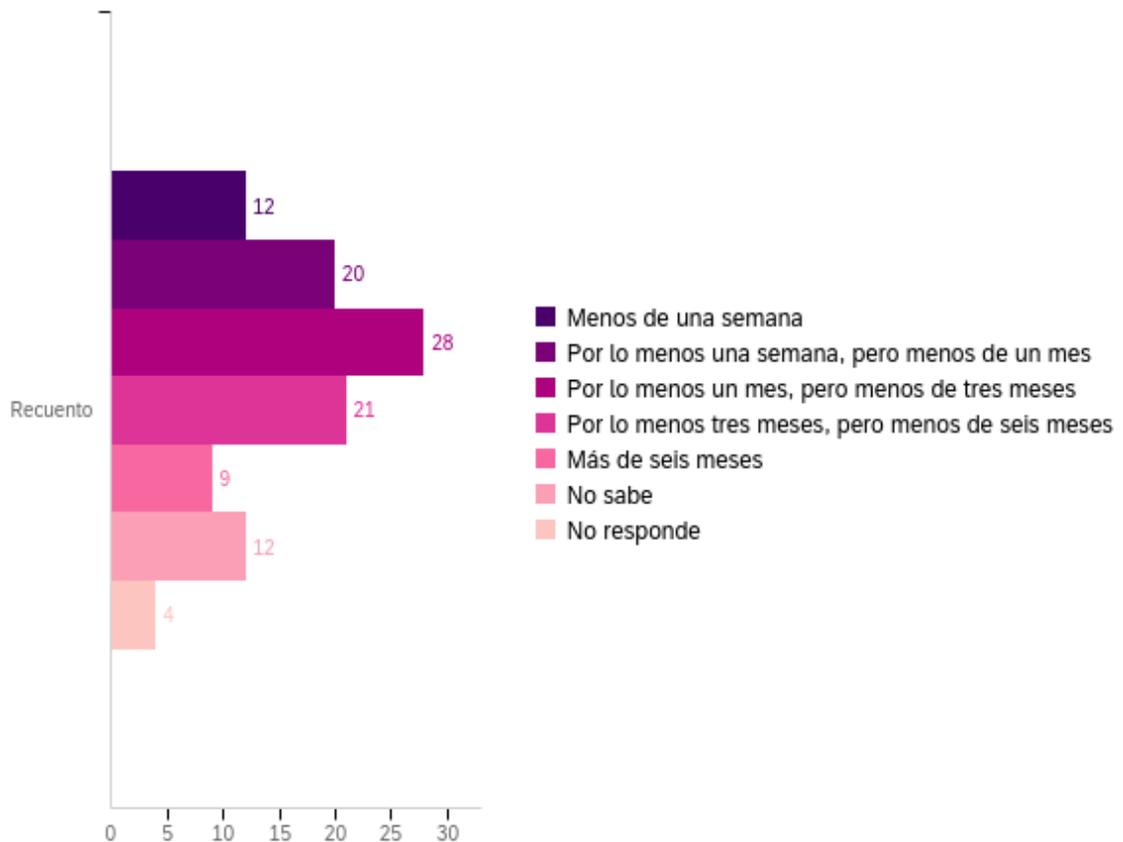
**Pregunta 13 - En los últimos 12 meses, ¿has estado ahorrando dinero de cualquiera de las siguientes formas (así tengas o no el dinero todavía)?**

**Gráfico 13:** Esta pregunta se realizó con el objetivo de conocer la modalidad de ahorro más común entre las jóvenes. El 34% de las jóvenes afirma que ha estado ahorrando en una caja de ahorros, el 23% ahorra en el hogar y el resto ahorra en juntas (pasanaku) Un dato relevante es que un porcentaje elevado afirma no ahorrar.



**Pregunta 14 - En el caso que pierdas tu principal fuente de ingresos, ¿Cuánto tiempo podrías seguir cubriendo sus gastos sin pedir prestado dinero? Responda pensando en el ingreso de su hogar.**

**Gráfico 14:** 28 entrevistadas afirma que por lo menos una semana podría cubrir sus gastos en caso de perder su principal fuente de ingresos y 21 de ellas estaría cubriendo sus gastos por lo menos unos 3 meses.



A manera de conclusión se puede decir que únicamente 49 jóvenes de las entrevistadas estaría en condiciones de cubrir sus gastos por un período superior a los 3 meses, lo cual ratifica el hecho de que gran parte de ellas no tiene margen de ahorro o este es bastante reducido.



## Evaluación de Conceptos

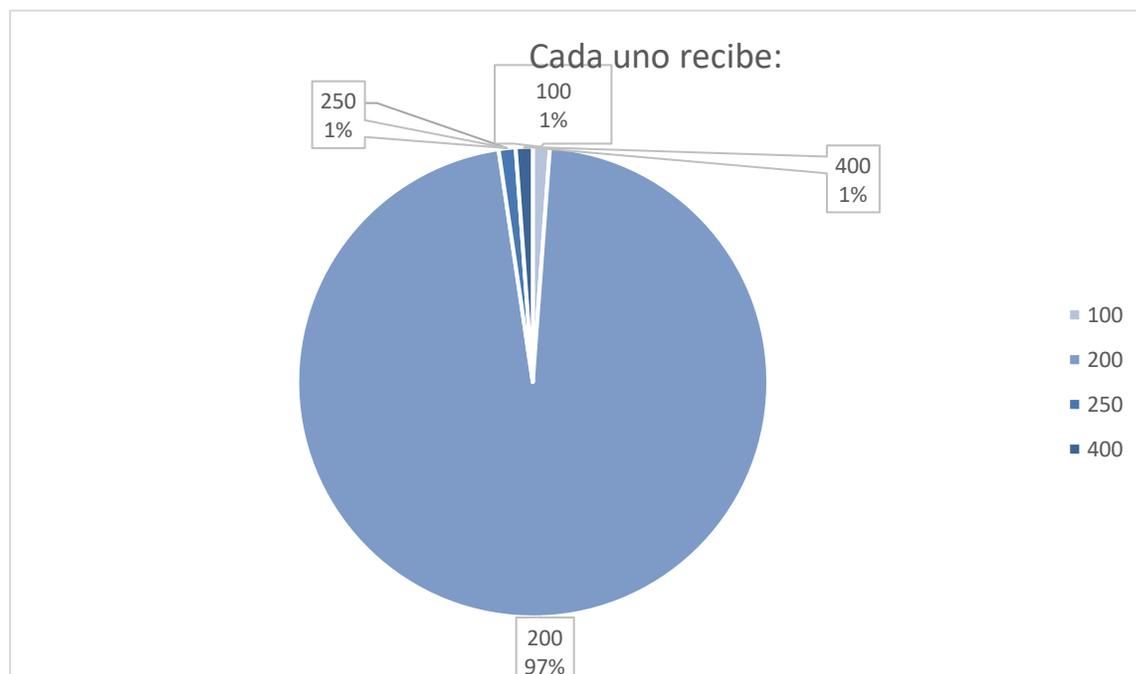
### El dinero y la inflación

**Pregunta 15 - Imagina que cinco hermanos reciben una donación / regalo de 1,000 bs. Si los hermanos tienen que compartir el dinero por igual, ¿Cuánto recibe cada uno?**

**Tabla 5:** Del total de la muestra, solo 87 de ellas decidieron responder esta pregunta.

Campo	Recuento
Inserte su respuesta	87
No sabe	5
No responde	4

**Gráfico 15:** El 97% de las jóvenes que brindaron su respuesta, respondieron correctamente, es decir realiza correctamente la división.



**Pregunta 16 - Ahora imagina que los hermanos tienen que esperar un año para obtener su parte de los 1,000 bs y la inflación se mantiene en 2 por ciento anual. Luego de un año, ¿ellos van a poder comprar...?**

**Tabla 6:** Solo 33 de las entrevistadas responde acertadamente en el sentido de que el dinero pierde valor con la inflación y que, por tanto, los hermanos podrían comprar menos de lo que podrían hacerlo hoy.

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Más con su parte del dinero de lo que podrían comprar hoy	100.00% 7	0.00% 0	0.00% 0	7
2	La misma cantidad	100.00% 13	0.00% 0	0.00% 0	13
3	Menos de lo que podrían comprar hoy	91.67% 33	5.56% 2	2.78% 1	36
4	Depende de las cosas que quieren comprar	95.24% 20	0.00% 0	4.76% 1	21
97	No sabe	78.57% 11	14.29% 2	7.14% 1	14
99	No responde	60.00% 3	20.00% 1	20.00% 1	5
98	Respuesta irrelevante	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0

Mostrando filas 1 - 7 de 7

### Cálculo de tasas de interés

**Pregunta 17 - Supongamos que pones 100 bs en una cuenta de ahorros con una tasa de interés de 2 por ciento por año. Vos no realizas ningún otro pago en esta cuenta y no retiras dinero. ¿Cuánto habría en la cuenta al final del primer año, una vez que se realiza el pago de intereses?**

**Tabla 7:** Solo 62 jóvenes de la muestra decidieron contestar esta pregunta.

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
0	Respuesta	96.88% 62	3.13% 2	0.00% 0	64
97	No sabe	81.82% 18	9.09% 2	9.09% 2	22
99	No responde	70.00% 7	10.00% 1	20.00% 2	10

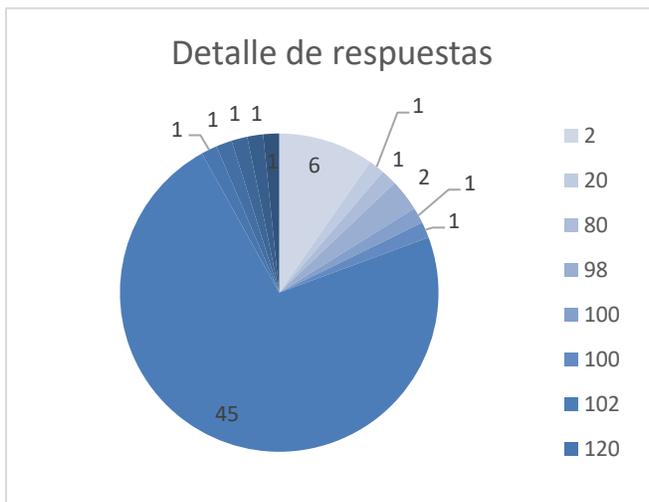
Mostrando filas 1 - 3 de 3



**Tabla 8**

Detalle de respuestas	Recuento
2	6
20	1
80	1
98	2
100	1
100	1
102	45
120	1
124	1
300	1
1024	1
1720	1
<b>Total general</b>	<b>62</b>

**Gráfico 17**



**Pregunta 18 - Imagina que vos prestaste 20 bs a un amigo una noche y él te devolvió estos 20 bs al día siguiente. ¿Tu amigo pagó algún interés por este préstamo?**

**Tabla 9**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
0	Respuesta	95,40% 83	2,30% 2	2,30% 2	87
97	No sabe	40,00% 2	40,00% 2	20,00% 1	5
99	No responde	50,00% 2	25,00% 1	25,00% 1	4

Mostrando filas 1 - 3 de 3

**Tabla 10**

Detalle de Respuestas	Recuento
102	1
No	81
<b>Total general</b>	<b>82</b>

**Gráfico 18**



De las 82 respuestas obtenidas, 81 respuestas fueron correctas, con respecto a la comprensión de la tasa de interés.



**Pregunta 19 - Supongamos que pones 100 bolivianos en una caja de ahorros con una tasa de interés de 2 por ciento por año. Vos no realizas ningún otro pago en esta cuenta y no retiras dinero. ¿Cuánto habría en la cuenta al final del primer año, una vez que se realiza el pago de intereses?**

**Tabla 11**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
0	Respuesta	96.88% 62	3.13% 2	0.00% 0	64
97	No sabe	81.82% 18	9.09% 2	9.09% 2	22
99	No responde	70.00% 7	10.00% 1	20.00% 2	10

Mostrando filas 1 - 3 de 3

**Pregunta 20 - ¿Y con la misma tasa de interés de 2 por ciento, ¿cuánto tendría la cuenta al final de cinco años? Sería...**

**Tabla 12**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Más de 110 bolivianos	100.00% 24	0.00% 0	0.00% 0	24
2	Exactamente 110 bolivianos	92.11% 35	5.26% 2	2.63% 1	38
3	Menos de 110 bolivianos	88.89% 8	11.11% 1	0.00% 0	9
4	Es imposible decir con la información dada (NO LEER)	100.00% 4	0.00% 0	0.00% 0	4
97	No sabe	80.00% 12	6.67% 1	13.33% 2	15
99	No responde	66.67% 4	16.67% 1	16.67% 1	6

Mostrando filas 1 - 6 de 6

Solo 45% de ellas responde correctamente las preguntas sobre la tasa de interés, lo que resulta evidente que existe una marcada necesidad en materia de educación financiera referida al cálculo de intereses, lo cual se hace aún más necesario si se tiene en cuenta que las personas de bajos ingresos y que son atendidas por el sector micro financiero boliviano representan la mayor parte de los prestatarios del sistema financiero del país. Además, el cálculo de los intereses es una de las herramientas más importantes para la realización de comparaciones entre productos financieros.

