

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Estudio de mercado para la implementación de proyecto de
asesoría financiera en San Salvador de Jujuy

Ing. Lucas Javier Chumacero

Jujuy, noviembre 2018

Hazlo por ti, hazlo por ellos.

Lucas.

Índice

Índice de figuras.....	6
1 PRESENTACIÓN DEL TEMA.....	7
1.1 Resumen.....	8
1.2 Abstract.....	9
1.3 Introducción.....	10
1.4 Relevancia.....	11
1.5 Planteo del problema.....	11
1.6 Objetivo.....	12
1.6.1 General.....	12
1.6.2 Específicos.....	12
1.7 Estado del arte.....	12
1.7.1 Marco teórico.....	12
1.7.2 Antecedentes.....	15
2 INCLUSIÓN FINANCIERA.....	18
2.1 Introducción.....	19
2.1.1 La inclusión financiera (real) debe ser una política de Estado ⁷	19
3 PARTE EXPERIMENTAL.....	22
3.1 Investigación.....	23
3.1.1 Asesoría financiera.....	23
3.1.2 CNV.....	24
3.1.3 Idóneos.....	24
3.1.4 Instrumento de medición – Encuesta.....	25
3.1.5 Aspectos legales y éticos.....	30
3.2 Presentación de la información.....	30
3.2.1 Conclusión: respuestas al problema planteado.....	41
3.2.2 Opiniones.....	42
3.2.3 Conclusión.....	43
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	44
4.1 Identificación del producto.....	45
4.1.1 Análisis de la Oferta.....	45
4.1.2 Análisis de los precios.....	47
4.1.3 Producto ofrecido.....	47
4.1.4 Mercado laboral.....	49
4.2 Tamaño.....	50

4.2.1	Aplicación estadística: Teoría de la decisión	51
4.2.2	Pronóstico del proyecto	52
4.3	Localización.....	52
4.3.1	Características de la micro-localización	54
4.3.2	Instalaciones	55
4.3.3	Consideraciones edilicias	56
4.3.4	Consideraciones comerciales.....	56
4.3.5	Consideraciones medioambientales.....	57
4.3.6	Consideraciones educativas.....	57
4.4	Conclusión	57
5	ELEMENTOS DE GESTIÓN.....	58
5.1	FODA.....	60
5.2	Estrategias.....	60
5.3	Capital Humano	63
5.3.1	Organigrama	63
5.3.2	Puestos de trabajo	64
5.4	Conclusión	66
6	MANAGEMENT ESTRATÉGICO.....	67
6.1	Objetivo y expectativas.....	68
6.2	Motivaciones para el desarrollo y escenarios de operación.....	68
6.3	Ventajas competitivas	69
6.3.1	Los stakeholders y sus intereses	69
6.3.2	Características de los líderes del proyecto.....	70
6.4	Opciones de proyecto.....	70
6.5	Diagrama de Gantt	71
6.5.1	Seguimiento y control de resultados.....	71
6.6	Propósito estratégico.....	73
6.6.1	Modelo de Rentabilidad, según Slywotzky	73
6.6.2	Red de Valor, según Nalebuff & Brandenburger.	73
6.7	Otros temas	74
6.7.1	Matriz de estrategia y recursos	74
6.7.2	Paradigmas	75
6.8	Conclusión	77
6.9	Conclusión final.....	78
7	ANEXOS.....	79

7.1	Glosario.....	80
7.2	Bibliografía	82
7.2.1	Referencias	82
7.2.2	Páginas webs	82
7.2.3	Contactos establecidos.....	83
7.3	Requisitos para acreditar idoneidad en mercado de capitales.....	83
7.4	Resumen de encuestas realizadas.....	87

Índice de figuras

Figura 1. Clasificación por género	30
Figura 2. Rango etario.	31
Figura 3. Estado civil.....	31
Figura 4. Clasificación por profesión.	32
Figura 5. Tipos de actividades.	32
Figura 6. Nivel socioeconómico.	33
Figura 7. Recursos monetarios disponibles.	34
Figura 8. Diversificación de activos.	34
Figura 9. Propósito de la inversión.	35
Figura 10. Información financiera.	36
Figura 11. La bolsa y la sociedad.	37
Figura 12. Conocimiento bursátil.	37
Figura 13. Bondades de la bolsa.	38
Figura 14. Oportunidades de negocio.	38
Figura 15. Posibilidad de asesoramiento financiero.	39
Figura 16. Medición del nivel de aceptación.	40
Figura 17. Combinaciones.	41
Figura 18. Tarifas de operaciones bursátiles.	48
Figura 19. Escala salarial para enero, febrero y marzo de 2018.	50
Figura 20. Teoría de la decisión para elección de clientes.	51
Figura 21. Región NOA.	53
Figura 22. Ubicación geográfica del emprendimiento.....	53
Figura 23. Micro localización del emprendimiento.....	54
Figura 24. Localización del emprendimiento.	54
Figura 25. Layout representativo de Tradear.....	55
Figura 26. Diagrama de Gantt del emprendimiento.	71
Figura 27. Cuadro integral de mando.	72
Figura 28. Red de valor.	74
Figura 29. Matriz de estrategias y recursos	75

1 PRESENTACIÓN DEL TEMA

1.1 Resumen

El proyecto tiene como objetivo el estudio de mercado para implementar una Empresa de asesoría financiera en la provincia de Jujuy. Este trabajo realiza el estudio de mercado y plantea el problema del conocimiento financiero por parte de los profesionales de San Salvador de Jujuy en el año 2017.

Con la idea de saber qué y cuánto saben de finanzas los profesionales de San Salvador, de 25 a 65 años, se realizó una encuesta que mostró; 70% poseen ahorros o inversiones; 14% invierten en bolsa, esto en cuanto a asesoría financiera. Para formación educativa, 30% demuestra interés hacia la educación financiera y 70% de los ahorristas, al momento de tomar una decisión financiera, consultarían con un especialista. Además, se determinó que el conocimiento financiero que tienen las personas es independiente de su sexo, edad y profesión.

El servicio ofrecido se define mediante el estudio de las Empresas nacionales con servicios similares. La asesoría financiera para la administración de carteras de inversión tiene un precio de 10% sobre las ganancias (para otras operaciones se establece un cuadro tarifario); consultoría externa 500 \$/h y formación educativa 500 \$/h.persona. Se define el escalamiento para la producción; asesoría financiera (cuentas/año) y cursos de capacitación (alumnos/año), para un ciclo de 4 años y horizonte de 20 años. El negocio se enfoca en captar como clientes a pequeños ahorristas, Empresas, profesionales y estudiantes, con el objetivo de dar inclusión financiera y mejorar su calidad de vida.

El proyecto se ubicará en un inmueble existente, perteneciente a uno de los líderes del proyecto, el mismo posee atributos de cercanía al mercado consumidor, servicios básicos y entorno de influencia óptimo.

Para terminar, se presentan los principales elementos de gestión y también un diagnóstico de la idea en el entorno de implementación. Junto a esto se dan a conocer algunas herramientas del management estratégico para así justificar el proyecto.

1.2 Abstract

The project aims to study the market to implement a financial advisory company in the province of Jujuy. This work carries out the study of the market and raises the problem of financial knowledge by the professionals of San Salvador de Jujuy.

With the idea of knowing what and how much they know about finances, the professionals from San Salvador, from 25 to 65 years old, conducted a survey that showed; 70% have savings or investments; 14% invest in stock exchange, this in terms of financial advice. For education, 30% shows interest in financial education and 70% of savers, when making a financial decision, would consult with a specialist. In addition, it was determined that the financial knowledge that people have is independent of their sex, age and profession.

The service offered is defined by the study of the national companies with similar services. Financial advice for the management of investment portfolios has a price of 10% on earnings (for other operations, is established a price schedule); External consultancy \$500/h and educational training \$500/h.person. Scaling is defined for production; Financial Consultancy (accounts/year) and training courses (students/year), for a 4-year cycle and 20-year horizon. The business focuses on attracting small savers, companies, professionals and students as clients, with the aim of providing financial inclusion and improving their quality of life.

The project will be located in an existing property, belonging to one of the leaders of the project, it possesses attributes of proximity to the consumer market, basic services and environment of optimal influence.

Finally, we present the main elements of management and also a diagnosis of the idea in the implementation environment. Together with this, some strategic management tools are known to justify the project.

1.3 Introducción

Las personas reciben ingresos, derivados de su actividad laboral o de otras fuentes (por ejemplos herencias, juegos de azar, indemnizaciones, etc.) que son utilizados para comprar en un determinado periodo diferentes bienes y servicios (por ejemplo: alimentos, vestimenta, salud, viviendas, entre otras). Si estos no consumen la totalidad del ingreso, se genera un excedente denominado ahorro que puede ser destinado a adquirir distintos tipos de activos con el objetivo de aumentar las posibilidades de consumo en el futuro.

La primera elección, entonces, es mantener los ahorros como disponibilidades en efectivo, lo que informalmente se conoce como “guardar el dinero bajo el colchón”. La segunda es adquirir activos (reales o financieros) que permitan incrementar los ahorros con el tiempo, o sea invertirlos. Debe tenerse en cuenta que ambas decisiones implican riesgos: “guardar el dinero bajo el colchón” ante una situación de inflación resultará en una pérdida del poder adquisitivo, es decir, que se podrán comprar cada vez menos bienes y servicios. Si los ahorros se invierten, también deberán asumirse los riesgos inherentes a toda inversión, especialmente asociados a la pérdida de valor del activo seleccionado.

Los continuos cambios en la economía argentina, enmarcadas en un contexto inflacionario hacen que cada día personas, instituciones y Empresas tengan que enfrentarse a decisiones financieras de diverso tipo. Aquellas unidades superavitarias, con capacidad de ahorrar, algunas veces desconocen las alternativas existentes en el mercado, de acuerdo con mi experiencia.

Muchas personas, al momento de evaluar en que invertir su dinero, sienten que la decisión es compleja y que son demasiadas las variables a tener en cuenta. Esto puede llevarlos directamente a decidir no invertir, perdiendo así oportunidades que podrían hacer crecer sus ahorros. Por eso es importante conocer que existen mercados organizados con instituciones e intermediarios autorizados, preparados para ayudarlos a tomar ese tipo de decisiones.

Portales digitales señalaban en 2005 que solo el 2% de la población económicamente activa (PEA) invertía en el Mercado de Capitales, considerando que muchas cuentas de bolsa se abrieron para recibir títulos públicos como forma de pago¹. Existe un amplio consenso acerca de la necesidad de acrecentar la cantidad de participantes para que el desarrollo del mercado de capitales sea sostenido. Muy pocos inversores conocen las ventajas de diversificar sus ahorros en diferentes tipos de activos financieros, y de igual modo, muy pocas Empresas conocen las alternativas de financiamiento que el mercado pone a disposición de Empresas de distinto tamaño². Dos caras de una misma moneda, ahorro e inversión, que al encontrarse contribuyen al crecimiento del país.

Se focaliza esta carencia de conocimiento de índole educativa en aquellas personas que en mayor o menor grado contribuyen al desarrollo económico del país y que cuentan con una formación inicial (profesionales de grado) para saber si esto los acerca a las finanzas, al menos lo suficiente, para estar a una situación de ventaja con respecto a otros. También dentro de este grupo se analizará la relación que hay entre su conocimiento financiero y su situación personal, laboral, familiar, de vivienda y económica. Asimismo, se indagará para saber si esto despierta o no su interés.

Seguido a esto, y como parte del estudio de mercado, se estudian a los oferentes de distintos tipos de servicios financieros: bancos, financieras y asesores independientes. Por el otro lado, para cuantificar la demanda se considera el relevamiento realizado y se lo proyecta. Luego de identificar los productos en el mercado se diseña el producto o servicio a ofrecer y se determina su precio

1.4 Relevancia

En general, el público no especializado piensa que solo los grandes inversores y las grandes Empresas pueden participar en los mercados de capitales y recibir sus beneficios. Este trabajo intenta identificar el estado actual de una porción de la población, para luego construir un puente que haga comprensible la dinámica que encierra el mercado de capitales. Se realiza una investigación del tipo exploratorio transversal que sirve como base para estudio de mercado de posibles proyectos de carácter educativo, técnico y financiero.

Las sociedades de bolsa señalan que las cuentas abiertas pertenecen en su mayoría a hombres de 35 a 45 años, la mayoría profesionales del centro del país³. En este trabajo se indagó a profesionales de San Salvador de Jujuy, en un rango etario de 25 a 65 años, con la intención de mostrar qué saben de finanzas, acercar algunas ideas básicas que despierten su interés y tratar de conocer cuál es el mejor producto que se puede ofrecer, es decir, asesoría, capacitación y hasta formar grupos de trabajo con personas que quieran abordar la temática. La trascendencia de esta indagatoria yace en:

- la muestra de la población bajo análisis,
- el impacto que pueden producir los resultados y
- lo que se puede hacer con esta información.

A partir de esto se trazarán los principales lineamientos de la asesoría financiera, instrumentos de inversión, canales de comunicación, sistema de capacitación, etc. El costo de estos servicios se establecerá en base a la consulta a colegios de profesionales de referencia, Instituto Argentino de Mercado de Capitales y Club Argentino de Inversores.

1.5 Planteo del problema

- ¿El nivel socioeconómico de los profesionales se relaciona con el conocimiento en finanzas?
- ¿Los hombres invierten más que las mujeres? ¿Cuál es la edad promedio de los inversores?
- ¿Existe conocimiento respecto a la diversificación de las inversiones?
- ¿Las personas demuestran interés hacia la educación financiera?

Estas preguntas se respondieron a partir de un instrumento de medición que se diseñó y se aplicó a una muestra determinada. Esta investigación documental consistente y profunda da inicio al estudio de mercado del proyecto, su interpretación es fundamental para determinar el tipo, tamaño y características del servicio a ofrecer.

1.6 Objetivo

1.6.1 General

Realizar el estudio de mercado para proyecto de asesoría financiera. Esto incluye analizar la información relevada de una encuesta creada para definir las características del producto a ofrecer, teniendo en cuenta el entorno existente y cambiante.

1.6.2 Específicos

Realizar búsqueda bibliográfica: La bibliografía que se utilizó es específica de la temática, “Finanzas”, y se encuentra disponible. Además, se consultó a textos de soporte en “Estadísticas”; “Marketing”; “Gestión Empresarial” y “Recursos Humanos”.

Confeccionar el instrumento de medición para la investigación: Se realizó una encuesta cuanti-cualitativa para este proyecto de investigación mediante una herramienta de Google, conocida como “Formularios de Google”. Se probó la referida con personas ajenas a la muestra para lograr su comprensión y controlar tiempos de ejecución, es decir, calibrar el instrumento.

Análisis de los datos: Los datos relevados son procesados y analizados para poder responder al problema planteado y ofrecer resultados para el estudio de mercado.

Estudio de Mercado: Se analiza la oferta y la demanda; características y precios, para adecuar el producto a ofrecer en tiempo y forma. Se define el tamaño del negocio, en términos de unidades de producto, y se establece localización.

Gestión estratégica: Se definen los principales elementos de gestión y se justifica el proyecto.

1.7 Estado del arte

1.7.1 Marco teórico

1.7.1.1 *Mitos de película*

Mucha gente se pregunta por qué, si la Bolsa es tan buena inversión, por qué la mayoría de la gente que se conoce cree lo contrario, y de hecho la mayoría de la gente no invierte en Bolsa, ni quiere saber nada de ella.

El conocimiento o la imagen que la mayoría de la gente tiene de “algo” es la que nos dan los medios de comunicación de ese “algo”. A veces esa imagen refleja la realidad y otras veces esa imagen es contraria a la realidad, y no refleja en absoluto lo que realmente es ese “algo”.