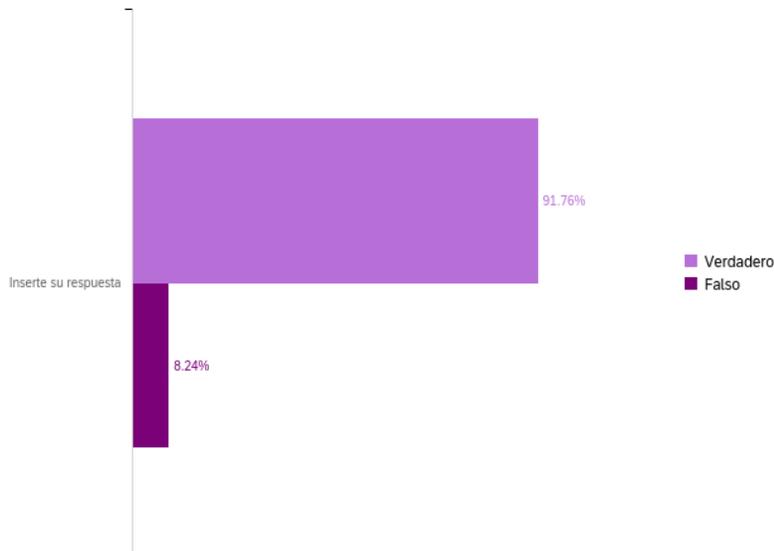


## Riesgo e Inflación

**Pregunta 21 - Me gustaría saber si vos pensás que las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas...**

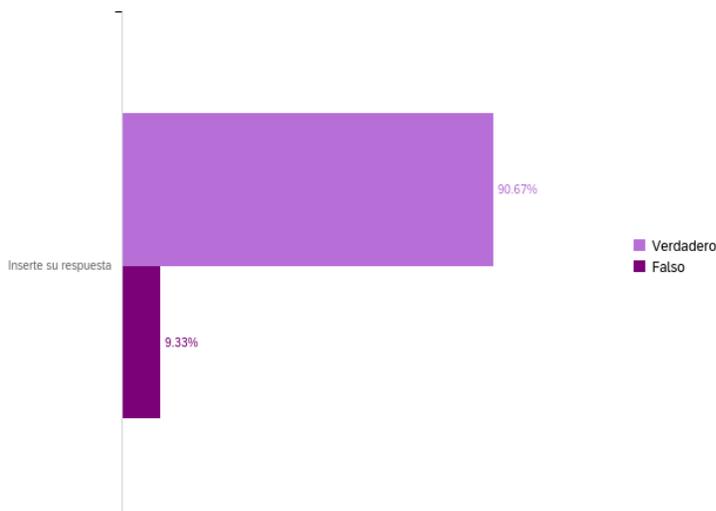
**Gráfico 18:** El 92% de las entrevistadas está de acuerdo con la afirmación de que cuando se invierte mucho dinero, existe la posibilidad de que se pierda mucho.

Quando se invierte mucho dinero, también existe la posibilidad de que se pierda mucho dinero



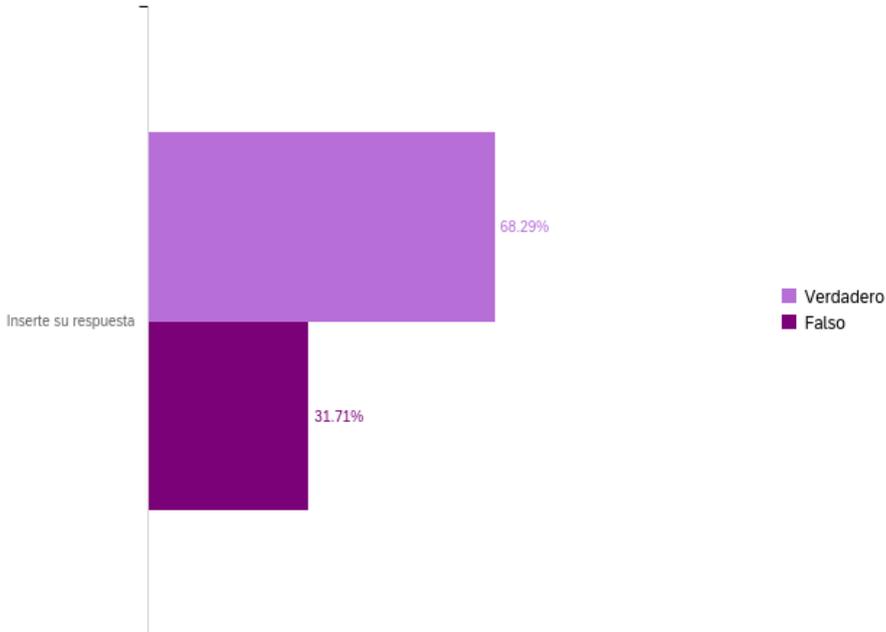
**Gráfico 19:** El 90% de las entrevistadas afirma que es verdadero de que una alta inflación significa que el costo de vida está aumentando rápidamente.

Una alta inflación significa que el costo de vida está aumentando rápidamente



**Gráfico 20:** El 68% afirma que es verdadero de que es menos probable que ellas pierdan todo su dinero si lo invierte en un solo lugar.

Es menos probable que usted pierda todo su dinero si lo invierte en más de un lugar



Como se ve, la mayoría de las encuestadas aciertan al evaluar determinados temas financieros como el riesgo y la inflación, aunque en la última pregunta, se nota la evidencia que no conocen la importancia de la diversificación, lo cual debe ser tomado en cuenta en los programas de educación financiera.



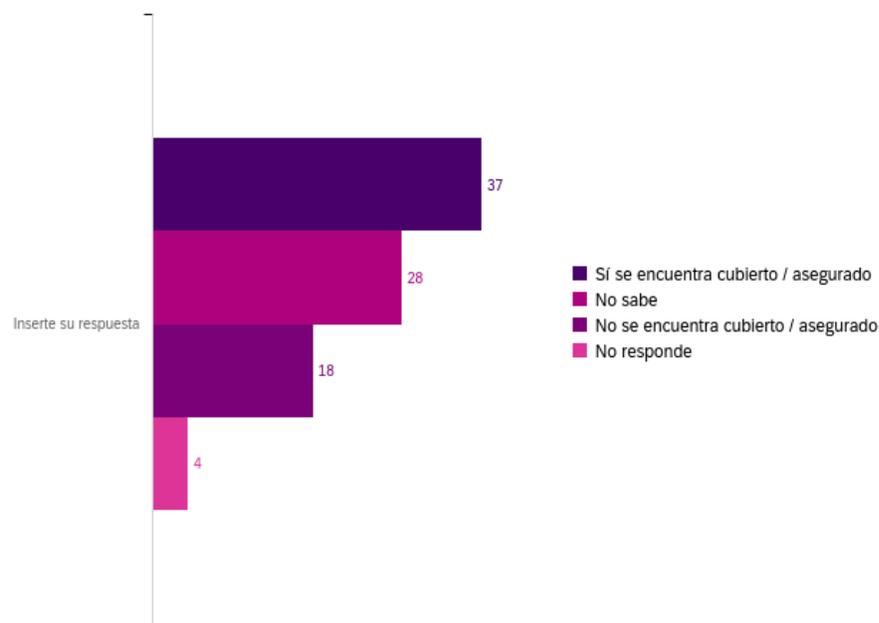
## Seguro de depósitos

**Pregunta 22 - Si un cliente tiene un depósito en una entidad financiera, un banco, mutual, cooperativa o fondo privado, y esta entidad quiebra, ¿el dinero del cliente se encuentra cubierto / asegurado, o no?**

**Tabla 13. Nro de Respuestas**

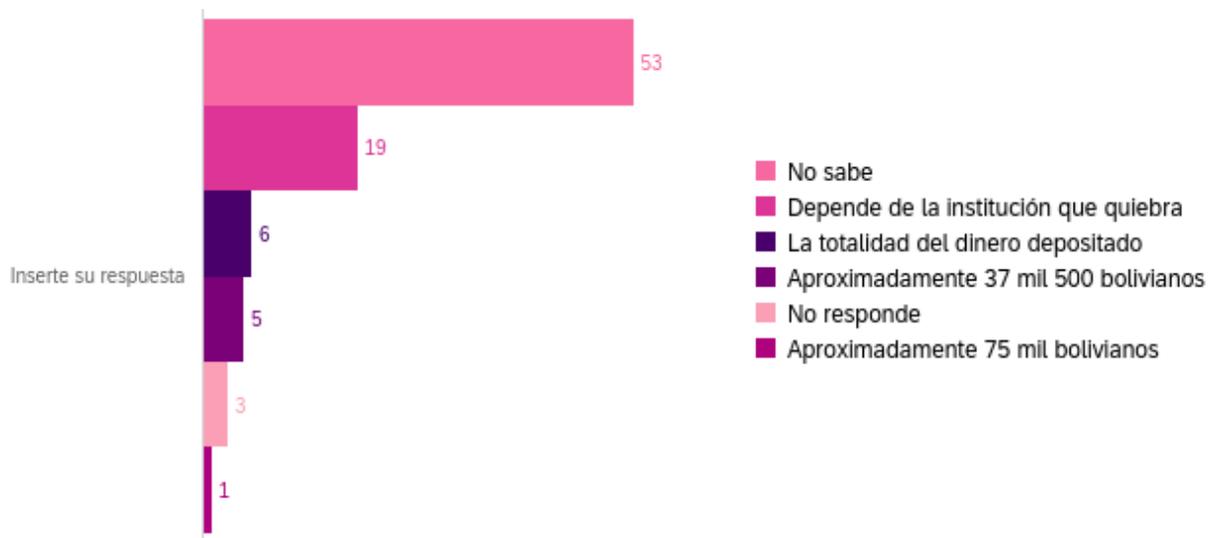
#	Campo	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Recuento
1	Inserte su respuesta	1.00	99.00	36.61	46.26	2139.82	87
97	No sabe	1.00	97.00	58.80	46.79	2188.96	5
99	No responde	1.00	99.00	74.00	42.15	1777.00	4

**Gráfico 21:** Del total de entrevistadas, 37 de ellas afirma que el dinero del cliente se encuentra cubierto en una entidad financiera y el 28 de ellas no sabe. Esto quiere decir que son pocas las jóvenes que tienen confianzas en las entidades financieras.



**Pregunta 23 - ¿Sabes cuál es el monto máximo aproximado de dinero que se encuentra cubierto o asegurado?**

**Gráfico 22:** Del total de las entrevistadas, 53 de ellas no conocen cuál es el monto de cobertura del depósito. Teniendo en cuenta la situación actual de los depósitos y la desinformación existente, las autoridades y las propias instituciones financieras deben desarrollar campañas que informen adecuadamente a los clientes y a la población de mujeres jóvenes.