La imagen que dan los medios de comunicación de la Bolsa es muy diferente de la realidad. Por ejemplo, nótese que, en las películas de la Bolsa todas las personas que invierten en esta es gente muy rica y muy inteligente. Con escasa frecuencia se encuentran

personas de clase media o baja que hablen de Bolsa en las películas, y las que lo hacen es para contar cómo se arruinaron o alguien que ellos conocen “por meter sus ahorros en la Bolsa”. Esto graba en el subconsciente de la mayoría de las personas que la Bolsa es sólo para gente que ya es muy rica y, además, muy inteligente, y por lo tanto cualquier persona, que no es rica e inteligente, no debe intentar invertir en la Bolsa. La mayoría de las personas se queda con la idea de que la Bolsa no es para ellos, la ven como algo muy lejano a lo que no deben acercarse, porque “no tienen nada que hacer contra las personas más ricas e inteligentes del planeta”.

La realidad es que millones de personas invierten en la Bolsa, y que la mayoría de ellas no son muy ricas, ni mucho más inteligentes que la media. De hecho, para invertir en Bolsa es infinitamente más importante la prudencia y el sentido común que la inteligencia. Una persona muy inteligente que deje de lado la prudencia y el sentido común probablemente acabará arruinándose en la Bolsa. Mientras que una persona con una inteligencia inferior a la media pero que en todo momento mantenga la prudencia y el sentido común, obtendrá muy buenos resultados invirtiendo en Bolsa, y con el tiempo elevará claramente su nivel de vida.

Otra de las imágenes habituales de las películas de la Bolsa es que los protagonistas se arruinan o se hacen mucho más ricos en plazos muy breves de tiempo, incluso con pequeños movimientos de las cotizaciones. Son imágenes muy impactantes, los protagonistas mirando cómo se mueven las cotizaciones con una gran tensión, y saltando de alegría o derrumbándose cuando, minutos después, la cotización ha subido o bajado hasta el punto en que les hace mucho más ricos o los arruina.

Cualquier persona que vea esto y hasta ese momento no se haya interesado por la Bolsa es muy probable que no quiera meter su dinero en una “cosa” que le hace cambiar la vida en unos minutos, y no se sabe si para bien o para mal, a esa gente “tan inteligente, tan rica y que sabe tanto de la Bolsa” que muestran las películas.

La inversión en Bolsa a largo plazo es más tranquila y segura que todo eso. Es verdad que hay gente que se arruina en la Bolsa, pero no son los que invierten en la Bolsa, sino los que “juegan a la Bolsa”, cometiendo graves imprudencias que antes o después los llevan a la ruina. Pero eso no es un problema de la Bolsa, sino de esas personas en concreto.

Los medios de comunicación también dan muchas veces una imagen equivocada de la Bolsa al informar sobre ella. Casi cada día la Bolsa “se hunde” o “se dispara” por cualquier cosa que pase en cualquier rincón del mundo. Como es evidente, nadie sabe lo que puede pasar en cualquier rincón del mundo dentro de 5 min y “si eso va a hacer que mis ahorros se hundan o se disparen constantemente, mejor olvidarse de la Bolsa”.

La realidad es que la Bolsa no se “hunde” ni se “dispara” un día sí y otro también. Las cotizaciones fluctúan, lógicamente, pero no pasan del cielo al infierno y del infierno al cielo cada 5 min. Es más, los inversores de largo plazo no se arruinan cuando hay un crack en la Bolsa, lo que hacen es comprar más acciones, y aumentar su rentabilidad futura. El lenguaje utilizado es muy llamativo y, cuando menos, exagera mucho la realidad, pero no describe de forma objetiva lo que sucede en la Bolsa.

Entonces, hay tanta gente que da una imagen tan distorsionada de la Bolsa y gana algo con ello. No sé si ese es el motivo que los lleva a actuar así, pero el hecho es que actuar así les reporta beneficios económicos importantes.

Una película consigue más espectadores cuanto más emoción y suspenso tenga. Si el protagonista se arruina o se hace rico en pocos minutos, es evidente que la película va a ser mucho más llamativa que si en la película aparece un inversor que vive su vida tranquilamente, y al que apenas le afectan las subidas y bajadas de la Bolsa, si acaso para incrementar su rentabilidad actuando con serenidad y prudencia, sin aspavientos.

Las películas consiguen espectadores e ingresos mostrando cosas llamativas y espectaculares, sean verdad o no. Cuando alguien hace una película sobre la Bolsa no se cree que esté pensando en que las personas que la vean inviertan mejor su dinero después de verla, sino en que vayan a ver la película y paguen la entrada. Tales casos son *El Lobo de Wall Street* y *Sin Límites*.

La prensa, en papel o en internet, vive de la publicidad. De que la gente compre periódicos, o entre en las webs y cuantas más veces, mejor.

Decir que “hoy no ha pasado nada especial, igual que ayer y antes de ayer y...” seguramente da muchos menos ingresos que decir que “hoy la Bolsa se ha hundido o disparado un 2,1% porque...”, y que “ayer la Bolsa se hundió o disparó un 1,3%”.

La Bolsa es una buena inversión a largo plazo, muy buena. Si la mayor parte de la población invierte en Bolsa, obtendrá muy buenos resultados. Cuando las personas operan en la Bolsa pueden gestionar de manera independiente su dinero.

Bases sólidas

Existe consenso en que las bases de cualquier sociedad no serán sólidas de no estar construidas sobre la cultura y educación de sus individuos miembros.

Los temas financieros, y más específicamente los bursátiles, no son la excepción a esta regla. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la educación financiera es el proceso mediante el cual tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los

diferentes productos, sus riesgos y beneficios, y a través de la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico.

La educación financiera puede realizarse tanto en el ámbito formal (escolar) como en un ámbito no formal donde la validez del conocimiento no sea más que el valor que le otorguen los individuos que la reciben a lo largo de las diferentes etapas de la vida, por ejemplo, en sus lugares de trabajo, en comunidades en los que se encuentran intereses afines, entre otros.

El objetivo de la educación financiera debe ser el de desarrollar, en los individuos, familias y Empresas, los conocimientos, capacidades y habilidades para tomar una mejor decisión en este campo. No existe nación en América Latina que, dentro de su ciclo escolar obligatorio gratuito y público, incluya alguna asignatura sobre educación financiera, a pesar de que, en la mayor parte de las decisiones que conforman la vida diaria, interviene de una u otra formas una decisión financiera y si esta es errónea y/o equivocada puede verse afectada la seguridad patrimonial personal y familiar tanto de corto como de mediano plazo⁴.

La educación financiera es, incluso, más importante a medida que el tiempo transcurre debido al acelerado crecimiento de los mercados financieros y a la existencia de productos más numerosos y más complejos.

Por lo que la educación financiera es un proceso gradual que, bien perseguido, permitirá obtener beneficios a nivel personal, familiar y social. Así la capacitación financiera será la mejor herramienta que se puede brindarles a los actuales miembros de nuestra comunidad que les permita cumplir con sus objetivos de vida.

1.7.2 Antecedentes

1.7.2.1 *En que invierten las personas y por que⁴*

En uno de sus estudios, Nielsen expresa que los comportamientos de las personas en relación con la inversión varían de acuerdo con el sexo, la edad y la etnia. Sin embargo, más allá de estas diferencias, el aumento de la inversión es un fenómeno cada vez más fuerte en todo el mundo.

A nivel global, los hombres son un 36% más activos que las mujeres en relación con la inversión. Al respecto, desde Nielsen expresaron que el público femenino es un nicho que debe ser tenido en cuenta por el mercado financiero, ya que constituye una porción cada vez más importante de la fuerza de trabajo, sobre todo en países emergentes.

Otra diferencia entre mujeres y hombres es que las primeras son un 25% más propensas a confiar en los consejos de amigos y familiares al momento de realizar elecciones financieras.

La edad es otra variable considerada en el estudio. En la mayoría de las regiones el principal grupo de inversores se puede encontrar en la franja de los 30 a los 39 años. La excepción esto se da en Asia y Medio Oriente, donde la mayoría de los inversores tienen entre 21 y 29 años, mientras que en Estados Unidos superan los 50 años.

En lo que respecta al ahorro, el reporte mostró que, en relación con el año pasado, los consumidores han aumentado sus estrategias de ahorro en todo el mundo. La mitad de los encuestados expresó estar ahorrando su dinero excedente, lo cual significa un incremento del 11% respecto a mayo de 2011. Además, cerca de un cuarto de los encuestados (23%) indicó que están invirtiendo en acciones y fondos mutuos, cuyo consumo ha aumentado año a año, un 35%.

1.7.2.2 Se estima que sólo 2% de la Población Económicamente Activa (PEA) en la Argentina invierte en acciones

Serían alrededor de 500 mil argentinos, si se ensaya cierto optimismo en el cálculo. Y muchos podrían coincidir en que no se trata de una gran cifra. Esto es porque en Brasil, el vecino país, el 40% de la PEA apuesta a las acciones, y en los Estados Unidos, por ejemplo, lo hace el 65% de la población activa. Sin duda, hay que incentivar el interés bursátil local.

Es necesario saber que la Bolsa es un medio de financiación; un puente para que las inversiones no queden solamente en plazos fijos, y un camino para la transparencia Empresarial, porque para participar es necesario estar "al día".

- El capital de las sociedades está representado en acciones. Si las Empresas son "cerradas" esas acciones quedan en manos de 2 o 3 accionistas. Pero si parte de las acciones se vuelcan a la Bolsa, esto significa que parte del capital societario se transfiere al público. De esta manera, es posible fondearse por vía externa sin la necesidad de recurrir a un préstamo bancario o a un endeudamiento privado de los accionistas.
- Además, el riesgo Empresario y también las ganancias potenciales de las Empresas se diversifican. Al apostar a las acciones, las inversiones del público no sólo quedan en plazos fijos, sino que pasan a formar parte del capital nacional, lo que es signo de incremento de confianza en el país. Esto habla de un país serio, que implica que el ahorro de la gente se direcciona hacia las Empresas nacionales y su porvenir.
- La Bolsa es también un medio que obliga a que las compañías manejen prácticas societarias transparentes donde se respeten los derechos de todos los accionistas, porque para cotizar deben estar sujetas a todas las regulaciones bursátiles.

Para operar en acciones, se debe tener una cuenta en la Sociedad de Bolsa y Caja de Valores, que es custodio de todos los títulos. Para saber cuánta gente invierte en acciones, debe saberse cuántas cuentas hay. Aproximadamente hay 3,9 millones de subcuentas en Caja de Valores (Claudio Zuchovicki, responsable del área de Mercado de Capitales de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, BCBA).

Si se considera que la mayoría abrió cuenta por haber recibido títulos públicos, por ejemplo y que otras tantas ya no tienen movimiento. Si mantenemos los mismos índices de lo que se opera en la Bolsa en bonos y en acciones, podríamos inferir que, a lo sumo, no más de 500 mil personas actualmente invierten en títulos privados.

Esta baja cantidad de inversores en Bolsa en los argentinos se relaciona con un problema de tipo educacional o cultural, pero se puede resolver rápido. Un ejemplo es

Polonia, que viene de 50 años de comunismo, donde no había propiedad privada y hoy tiene más de 200 Empresas cotizando.

La inversión en la Bolsa se relaciona con el compromiso y la educación. En Brasil, Chile, México, las Empresas del Estado cotizan. Un 80% de Petrobras está en manos del público. *El Estado tiene que entender también que la bolsa no es sólo para financiar sus títulos públicos, o sea, su déficit, sino también sus Empresas, tratando de convertir sus Empresas estatales en las conocidas Empresas mixtas*, por ejemplo, China, donde las Empresas estatales están obligadas a cotizar porque es una manera de transparentar y controlar la gestión pública.

El primer concepto en el que se falla es que las Empresas no ven al mercado de capitales como el instrumento natural de financiamiento, tal como debe ser: no hay nada mejor que una Empresa que ya sabe cuál es su plan de financiamiento. Bayer acaba de emitir un préstamo a 100 años. Polonia acaba de emitir un bono a 50 años. Eso es un mercado de capitales en el que la Empresa tiene resuelto su problema de financiamiento.

Otro punto, es que el problema se relaciona con un tema de la informalidad de la economía. Un 48% de la economía argentina es informal. Ir al mercado de capitales significa tener balances en regla. Quien audita es el inversor. Un 80% de la recaudación impositiva sale de Empresas que cotizan en Bolsa, porque no pueden evadir.

Parte del esfuerzo para promocionar la educación bursátil se orienta hacia los más jóvenes. Uno de estos proyectos lo constituye el Programa de Difusión Bursátil (Prodibur) dirigido a los docentes y a los alumnos de los dos últimos años de la escuela media o del nivel Polimodal de todo el país. El programa registró este por año un total de aproximadamente 200 escuelas y 7.000 alumnos inscriptos para participar del programa. Prodibur fue declarado de interés educativo por ocho provincias en los últimos 3 años. Lo lleva adelante el Mercado de Valores (Merval) y cuenta con el auspicio de la Caja de Valores, el Banco de Valores y la Cámara de Agentes y Sociedades de Bolsa de Buenos Aires.

Discusión:
2 INCLUSIÓN
FINANCIERA

2.1 Introducción

2.1.1 La inclusión financiera (real) debe ser una política de Estado⁷

LA EXCLUSIÓN ES UN MECANISMO PROPAGADOR DE LA DESIGUALDAD.

Se estima que en la Argentina unos 13 millones de adultos no poseen cuenta bancaria. Entre quienes la tienen, la mayoría es por cobro de subsidios.

Últimamente escuchamos hablar mucho acerca de la necesidad de promover la inclusión financiera, pero... ¿qué entendemos por inclusión financiera? ¿Es comprar Lebac?, ¿es hacer un plazo fijo?, ¿es poder comprar en cuotas?, ¿significa que los bancos tengan que ganar más?

El concepto inclusión financiera es claramente amplio, "agradable" y muy utilizado; incluso diversas medidas que tienen otro tipo de fines hoy se justifican porque promueven la inclusión financiera.

Sin embargo, resulta necesario detenernos y entender realmente a qué nos referimos cuando hablamos de inclusión financiera. En su formato más simplificado, la entendemos como el acceso generalizado (familias y Empresas) a productos financieros (pagos, tarjetas, créditos, transferencias, instrumentos de ahorro, seguros, etc.). Consecuentemente, entendemos que hay exclusión financiera cuando hay segmentos que no pueden acceder a ellos.

¿Y por qué es importante que todos puedan acceder a productos financieros? Esencialmente porque otorgan mecanismos de ahorro, reducen tiempos, brindan coberturas, permiten planificar de una mejor manera el largo plazo y son una ayuda fundamental para hacer frente a contingencias inesperadas que todo hogar o negocio enfrenta.

Por eso es crucial entender que la exclusión financiera es un mecanismo propagador de la desigualdad. Esto lo vemos, por ejemplo, cuando una Empresa grande tiene acceso a crédito más barato que una pyme, o cuando un hogar vulnerable solo puede acceder a la financiera del barrio a tasas que más que triplican las del sistema financiero.

Por eso, los productos financieros no deberían ser sólo para los sectores más acomodados.

Más aún, el acceso a servicios financieros de ahorro y crédito ayuda a los más vulnerables a salir de la pobreza y a generar herramientas para no caer en ésta. A su vez, al posibilitar la inversión en negocios y la consecuente creación de empleos, los sistemas financieros inclusivos impulsan un crecimiento económico más sostenible y socialmente equitativo que los sistemas financieros fragmentados y exclusivos.