**Tabla 14. Nro. de Respuestas**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	La totalidad del dinero depositado	85.71% 6	14.29% 1	0.00% 0	7
2	Aproximadamente 37 mil 500 bolivianos	83.33% 5	0.00% 0	16.67% 1	6
3	Aproximadamente 75 mil bolivianos	100.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	1
4	Depende de la institución que quiebra	95.00% 19	5.00% 1	0.00% 0	20
97	No sabe	92.98% 53	3.51% 2	3.51% 2	57
99	No responde	60.00% 3	20.00% 1	20.00% 1	5

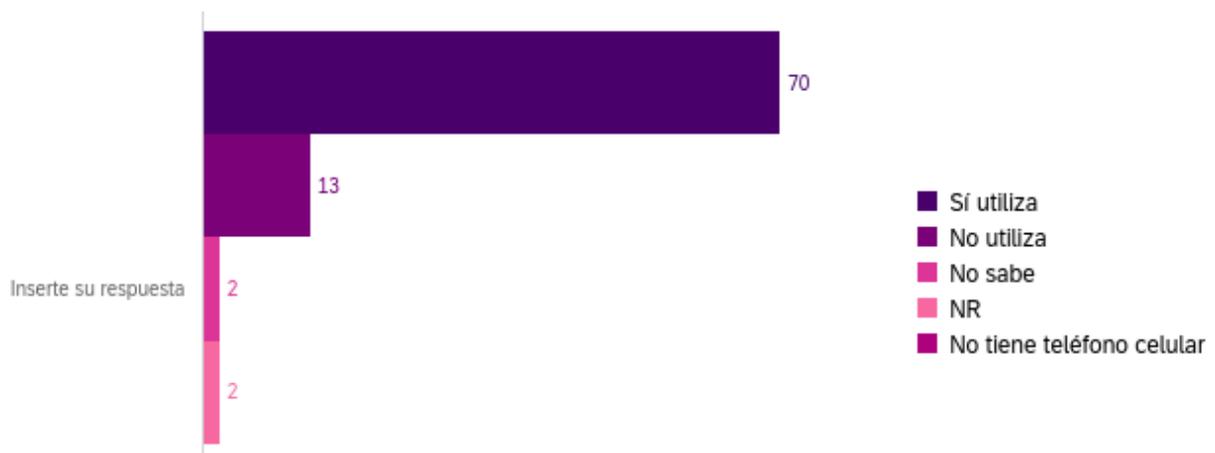
Mostrando filas 1 - 6 de 6



## Utilización de otras tecnologías

### Pregunta 24 - ¿Vos utilizas tu teléfono celular para realizar pagos por teléfono?

**Gráfico 23:** Se ha preguntado, finalmente, si las encuestadas utilizan sus teléfonos celulares para realizar pagos. Los resultados señalan que el 70% de las jóvenes lo hace, lo que demuestra que ellas están familiarizadas con el uso de nuevas tecnologías de acceso a los servicios financieros. Es posible que esta situación tenga que ver con la confianza que sienten ellas de utilizar canales alternativos de acceso, tales como la banca por celular, banca por internet, pagos a través de cajeros automáticos, etc.



**Tabla 15. Nro. de Respuestas**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Sí utiliza	92.11% 70	5.26% 4	2.63% 2	76
2	No utiliza	92.86% 13	7.14% 1	0.00% 0	14
3	No tiene teléfono celular	0.00% 0	0.00% 0	100.00% 1	1
97	No sabe	66.67% 2	0.00% 0	33.33% 1	3
99	NR	100.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	2

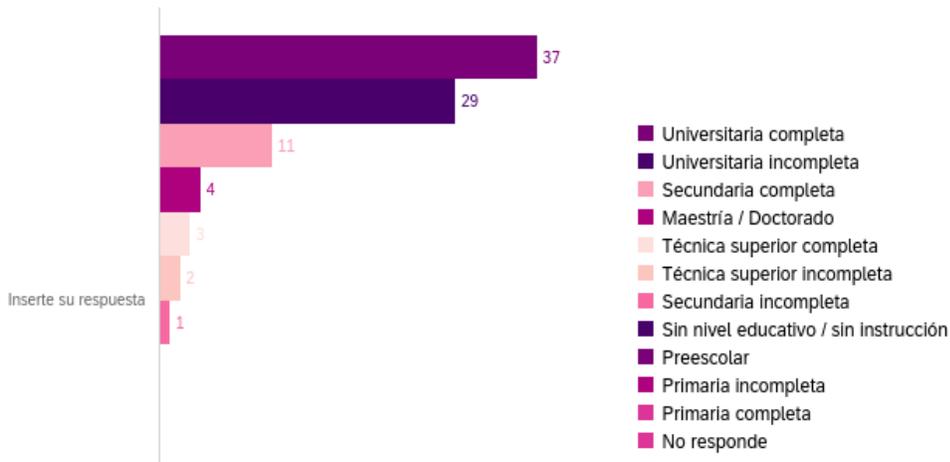
Mostrando filas 1 - 5 de 5



## Perfiles de las Encuestadas

### Pregunta 25 - ¿Cuál es el nivel educativo más alto que usted ha alcanzado?

**Gráfico 24:** La mayoría de las jóvenes encuestadas (37) ha terminado la universidad y 29 de ellas están a aún en la universidad.



**Tabla 16. Nro. de Respuestas**

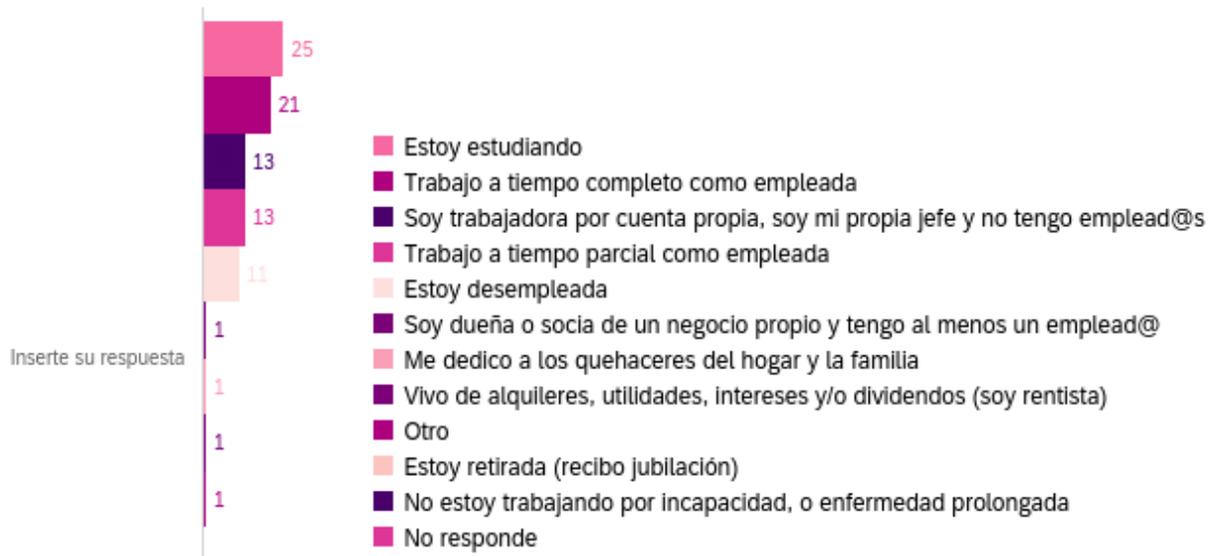
#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Sin nivel educativo / sin instrucción	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
2	Preescolar	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
3	Primaria incompleta	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
12	Primaria completa	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
4	Secundaria incompleta	50.00% 1	0.00% 0	50.00% 1	2
5	Secundaria completa	91.67% 11	0.00% 0	8.33% 1	12
6	Técnica superior incompleta	100.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	2
7	Técnica superior completa	100.00% 3	0.00% 0	0.00% 0	3
8	Universitaria incompleta	90.63% 29	6.25% 2	3.13% 1	32
9	Universitaria completa	94.87% 37	2.56% 1	2.56% 1	39
10	Maestría / Doctorado	80.00% 4	20.00% 1	0.00% 0	5
99	No responde	0.00% 0	100.00% 1	0.00% 0	1

Mostrando filas 1 - 12 de 12



## Pregunta 26 - ¿Y cuál de estas opciones describe mejor tu situación laboral actual?

**Gráfico 25:** Del total de las jóvenes encuestadas, 25 de ellas está estudiante, 21 de ellas trabaja a tiempo completo, 13 de ellas trabaja por cuenta propia...



**Tabla 17. Nro. de Respuestas**

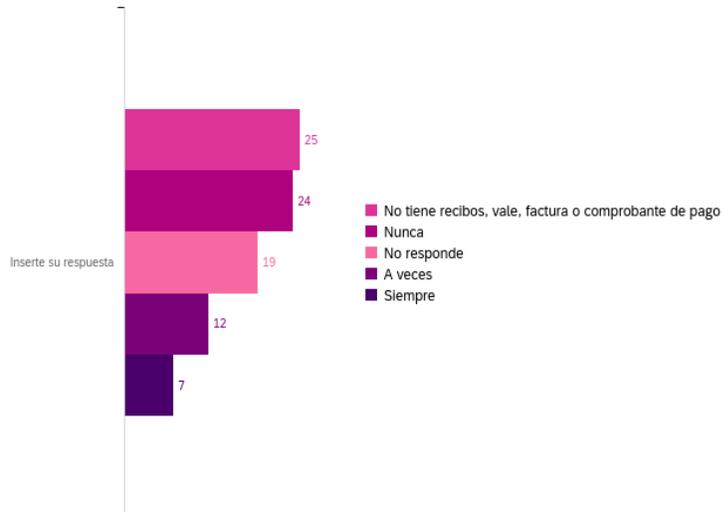
#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Soy trabajadora por cuenta propia, soy mi propia jefe y no tengo emplead@s	100.00% 13	0.00% 0	0.00% 0	13
2	Soy dueña o socia de un negocio propio y tengo al menos un emplead@	100.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	1
3	Trabajo a tiempo completo como empleada	91.30% 21	4.35% 1	4.35% 1	23
4	Trabajo a tiempo parcial como empleada	92.86% 13	7.14% 1	0.00% 0	14
5	Estoy estudiando	89.29% 25	3.57% 1	7.14% 2	28
6	Me dedico a los quehaceres del hogar y la familia	100.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	1
7	Estoy retirada (recibo jubilación)	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
8	Estoy desempleada	91.67% 11	8.33% 1	0.00% 0	12
9	No estoy trabajando por incapacidad, o enfermedad prolongada	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0
10	Vivo de alquileres, utilidades, intereses y/o dividendos (soy rentista)	100.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	1
94	Otro	50.00% 1	50.00% 1	0.00% 0	2
99	No responde	0.00% 0	0.00% 0	100.00% 1	1

Mostrando filas 1 - 12 de 12



**Pregunta 27 - Cuando ofreces tus servicios de trabajo, ¿Emitís o das recibo, vale, factura o comprobante de pago por el pago de tu sueldo o salario siempre, a veces o nunca?**

**Gráfico 26:**



**Tabla 18. Nro. de Respuestas**

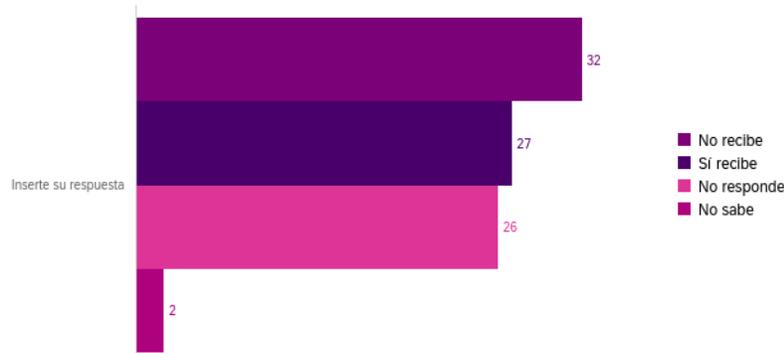
#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
3	Siempre	87.50% 7	0.00% 0	12.50% 1	8
2	A veces	100.00% 12	0.00% 0	0.00% 0	12
1	Nunca	88.89% 24	11.11% 3	0.00% 0	27
98	No tiene recibos, vale, factura o comprobante de pago	92.59% 25	0.00% 0	7.41% 2	27
9	No responde	86.36% 19	9.09% 2	4.55% 1	22

Mostrando filas 1 - 5 de 5



**Pregunta 28 - En tu trabajo actual, ¿Recibís beneficios laborales como vacaciones, gratificación o seguro de salud, o no?**

**Gráfico 27:**



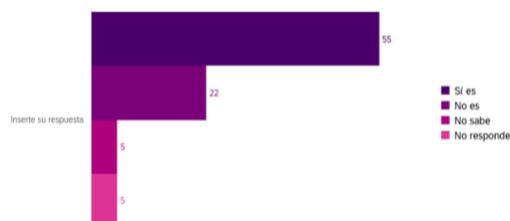
**Tabla 19. Nro. de Respuestas**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Sí recibe	87.10% 27	9.68% 3	3.23% 1	31
2	No recibe	94.12% 32	2.94% 1	2.94% 1	34
97	No sabe	100.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	2
99	No responde	89.66% 26	3.45% 1	6.90% 2	29

Mostrando filas 1 - 4 de 4

**Pregunta 29 - Los hogares reciben ingresos de diferentes fuentes. Esto podría incluir los sueldos y salarios, pagos de prestaciones, pensiones o pagos de manutención, y remesas. Considerando todas las fuentes de ingresos que entran en tu hogar cada mes, ¿dirías que el ingreso de tu hogar es regular y estable, o no?**

**Gráfico 28:**



**Tabla 20. Nro. de Respuestas**



#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Sí es	91.67% 55	5.00% 3	3.33% 2	60
2	No es	91.67% 22	8.33% 2	0.00% 0	24
97	No sabe	83.33% 5	0.00% 0	16.67% 1	6
99	No responde	83.33% 5	0.00% 0	16.67% 1	6

Mostrando filas 1 - 4 de 4

## Pregunta 30 - Y finalmente, ¿podrías decirme en cuál de estos rangos se ubica el ingreso mensual de tu hogar?

### Gráfico 29:

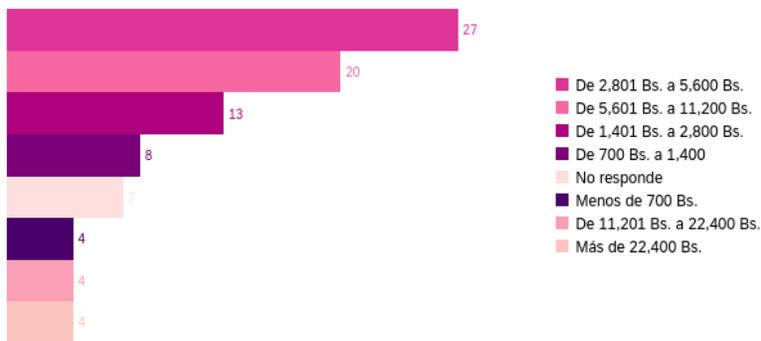


Tabla 21. Nro. de Respuestas

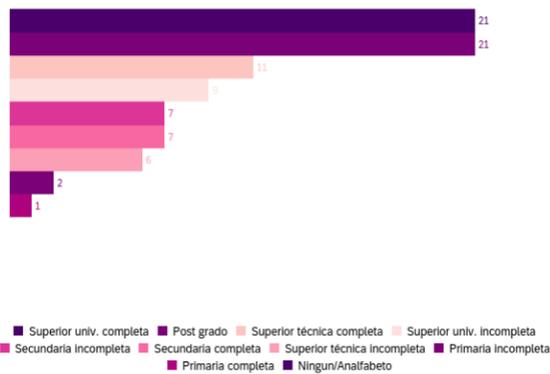
#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Menos de 700 Bs.	80.00% 4	20.00% 1	0.00% 0	5
2	De 700 Bs. a 1,400	100.00% 8	0.00% 0	0.00% 0	8
3	De 1,401 Bs. a 2,800 Bs.	92.86% 13	7.14% 1	0.00% 0	14
4	De 2,801 Bs. a 5,600 Bs.	90.00% 27	6.67% 2	3.33% 1	30
5	De 5,601 Bs. a 11,200 Bs.	90.91% 20	0.00% 0	9.09% 2	22
6	De 11,201 Bs. a 22,400 Bs.	80.00% 4	20.00% 1	0.00% 0	5
7	Más de 22,400 Bs.	100.00% 4	0.00% 0	0.00% 0	4
99	No responde	87.50% 7	0.00% 0	12.50% 1	8

Mostrando filas 1 - 8 de 8



**Pregunta 31 - Ahora, con la finalidad de agrupar tus respuestas con las de otras personas similares características a las de vos, nos gustaría que respondas a las siguientes preguntas. Para las siguientes preguntas quisiéramos que tomes en consideración a las personas que conforman tu hogar, es decir, con quienes compartís los gastos o la mayoría de gastos de tus alimentos la mayor parte del tiempo. ¿Cuál es el máximo grado de instrucción alcanzado por la persona que aporta más al sostenimiento de tu hogar?**

**Gráfico 30:**



**Tabla 22**

#	Campo	Inserte su respuesta	No sabe	No responde	Total
1	Ningun/Analfabeto	0.00% 0	100.00% 1	0.00% 0	1
2	Primaria incompleta	100.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	2
3	Primaria completa	100.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	1
4	Secundaria incompleta	87.50% 7	0.00% 0	12.50% 1	8
5	Secundaria completa	87.50% 7	12.50% 1	0.00% 0	8
6	Superior técnica incompleta	100.00% 6	0.00% 0	0.00% 0	6
7	Superior técnica completa	91.67% 11	8.33% 1	0.00% 0	12
8	Superior univ. Incompleta	90.00% 9	10.00% 1	0.00% 0	10
9	Superior univ. completa	91.30% 21	0.00% 0	8.70% 2	23
10	Post grado	91.30% 21	4.35% 1	4.35% 1	23

Mostrando filas 1 - 10 de 10



#### 2.1.4. Resultado y Análisis de la Encuesta

##### **Medición de Capacidades Financieras de Mujeres Jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra**

La presente sección detalla los aspectos más resaltantes sobre la educación financiera de un grupo de mujeres jóvenes de la zona urbana entre 18 a 25 años de edad de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, tales como la planificación financiera, el conocimiento sobre los productos financieros, las conductas y actitudes hacia el dinero y, finalmente, la evaluación de conceptos básicos sobre finanzas.

Los datos hallados sobre cómo planifican financieramente las jóvenes cruceñas entre 18 a 25 años de edad de zonas urbanas de Santa Cruz se encuentran divididos en la toma de decisiones, la elaboración de un presupuesto y la estabilidad del ingreso. Algunos datos sobresalientes son que cerca del 51% de la muestra dice que un miembro de su familia es quien maneja el dinero de su hogar, mientras que el 32% lo hace de manera conjunta con sus padres y el 20% lo hace de manera individual.

Con relación al uso del presupuesto familiar, el 86% del total de encuestadas cuenta con uno. También se detalla el uso de un plan financiero a dos niveles: general y exacto. El uso de un plan general llega al 57% del total de encuestados, mientras que el uso de uno exacto desciende hasta el 22%. La toma de decisiones respecto al presupuesto, la tenencia de uno, así como la elaboración exacta responde positivamente al nivel educativo y al nivel socioeconómico.

Los datos obtenidos respecto a los productos financieros se subdividen en el conocimiento, la tenencia, las fuentes de información usadas para la elección, así como la manera en que se eligen. El producto “cuentas de ahorro” es el más conocido por los encuestados (99 de ellas poseen una caja de ahorros) y el 67% cuenta con este producto y cerca del 5% dice no tener alguno.

Con relación a las actitudes frente al dinero, la encuesta se centra en el cuidado, la cobertura del gasto y formas de ahorro. Se resalta que el 68% del total de encuestadas señala que ha tenido dificultades para cubrir gastos familiares.

Existe solo un 10% capaz de cubrir gastos por un tiempo superior a seis meses frente a la pérdida de ingresos. Por otro lado, un 38% ahorra en su hogar, el 18% en cuentas de ahorro, un 15% deja una cantidad de dinero en su cuenta y un 21% ahorra en otras opciones. En contraste, el 26% de las encuestadas afirma no estar ahorrando activamente.

Finalmente, en la encuesta se incluye un capítulo sobre la evaluación de conceptos y uso de nuevas tecnologías. Llama la atención que, para los cálculos simples matemáticos, las respuestas correctas llegan a un 80% de las encuestadas y el 88% reconoce el valor del dinero en el tiempo. Sin embargo, el conocimiento del interés simple solo llega al 27% de las entrevistadas. Un dato



interesante es que cerca del 65% maneja conceptos relacionados con el riesgo. En torno al uso de nuevas tecnologías, el 91% responde que usa el celular para efectuar pagos.

## 2.2. Segmentación y mercado meta

El mercado meta será enfocado a la población femenina de Santa Cruz, económicamente activa, en edad de trabajar entre 18 a 25 años de edad.

El mercado meta se estima de acuerdo a la investigación realizada. Se estableció un mercado meta de mujeres con fuentes de ingresos propias, familiares o dependientes, (dispuestas a capacitarse en educación financiera), de este mercado, se tomó un estimado del 1% de este se busca a cinco años conquistar el doble.

**Tabla 23: Mercado Meta**

Población de Mujeres Económicamente Activa (PEA)	675.171,43	Personas con fuentes de ingresos dependientes o independientes
Mercado Meta	<b>0,01</b>	Estimado
Mercado Meta	<b>6.751,71</b>	Mercado a conquistar
Frecuencia de utilización	<b>2,00</b>	
Mercado meta en unidades	<b>13.503,43</b>	Mercado a conquistar en cinco años

### Demanda

Con base a lo anterior, se estima una demanda a cinco años como se muestra a continuación:

**Tabla 24: Demanda del Proyecto**

Proyección de la demanda	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado meta en unidades					13.503,43
Introducción al mercado	<b>40%</b>	65%	80%	90%	100%
Demanda del proyecto	<b>5.401,37</b>	<b>8.777,23</b>	<b>10.802,74</b>	<b>12.153,09</b>	<b>13.503,43</b>

## 2.3. Estrategia de comercialización

### Producto

#### Descripción

eFi “Empodera Tus Finanzas”, es una aplicación móvil de educación sobre finanzas personales para mujeres en Santa Cruz de la Sierra.



Con el objetivo de brindar a las mujeres la educación, los productos y los servicios adecuados para que tengan éxito financiero y, a su vez, minimizar el impacto de las barreras socioeconómicas que las limitan. Con la visión definitiva de empoderar a las mujeres para que persigan y alcancen sus sueños de bienestar financiero para poder vivir la vida en sus propios términos.

### **Necesidad a cubrir**

Actualmente la mayoría de los programas de educación financiera que brindan las entidades de intermediación financiera en Bolivia, no están diseñados con un enfoque para un público objetivo específico, la mayoría son para poblaciones en general y es por ello que la población de mujeres jóvenes entre 18 a 30 años de edad está un poco desatendida cuando se trata de educación financiera. De acuerdo al estudio realizado, la mayoría de las jóvenes entre esta edad aún están estudiando y tienen una fuente de ingreso, aún viven en sus hogares, sin embargo, la escasa cultura educación financiera en sus hogares es evidente.

Una alternativa que muchas jóvenes toman es dejar que sus padres manejen las finanzas de sus hogares, y la mayoría de las mujeres a esa edad aún no son conscientes de la importancia de tener educación en finanzas personales y así también contribuir a la economía de sus hogares.

Los diferentes programas que estas entidades ofrecen no son personalizados y no llegan a ser efectivos, es decir, no conducen a que la educación recibida las lleve a tomar acción con el uso de su dinero.

Por esta razón la plataforma móvil que se propone a desarrollar es para generar una cultura de educación financiera efectiva, en la que las jóvenes no solo aprendan teoría, sino que pasen a la acción y empiecen a ser más conscientes de la importancia de las finanzas personales para sus vidas.

### **Características del producto/servicio**

- Aplicación móvil para sistemas operativos iOS y Android.
- Pago de suscripción anual a través de becas otorgadas por la ONG FIE que apostará por el bienestar financiero de mujeres jóvenes en Bolivia.
- Se creará una hoja de ruta para que cada joven alcance el éxito financiero de sus primeras fuentes de ingreso.
- Se brindarán cursos con videos de tamaño reducido sobre educación financiera básicos. (Estos cursos serán brindados a través de videos cortos y creativos (tipo reels), con ejemplos de la vida real).
- El contenido de los cursos será basado en las siguientes competencias básicas recomendadas por la OCDE/INFE que describen los tipos de conocimiento que pueden beneficiar a los adultos de 18 años en adelante, las capacidades que deberán



tener y los comportamientos que les ayudarán a alcanzar el bienestar financiero, así como las actitudes y la confianza que apoyarán este proceso:

### **Planificación y gestión financiera:**

- Elaboración de presupuestos
- Gestión de ingresos y gastos
- Ahorro
- Inversión

### **Riesgo y Beneficio**

- Identificación de riesgos

El término de “competencias básicas” que se utiliza en este marco hace referencia a los aspectos de los conocimientos, comportamientos y actitudes que sustentan las decisiones financieras sólidas; son consideradas como las competencias financieras principales que pueden beneficiar a un individuo. (OECD/INFE, 2016)

- Los sub productos a ser elaborados conforme al proyecto serán los siguientes:
  - Podcasts enfocados en los tópicos mencionados arriba.
  - Branding: tazas, poleras, lapiceros, agendas, tomatodos y carteras.
  - Cupones de descuento para salones de belleza

### **Característica diferencial**

La creadora de este proyecto es alguien quien ha experimentado el problema de la falta de educación/alfabetización financiera de primera mano. Es por ello que, con el enfoque de impacto social de este proyecto, se creará comunidad de una manera divertida, atractiva, afín y sin prejuicios para mujeres jóvenes

El equipo se dedicará a ayudar a las mujeres jóvenes a ser responsables, a deshacerse de las deudas, a ahorrar dinero y a construir una riqueza real.

### **Estrategia de Precios**

Analizando el mercado de las aplicaciones móviles se observa que ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, debido principalmente a la rápida penetración que han tenido los teléfonos inteligentes.