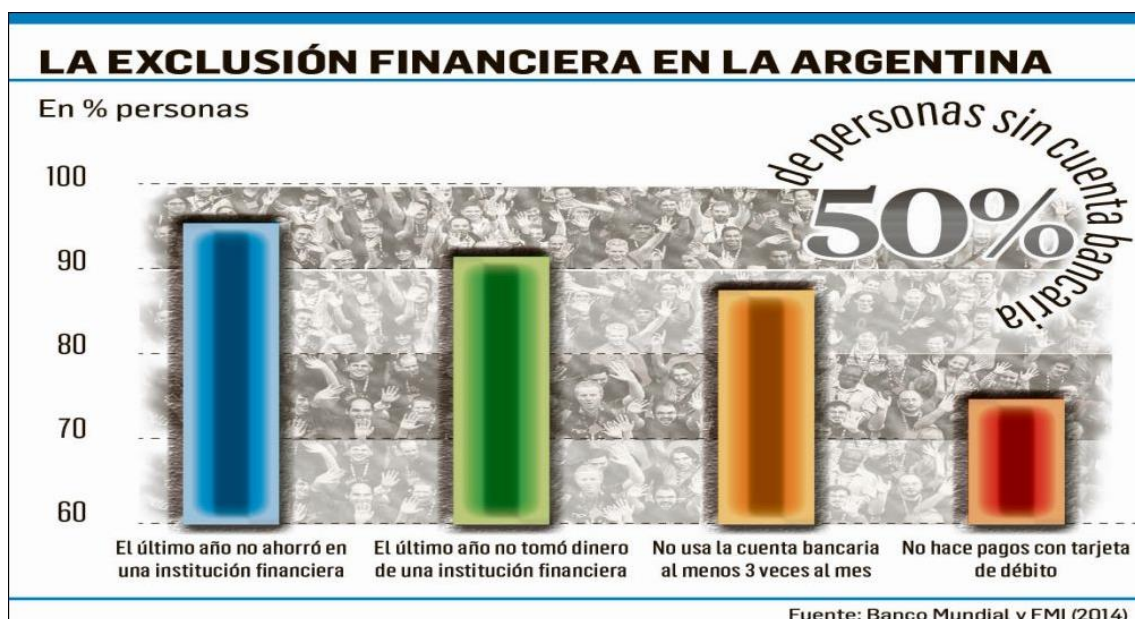
Lo cierto es que en el mundo hoy el debate está cerrado en cuanto a que la inclusión financiera es una pata central para lograr un desarrollo socialmente equilibrado. De hecho, a fines de 2015 se declaró la nueva Agenda 2030 para el desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (ODS), y en la misma se posicionó en un lugar prioritario a la inclusión financiera mencionándola en cinco de sus 17 nuevos objetivos.

La inclusión financiera es entonces para el mundo un objetivo central, ya que la exclusión financiera que todavía existe es inmensa: el Banco Mundial estima que 2.000 millones de personas (40% de los adultos del mundo) no tienen acceso a los servicios financieros básicos y necesarios para protegerse contra las dificultades e invertir en su futuro. Para peor, mientras los excluidos son sólo el 11% de los adultos en las economías de ingresos altos, dentro de la población más vulnerable (adultos con ingresos inferiores a u\$s2 al día), la misma asciende al 77%.

La Argentina, por su parte, tiene una deuda significativa en materia de inclusión financiera: en nuestro país no sólo se calcula que habría unos 13 millones de adultos que no poseen una cuenta bancaria, sino que, según reafirmó el Banco Mundial, una de cada cinco personas con cuentas bancarias en la Argentina las tiene sólo para cobrar subsidios y de éstas el 76% tiene el hábito de extraer todo apenas se ha depositado. Es importante tener presente esta caracterización y actuar en consecuencia ya que, por ejemplo, medidas bien orientadas (como la devolución del IVA a la Canasta Básica) no terminan teniendo el impacto buscado. Por estas razones es que en su momento abogamos por un mecanismo de transición en dicho régimen.

Pero dicho hábito no se limita únicamente a los receptores de planes sociales y subsidios: en el país el 80% de los empleados registrados que reciben sus haberes en una cuenta bancaria retiran la totalidad de sus salarios al momento de ser acreditados. El país debe avanzar en profundizar múltiples dimensiones de la inclusión financiera, lo cual implica indefectiblemente trabajar paralelamente en el sector ya bancarizado.

Todo esto no implica que en los últimos años no se hayan realizado importantes avances, como por ejemplo con el lanzamiento de cajas de ahorro simplificadas y tarjetas de débito sin costo, la autorización para la apertura de cajas de ahorro, cuentas corrientes y tarjetas de crédito a menores de 18 o la creación del ALIAS asociados al CBU, entre otros.



Sin embargo, para una real inclusión financiera se necesita más que medidas aisladas: es menester una hoja de ruta clara, con objetivos precisos y detalle de los medios para conseguirlos. Y más importante aún, que esa hoja de ruta sea un mapa que trascienda

las gestiones, y que no pueda ser vulnerado por las marchas y contramarchas que caracterizaron el último medio siglo del país; es decir, que sea una política de Estado.

Otros países ya emprendieron este camino: desde 2010 más de 55 países han firmado compromisos relacionados con la inclusión financiera y más de 30 han implementado o están elaborando una estrategia nacional de inclusión financiera. Estudios internacionales señalan que el impacto aumenta cuando un país adopta una estrategia nacional de inclusión financiera. En la región, a octubre de 2015, países como México (2007), Brasil (2011), Colombia (2014), Ecuador (2013), Haití (2014), Paraguay (2014) y Perú (2015) ya han implementado estos compromisos.

Necesitamos entonces que la Argentina desarrolle una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) propia, y compromiso a largo plazo con ella como una pata más para el camino de desarrollo inclusivo que debemos transitar.

Contar con una política explícita situará el tema de inclusión financiera en el mismo nivel de importancia que otras prioridades de la política pública, lo que permitirá tener mayores avances en una inclusión financiera responsable.

Porque, finalmente, es crucial que tomemos dimensión de que para avanzar hacia la equidad que aspiramos necesitamos que el sistema financiero sea inclusivo. No nos sirve un sistema financiero en el cual los que más necesitan de mecanismos de ahorro o de microcrédito enfrentan numerosas "barreras de entrada" (requisitos, formalidades, garantías) y terminan siendo expulsados a otro tipo de mecanismos más caros e inseguros, alimentando todavía más la inequidad de origen.

De hecho, y ejemplificando, el acceso a productos financieros resultaría en un gran beneficio para los vecinos residentes en asentamientos o villas: el acceso a tarjetas de débito y crédito les permitiría suavizar consumo y acceder a descuentos (principalmente en alimentos) tan comunes para estratos superiores (como ocurrió recientemente con el 50% del Banco Provincia o en su momento con el Plan Ahora 12/18); facilitarles el acceso a préstamos personales sin tasas usureras impulsaría sus micro emprendimientos productivos; la posibilidad de contar con cajas de ahorro les permitiría resguardar sus ingresos del delito o la infortuna; el acceso a medios de transferencias y seguros les facilitaría asistir y ser asistidos por familiares en momentos de crisis.

En otras palabras, el punto de partida en materia de inclusión financiera es el consenso de que el sistema financiero debe dejar de ser un esquema mediante el cual "siempre ganan los mismos" para pasar a ser uno de los motores del desarrollo equitativo que aspiramos.

En definitiva, la Argentina necesita del compromiso y el consenso de todos sus actores para transitar en los próximos años, sin desvíos, un camino delineado y consistente hacia la real inclusión financiera, que abarque a toda la población pero que tenga un mayor énfasis en incluir a los que hoy están excluidos. Fomentar una inclusión financiera integral y responsable que mejore las condiciones de vida de la población y promueva que todos los argentinos, sin distinción alguna, sean partícipes de los beneficios que genera el sistema financiero es imperativo para la equidad y el desarrollo económico y social sostenible.

Investigación:
3 PARTE
EXPERIMENTAL

3.1 Investigación

3.1.1 Asesoría financiera

La asesoría financiera es un servicio que presta un asesor financiero que puede ayudarte en las decisiones que debas tomar en materia de finanzas, con el objetivo de que puedas rentabilizar cada vez más tus recursos financieros.

*La finalidad de la **asesoría financiera** es:*

- Poder evaluar tu estado financiero.
- Poder fijar metas financieras y personales.
- Desarrollar un plan coherente y realista para que puedas llevar a cabo tus metas financieras.
- Poner en marcha tu plan de acción y realizar el seguimiento correspondiente.

Tal vez te preguntes si necesitas contar con los servicios de un asesor financiero, es bueno entonces que te preguntes a ti mismo si tienes experiencia en ese campo, si deseas planear eficientemente tu capital y delegar determinados aspectos de tus finanzas.

Si respondes afirmativamente seguramente estés necesitando los servicios de un asesor financiero, quien posea una visión objetiva y que pueda aislar las emociones de las decisiones de inversión. Otros de los motivos por el cual puedes estar necesitando de un **asesor financiero** son:

- Saber de qué manera puedes ahorrar lo suficiente para tu jubilación.
- Manejar una herencia o algún otro dinero inesperado.
- Prepararte para contraer matrimonio o divorciarte.
- Planear para el nacimiento o la adopción de una niña o niño.
- Enfrentar crisis financieras.
- Cuidar a tus padres ancianos.
- Progresar económicamente.
- Ahorrar para la educación de tus hijos.

Para escoger un asesor financiero por lo menos debes entrevistar a tres personas que cumplan con ese requisito para de esa manera seleccionar el más apropiado.

Recuerda que el asesor financiero es un profesional que te ayudará a descubrir cuáles son tus necesidades financieras en donde analizará tu historial pasado, presente y

futuro en materia financiera, considerando tu edad, patrimonio, condición impositiva, situación profesional y familiar, entre otros aspectos.

Una vez que haya analizado tu perfil de riesgo y tus necesidades financieras, te planteará las recomendaciones de inversión y te brindará el asesoramiento que corresponda.

3.1.2 CNV

La Comisión Nacional de Valores (CNV) es una entidad autárquica con jurisdicción en toda la República. La CNV fue creada por la Ley de Oferta Pública N° 17.811 y actualmente el marco normativo que rige su funcionamiento está dado por la Ley N° 26.831 y su objetivo es otorgar la oferta pública velando por la transparencia de los mercados de valores y la correcta formación de precios en los mismos, así como la protección de los inversores.

La acción de la CNV se proyecta sobre las sociedades que emiten títulos valores para ser colocados de forma pública, sobre los mercados secundarios de títulos valores y sobre los intermediarios en dichos mercados.

La acción de la CNV también se proyecta sobre la oferta pública de contratos a término, de futuros y opciones, sobre sus mercados y cámaras de compensación, y sobre sus intermediarios.

3.1.3 Idóneos

Conforme con la Ley 26.831, Artículo 1° - Sección I – Capítulo V – Título XII – Normas (N.T. 2013), se ha establecido la obligación de acreditar idoneidad ante la Comisión de todas las personas que desarrollen la venta, promoción o prestación de cualquier tipo de asesoramiento o actividad que implique el contacto con el público inversor, en todas sus categorías de agentes, con el objetivo de proteger y generar confianza al inversor minoritario. Con la creación del Registro de Programas para Acreditación de Idoneidad, la Comisión Nacional de Valores (CNV) dispone de un espacio para recepcionar y evaluar los contenidos técnicos y éticos de las propuestas de programas de acreditación de idoneidad presentadas, con el fin de establecer o no su aprobación como tales. De esta manera, el Registro en cuestión establecerá cuáles son los programas que cuentan con todos los contenidos necesarios para capacitar adecuadamente a los aspirantes como Agentes del Mercado.

Los Agentes tendrán una importante responsabilidad a la hora de promocionar, estimular y sugerir una cartera de instrumentos financieros al inversor minoritario. En

este sentido la CNV, a través del mencionado Registro, se propone garantizar una oferta amplia, diversificada y territorialmente equitativa de Programas de Acreditación de Idoneidad; de forma tal que los Agentes acreditados estén óptimamente preparados para brindar más y mejores alternativas de inversión al público en general.

3.1.4 Instrumento de medición – Encuesta

Se define utilizar una encuesta como instrumento de medición del conocimiento en finanzas en profesionales de San Salvador de Jujuy. Esta se divide en tres grupos de investigación, a partir de esto, surgen las preguntas que relevaron la información requerida.

- Datos personales: situación familiar, laboral, de vivienda y financiera.
- Medida del conocimiento bursátil;
- Devolución y demostración del interés personal.

La plataforma utilizada es Google que ofrece construir una encuesta, recibir la respuesta en tiempo real vía e-mail y a partir de esto hacer estadísticas utilizando el resumen de Google y también realizando la exportación de datos a un libro Excel.

La encuesta tiene la siguiente estructura. Cuenta con 18 preguntas en total, de las cuales, 13 son de opción única, 3 de opción múltiple y 2 de respuesta en párrafo. Este documento releva información del tipo cuantitativo en 16 preguntas y las restantes son del tipo cualitativo. El tiempo de ejecución es de aproximadamente 12 min, para su versión digital y de 15 min para la física.

Como se mencionó anteriormente los individuos para el análisis fueron personas profesionales de 25 a 65 años, de la localidad de San Salvador de Jujuy – Jujuy – Argentina. La muestra tomada es de 81 personas, para un tiempo de ejecución aproximado de 2 meses, y se finalizó en agosto cuando se superó la cantidad de participantes fijada. El tamaño de la muestra fue definido en base a consulta a expertos (Mg. Alicia Bassani).

22/02/2017

Finanzas personales ●●

Finanzas personales ●●

En el marco de la tesis de posgrado MBA (Maestría en Administración de Empresas), de la Universidad Católica de Salta, se realiza este trabajo de investigación, a cargo del Ing. Lucas Javier Chumacero. El objetivo es determinar con que profundidad los profesionales, de 25 a 65 años de edad, de San Salvador de Jujuy, conocen de finanzas. Tal vez no las reconozcamos, pero las decisiones financieras se presentan a diario. Esta encuesta te llevará 12 minutos, pero al finalizar puede sorprenderte. ¡Vamos!

*Obligatorio

1. Dirección de correo electrónico *

2. ¿Cuál es tu sexo? *

Será importante para la clasificación final.
Marca solo un óvalo.

- Mujer.
 Hombre.

3. ¿En qué rango de edad estás? *

Será importante para la clasificación final.
Marca solo un óvalo.

- De 25 a 35 años.
 De 35 a 45 años.
 De 45 a 55 años.
 De 55 a 65 años.

4. ¿Tu estado civil? *

Será importante para la clasificación final.
Marca solo un óvalo.

- Soltero sin hijos.
 Soltero con hijos
 Casado sin hijos.
 Casado con hijos.

5. ¿A qué te dedicas? Profesional en... *

Será importante para la clasificación final.
Marca solo un óvalo.

- Ciencias de la Salud.
 Ciencias Económicas.
 Ciencias Sociales.
 Ciencias de la Educación.
 Ciencias Naturales y Exactas.

2/19/2017

Finanzas personales ●●

6. Tu actividad es en... *

Será importante para la clasificación final.
 Marca solo un óvalo.

- Sector Privado.
- Administración Pública.
- Trabajador Independiente.

7. En qué tipo de casa vives ... *

Será importante para la clasificación final.
 Marca solo un óvalo.

- Propia.
- Propia, aún la estoy pagando.
- Alquiler por el momento.
- Casa de familiares.

8. ¿Tenes ahorros o Inversiones? *

Ahorros dinerarios en todas sus formas, Inmuebles, etc., susceptibles de cuantificar.
 Marca solo un óvalo.

- No.
- Más de \$10.000.
- Más de \$50.000.
- Más de \$100.000.

9. ¿En qué estás acostumbrado a Invertir? *

Alternativas que utilizaste ahora o alguna vez. Podes elegir más de una opción.
 Selecciona todos los que correspondan.

- Nada.
- Plazo fijo.
- Inmuebles.
- Dólares.
- Empredimientos propios y de terceros.
- Otros (acciones, bonos, lebacks, etc.).

10. ¿Qué esperas de tus Inversiones? *

En referencia a ganancias y pérdidas en un contexto Inflacionario.
 Marca solo un óvalo.

- Que no pierdan valor.
- Que conserven su valor frente a la inflación.
- Que generen ganancias.

22/02/2017

Finanzas personales ●●

11. Sabías que en 2016.. *

Todas las opciones son verdaderas, ¿Pero de cuáles estabas al tanto?. Fuente: bcra.gov.ar
 Selecciona todos los que correspondan.

- La inflación anual fue del +40,3%.
- Luego de levantar el cepo, el dolar se valorizó +40,1%.
- Los plazos fijos a 30 días llegaron a pagar +28,0% (anual).
- Los Inmuebles se apreciaron +24,0%.
- Acciones Argentinas, como YPF, ganaron +73,6%.
- Letras del Banco Central (Lebacs) a 35 días llegaron a pagar +38,0% (anual).

12. Sabías que sólo el 2% de la población invierte en acciones... ¿por qué será? *

Considerando a la población económicamente activa, esto es menos de un millón de personas.
 Fuente: profesional.com
 Marca solo un óvalo.

- Desconocimiento.
- Miedo.
- Falta de interés.
- Información Inaccesible.

13. ¿Cómo describirías tus conocimientos en inversiones? *

Apelando a la honestidad.
 Marca solo un óvalo.

- Nulos.
- Limitados, con esto es suficiente.
- Buenos, pero acepto el desafío.
- Muy buenos, las oportunidades vienen a mí.

14. ¿Para vos qué es el Mercado de Valores, también llamada "La Bolsa"? *

Lo que se te ocurra, lo que hayas escuchado, todas las respuestas son bien recibidas.

15. Además, ¿Qué te sugiere la frase... "Cayó La Bolsa"? *

En la TV suelen decir, bajó el Merval (MERCado de VALores).

22/9/2017

Finanzas personales 00

16. Sabías que en "La Bolsa" puedes... *

Demurrando míos.

Selecciona todos los que correspondan.

- Abrir tu cuenta solo presentando tu recibo de sueldo y servicio público.
- Ingresar y operar online con un fondo inicial mínimo de \$10.000 y salir cuando lo desees (liquidez).
- Comprar dólares (es posible que hayas escuchado hablar del "dólar bolsa").
- Invertir en Lebacs (son instrumentos similares al plazo fijo, incluso pagan más).
- No sabía nada de esto.

17. Enfoques, si tendrías \$100.000. ¿Qué harías? *

Podes hacer el ejemplo con el número que quieras, por ejemplo \$1.000.000.

¡Marca solo un óvalo.

- Lo guardo debajo del colchón, sin importar las oportunidades.
- Invierto en inmuebles, esto es lo único que no pierde valor.
- Continúo con la compra-venta de dólares, siempre es un buen negocio.
- Invierto en la bolsa, el rendimiento en acciones y bonos es muy atractivo.

18. A la hora de tomar una decisión financiera... ¿Con quién consultarías? *

En base a un nuevo escenario de conocimiento.

¡Marca solo un óvalo.

- Sólo.
- Familiares y amigos.
- Personas especializadas.

19. BONUS TRACK: ¿Cuál es el mejor momento para comenzar a aprender finanzas? *

Una cuestión de tiempo. Gracias por tu dedicación, lo aprecio mucho.

¡Marca solo un óvalo.

- Voy hacieme un tiempo para esto.
- Podría pedirle a alguien que lo haga por mí.
- ¡Puedo vivir de esto, es genial!
- No me interesa.

Recibir una copia de mis respuestas

Con la tecnología de
 Google Forms

3.1.5 Aspectos legales y éticos

Este trabajo de investigación es posible de realizar, ya que no pasa por alto ningún aspecto legal ni de ética profesional. Su fuente de información es una encuesta, donde los datos provienen de los propios encuestados, sin apelar a ninguna otra fuente. Las preguntas realizadas son de carácter personal y de acuerdo con el formato de la encuesta tienen la obligación de ser respondidas una por una para poder ser relevada la encuesta como tal. Si al menos una de las preguntas no es respondida no es posible enviar el documento al emisor. Para cuidar la información proporcionada no se dan a conocer nombres y apellidos, ni tampoco direcciones físicas ni electrónicas de los participantes en la encuesta.

3.2 Presentación de la información

En el marco de la tesis de posgrado MBA (Maestría en Administración de Empresas), de la Universidad Católica de Salta, se realiza este trabajo de investigación, a cargo del Ing. Lucas Javier Chumacero. El objetivo es determinar con qué profundidad los profesionales, de 25 a 65 años, de San Salvador de Jujuy, conocen de finanzas en el año 2017. Tal vez no las reconozcamos, pero las decisiones financieras se presentan a diario.

En lo que sigue se presentan los resultados obtenidos ordenados en gráficos de torta y barras, para cada una de las preguntas de la encuesta. Al final de esta sección se encuentra el resultado de este análisis.

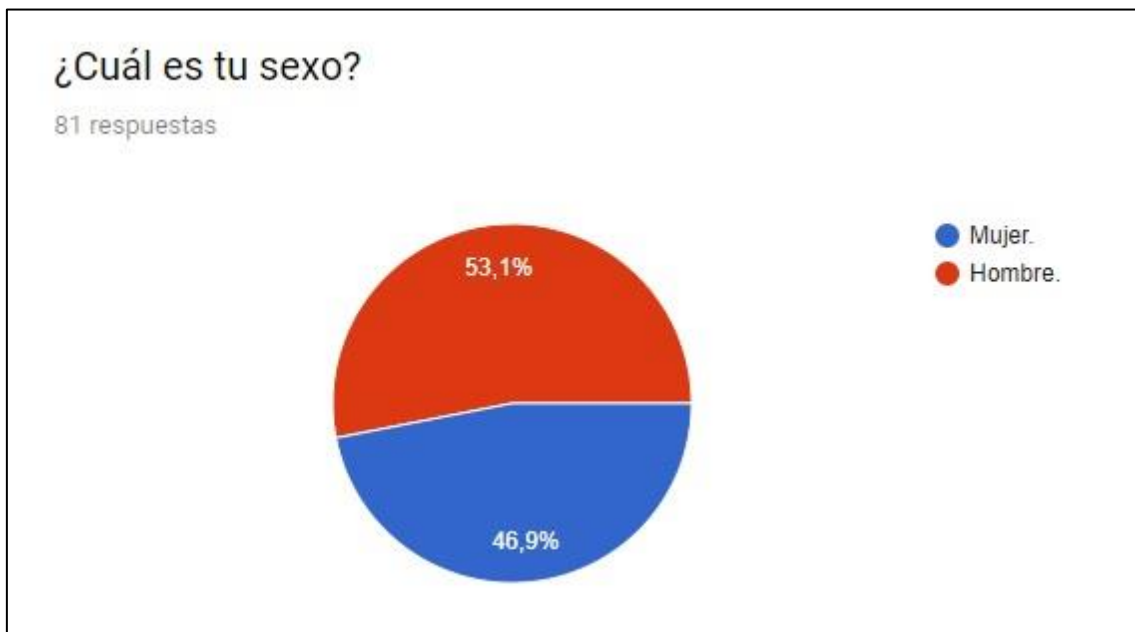


Figura 1. Clasificación por género

En el relevamiento se buscó relevar aproximadamente la misma cantidad de personas de cada sexo. Para un total de 81 encuestados, se tiene 43 hombres y 38 mujeres, como puede verse en la Figura 1, con el objeto de que esto no sea una variable que afecte el estudio y provoque polarización.

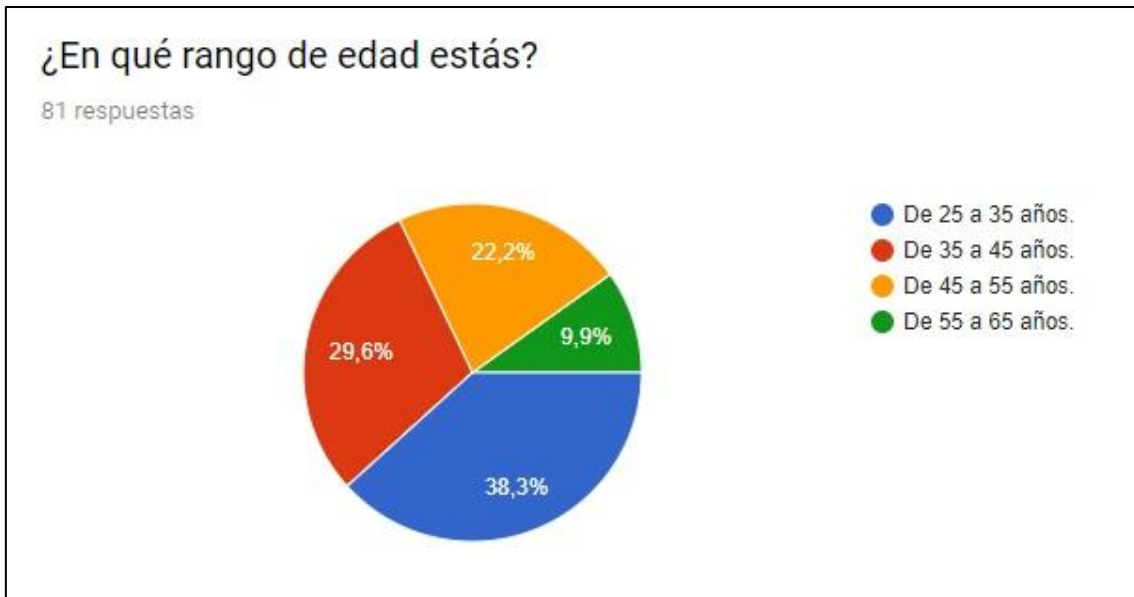


Figura 2. Rango etario.

Los rangos de edad definidos tienen que ver con el periodo en que las personas se encuentran laboralmente activas. Casi un 68% de los participantes pertenecen a los rangos más bajos de edad, esto debido al entorno profesional del cual es parte el encuestador. Sin embargo, se intentó contar con personas de cada rubro, como se muestra en la Figura 2.

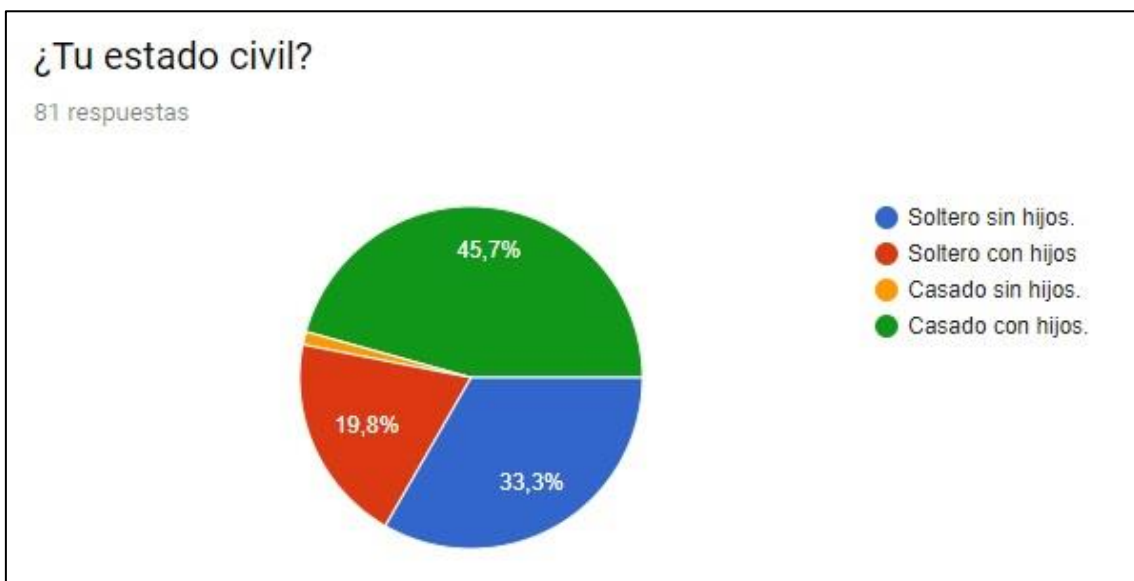


Figura 3. Estado civil

El análisis de la situación familiar de los participantes tiene que ver con su capacidad de ahorrar o invertir, como así también su disponibilidad de tiempo para la actividad financiera en sus distintas facetas; estudio y operación. La Figura 3 muestra que 65,5 % de los participantes son padres. Al mismo tiempo se quiere conocer si los solteros sin hijos, que en teoría tienen mayores disponibilidades, poseen o pueden tener algún tipo de ventaja sobre el resto en la incorporación de nuevos conocimientos, como, por

ejemplo, la educación financiera. Principalmente haciendo hincapié en los millennials, personas que por sus características no tienen hijos hasta después de los 30 años, por lo que se sabe dedican su juventud a estudiar y a viajar.

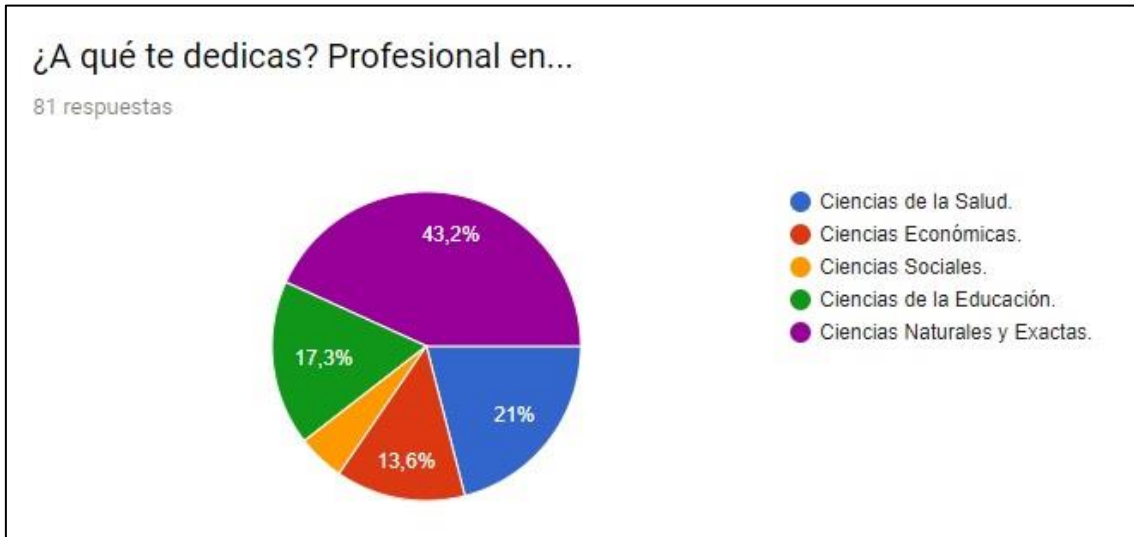


Figura 4. Clasificación por profesión.

Las distintas especialidades que tienen las personas pueden de primera marcar una cercanía a las finanzas más que otras. Es de esperarse que los profesionales en ciencias económicas tengan ese acercamiento, pero en lo que a mi experiencia se refiere son más los dedicados a las ciencias naturales y exactas los que toman la iniciativa y buscan educarse financieramente. Esto se presentará más adelante, cuando se enfrenten las profesiones con los activos financieros de preferencia.

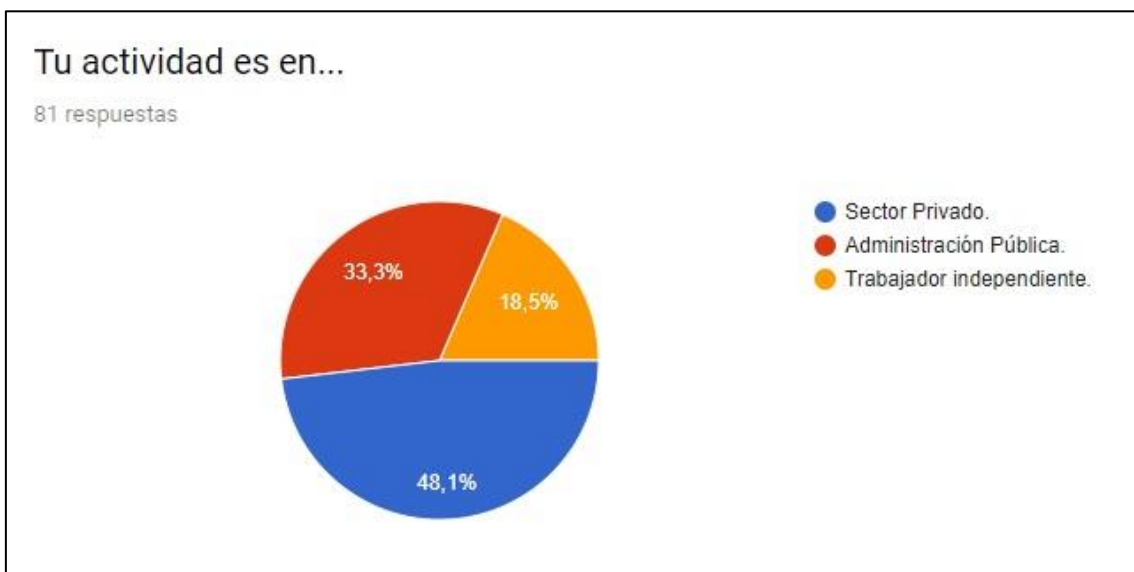


Figura 5. Tipos de actividades.