Datos oficiales dan cuenta de que en Bolivia más de 10 millones de bolivianos tienen acceso al Internet y en su mayoría lo hacen desde un aparato telefónico. (Bolivia Emprende, 2021)

Existen varios modelos de negocios que ayudan a los emprendedores sociales detrás de una aplicación a generar dinero y volverse sustentable.



Los modelos más populares son los siguientes:

**Publicidad móvil:** la descarga y uso de la aplicación es gratuito, pero a cambio de este beneficio el usuario recibe pequeños anuncios publicitarios que están embebidos en la aplicación. Los dueños de la aplicación reciben una pequeña cantidad de dinero cada vez que el usuario haga clic sobre la publicidad; este modelo también permite crear una gran base de datos con información relevante de los usuarios para vender a otras marcas. El principal inconveniente es que la publicidad por lo general resulta incómoda a la hora de utilizar la aplicación y si es demasiado agresiva puede provocar que el usuario deje de utilizarla.

**Compras in-app:** la descarga de la aplicación es gratuita, pero una vez descargada el usuario puede realizar compras dentro de la aplicación para tener acceso a servicios adicionales.

Algunos ejemplos de las compras son:

**Adquirir la versión “Pro” de la aplicación:** el usuario paga por obtener la versión completa de la aplicación.

**Contenido:** adquirir contenido adicional como un video, un nivel de juego, una canción, entre otros.

**Suscripción:** el usuario al descargar gratuitamente la aplicación tiene acceso a una parte del contenido, de manera que paga por una suscripción para acceder a todo el contenido.

**Venta de un producto y/o servicio:** la descarga de la aplicación es totalmente gratuita y este modelo utiliza a la aplicación como un canal de ventas para ofrecer un producto o servicio. Los usuarios se sienten cómodos con las compras de bienes o servicios a través de dispositivos móviles, de modo que este modelo invita a los usuarios a conocer a la aplicación y el servicio que se ofrece.

**Colaborativo:** se basa en la generación de negocio persona a persona (peer 2 peer). La aplicación se muestra como un marketplace (mercado) que ofrece servicios o productos que son publicados y gestionados por los propios usuarios. Las empresas que implementan este modelo suelen mediar el proceso de compra y ventas de todas las transacciones ofreciendo un valor agregado a sus clientes. **Aplicaciones pagadas:** en este modelo los usuarios pagan solo una vez por la descarga de la aplicación y por el uso de toda la funcionalidad. Como estas aplicaciones tienen un solo punto de monetización, la comercialización cumple un papel muy importante aún más que la adquisición de los usuarios.

Con frecuencia es aplicado a los juegos y a las aplicaciones de productividad, este modelo generalmente no funciona con aplicaciones que buscan ser masivas, ya que ataca el crecimiento de la base de usuarios.

El modelo de negocios que se implementará para hacer sustentable la educación financiera de la plataforma/aplicación móvil será una combinación entre la publicidad móvil,



membresía/suscripción anual y el colaborativo. La aplicación será la plataforma para que las usuarias puedan tomar los cursos cortos con enfoque por competencias en el que aprenderán los tópicos de finanzas mencionados arriba. Adicionalmente se incorporará anuncios publicitarios que se mostraran de acuerdo al perfil de cada usuario.

Para garantizar un ingreso estable y una rentabilidad a largo plazo, se le cobrará a cada usuaria una suscripción anual de 350bs; la cual ayudará a recuperar costos y cubrir parte de los gastos de toda la operación.



### 3. CAPÍTULO II ESTUDIO DE INGENIERIA DEL PROYECTO

El objetivo de este capítulo está referido a la descripción técnica del proyecto, descripción del proceso de producción, las materias primas e insumos a utilizarse, la maquinaria y el equipo; el balance másico y energético de los servicios auxiliares, la mano de obra calificada y no calificada. En este capítulo se analizan cada uno de los ítems en unidades físicas y no monetarias.

#### 3.1. Estudio de tecnología

Existen varios tipos de plataformas y/o aplicaciones, y estas, se pueden clasificar en función de la utilidad que queramos darles, o según las necesidades del dispositivo y de la complejidad de la propia aplicación.

Es muy importante que se conozcan todas las opciones que se tienen, sus puntos fuertes y débiles. Con esta información, se puede elegir mejor la aplicación a realizar.

A continuación, se muestra una división según el tipo de desarrollo:

##### **Aplicaciones Básicas**

Las aplicaciones básicas se pueden gestionar con un simple envío de mensajes de texto (SMS o MMS), son interacciones muy puntuales, que únicamente reciben o envían información. Estas aplicaciones existen desde hace bastante tiempo y, aunque han tenido gran aceptación y uso, en la actualidad están comenzando a dejar paso a aplicaciones más complejas (Ramírez, 2011).

Ventajas:

- Simplicidad
- Facilidad de venta
- Gran cantidad de usuarios potenciales

Desventajas

- Poca capacidad de procesamiento del contexto
- Aplicaciones poco complejas
- Limitaciones impuestas por la tecnología sobre los diseños de las aplicaciones (ciento sesenta caracteres de texto)

##### **Webs Móviles**

Las webs móviles son las páginas web actuales pero que son adaptadas específicamente para ser visualizadas en los dispositivos móviles. Adaptan la estructura de la información a las capacidades del dispositivo, de manera que no saturan a los usuarios y se pueden usar correctamente desde estos dispositivos. Este tipo de aplicaciones son aplicaciones básicas que, por lo general, no usan objetos dinámicos como Javascript. Por tanto, no tienen todo el potencial de un navegador web de sobremesa (Ramírez, 2011).



**Ventajas:**

- Fácil de implementar, probar y actualizar.
- Lenguaje conocido y estándar.
- Pueden soportar múltiples dispositivos con un único código fuente.

**Desventajas:**

- Difícil para soportar múltiples dispositivos.
- Limitaciones a la hora de realizar programas, tanto de proceso como de acceso a la información del dispositivo y del usuario.
- Está pensado para ser visualizado con conexiones lentas.
- En la actualidad, la mayoría de los dispositivos nuevos están incorporando estándares más nuevos (como HTML 5).

**Aplicaciones web sobre móviles**

Las aplicaciones web sobre móviles son aplicaciones que no necesitan ser instaladas en el dispositivo para poder ejecutarse. Están basadas en tecnologías HTML, CSS y Javascript, y se ejecutan en un navegador.

A diferencia de las webs móviles, cuyo objetivo básico es mostrar información, estas aplicaciones tienen como objetivo interactuar con el dispositivo y con el usuario. De esta manera, se le saca un mayor partido a la contextualización (Ramírez, 2011).

**Ventajas:**

- Posibilidad de acceso a mucha información del dispositivo lo que permite realizar aplicaciones un poco más complejas.
- Desarrollo, distribución y pruebas sencillas.
- Uso de estándares de la web (claramente definidos).
- Ampliamente soportado por la industria, de manera que la mayoría de los nuevos dispositivos tienen soporte para este tipo de aplicaciones.

**Desventajas:**

- Se necesita un navegador que pueda dar soporte a este tipo de tecnología. Aunque la mayoría de los nuevos dispositivos lo pueden dar, los antiguos no.
- Su rendimiento es menor con respecto a las aplicaciones nativas, pues se ejecuta todo mediante el Javascript del navegador, cuya potencia es limitada.
- Imposibilidad de acceder a todas las posibilidades del dispositivo.
- No se puede acceder a mucha de la información del usuario (contactos, sus citas, etc.).



### **Aplicaciones web móviles nativas:**

Este tipo de aplicaciones pueden ser instaladas en el dispositivo, con lo que pueden utilizar los canales estándares de distribución de aplicaciones nativas, o bien incorporarse como accesos directos (como el resto de aplicaciones). Sin embargo, estas aplicaciones no tienen la potencia de las aplicaciones nativas, sino que simplemente ejecutan código en un navegador embebido (generalmente con HTML 5), (Vique, 2011)

#### **Ventajas:**

Todos los puntos a favor de las aplicaciones web móviles. Se pueden considerar, en lo que respecta a la instalación y la distribución, como aplicaciones nativas.

#### **Desventajas:**

La mayoría de los inconvenientes de las aplicaciones web móviles, a excepción de la instalación en el cliente. La experiencia del usuario es, en ocasiones, contradictoria, pues a pesar de tratarse de una aplicación nativa, requiere de conexión a Internet para poder trabajar y funciona según los tiempos de respuesta del navegador

### **Aplicaciones nativas**

Las aplicaciones nativas son las aplicaciones propias de cada plataforma. Deben ser desarrolladas pensando en la plataforma concretamente. No existe ningún tipo de estandarización, ni en las capacidades ni en los entornos de desarrollo, por lo que los desarrollos que pretenden soportar plataformas diferentes suelen necesitar un esfuerzo extra.

Algunas de las más conocidas son iOS, Android, bada, Java Me, Windows Phone (antes Windows Mobile o Windows Ce), Symbian, Web OS, Brew, entre otras. Todas ellas tienen diferentes tipos de dispositivos con una base común entre ellos (Ramírez, 2011).

#### **Ventajas:**

Acceso total al contexto, con todas las posibilidades que eso conlleva. Se consiguen las mejores experiencias de usuario. Posibilidad de gestión de interrupciones en la aplicación o en las capacidades del dispositivo. Desde saber si se tiene conexión de datos o conexión de localización hasta tener información sobre la batería. Son relativamente fáciles de desarrollar si solo se contempla una plataforma. Se pueden distribuir por los canales conocidos de aplicaciones que permita la plataforma, con lo que se pueden vender más fácilmente. Todas las novedades llegan primero a este tipo de aplicaciones, pues es en este tipo de aplicaciones donde se prueban.



## Desventajas:

Portar aplicaciones es costoso. En el caso de querer realizar una aplicación para más de una plataforma, se complica el desarrollo, debido a los problemas de la fragmentación. Dependiendo de la plataforma elegida, puede haber fragmentación dentro de cada plataforma, debido a los diferentes tipos de dispositivos o versiones de la plataforma. No existe un estándar, por lo que cada plataforma ofrecerá sus peculiaridades. Normalmente, para desarrollar, distribuir o probar estas aplicaciones en dispositivos reales, es necesario tener una licencia de pago, dependiendo de la plataforma. Las ganancias por estas aplicaciones suelen repartirse entre el creador de la aplicación y la plataforma de distribución.

El tipo de tecnología a ser utilizada no es el objetivo de esta tesis por lo tanto este capítulo acaba aquí, considerando que básicamente el tipo de aplicación que se desarrollará será una **Estrategia de desarrollo para entornos nativos**

Como se observa en el punto anterior, las aplicaciones nativas son las que ofrecen una mejor experiencia de usuario ya que están especialmente diseñadas e implementadas para el contexto de ejecución (plataforma o dispositivo) en el que van a ejecutarse, y pueden sacarles partido a todas las capacidades de donde se ejecutan. Por esto se ha decidido enfocar la aplicación eFi a entornos nativos.

Todos los aspectos técnicos de la ingeniería del proyecto no son parte del objetivo general del presente trabajo de investigación. Por ello no se describe a profundidad más detalles de la ingeniería del proyecto porque esto se realizará con el apoyo de los profesionales técnicos del área.

## 3.2. Descripción de Equipos Tecnológicos

Para el buen desarrollo inicial del proyecto y la actividad que realizará eFi, se requieren recursos tanto técnicos, como humanos.