Esta pregunta tiene que ver si el tipo de actividad se relaciona o no con la posibilidad de acercarse a otro tipo de entorno educativo, cultural y social. Se espera que las personas que se relacionan con distintas áreas o con personas de diferente formación, en ese roce surja la inquietud de querer saber un poco más. También, aquellos que por su forma de trabajar son una especie de trotamundos, la experiencia despierte el interés por lo nuevo, lo diferente, en comparación con los que se perpetúan en una actividad. Entonces, aquí se toma a la educación financiera como algo innovador, al menos en esta parte del país. Además, si la persona trabaja en el sector privado su empresa debería estar cotizando en bolsa y por lo tanto tener conocimiento de bolsa e incluso poseer acciones ella.

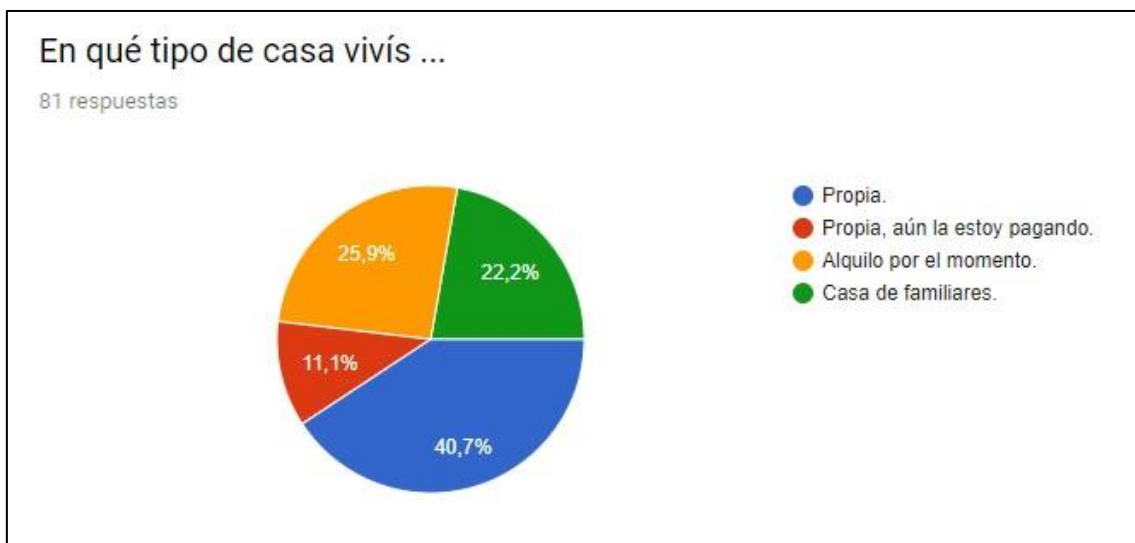


Figura 6. Nivel socioeconómico.

Esta pregunta está asociada al nivel de endeudamiento en el que incurren las personas. Esto determina la capacidad de ahorro e inversión, pero también, si no se maneja bien se pueden contraer obligaciones poco convenientes.

El 40 % posee casa propia (Figura 6), entonces, podría poseer un menor nivel de endeudamiento que el resto y por lo tanto se los catalogaría como ahorristas o inversores, es decir, clientes de este proyecto.

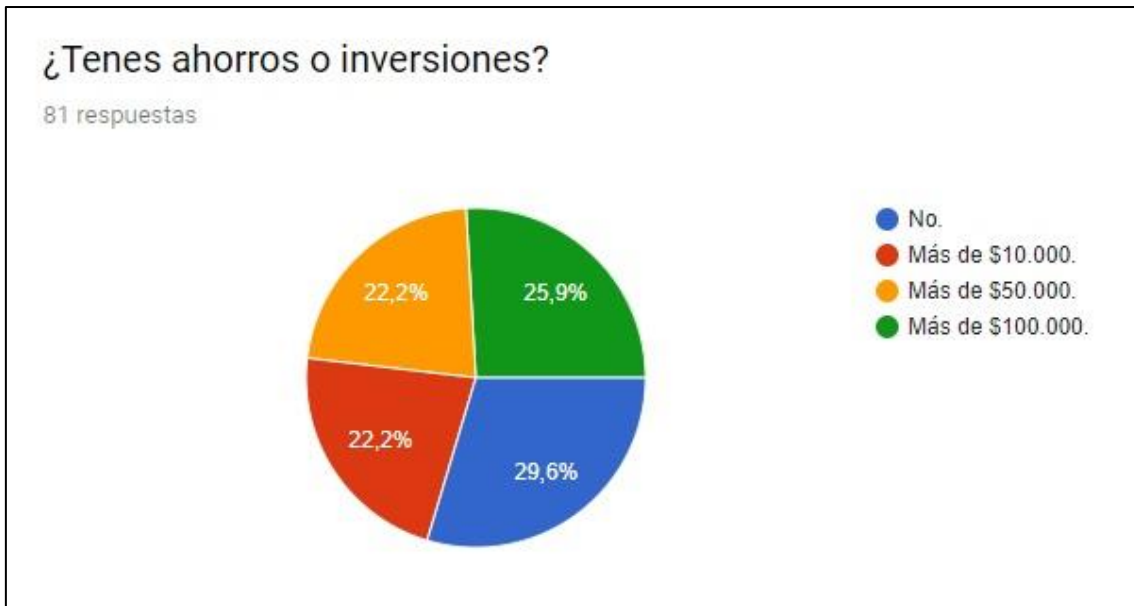


Figura 7. Recursos monetarios disponibles.

En la Figura 7 puede verse que 70,4 % de los consultados poseen ahorros en distinta cuantía. Será importante saber que fin tienen estos, es decir, en que se invierten; dolares, plazo fijo, acciones, etc. Además, asociado a cada nivel de ahorro existirá una alternativa que tenga que ver con esto y el perfil del inversor.

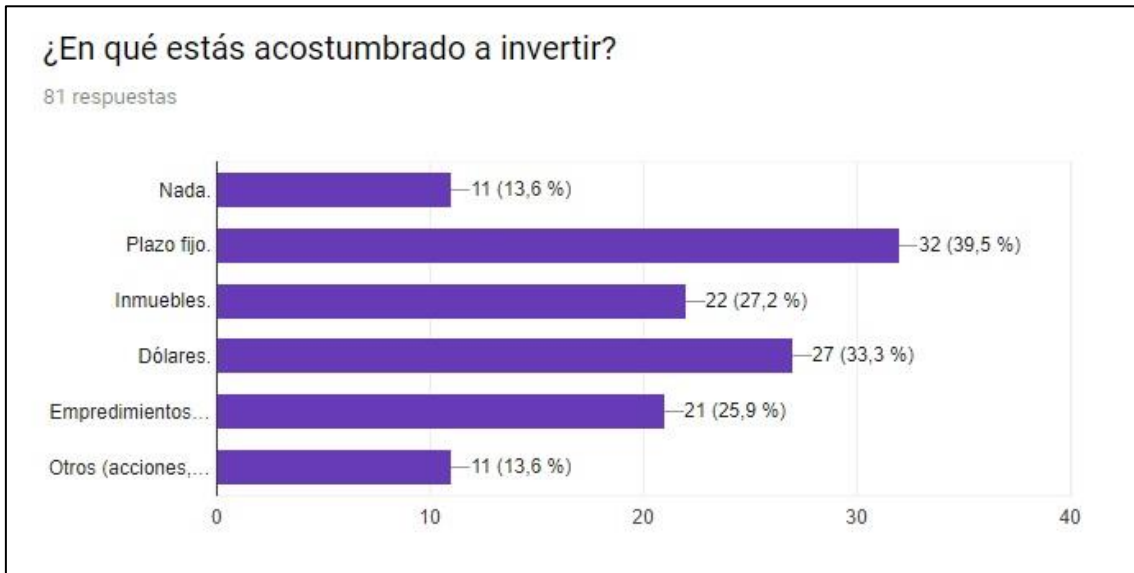


Figura 8. Diversificación de activos.

Saber en que invierte la gente es como conocer de que está compuesta su alimentación diaria, como para dar un ejemplo. Existen instrumentos clásicos como la compra de divisas extranjeras (dólares, euros) y el popular plazo fijo, otros optan por invertir en proyectos propios y de terceros. Menos conocido es el mercado de valores y de la Figura 8, se puede ver que sólo un 13,6% de la muestra busca esta alternativa de inversión. La pregunta es ¿por qué? En un país con una inflación que oscila entre el 20-

40 % anual, ofrecer a los bancos nuestros excedentes de dinero a una tasa que es inferior a la referida suena algo extraño, pero sucede. Es así, y de acuerdo con este estudio aproximadamente el 40% de las personas encuestadas lo hace. ¿Qué sería interesante? El desarrollo de nuevos proyectos con la consecutiva creación de Empresas y puestos de trabajo, que demanden capitales para financiar sus proyectos de inversión para ampliación, por ejemplo. Estos capitales son aportados por pequeños ahorristas en un mercado de capitales que crece asociado a las Empresas y estos tienen mejores alternativas para su dinero.

Sería interesante que aquellas personas que invierten en plazo fijo inclinen la balanza hacia la versión bolsita de estos, “las lebacks”. Esto se logra con conocimiento y confianza, a través de la seguridad que proporciona la educación financiera.

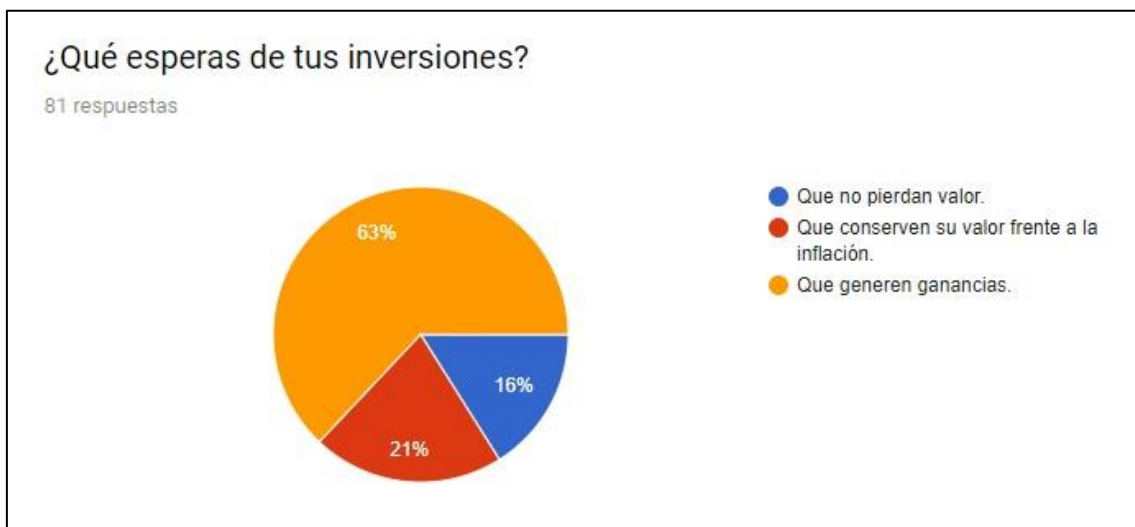


Figura 9. Propósito de la inversión.

En la Figura 9 se puede ver que la minoría (16%) esperan que sus inversiones no pierdan valor, esto es un comportamiento conservador y tímido. El perfil de estas personas se conoce como:

Perfil Conservador

El inversor muy conservador necesita una cartera de inversión de escaso o nulo riesgo para conseguir una importante estabilidad en sus inversiones sin requerir un (potencial) aumento en el valor de sus inversiones.

Perfil Moderado

Aquellas personas que buscan hacer frente a la inflación (21%), hacen parecer que conocen que quieren de sus inversiones, pero no desean someterse a riesgos que no conocen o pueden controlar.

El inversor moderado es un inversor a largo plazo que no busca con su cartera de inversión conseguir ingresos corrientes, pero si requiere un modesto (potencial) aumento en el valor de sus inversiones. El inversor tolera alguna volatilidad, pero busca afrontar un menor riesgo que al que se expondría si estuviera invertido en el mercado de renta variable en su conjunto.

Perfil Agresivo

Sin embargo, la mayoría de los encuestados (63%) tienen otra perspectiva de sus ahorros, estos esperan un rendimiento mayor que supere a la inflación anual. Para lograr esto, el mercado donde se invierta debe ser bien conocido o los riesgos a tolerar muy altos.

El inversor agresivo es un inversor a largo plazo que no busca con su cartera de inversión conseguir ingresos corrientes, pero requiere un sustancial (potencial) aumento en el valor de sus inversiones. El inversor tolera una cantidad importante de volatilidad año a año en el valor de su cartera con el objeto de conservar la posibilidad de grandes retornos a largo plazo.

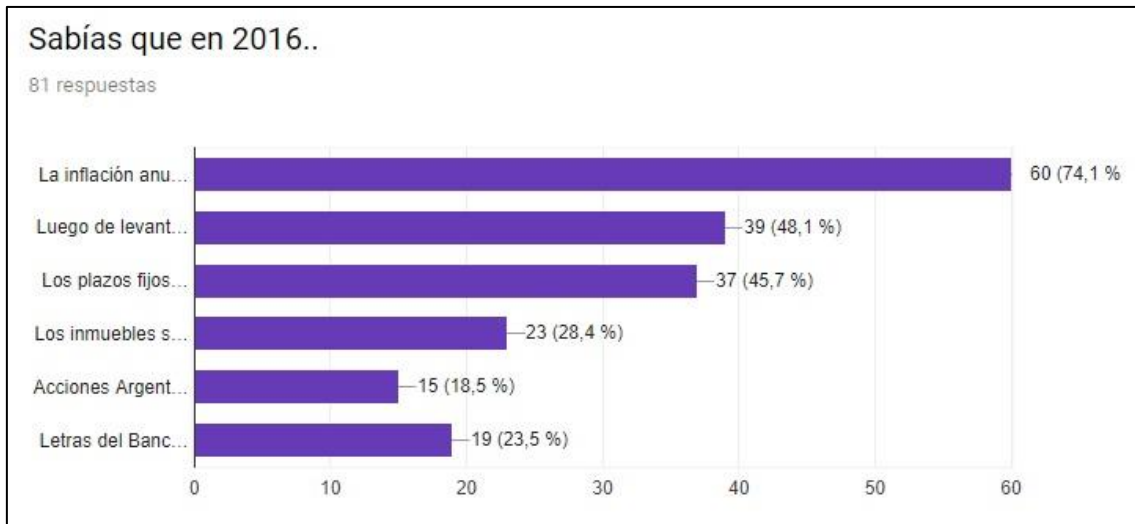


Figura 10. Información financiera.

En la Figura 10 se muestra el rendimiento en 2016 de los principales instrumentos financieros e indicadores económicos (Fuente: BCRA).

- La inflación anual fue del +40,3%.
- Luego de levantar el cepo, el dólar se valorizó +40,1%.
- Los plazos fijos a 30 días llegaron a pagar +28,0% (anual).
- Los inmuebles se apreciaron +24,0%.
- Acciones Argentinas, como YPF, ganaron +73,6%.
- Letras del Banco Central (Lebacs) a 35 días llegaron a pagar +38,0% (anual).