### Técnicos

#### Dos computadores portátiles con las siguientes características:

Procesador: Séptima generación del procesador Intel® Core™ i7-7200U (3MB Caché, hasta 3.10 GHz) Sistema operativo: Windows 10 Pro, 64-bit, Inglés, Francés, Español Software de seguridad: McAfee® Small Business Security Center

Memoria: 8GB de Memoria un solo Canal DDR4 a 2400MHz, 1 DIMM Disco duro: Disco Duro SATA de 1TB 5400 RPM Tarjeta de video: Gráficos integrados Intel® HD 520 Pantalla: Pantalla LED de 14.0" de alta definición (HD) (1366 x 768) 720p con capa antirreflejo Unidad óptica:



Unidad con Bandeja de carga automática (DVD +/- RW), lectura y escritura de CD/DVD  
Garantía: 1 año de Servicio de Hardware con Servicio en el sitio/en casa luego de diagnóstico remoto

### **Un Computador portátil con las siguientes características:**

- Procesador: 2,3 GHz Intel Core i7 dual core de 2,3 GHz (Turbo Boost de hasta 3,6 GHz)
- Sistema operativo: macOS Sierra Memoria: 8 GB de memoria DDR4 de 2133 MHz integrada
- Disco duro: Disco duro de 1 TB (5400 rpm)
- Tarjeta de video: Intel Iris Plus Graphics 640
- Pantalla: Pantalla de 21,5 pulgadas (diagonal) retroiluminada por LED Resolución de 1920 x 1080 compatible con millones de colores

### **10 iPads 7th Generación, 32 GB, WiFi+Cell (2019)**

- Procesador: Chip A10 Fusion
- Almacenamiento: 32 GB
- Camara Frontal : Camara FaceTime de 5 MP. Grabación de video 1280 x 720p
- Camara Principal: Cámara gran angular de 8 MP. Video de 3840 x 2160p 30 fps
- Pantalla: Pantalla Retina de 10.2 pulgadas de 2048 x 1536 a 326 ppi
- Compatibilidad: Compatible con el Smart Keyboard y el Apple Pencil (primera generación)
- Sensores: Touch Id, acelerómetro, sensor de luz ambiental, barómetro (altímetro), giroscopio
- Puerto de carga: Conector Lightning

### **Dos celulares Samsung Galaxi S22 con las siguientes características:**

- 6.6" pantalla.
- Android 12. sistema operativo.
- Octa Core 2.99GHz, 2.4GHz, 1.7GHz. procesador.
- 50 MP + 10 MP + 12MP. cámara principal.
- 10 MP. cámara frontal.
- Memoria expandible.

### **Una impresora Multifuncional:**

- Función: Imprime - Copia - Escanea - Fax
- Velocidad impresión - copia: 19 PPM N y C
- Resolución impresión: Hasta 300 x 420 dpi
- Resolución escaner: Hasta 1200 x 1200 dpi
- Conectividad: Inalámbrica - Wifi - USB 2.0

### **Servicio de Internet de alta velocidad:**

- 50 Megas, hasta 51.200 kbps bajada y hasta 5.120 kbps subida
- Internet Wifi y cable Red 2 Puntos cableados adicionales
- Hasta 10 cuentas Correo electrónico



### 3.3. Humanos

El personal requerido en la etapa inicial del proyecto será de cuatro personas, que asumirán entre ellas los diferentes roles establecidos a continuación:

**Tabla 25: Recursos Humanos del Proyecto**

Nombre del cargo	<b>Coordinador/a General / Product Owner</b>
Jefe Inmediato	Ninguno
Cargos que le reportan	Coordinador de tecnología Encargado de Contenido Encargado de Diseño y promoción Encargado de ventas y mercadeo
Objetivos del cargo	Coordinar a todas las áreas a su cargo y supervisar que se cumplan los objetivos y metas planteados para la plataforma
Responsabilidades	Gestionar todas las actividades para que se cumplan el objetivo general y los específicos de la plataforma para brindar reportes y KPIs a los representantes de la ONF FIE. Analizar el entorno comercial y tecnológico para innovar constantemente la plataforma. Definir lineamientos administrativos, financieros y operativos.

Nombre del cargo	<b>Coordinador/a de Tecnología</b>
Jefe Inmediato	Coordinador General / Product Owner
Cargos que le reportan	Ninguno
Objetivos del cargo	Definir la estrategia a seguir para el desarrollo de la plataforma.
Responsabilidades	Establecer una estrategia en IT alineada a la estrategia comercial y de negocio de la plataforma. Mantener, desarrollar y articular la evolución de la dirección de la estrategia técnica de la plataforma.

Nombre del cargo	<b>Coordinador/a de Contenido</b>
Jefe Inmediato	Coordinador General / Product Owner
Cargos que le reportan	Ninguno
Objetivos del cargo	Definir y desarrollar todo el material educativo de la plataforma.
Responsabilidades	Establecer un plan de contenido educativo para la plataforma Crear contenido para el plan de contenido.

Nombre del cargo	<b>Coordinador/a de Ventas y Mercadeo</b>
Jefe Inmediato	Coordinador General / Product Owner
Cargos que le reportan	Ninguno
Objetivos del cargo	Definir y desarrollar un plan de ventas y mercadeo
Responsabilidades	Crear estrategias de ventas y promociones de los cursos, productos y servicios.



### 3.4.Costos

**Tabla 26: Costos Equipos / Expresado en Bs**

Cant.	Artículo	Marca	Modelo	Precio unitario	Precio final
2	Equipo de computación	Dell	Vostro 3468	6.500,00	13.000,00
1	Equipo de computación	Mac	iMac	10.000,00	10.000,00
10	iPad	Mac	7th Generación, 32 GB, WiFi+Cell (2019)	4.900,00	49.000,00
2	Celulares	Samsung	Galaxy S22	6.417,00	12.834,00
1	Impresora multifuncional	HP	M277	4.000,00	4.000,00
Total					88.834,00

**Tabla 27: Costos Servicios / Expresado en Bs**

Cant.	Servicio	Empresa	Costo Mensual	Cantidad de Meses	Precio final
1	Servicio de internet banda ancha	Tigo	3500	12	42.000,00
2	Servicio de telefonía	Tigo	150	12	1.800,00
Total					43.800,00

eFi no tendrá que realizar mantenimiento de servidores o bases de datos, tampoco adquirir licencias para uso de herramientas de desarrollo debido a que estos servicios serán contratados en la nube, los costos de estos servicios se describirán en el capítulo 4. Estudio financiero.



## 4. CAPÍTULO III: ESTUDIO FINANCIERO

### 4.1. Valor De La Inversión

A continuación, se muestra el costo total de la inversión que será financiada por un aporte privado de del Banco FIE para la ONG FIE:

**Tabla 28: Valor de la Inversión**

<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>				
<b>(Expresado en bolivianos)</b>				
<b>Presupuesto de Inversión</b>	<b>Valor</b>	<b>% Inversión</b>	<b>Deuda</b>	<b>Dirección General</b>
Total Activos Fijos	<b>88.834,00</b>			88.834,00
Equipos de computación	88.834,00	30%		88.834,00
MYE (Muebles y Enseres)	-			-
Intangibles	-			-
Desarrollo del producto				-
Capital de trabajo	208.800,00			208.800,00
Efectivo	208.800,00	70%		208.800,00
<b>Total</b>	<b>297.634,00</b>	<b>100%</b>		<b>297.634,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los activos fijos se encuentran tres equipos de cómputo y una impresora funcional, no se estiman muebles y enseres puesto que el primer año se trabajará en modalidad remoto desde la casa de los socios.

### 4.2. Presupuesto De Ingresos

Los ingresos se estiman de acuerdo al análisis de mercado realizado. De acuerdo a esta demanda estimada, se desglosan los ingresos de la siguiente manera:

**Tabla 29: Presupuesto de Ingresos**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>		
<b>(Expresado en bolivianos)</b>		
<b>Ventas</b>		
<b>Por suscripción:</b>		
<b>Proyección de las ventas por suscripción</b>		<b>Año 0</b>
Demanda del proyecto		5.401,37
Precio de la suscripción o membresía (en promedio; sin IVA)		200,00
<b>Ingresos ventas a suscriptores</b>		<b>1.080.274,28</b>

Fuente: Elaboración propia



**Por anunciantes:**

Proyección de las ventas por anunciantes		Año 0
Anunciantes		1
Anuncios por año		24
Precio de la suscripción anuncio (en promedio; sin IVA)		150
<b>Ingresos ventas por anuncios</b>		<b>3.600,00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 4.3.Presupuesto De Egresos

Los egresos se dividen en operacionales, administrativos y de ventas:

**Operacionales:**

Corresponden a planilla de salarios a pagar para el personal enfocado al desarrollo de la plataforma y a asesorías externas.

**Tabla 30: Gastos Operativos**

Gastos de operación		Año 0
Coordinador General del Proyecto		87.696,00
Desarrolladores		167.040,00
Diseñador UX UI		83.520,00
<b>Salarios Básicos</b>		<b>338.256,00</b>
Aportes Laborales (12,71%)		42.992,34
Nómina		381.248,34
Asesorías		27.000,00
Servicios contratados		
Amort. Desarrollo del producto		
Equipo de Cómputo		88.834,00
Muebles y Enseres (50%)		
Depreciaciones		22.208,50
<b>Gastos de operación</b>		<b>519.290,84</b>

Fuente: Elaboración propia



### Administrativos:

Corresponde a nómina de resto de personal, alquileres, servicios públicos, seguros, entre otros.

**Tabla 31: Gastos Administrativos**

Gastos de administrativos	Año 0
Director / a del Proyecto	87.696,00
Director / a de Contenido Educativo	167.040,00
Diseñador Gráfico	83.520,00
Sueldo básico	338.256,00
Aportes Laborales (12,71%)	42.992,34
Nómina	381.248,34
Contabilidad	27000
Gastos Generales	8352
Alquiler de Oficina	83520
Equipo de cómputo (50%)	88.834,00
Depreciaciones	88.834,00
<b>Gastos administrativos</b>	<b>588.954,34</b>

Fuente: Elaboración propia

### Ventas:

Corresponden a los servicios contratados para las herramientas de desarrollo en la nube y disponibilidad del servicio, pasarela de pagos, afiliaciones y publicidad.

**Tabla 32: Gastos de Ventas**

Gastos de ventas	Año 0
Gastos de ventas – Facebook	25.056,00
Gastos de afiliación Google play	16.704,00
Gastos de afiliación apple store	83.520,00
Gastos de AWS (herramientas de desarrollo en la nube)	62.640,00
Gastos herramientas de tecnología 1	45.936,00
Gastos herramientas de tecnología 2	54.288,00
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>288.144,00</b>

Fuente: Elaboración propia



#### 4.4. Estados Financieros

El análisis de los estados financieros, se realizó durante un periodo de cinco años. A partir del segundo año se tiene utilidad operacional de cerca del 2.5% de los ingresos, aumentando en promedio el mismo porcentaje durante cada año.

A continuación, se presentan los supuestos y sus respectivos porcentajes que se utilizaron para crear el modelo financiero para el proyecto eFi.

**Tabla 33: Supuestos**

Variables de entrada	Abrev.	Parámetro	Tipo de Supuesto
Crecimiento de la Ventas	g	5,00%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Activo Corriente / Ventas	AC_V	5,00%	<-- Supuesto exógeno (Controlable)
Pasivo corriente/ Ventas	PS_V	2,00%	<-- Supuesto exógeno (Controlable)
Activo Fijo Neto/ Ventas	AFN_D	2,00%	<-- Supuesto exógeno (Controlable)
Costo Variable/ Ventas	CV_V	2,50%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Tasa de depreciación	d	25,00%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Tasa de interés sobre deuda	i__deu	2,00%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Interes ganado por Disponibilidades	i_disp	1,50%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Tasa Impositiva a las utilidades	tx	0,00%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)
Ratio de Política de Dividendos	tdiv	1,00%	<-- Supuesto exógeno (Controlable)
Reserva Legal	rl	1,50%	<-- Supuesto exógeno (No controlable)

Fuente: Elaboración propia



Debido a los gastos operacionales y de venta versus los ingresos del primer año, utilidad resulta negativa, sin embargo, se logra recuperar a partir del segundo año como se muestra en la siguiente tabla.

<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas	1.083.874,28	1.138.068,00	1.194.971,40	1.254.719,97	1.317.455,97	1.383.328,77
(-) Costo variable	1.396.389,18	(28.451,70)	(29.874,28)	(31.368,00)	(32.936,40)	(34.583,22)
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>(312.514,89)</b>	<b>1.109.616,30</b>	<b>1.165.097,11</b>	<b>1.223.351,97</b>	<b>1.284.519,57</b>	<b>1.348.745,55</b>
(-) Interes pagado sobre Deuda	0,00	(5.952,68)	(5.952,68)	(5.952,68)	(5.952,68)	(5.952,68)
(+) Interes ganada sobre disponibilidades	0,00	1.992,78	874,89	918,63	964,57	1.012,79
(-) Depreciación	(22.208,50)	(11.104,25)	(2.845,17)	(2.987,43)	(3.136,80)	(3.293,64)
<b>(=) Utilidades antes de Impuesto</b>	<b>(334.723,39)</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>
(-) Impuesto	-	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>(334.723,39)</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>
Pago de dividendos	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia



El balance general está compuesto por los activos, los pasivos y el patrimonio de la empresa. El año cero se consideró como los activos iniciales, equipos, capital de trabajo que se invierte por primera vez como inicio del proyecto. No se contemplan préstamos o deudas en consecuencia el patrimonio no se ve afectado.