A partir de esta información, claramente se ve que las personas manejan algunos datos microeconómicos, como la inflación, algo que está de moda en Argentina. Junto a esto, aparecen cuestiones como el cepo cambiario, el valor de la divisa norteamericana y el depósito en plazos fijos. Hasta aquí es conocimiento básico que puede tenerse, pero nada distinguiría a un profesional de una persona común. Si a esto le sumamos el mercado inmobiliario se puede llevar a decir que se trata de un individuo que conoce de negocios, pero que no necesariamente tiene título de grado. Por otro lado, se puede ver que menos del 25% de los encuestados conocen instrumentos alternativos de inversión (acciones, lebacs), es decir, la diversificación de sus activos es limitada y desconocida, perdiéndose muchas veces excelentes oportunidades.



Figura 11. La bolsa y la sociedad.

Esta torta (Figura 11), es quizás la de mayor valor o la que puede provocar preocupación, según el punto de vista. El tema es que más del 70% de las personas atribuye la no inversión en otros activos financieros, como las acciones, debido al desconocimiento. El restante 30% se completa por cuestiones como “Miedo; Falta de interés; Información inaccesible”. En resumen, lo que aquí gusta es que 92,6% puede considerarse como un mercado por nacer, ya que exceptuando a los no interesados 7,4%, el resto se puede describir como potenciales clientes.



Figura 12. Conocimiento bursátil.

En función de la información provista en la Figura 11, y apelando a la sinceridad, se obtiene un relevamiento de conocimiento financiero básico en la Figura 12. Se demuestra que aproximadamente el 60% cree que no los tiene o que desean adquirirlos, esto son las porciones azules y naranja de la torta. Nuevamente, se está en presencia de un mercado a explotar.

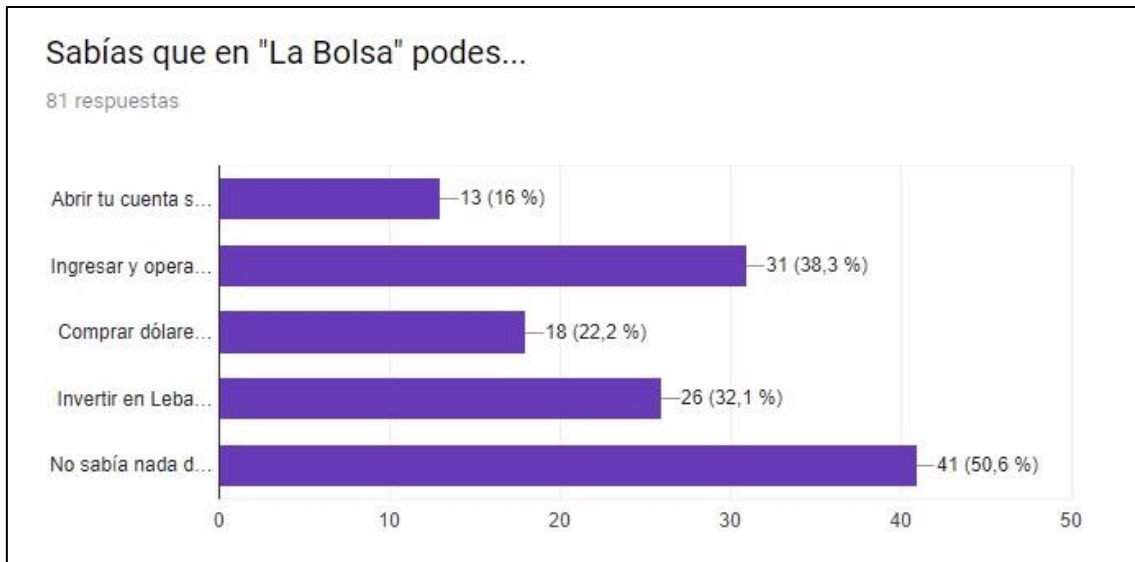


Figura 13. Bondades de la bolsa.

La Figura 13 proporciona información primaria de lo que se puede realizar en una sociedad de bolsa, desde la creación de una cuenta hasta algunas típicas operaciones, como la suscripción de lebac, y más,

- Abrir tu cuenta solo presentando tu recibo de sueldo y servicio público.
- Ingresar y operar online con un fondo inicial mínimo de \$10.000 y salir cuando lo desees (liquidez).
- Comprar dólares (es posible que hayas escuchado hablar del "dólar bolsa").
- Invertir en Lebac (son instrumentos similares al plazo fijo, incluso pagan más).

Con la opción de elegir que el encuestado no conoce nada de esto. Aquí se pone de manifiesto que, aunque el 50% manifiesta no conocer nada acerca del tema, los restantes conocen, al menos, algunos de los puntos presentados.



Figura 14. Oportunidades de negocio.

Con esta pregunta se intentó ver si con la información presentada pudo persuadirse a los entrevistados:

- La respuesta es, si al 32,1%, que los ubicaría como futuros clientes. Esto rompe con el 2% de inversionistas en acciones que se presentó anteriormente.
- El complemento 67,9%, inversores tradicionales (ahorristas en dólares e inmuebles), son el mercado a intervenir.
- Es importante reconocer que ninguno considera guardar su dinero y no intentar alguna alternativa de inversión.

Hasta aquí se ve que las personas quieren invertir, el tema es cómo, cuánto, dónde, cuándo y con quién. Para responder la última incógnita es la pregunta que sigue.



Figura 15. Posibilidad de asesoramiento financiero.

Las Figura 15 y Figura 16 son el estudio del mercado proveedor de servicio en primera persona.

Primero, importante parece ser que el desconocimiento de la temática crea un mundo donde solamente algunos elegidos pueden tomar decisiones financieras y estaríamos dispuestos a pagar por ellas, 77,8% lo creen así. Esto es un indicador que haría pensar que hay un mercado por descubrir, y así lo es, pero solo en una primera etapa, porque luego esta porción naranja debería transformarse en azul. Es decir, para sencillas operaciones bursátiles las personas deberían valerse por sí mismos.



Figura 16. Medición del nivel de aceptación.

Segundo, las personas, 71,6%, piensan en capacitarse; 11,1% buscan asesoría directa; 12,3% lo ven como alternativa laboral y el 5% no presentan interés. Esta información es muy similar a la Figura 11, respecto a las personas que no demuestran atracción hacia las finanzas, por lo que es una pregunta refuerzo.

Tercero, a partir de esto se cruzará la información para recabar aún más, es decir, para identificar claramente el cliente, sus necesidades y el mercado con su oferta.

3.2.1 Conclusión: respuestas al problema planteado

¿El nivel socioeconómico de los profesionales se relaciona con el conocimiento en finanzas? El nivel socioeconómico de los profesionales sí se relaciona con su conocimiento financiero, esto puede verse en la Figura 17.

Combinaciones pares	Ahorristas de 25 a 45 años.	Ahorristas del rubro Ciencias Naturales y Exactas.	Ahorristas que invertirían en la Bolsa.	Ahorristas que consultarían a Especialistas para tomar decisiones financieras.
	67%	47,4%	36,8%	84,2%
Combinaciones pares	Ahorristas que tienen hijos.	Ahorristas del Sector Privado.	Ahorristas que poseen casa propia.	Ahorristas que invierten en activos tradicionales.
	68,4%	52,6%	38,6%	86,0%
Combinaciones triples	Ahorristas de 25 a 45 años que invertirían en la Bolsa.	Ahorristas con hijos que tienen resuelta su vivienda.	Ahorristas con casa propia que no invierten en la bolsa.	Ahorristas de 25 a 45 años que consultarían a Especialistas para tomar decisiones financieras.
	26%	33%	33%	56%
Combinaciones cuádruples	Ahorristas de 25 a 45 años, que trabajan en el Sector Privado, que consultarían a Especialistas para tomar decisiones financieras.			
	33%			

Figura 17. Combinaciones.

Si se relacionan las actividades de las personas con el tipo de inversión preferida se puede decir que:

- La mayoría tiene ahorros o inversiones, no importa aquí el tipo de profesión a la que se dedique.
- En lo que a cartera de inversión “no tradicional” se refiere, se tienen resultados preocupantes: los profesionales de la rama educación y ciencias sociales no están familiarizados con lebac, bonos y acciones. Apenas un porcentaje menor, aproximadamente 18%, operan con estos y son inversores que pertenecen a la salud, ciencias económicas, ciencias naturales y exactas.

Por lo tanto, los datos muestran que el conocimiento o desconocimiento financiero no distingue profesión, ofreciendo un atractivo campo para trabajar con inversores en activos financieros de otra especie.

	Ciencias Económicas	Ciencias de la educación	Ciencias de la Salud	Ciencias naturales y exactas	Ciencias Sociales
Total (personas)	11	14	17	35	4
Inversores	100%	76%	82%	91%	75%
Lebac, acciones y bonos.	18%	0%	14%	22%	0%

¿Los hombres invierten más que las mujeres? ¿Cuál es la edad promedio de los inversores? De acuerdo con la información relevada en la encuesta, tanto hombres como mujeres tienen ahorros o inversiones. Sin embargo, luego del contacto con Gerente de operaciones de Invertir Online (IOL), se conoce que los hombres de 35 a 45 años son la mayoría.

20/07/2016 09:32:43 a.m. Lucas, gracias por tu contacto.
Te respondo las cosas que puedo por temas de confidencialidad:
1. En IOL llevamos abiertas más de 30.000 cuentas comitentes.
2. La mayoría de los clientes tienen entre 35 y 45 años
3. La mayoría de los clientes son hombres

¿Existe conocimiento respecto a la diversificación de las inversiones? Sólo un 14% de los encuestados conocen activos financieros distintos a los tradicionales. Esto quiere decir que se invierte habitualmente en plazo fijo, dólares, inmuebles y emprendimientos, dejando de lado lebacks, bonos, acciones, etc.

¿Las personas demuestran interés hacia la educación financiera? La encuesta en una de sus preguntas “¿Cómo describirías tus conocimientos en inversiones?”, la respuesta que nos señala el interés hacia la educación financiera marca un 31% del total. Este valor es bajo y debe tomarse como un punto de partida para el proyecto educativo, pero es las últimas dos preguntas... Al momento de tomar una decisión financiera 77% de los encuestados consultarían a un experto y la falta de interés hacia la temática se redujo al 5%, es posible creer que la intención aprender finanzas existe.

3.2.2 Opiniones

Dentro de la encuesta realizada se solicita a las personas dar su opinión respecto a dos preguntas:

Se ha podido recolectar información valiosa que marca a veces conocimiento y otras no. Pero también se han recibido respuestas sorprendidas, con términos duros y difíciles para la política-económica argentina. En lo que sigue se presenta el top 10 de cada una.

¿Para vos qué es el Mercado de Valores, también llamada "La Bolsa"?

- Mercado Donde se cotizan las acciones de Empresas multinacionales y nacionales.
- Un lugar donde invertir.
- La bolsa de valores en una institución privada en la cual se fijan valores de bonos o acciones teniendo en cuenta características variables de mercado.
- *No tengo idea.*
- Se valorizan las acciones de las Empresas - Se establece el índice Merval.

- *Apostar* de manera personal o tercerizada a determinadas acciones (partes) de una Empresa esperando a recibir ganancias en relación con el capital invertido.
- Es la institución en donde se realiza compra y venta de activos tales como, acciones, bonos, etc.
- Es un mercado donde se comercializan acciones de las Empresas que cotizan en bolsa. Existen distintos mercados de valores como Merval, BOVESPA, NASDAQ, etc.
- Empresas privadas o el Gobierno ponen a disposición de terceros acciones (cuota-partes) de su Empresa o de bonos (Estado) para ser adquiridas.
- *Timba financiera*. No estoy de acuerdo éticamente con los manejos actuales.

Además, ¿Qué te sugiere la frase..."Cayó La Bolsa"?

- Quiere decir que bajo el precio y uno tiene que estar atento siempre al momento adecuado para comprar o vender.
- Qué ocurrió algo que devaluó lo que se venía trabajando o no hay fondos.
- Me sugiere una disminución abrupta del precio de los valores.
- Cuando los inversionistas se vuelcan a vender por diferentes razones, esta venta de acciones hace perder el valor de las mismas ya que se incrementa la oferta y se reduce considerablemente la demanda.
- La bolsa cae cuando hay una recesión económica y a la vez si la misma pierde esto significa que no solo los inversionistas perderán dinero sino también las Empresas, empleados, familias.
- *El país pierde credibilidad.*
- *Devaluación en la economía.*
- Que se devalúan los precios de las acciones de Empresas.
- Que bajó el MerVal.
- *No sé.*

3.2.3 Conclusión

Luego de este fragmento, se está en condiciones de aseverar que hay un mercado por trabajar, debido a la existencia de ahorristas, inversores y emprendedores, que en su mayoría desconoce la inversión en el mercado de capitales; sus riesgos y beneficios. Por lo que se recomienda trabajar tanto en asesoramiento financiero como en un sistema de capacitación, debido a que los encuestados han mostrado alto interés por aprender.

Desarrollo:
4 ESTUDIO DE
MERCADO

4.1 Identificación del producto

Se realizó consulta permanente a Empresas, grupos de interés e institutos relacionados con la temática a fin de establecer las bases del producto-servicio a ofrecer y definir sus precios, por ejemplo; Invertir Online (IOL); Empresa de Soluciones Financieras (SOLFIN); Club Argentino de Inversores (CAI); Banco Macro e Instituto Argentino de Mercado de Capitales (IAMC).

4.1.1 Análisis de la Oferta

Invertir Online (IOL): un intermediario formal (regulado por la autoridad competente) que “intermedia” entre el inversor y el Mercado con los fines de que el inversor pueda utilizar diversos instrumentos financieros para ahorrar e invertir sus fondos.

- **Asesoramiento profesional:** Disponga de la información y herramientas financieras de invertirOnline, y adecúelos a sus preferencias. Reciba asesoramiento financiero personalizado mediante nuestro equipo de asesores profesionales que lo asistirán en todo momento para que Ud. tome sus decisiones con toda la información que necesita.
- **Educación:** Los Cursos de InvertirOnline Academy brindan bases conceptuales sólidas, que acompañadas de conocimientos prácticos permiten a los participantes aprender a invertir en los mercados financieros a nivel global, con los más diversos instrumentos. Conozca nuestro calendario de Cursos e inscribáse al que mejor se adecúe a Ud., por ejemplo; aprenda a invertir en bolsa, análisis fundamental, análisis técnico, operación intradiaria, opciones financieras, etc. Todos los cursos tienen modalidad presencial, online en vivo y on demand.
- **Seguridad y respaldo:** La seguridad de nuestro sistema online es el pilar fundamental de nuestros servicios financieros. Es imprescindible que Ud. sienta que sus operaciones son seguras y que realmente lo sean. InvertirOnline.com opera bajo el estricto control y supervisión de los principales entes financieros en cada país en que opera (Mercado de Valores, Comisión Nacional de Valores, UIF, otros).

Soluciones financieras (SOLFIN): Es una compañía que se dedica al asesoramiento y a la administración de fondos de inversores particulares y corporativos en activos con oferta pública, valor, management confiables y sólidos estados contables. Es Agente de Liquidación y Compensación y Agente de Negociación Propio Registrado ante la CNV bajo el número 100,

- A través de nuestra ALyC Y AN cuenta con acceso a todas las operaciones que se concentran en la Bolsa de Comercio y que cuentan con la auditoria del Mercado de Valores. Entre ellas se destacan la compra / venta de acciones, bonos, obligaciones negociables, opciones, cauciones, pases y préstamos.
- Para aquellas Empresas o inversores que necesiten operar en el mercado de futuros y opciones, contamos con acceso al ROFEX.

- A través de SOLFIN y de acuerdo con la normativa local también se pueden operar en mercados altamente desarrollados como el NYSE, Nasdaq y AMEX.
- En el ámbito corporativo, se trabaja junto a las Empresas para acceder a través del Mercado de Valores de Buenos Aires a las fuentes de financiación más convenientes a cada compañía (negociación de cheques de pago diferido y fideicomisos).

Soluciones Financieras “SOLFIN” es una Empresa que tiene declarada su misión, visión y valores, asimismo da a conocer su cuadro tarifario desde el primer momento. Todos sus miembros son presentados en la página web y se encuentran registrados en la nómina de idóneos en sus distintos alcances.

BANCO MACRO: A través de su agente de liquidación y compensación y agente de negociación, se tiene la posibilidad de realizar todas las operaciones del Mercado Bursátil, con el asesoramiento del equipo de profesionales en mercados e inversiones con seguridad y respaldo.

- Compraventa de: títulos públicos, acciones, obligaciones negociables, CEDEARs, FCI, opciones, índices, tasas.
- Colocación de dinero a través del Sistema Bursátil Argentino: pesos y/o dólares, pases y/o cauciones.
- Opciones y futuros: Compraventa, lanzamientos cubiertos, índices bursátiles.
- Tipo de cambio: Futuros: mayorista (DOMAY), minorista (INDOL).
- CCF (Certificado de Crédito Fiscal). Custodia: servicio de custodia de títulos valores.
- Valuación e Información del Mercado de Capitales.

Asesores independientes: En la web existe un grupo, sólo formalizado por Facebook, que nuclea a muchos aficionados a las operaciones bursátiles y otras que trabajan de manera profesional. Este es conocido como “CAI, Club Argentino de Inversores”. A diario se comparte información financiera y que hace las veces de foro, también, los traders muestran sus análisis y ofrecen servicios de asesoramiento. Por ejemplo, uno de los más conocidos: Tritango Traders: Análisis de mercado profesional, alertas de mercado, productor del mercado de valores, opciones financieras, cursos bursátiles. Cada vez que este trader ofrece cursos presenciales se agotan los cupos. Sus posteos son respetados y en el ambiente muchos seguimos sus recomendaciones.

Asesores locales: no existe en la web servicio similar a los anteriores. Lo único que se encontró fueron Empresas financieras que otorgan prestamos de dinero. Se contactó con Sr. Federico Vallejo de la plataforma Norte Grande que realiza asesoramiento financiero a Empresa, tales como oferta pública. Por último, se encuentra en la web un asesor de dudosa procedencia que maneja criptomonedas.

4.1.1.1 Análisis de la demanda

Los factores que afectan la cantidad demandada son inflación, nivel socio económico e impositivo, información y globalización.

De acuerdo con la encuesta realizada aproximadamente 14% de los profesionales encuestados están acostumbrados a invertir en bolsa y 32% podría hacerlo por primera vez. Sin embargo, se vio que el principal interés está en la formación educativa.

Observación: no se tuvo acceso a bases de datos especializados como bancos o sociedades de bolsa.

4.1.2 Análisis de los precios

IOL: ofrece operar en su plataforma con las comisiones más competitivas del mercado, según su volumen operado. El precio va más allá de las comisiones, cuenta con:

- Apertura de cuenta en forma gratuita.
- Costo de mantenimiento de cuenta bonificado, al realizar como mínimo una operación al mes.
- Research y análisis exclusivos para tomar decisiones eficientes.
- Servicio de asesoramiento financiero personalizado.
- Atención telefónica y personalizada en nuestras oficinas.
- Cotizaciones online en tiempo real.

Es uno de los operadores más grandes de Latinoamérica, con comisiones de aproximadamente 1%, debido a la enorme cantidad de carteras que administra. El servicio que brinda sirve como referencia para el proyecto.

En lo que a cursos se refiere, los precios en función de la modalidad de dictado son los siguientes:

- 960 \$/h.persona, presencial. 780 \$/h.persona, online/on demand.

SOLFIN Y OTROS: realiza la administración de portafolios con comisiones del 10% sobre la ganancia neta. Esto se repite para el caso de los asesores independientes, pareciera estar establecido este cuadro arancelario aceptado por los inversionistas.

Los asesores independientes de bolsa también realizan cursos de todo tipo, con un costo de:

- 500 \$/h.persona, para cualquier modalidad.

4.1.3 Producto ofrecido

Asesoría financiera: de acuerdo con lo presentado y la experiencia previa, los clientes valoran en la asesoría financiera; los resultados obtenidos, la rapidez en la operación y su seguridad, por sobre las comisiones. El servicio de consultoría será por todos los medios de comunicación, principalmente telefónicamente y en la oficina de la Empresa. La asesoría contempla el armado, administración y custodia de portafolios de inversión; recomendaciones de compra y venta de acciones y bonos; lanzamiento de opciones; suscripción de lebacks, nobacs, cauciones, etc. Esto con el objetivo que nuestros clientes maximicen el retorno de sus inversiones con un riesgo conocido y puedan contar con otras herramientas para hacer frente a entornos económicos cambiantes.

El precio sugerido para la asesoría es de 500 \$/h y para la administración de carteras de inversión, 10% sobre las ganancias al momento de liquidar.

Para otras operaciones bursátiles se establece un cuadro arancelario (Figura 18), de acuerdo con el volumen mensual operado. Por ejemplo, compra venta de acciones, bonos, suscripción de lebac, etc.

		Volumen operado Mensual			
		SILVER	GOLD	PLATINUM	BLACK
INSTRUMENTOS	Desde	\$0	\$ 400.001	\$ 3.000.001	\$ 50.000.001
	Hasta	\$ 400.000	\$3.000.000	\$ 50.000.000	-
Acciones, Bonos y CEDEARs, Opciones	Variable	0,70%	0,50%	0,30%	0,10%
Lebac, Fideicomisos, Letes, Caución, ONs y Cheques	Variable	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%
Suscripción primaria de Títulos y de Acciones (OPI)		1%	1%	1%	1%
FCIs		-	-	-	-

Figura 18. Tarifas de operaciones bursátiles.

Sistema de capacitación: de las encuestas presentadas se evidencia un alto interés por el tema, ya sea para aprender lo básico, administrar carteras y vivir de esto. El servicio de formación estará destinado al público en general, Empresas y organismos del estado, de modo tal que nuestros clientes conozcan las alternativas que ofrece el mercado bursátil y puedan tomar decisiones.

Curso 0 Mis Finanzas Personales

Curso 1 Introducción a la inversión financiera en el Mercado Argentino

Curso 2 Psicología del inversor financiero

Curso 3 Estrategias de Inversión Financiera en el Mercado Argentino

Curso 4 Introducción al mercado de valores de EE. UU

Curso 5 Introducción al Bitcoin y Criptomonedas

Curso 6 Planificación Financiera

El precio establecido para la formación es de, 500 \$/h.persona, para cualquier modalidad. Cursos presenciales se dictarán en la Empresa, pero también en el sitio donde se lo requiera. Asimismo, estará opción de formarse a distancia o consultar a la plataforma cuando el cliente lo precise (on demand).

La Empresa tiene la ambición de poder dictar carreras cortas, tipo tecnicaturas, avaladas por el Ministerio de Educación, con el objetivo que la educación financiera sea considerada básica en los ciclos escolares, por lo que se ofrecerá la siguiente propuesta académica:

- **Operador de bolsa.** 2 años (12 créditos). Al final de la carrera el graduado será de capaz de diseñar, operar y optimizar carteras de inversión. Tendrá la habilidad de establecer parámetros de rendimiento y factores de riesgo en sus portafolios. Podrá integrar estos a los principales mercados internacionales. Será capaz de realizar operaciones bursátiles con riesgo acotado, midiendo resultados y respetando la psicología del trader.

Canales de comunicación: Se está convencido que la educación financiera debe ser incorporada en la currícula escolar y se le dará este tratamiento para favorecer a la inclusión de las personas. En el capítulo de gestión se presentarán estrategias de tangibilización, marketing y relaciones públicas. Una de las principales características del proyecto es tener presencia y contacto directo con los clientes, con el objetivo de generar confianzas y seguridad en el servicio.

A partir de la definición del producto ofrecido, se crea la sociedad de acciones simplificadas “TRADEAR S.A.S.”. La Empresa tiene carácter privado, para su incorporación el alumno debe matricularse, rendir un examen de nivelación y acreditar cuotas mensuales de pago.

4.1.4 Mercado laboral

Con respecto a las personas que cubrirían los puestos de trabajo en este proyecto, los de mayor calificación son los operadores de bolsa. Ya que estos deber poseer, por política de la Tradear, título de Idóneo en Mercado de Capitales. De acuerdo con el registro de idóneos de la CNV, en la provincia de Jujuy, estos se encuentran trabajando en los bancos comerciales. Por otro lado, se han identificado del CAI aficionados que, luego de un entrenamiento, podrían acceder a la certificación referida. Esto estrá a cargo de uno de los líderes del proyecto, que posee esta acreditación.

Las personas que participan en la Empresa estarán en convenio colectivo de trabajo de Empleados de Comercio, a través de la Cámara Argentina de Compañías Financieras.

MAESTRANZA	BÁSICO ENERO	BÁSICO FEBRERO	BÁSICO MARZO
"A"	\$ 18.237,63	\$ 18.536,59	\$ 18.835,56
"B"	\$ 18.323,61	\$ 18.623,99	\$ 18.924,37
"C"	\$ 18.651,86	\$ 18.957,62	\$ 19.263,38

AUXILIAR	BÁSICO ENERO	BÁSICO FEBRERO	BÁSICO MARZO
"A"	\$ 18.668,64	\$ 18.974,68	\$ 19.280,72
"B"	\$ 18.912,92	\$ 19.222,96	\$ 19.533,00
"C"	\$ 19.681,95	\$ 20.004,60	\$ 20.327,25

AUX. ESPEC.	BÁSICO ENERO	BÁSICO FEBRERO	BÁSICO MARZO
"A"	\$ 18.927,97	\$ 19.238,26	\$ 19.548,55
"B"	\$ 19.359,84	\$ 19.677,21	\$ 19.994,58

ADMINISTRATIVO	BÁSICO ENERO	BÁSICO FEBRERO	BÁSICO MARZO
"A"	\$ 18.582,20	\$ 18.886,82	\$ 19.191,44
"B"	\$ 18.703,30	\$ 19.009,91	\$ 19.316,52
"C"	\$ 18.988,20	\$ 19.299,48	\$ 19.610,76
"D"	\$ 19.188,89	\$ 19.503,46	\$ 19.818,03
"E"	\$ 19.601,43	\$ 19.922,76	\$ 20.244,09
"F"	\$ 20.138,10	\$ 20.468,23	\$ 20.798,36

Figura 19. Escala salarial para enero, febrero y marzo de 2018

Fuente: www.seclaplata.org.ar, fecha de consulta abril 2018.

4.2 Tamaño

Tradear es una compañía de servicios financieros que contribuye a identificar problemas y solucionarlos de manera eficiente, para satisfacer las necesidades de todos sus clientes.

PROBLEMA	NECESIDAD
Deficiencias en el rendimiento de ahorros.	Eficiencia, diversificación.
Déficit en la inclusión financiera.	Mejorar sistemas de capacitación y participación. Desarrollar acceso a instrumentos financieros.
Sistemas de comunicación obsoletos.	Nuevos canales de comunicación.
Bajo nivel educativo.	Desarrollo de competencias.

4.2.1 Aplicación estadística: Teoría de la decisión

En la Figura 20 puede verse un árbol de decisión para la elección de posibles clientes, de acuerdo con una serie de preguntas de un proyecto de investigación. Las preguntas que siguen son un extracto de la encuesta, aquí se consideró la posibilidad de que estas sean dicotómicas.

Pregunta A, ¿Tenes ahorros o inversiones?

Pregunta B, ¿Estás acostumbrado a invertir?

Pregunta C, ¿Qué esperas de tus inversiones?

Pregunta D, Si tendrías \$100.000. ¿Qué harías?

Pregunta E, A la hora de tomar una decisión financiera... ¿Con quién consultarías?

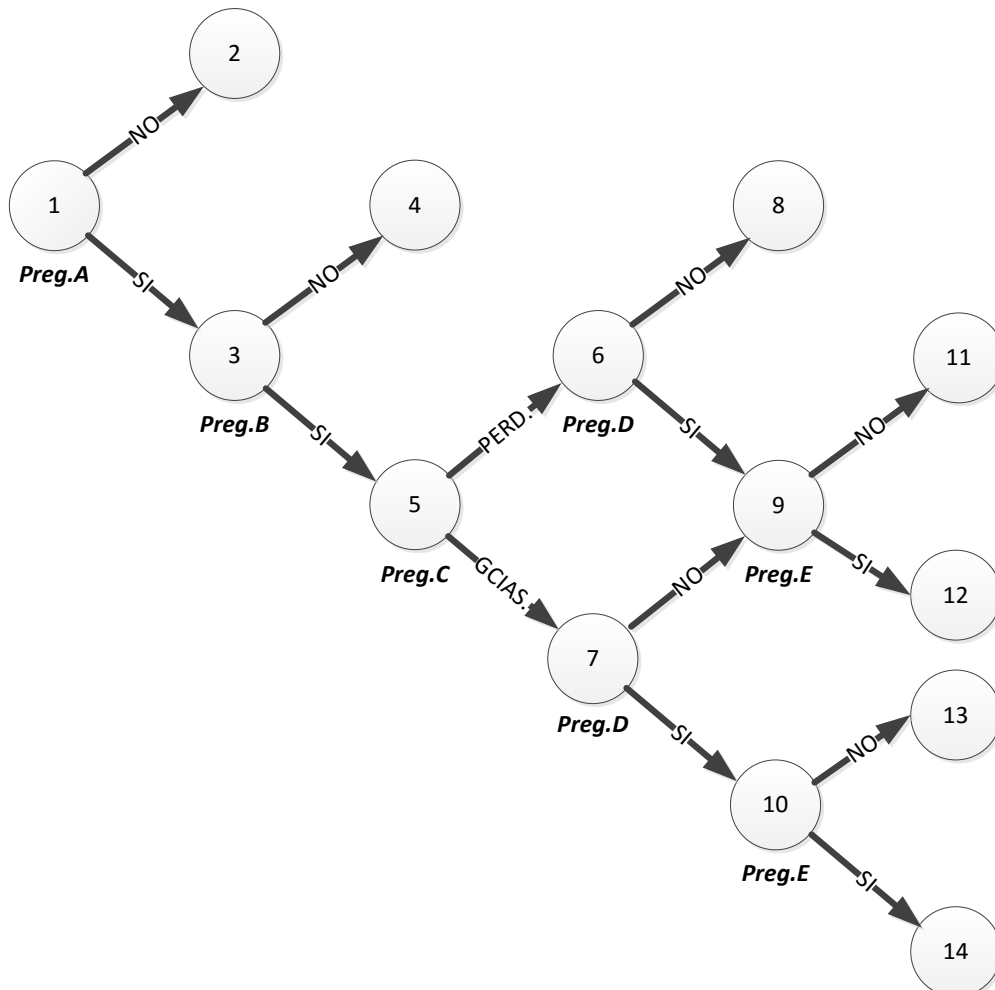


Figura 20. Teoría de la decisión para elección de clientes.

De acuerdo con los servicios que ofrece la Empresa y con la información de la encuesta se puede asociar esto y concluir que:

- 1) Cliente: 1 – 3 – 5 – 7 – 10 – 14.
- 2) Posible cliente: 1 – 3 – 5 – 7 – 10.
1 – 3 – 5 – 7.
- 3) Alumno: 1 – 3 – 5.
- 4) Posible alumno: 1 – 3.
- 5) Sin mercado por el momento: 1.

Es decir, la persona que sigue el camino en 1) podría considerarse como cliente.

Clientes, personas a las que podría administrar su cartera de inversiones.

Alumnos, personas a las que se podría capacitar en finanzas.

4.2.2 Pronóstico del proyecto

En base a la información relevada en la encuesta, la teoría de la decisión y consulta a expertos, se define el escalamiento de la Empresa, en término producto ofrecido para los siguientes 4 años. Sin embargo, de acuerdo con la inversión que esto implica el horizonte de vida planteando serán 20 años. No se presenta en este lapso, debido al nivel de estudio necesario y las imprevisibilidades del entorno.

Segmentos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción clientes/año	20	50	100	100	100
Capacitación clientes/año	100	200	300	300	300

4.3 Localización

Para definir la localización del proyecto se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- Cercanías al mercado consumidor (mercado educativo).
- Accesibilidad y medios de transporte.
- Disponibilidad de servicios (luz, agua, gas, cloacas, internet).
- Costo y disponibilidad de la tierra (\$/m²).
- Entorno de influencia.