<b>BALANCE GENERAL</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Disponibilidades	297.634,00	1.361.828,45	2.480.081,13	3.598.191,55	4.716.152,60	5.833.956,81
Activo Corriente	208.800,00	56.903,40	59.748,57	62.736,00	65.872,80	69.166,44
Activo Fijo						
Al Costo	88.834,00	(66.072,64)	89.972,07	(64.877,67)	91.226,79	(63.560,21)
Depreciación	0,00	88.834,00	(66.072,64)	89.972,07	(64.877,67)	91.226,79
Activo Fijo Neto	-	22.761,36	23.899,43	25.094,40	26.349,12	27.666,58
<b>Total Activos</b>	<b>297.634,00</b>	<b>1.441.493,21</b>	<b>2.563.729,13</b>	<b>3.686.021,95</b>	<b>4.808.374,52</b>	<b>5.930.789,83</b>
Pasivo Corriente	0,00	22.761,36	23.899,43	25.094,40	26.349,12	27.666,58
Pasivo No Corriente	0,00	-	-	-	-	-
Capital Suscrito y Pagado	297.634,00	297.634,00	297.634,00	297.634,00	297.634,00	297.634,00
Utilidades Retenidas y no distribuidas	-	1.121.097,85	2.242.195,70	3.363.293,55	4.484.391,40	5.605.489,25
Reserva Legal		-	-	-	-	-
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>297.634,00</b>	<b>1.441.493,21</b>	<b>2.563.729,13</b>	<b>3.686.021,95</b>	<b>4.808.374,52</b>	<b>5.930.789,83</b>

Fuente: Elaboración propia



En el flujo de caja se puede ver el comportamiento de los ingresos versus los gastos. El saldo acumulado permite conocer, al finalizar cada año, el estado del proyecto frente a su rentabilidad. El saldo acumulado mantiene la reacción siempre positiva durante cada año y por consiguiente es un proyecto de con una inversión factible viable a largo plazo.

### ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONTABLE

	1	2	3	4	5
<b>Flujo de Caja Operacional</b>	1.306.860,06	1.122.235,92	1.122.292,82	1.122.352,57	1.122.415,31
(+) Utilidad Neta	1.121.097,85	1.121.097,85	1.121.097,85	1.121.097,85	1.121.097,85
(+) Depreciaciones	11.104,25	2.845,17	2.987,43	3.136,80	3.293,64
(-) Var. Activo Corriente	151.896,60	(2.845,17)	(2.987,43)	(3.136,80)	(3.293,64)
(+) Var. Pasivo Corriente	22.761,36	1.138,07	1.194,97	1.254,72	1.317,46
<b>Flujo de Caja de Inversiones</b>	<b>(22.761,36)</b>	<b>(1.138,07)</b>	<b>(1.194,97)</b>	<b>(1.254,72)</b>	<b>(1.317,46)</b>
(-) Var. Adquisiciones de Activos Fijos al Costo	(22.761,36)	(1.138,07)	(1.194,97)	(1.254,72)	(1.317,46)
(-) Incremento de Inversiones permanentes					
(+) Venta de Activos					
<b>Flujo de Caja de Financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
(+) Incremento de Deuda de Largo Plazo	0	0	0	0	0
(+) Incremento de Capital Social	0	0	0	0	0
(-) Pago de Dividendos	0	0	0	0	0
<b>Cambios en el Flujo de Efectivo</b>	<b>1.329.621,42</b>	<b>1.123.373,99</b>	<b>1.123.487,79</b>	<b>1.123.607,29</b>	<b>1.123.732,76</b>
Efectivo Inicial	297.634,00	1.361.828,45	2.480.081,13	3.598.191,55	4.716.152,60
Efectivo Final	1.361.828,45	2.480.081,13	3.598.191,55	4.716.152,60	5.833.956,81
<b>Cambio en el Efectivo</b>	<b>1.064.194,45</b>	<b>1.118.252,68</b>	<b>1.118.110,42</b>	<b>1.117.961,05</b>	<b>1.117.804,21</b>



<b>Diferencia</b>	(265427)	(5121)	(5377)	(5646)	(5929)
-------------------	----------	--------	--------	--------	--------

<b>WACC</b>	12%	
Financiamiento externo con costo	<i>Wd</i>	0,12
Financiamiento interno	<i>We</i>	
Total financiamiento con costo	<i>Fc</i>	

## Flujo de Caja Libre descontado

1                      2                      3                      4                      5

Flujo de caja operacional	1.306.860,06	1.122.235,92	1.122.292,82	1.122.352,57	1.122.415,31
Flujo de caja de inversiones	(22761)	(1138)	(1195)	(1255)	(1317)
(+) Intereses pagados después de impuestos					
(-) Intereses recibidos después de impuesto					
<b>Flujo de caja libre</b>	<b>1.284.098,70</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>
<b>Valor terminal</b>					16.816.468
<b>Flujo de caja libre final</b>	<b>1.284.098,70</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>1.121.097,85</b>	<b>17.937.565,60</b>



## Variables de salida

ROE = Rentabilidad/ Patrimonio	-112%	79%	44%	31%	23%	<b>19%</b>
ROA = Rentabilidad/ Activos	22%	78%	44%	30%	23%	19%

Liquidez 1 = Activo corriente - Pasivo corriente	70,000	34.142,040	35.849,142	37.641,599	39.523,679	41.499,863
Liquidez 2= Activo corriente/ Pasivo corriente	1,875	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Liquidez 3 = Disponibilidades/ Pasivo corriente	1,000	59,831	103,772	143,386	178,987	210,867

## Valor del Proyecto

	<b>Bs15.312.337,35</b>	
(+) Valor presente de FCL descontados	Bs15.014.703,35	<- =VNA(WACC,FCL final año 1:FCL final año 5)
(+) Disponibilidades (año 0)	297.634,00	



## 5. CAPÍTULO IV: ESTUDIO DEL IMPACTO SOCIAL

Una de las motivaciones por la que se está presentando el presente trabajo de investigación es porque se quiere presentar nuevas alternativas de inversión en proyectos con impacto social. Sin embargo, saber cómo medir este impacto social puede ser desafiante. Por eso es importante consolidar los parámetros que se utilizarán para medir el éxito de este proyecto, es decir, cómo se medirá su impacto. En consecuencia, este capítulo será para presentar una herramienta sobre cómo medir y responder al impacto de este proyecto de educación financiera enfocado en mujeres.

A continuación, se presenta una tabla con 5 metas (de los 17 objetivos de los ODS, cada objetivo se desglosa en varias metas que tienen cada una un mayor grado de especificidad de impacto) que articulan el impacto que eFi tratará de lograr.

En la tabla también se identifica una métrica de impacto para cada uno de los objetivos identificados. El presente cuadro se realizó bajo la metodología del Sistema IRIS.

IRIS+ es el sistema generalmente aceptado por los inversores de impacto para medir, gestionar y optimizar su impacto. Se necesitan datos de impacto creíbles y comparables para fundamentar las decisiones de inversión de impacto e impulsar mayores resultados de impacto. IRIS+ resuelve este problema aumentando la claridad y la comparabilidad de los datos, y proporciona una orientación práctica y racionalizada que los inversores de impacto necesitan, todo ello en un sistema de fácil navegación. Se trata de un recurso gratuito y de acceso público gestionado por la Red Global de Inversión de Impacto (GIIN), la campeona mundial de la inversión de impacto. (Network, s.f.)



**Tabla 34: Estudio de Impacto**

N°	Objetivo de Desarrollo Sostenible	Objetivo/Meta	Acciones
4,4	Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos	De aquí a 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que poseen las competencias pertinentes, incluidas las técnicas y profesionales, para el empleo, el trabajo decente y el espíritu empresarial	<p>Crear contenidos de educación financiera de forma gratuita. Deben existir múltiples niveles de entrada para diferentes niveles de comprensión.</p> <p>Aumentar la salud financiera de los usuarios con nuestras recomendaciones</p> <p>Ofrecer educación financiera a las jóvenes emprendedoras</p>
4,6	Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Para 2030, garantizar que todos los jóvenes y una proporción sustancial de adultos, tanto hombres como mujeres, logren la alfabetización y la aritmética.	<p>Enfocar la educación financiera al segmento de mujeres jóvenes y crear contenidos educativos financieros específicos y gratuitos para cada una de ellas.</p> <p>Democratizar las herramientas financieras para la población de mujeres jóvenes</p> <p>Ayuda para aumentar la planificación financiera</p>
5.6 a	Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas	Emprender reformas para otorgar a las mujeres la igualdad de derechos a los recursos económicos, así como el acceso a la propiedad y el control de la tierra y otras formas de propiedad, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de acuerdo con las leyes nacionales	<p>Crear contenidos educativos financieros adicionales centrados en las mujeres.</p> <p>Aumentar la oferta de productos financieros en nuestro mercado con perspectiva de género</p> <p>Presentar proyectos para políticas públicas de educación financiera con enfoque de género</p>
8,3	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible,	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el espíritu empresarial, la	Contratar a personas culturalmente diversas para ofrecerles un trabajo decente y digno.



	<p>el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	<p>creatividad y la innovación, y que fomenten la formalización y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a los servicios financieros</p>	<p>Utilizar las diferentes habilidades para superar las deficiencias, aprendiendo cómo funcionan y adaptándose.</p> <p>Facilitar el acceso a los préstamos para educación a través de la plataforma</p> <p>Animar a nuestras usuarias a crear un historial financiero</p> <p>Añadir contenido educativo sobre por qué es importante formalizar los proyectos, y cómo hacerlo</p>
<p><b>8.10</b></p>	<p>Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	<p>Reforzar la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, de seguros y financieros para todos</p>	<p>Elaborar múltiples leyes en el sector financiero para promover el acceso de los diversos segmentos de la población mediante la educación y la reducción de las comisiones</p> <p>Estudiar las necesidades no atendidas de los usuarios y crear un puente entre las usuarias y el ecosistema financiero</p> <p>Evaluaciones para las instituciones financieras locales para ayudarles a ampliar el acceso a programas y proyectos en pro de la educación financiera con enfoque de género y que sean sustentables</p> <p>Crear datos sobre el potencial de estos posibles nuevos productos</p>

Fuente: Elaboración propia



## 6. CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado cada objetivo del presente trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Las capacidades financieras de mujeres jóvenes de la zona urbana entre 18 a 25 años de edad de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra se evaluaron a través de cinco tópicos básicos: la planificación financiera, el conocimiento sobre los productos financieros, las conductas y actitudes hacia el dinero y, finalmente, la evaluación de conceptos básicos sobre finanzas. Las jóvenes a esta edad en su mayoría manejan su dinero con algún miembro de su familia y de acuerdo a las encuestas demostraron que no tienen mucha confianza en el sistema financiero boliviano. También se evidenció la falta de conocimiento que tienen con respecto a conceptos financieros. Ellas en su mayoría afirman que son usuarias activas de transacciones en línea, dato importante que resalta la oportunidad de mercado para brindar educación financiera aprovechando la tecnología.
- Con respecto a la ingeniería del proyecto, se pudo evidenciar la factibilidad del desarrollo de esta plataforma haciendo el menor uso de recursos posible, aprovechando distintas herramientas tecnológicas para el desarrollo efectivo de la plataforma.
- Se determinó un flujo de efectivo positivo lo cual determina la factibilidad de la inversión privada con impacto social que realizará el Banco Fie al invertir en esta iniciativa de educación financiera con enfoque de género.
- Finalmente, luego de haber realizado el análisis del impacto social, se puede concluir claramente que la plataforma eFi, logrará un impacto social en la vida de las mujeres cruceñas, ya que el proyecto está alineado con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos (4), lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas (5), promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (8). Es importante mencionar que el tipo de impacto social que se logrará en la vida de las usuarias finales de la plataforma será enfocado en un empoderamiento integral, (Empoderamiento financiero, empoderamiento social y empoderamiento de habilidades digitales).



## 7. RECOMENDACIONES

- Para aportar al desarrollo de las capacidades financieras de mujeres jóvenes en la ciudad de Santa Cruz, es importante tomar muy en cuenta las recomendaciones de las metodologías de educación financiera de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Los programas que irán incluidos como cursos en la plataforma a desarrollarse deben ser programas basados en un enfoque de aprendizaje por competencias. El documento: Marco de Competencias Básicas Sobre Cultura Financiera Para adultos es clave para desarrollar todo el contenido de la plataforma de educación financiera con enfoque de género e igualdad.
- Luego de crear el prototipo funcional para la plataforma se recomienda testear y validar las ideas de los productos principales (programas/cursos) y las fuentes de ingresos. Además de realizar un proceso de innovación abierta, investigando y haciendo un análisis de las actuales iniciativas de educación financiera en LATAM.
- Después de realizar el análisis económico financiero, se recomienda al Banco FIE inyectar una inversión privada de impacto social para la ONG Fie por la cantidad descrita en el análisis financiero, ya que el proyecto es factible, además de lograr impacto en la vida de muchas jóvenes, lo que se pretende con la plataforma es hacer que la educación financiera sea rentable.
- Se recomienda utilizar la metodología del Sistema IRIS para monitorear constantemente el impacto social que se pretende lograr con el desarrollo e implementación de la plataforma.
- Finalmente se recomienda crear convenios de trabajo con salones de belleza, para crear un sistema de trabajo conjunto para combinar belleza más educación financiera, es decir, que las jóvenes puedan aprender educación financiera en espacios no tradicionales, los salones de belleza son espacios donde se puede incentivar a empoderar a mujeres de una manera integral.



## 8. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA Y/O BIBLIOGRAFÍA

- ASFI. (2022). Avances en la Educación Financiera y el Acceso a Servicios.
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2013). *Promoting financial inclusion through financial education: OECD/INFE evidence, policies and practice*.
- Azar, K., Lara, E., & Mejía, D. . (2018). *Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política*.
- *Bolivia Emprende*. (18 de Mayo de 2021).
- Bolivia, A. d. (2021). *asoban.bo*. Obtenido de <https://www.asoban.bo/>
- CAF. (2018).
- Carballo, I. E. (2020). Fintech: desafío para la regulación y la educación financiera.
- Coca, M. (2020). Los recursos digitales refuerzan la educación financiera de los jóvenes. BBVA.
- Estadística, I. N. (s.f.). *ine.bo*. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/>
- García, N. G. ( 2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*. N° 12.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*.
- Hernández Sampieri & otros. (2006). Metodología de la Investigación.
- Hung, Y. y. (2012). OECD/INFE, 2013b.
- Network, G. I. (s.f.). *IRIS+*. Obtenido de <https://iris.thegiin.org/>
- OECD/IFNE. (2013). *Financial literacy and inclusion: Results of OECD/INFE survey across countries and by gender*.
- OECD/INFE. (2016). *Marco de Competencias Básicas Sobre Cultura Financiera Para Adultos*.
- Quiñónez Klinger, K. L. (2020). Educación financiera de la población universitaria de las carreras Administrativas Y Contable de la PUCE-E (Doctoral dissertation, Ecuador-PUCESE-Escuela de Contabilidad y Auditoría).



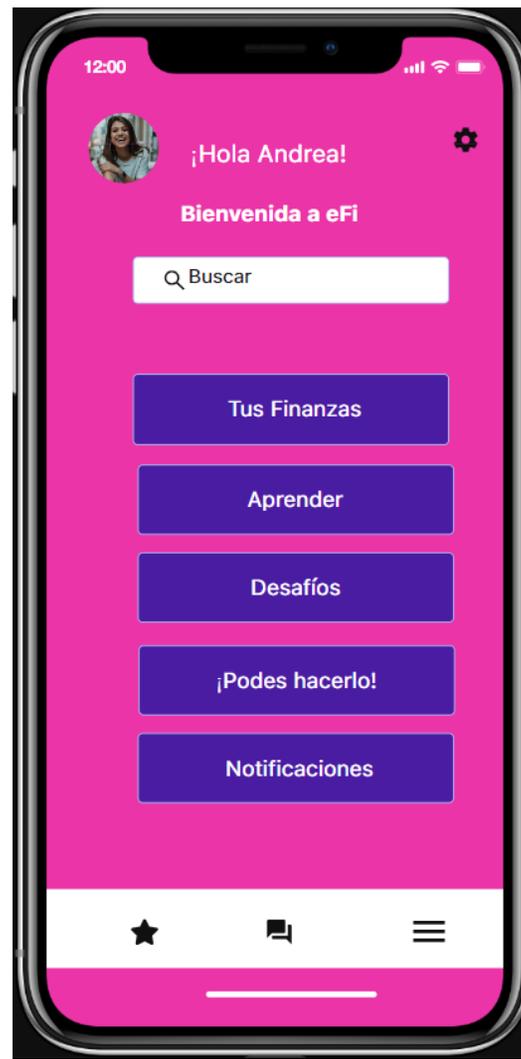
- 
- Serrano Sabogal, S. F. (2020). Los principales factores que inciden en la adquisición de un producto formal de friendsfunding o ahorro grupal por parte de la población de estratos 1, 2 y 3 en Bogotá, Colombia.
  - Vique, R. R. (2011). *Métodos para el desarrollo de aplicaciones móviles.*

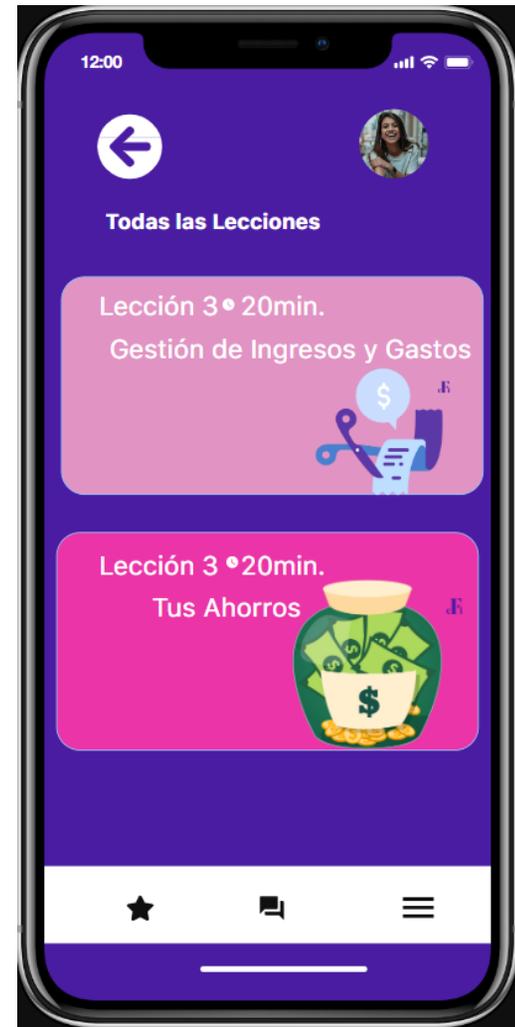
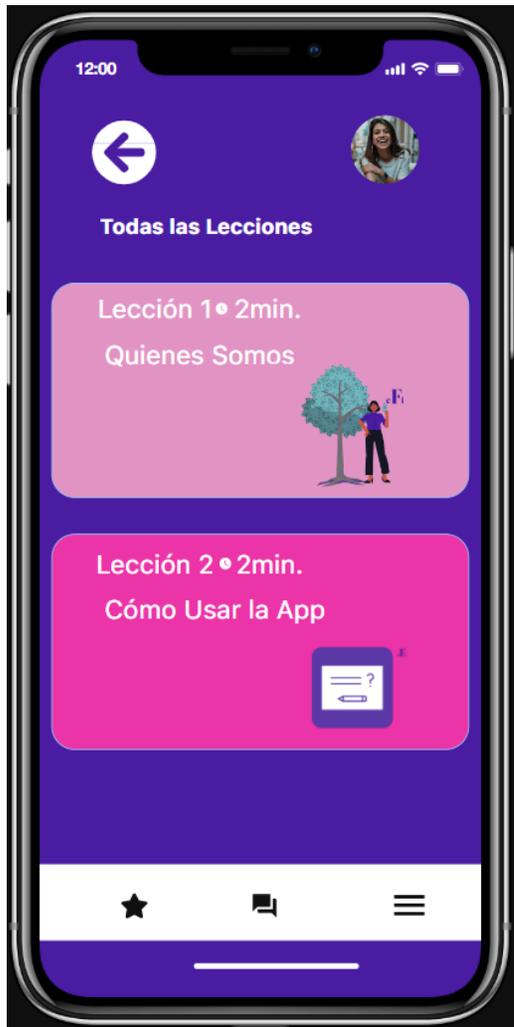


## 9. ANEXOS

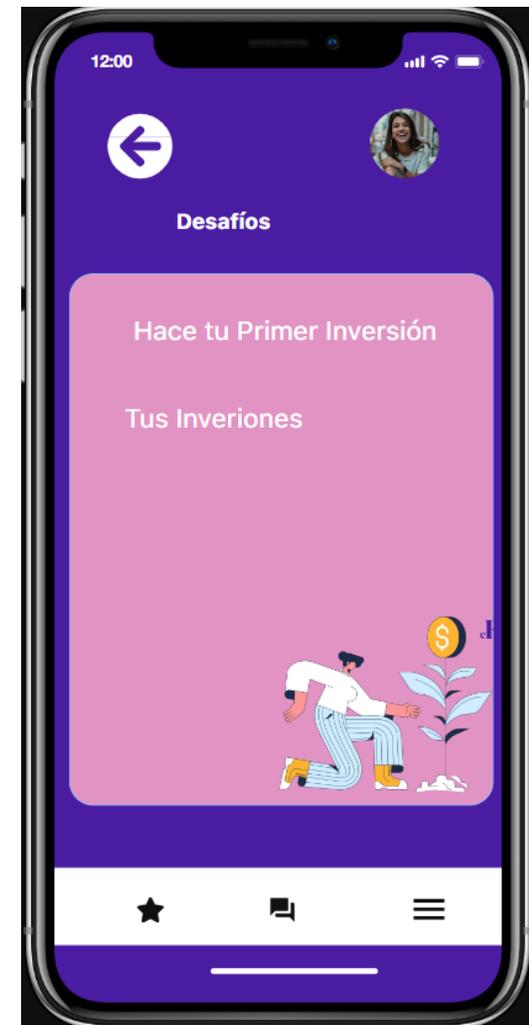
### 9.1. Anexo 1

#### Prototipo eFi











<b>Nombre del proyecto</b>	<b>“PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA MUJERES JÓVENES ENTRE 18 A 30 AÑOS, EN LA CIUDAD DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA BOLIVIA”</b>		
<b>Problemática a resolver con la iniciativa</b>	<b>Falta de educación financiera en mujeres jóvenes de 18 a 30 años.</b>		
<b>Público objetivo (describir brevemente: edad, género y contexto socioeconómico)</b>	<b>Mujeres jóvenes entre 18 a 30 años de edad en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra., mujeres de clase socioeconómica media.</b>		
<b>Competencia</b>	Entiende los beneficios de crear y seguir un presupuesto.		
<b>Duración</b>	<b>20 min</b>		
<b>Modalidad (presencial o virtual)</b>	<b>Virtual/Plataforma de eFI</b>		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Contenido</b>	<b>Estrategia didáctica</b>	<b>Evaluación</b>
Identifica los elementos de un presupuesto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos básicos</li> </ul>	Video (tipo reel de Instagram)	Responde preguntas directas de los tópicos enseñados.
Identifica sus fuentes de ingresos para conocer la importancia y el valor de las mismas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes de ingresos clasificadas</li> </ul>	Video tipo reel	Escribe en una plantilla sus fuentes de ingresos.
Identifica sus gastos para categorizarlos y registrarlos en su presupuesto personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejemplo de gastos</li> <li>• Gastos hormigas</li> </ul>	Video tipo reel.	Escribe en una plantilla sus gastos categorizados.
Realiza el registro diario de sus gastos e ingresos de manera diaria, en un formato mensual para mantenerla actualizada mensualmente. <b>Constancia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos de la estructura de costos e ingresos.</li> </ul>	Dinámica explicativa/participativa. Plantilla de excel dinámico	Completa la plantilla de google sheet de su presupuesto personal
Realiza su presupuesto financiero mensual <b>Disciplina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos de un presupuesto</li> <li>• Gestión y planificación financiera</li> </ul>	Plantilla de excel dinámico	Llena la plantilla de excel con su presupuesto mensual.



## 9.2. Anexo 2

### Plantilla para CURSO DE EDUCACIÓN FINANCIERA. : PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA: ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

Criterios de evaluación	Sí	No
La competencia se encuentra en el marco de competencias de la OCDE	x	
La competencia se describe con sus cuatro elementos (participante, acción/conducta, objeto, condiciones)	x	
La competencia cuenta con un solo verbo y ese verbo es observable y medible	x	
Los resultados de aprendizaje se describen con los cuatro elementos (participante, acción/conducta, objeto, condiciones)	x	
Los resultados de aprendizaje apoyan el desarrollo de la competencia	x	
Los contenidos apoyan el desarrollo de la competencia y los resultados de aprendizaje	x	
La estrategia didáctica promueve el aprendizaje significativo, activo y colaborativo	x	
La evidencia permite demostrar que se poseen los conocimientos, las habilidades y/o las actitudes	x	

Fuente: Elaboración propia con base al Marco de Competencias Básicas Sobre Cultura Financiera para Adultos, OECD.