A partir de estos criterios y aplicando una matriz de evaluación entre distintas posibles macro-localizaciones, se determinó como satisfactoria la ciudad de San Salvador de Jujuy (Provincia de Jujuy).

Ubicación y características de la zona

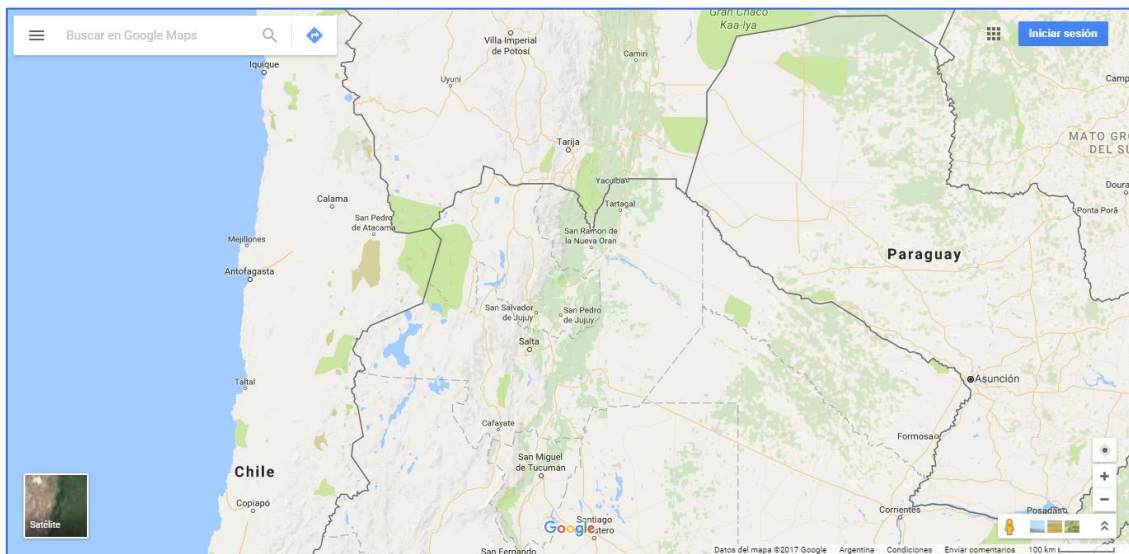


Figura 21. Región NOA.

San Salvador de Jujuy es una ciudad del Noroeste de Argentina, capital de la provincia de Jujuy. Se encuentra ubicada en el sur de la provincia y tiene una población de 265.249 habitantes (INDEC, 2010), y es llamada afectuosamente “La Tacita de Plata” (igual que la ciudad de Cádiz en España). La ciudad es también cabecera del departamento Doctor Manuel Belgrano.

El centro histórico de la ciudad de San Salvador de Jujuy se encuentra en el medio de un anfiteatro de elevadas montañas, una de cuyas estribaciones produce una especie de península limitada al norte y al este por el río Grande y al sur por el río Chico o Xibi Xibi. Durante el siglo XX, la ciudad se extendió principalmente hacia el sur y sureste del río Xibi Xibi, y en menor grado en la banda norte del río Grande.

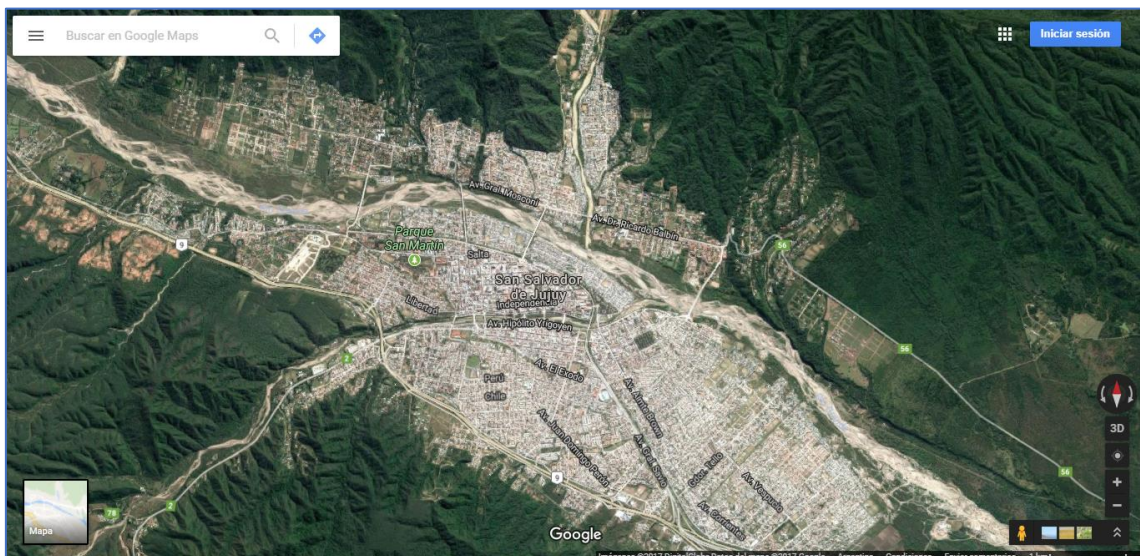


Figura 22. Ubicación geográfica del emprendimiento.

La operación se llevará a cabo en San Salvador de Jujuy, en un inmueble del B° Gorriti, propiedad de uno de los líderes del proyecto.

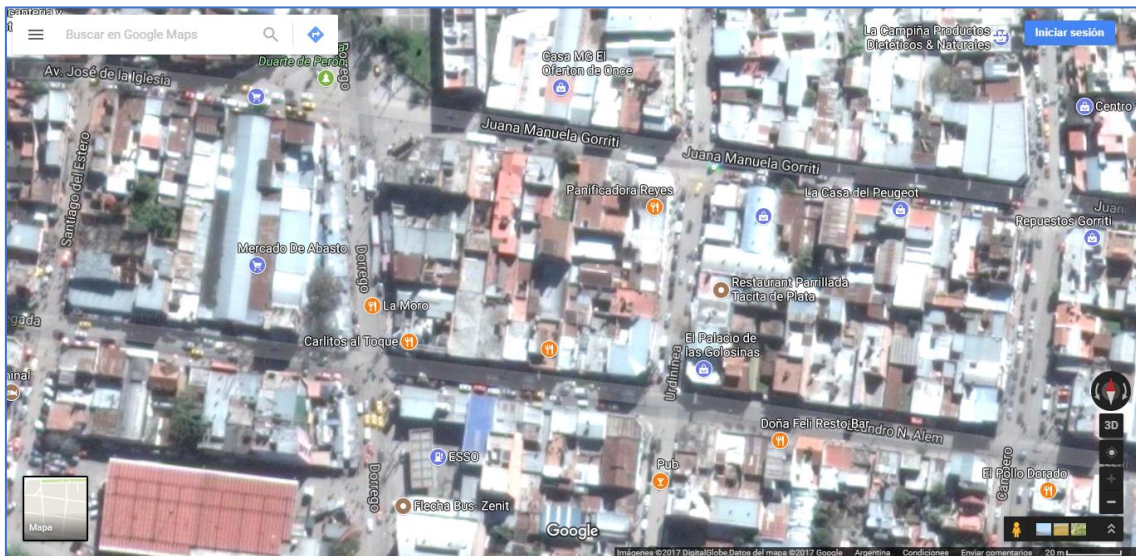


Figura 23. Micro localización del emprendimiento.

Esta zona, próxima al casco céntrico, reúne las más importantes características comerciales del sector: accesibilidad; densidad comercial \$/m²; medios de comunicación y transporte, etc.



Figura 24. Localización del emprendimiento.

4.3.1 Características de la micro-localización

El inmueble seleccionado está disponible en Urdininea esquina Alem, 2do. Piso. Es accesible por los medios de transporte (colectivo urbano y automóvil de cualquier tipo) y cuenta con todos los servicios básicos. El costo es de 552 \$/m² y sus medidas totales son de 375 m² por piso. El entorno de influencia consta de comercios de todo tipo, por

ejemplo: Esso; Palacio de las Golosinas; Med Comunicaciones; Mercado de Abastecimiento; Vieja Terminal (Same, Policía y Registro de las Personas).

4.3.2 Instalaciones

El diseño del edificio de Tradear se realiza en base a salas de control de plantas industriales, de acuerdo con la probada experiencia de uno de los líderes del proyecto en control de procesos químicos. El edificio cuenta con (450 m²):

- Recepción. La oficina de trabajo de Tradear es accesible por calle Urdinenea mediante escalera o ascensor (2do. Piso). Aquí pueden observarse operaciones bursátiles en vivo.
- Aulas 1. Con plaza para 10 estudiantes y con servicio de cafetería. Cuenta con herramientas informáticas de última generación, posee pizarrón inteligente.
- Aula 2. Capacidad auditorio para 50 personas, con los servicios necesarios para conferencias.
- Oficinas: Operaciones; Marketing; Sistemas; Sala de Reuniones; Gerencia General. Las dos primeras están vinculadas a la zona de trading en vivo.
- Estacionamiento: en planta baja cuenta con playa para cinco vehículos.



Figura 25. Layout representativo de Tradear.

4.3.3 Consideraciones edilicias

Para llevar a cabo este proyecto se tuvo en cuenta las normativas de la provincia de Salta, ya que al momento de realizar la investigación no se encontraban disponibles las de la provincia de Jujuy, en lo que se llama, Códigos de Ordenamiento Urbano y Edificación en Argentina, Recopilación de documentos e información en línea actualizada por Guía de Proveedores para la Construcción de Argentina (gpc.com.ar). Para su confección se recurrió a sitios web de municipios, colegios profesionales y consejos de arquitectos de las distintas provincias del país. Se recomienda chequear siempre la vigencia de la información oficial disponible en cada municipio o entidad.

4.3.4 Consideraciones comerciales

Requisitos esenciales para habilitación definitiva:

- Completar ficha de datos personales del titular del Comercio y la ubicación del negocio.
- Especificar la actividad, rubro y explotación
- Fotocopia de contrato de locación con firma autenticada o constancia que acredite la tenencia del local
- Presentar Certificado de Libre Deuda Municipal – Juzgado de Faltas
- Solicitar inspección – D. Control Comercial e Industrial
- Certificado de Libre Deuda de Rentas Municipal – Alumbrado, Barrido y Limpieza
- Certificado de uso conforme D.G.O.P.P. – 9 de Julio esq. Espora
- Fotocopia de Plano de Construcción aprobado
- Abono de habilitación: valor de \$12,00 x m².
- *Además de los llamados requisitos esenciales, el contribuyente debe presentar antes del vencimiento del plazo concedido por la Dirección de Comercio e Industria, los que se enumeran a continuación:
- Certificado de prevención contra incendios
- Fotocopia del carnet Sanitario
- Certificado final de obras
- Inscripción Ingresos Brutos – D. R. P.
- Constancia de desinfección
- Libro de Actas de 20cm x 35 cm.
- Solicitar nota de inspección Técnica – Dcto. (131-SG-90- ART.10)
- Para sociedades comerciales: fotocopia de contrato social o Acta Constitutiva
- Fotocopia inscripción Reg. Público de Comercio
- Por consultas específicas o para más información, dirigirse a:

Dirección de Comercio e Industria sito en Av. Almirante Brown – Mercado de Concentración y Abasto – Primer Piso, o llamar al Tel: 4020167)

Sin la realización de dicha habilitación queda totalmente prohibido el funcionamiento de comercios e industrias. Inicie sus trámites descargando los formularios de HABILITACION-COMERCIAL.

4.3.5 Consideraciones medioambientales

El predio se abastece 50% con energía solar, que le proporcionan un conjunto de paneles solares de alta eficiencia, montados en todos sus techos. Respecto al agua, se recupera el agua de lluvia y la provisión de agua caliente se realiza mediante termotanques solares. Además, se reciclan los residuos producidos en base a su clasificación y los de naturaleza domiciliar se utilizan para la generación de abono orgánico. La calefacción es central, con pisos radiantes, mediante vapor. La mayor parte (90%) de la iluminación es natural y el alumbrado nocturno mediante baterías de litio de acumulación. Es decir, se trabajó para crear un emprendimiento sustentable y con conciencia medioambiental.

4.3.6 Consideraciones educativas

Regidas en base a "LEY GENERAL DE EDUCACION N° 4731.

ARTICULO 43.- SERVICIOS DE EDUCACIÓN NO-FORMAL DE GESTION PRIVADA:

Las autoridades educativas oficiales protegerán el derecho de los usuarios de los servicios de Educación No-Formal organizados por personas o instituciones de gestión privada que cuenten con reconocimiento oficial, los que serán prestados en las condiciones que al efecto fije la Ley pertinente."

4.4 Conclusión

A partir del estudio de mercado se ha podido identificar el servicio a ofrecer, como así también su precio. La asesoría financiera y la educación bursátil han sido relevadas como actividades de interés en la encuesta realizada y esto es consistente con la oferta del mercado. El precio del servicio para asesoría es de 500 \$/h para asesoría; 10% sobre ganancias para administración de carteras, se establece una cuadro tarifario para operaciones financieras generales, y 500 \$/h.persona para educación.

La capacidad de producción (tamaño) es estimativa, pero debería profundizarse con un estudio económico que analice su viabilidad.

La localización se determinó en función de factores como la cercanía al mercado consumidor, los servicios, entorno de influencia, accesibilidad, etc. El resultado estuvo supeditado a la disponibilidad de un inmueble propio en San Salvador que cuenta con esos atributos. Las características del lugar de emplazamiento y sus instalaciones fueron diseñadas en base salas de control de plantas industriales.

Gerenciamiento: 5 ELEMENTOS DE GESTIÓN

En lo que sigue se presentan elementos de gestión con la idea que la Empresa se pone en funcionamiento, producto del estudio de mercado. Es menester tener en cuenta estos elementos, como estrategias para posicionar al proyecto en la mente de los clientes.

Visión: Nuestra visión es la de aprovechar el conocimiento, la creatividad y la innovación de nuestra gente para crear valor sostenible en todas nuestras operaciones para nuestros clientes e inversores y el entorno socio-cultural.

Negocios: Crear valor para nuestros clientes en corto, mediano y largo plazo, llevando a cabo nuestros compromisos, cumplir con las expectativas, y el funcionamiento de nuestra Empresa mediante la aplicación de mejores prácticas, innovación y tecnología. Desarrollar habilidades en nuestros clientes, a través de innovadoras metodologías de enseñanza, que se puedan traducir en beneficios en ellos y en la sociedad en su conjunto.

Misión: Nuestra misión es generar valor a través de la aplicación inteligente de la visión, innovación y organización. Tradear está impulsado por un compromiso inquebrantable de sus representantes y la obtención de resultados superiores, mientras promociona la sostenibilidad y el apoyo al entorno en que opera. Somos deliberadamente diferentes con un claro enfoque en la irrupción y dominio de los mercados donde se pueden aprovechar las oportunidades y generar rentabilidad para nuestros accionistas.

Políticas: Nuestras actividades generan valor a través de la aplicación inteligente de la innovación y el conocimiento que permiten identificar las condiciones ideales para que se produzca la transferencia del satisfactor, de acuerdo con atributos distintivos que marcan una ventaja competitiva respecto a otros. Tradear es completamente responsable de sus operaciones.

Valores: Confianza. Se demuestra la confianza en todos los niveles de la Empresa y con todas las demás partes, pero siempre verificando la información y lo realizado. Creemos que la responsabilidad es necesaria para asegurar que se cumplan nuestros altos estándares. Desarrollamos planes para el éxito medible, y cumplimos nuestras promesas. **Innovación.** Mediante la aplicación de la innovación en todo lo que hacemos, creamos operaciones y aplicaciones tecnológicas que cambian las reglas del juego y ofrecen un valor real que mantienen nuestro mundo en movimiento.

A partir de la innovación y la confianza, se aprovechan las oportunidades para generar valor sostenible.

Nuestros valores demuestran nuestro compromiso con el liderazgo responsable, la rendición de cuentas, y la entrega de resultados confiables. Trabajamos con los más altos estándares y cumplimos con las normativas gubernamentales.

Objetivo: Contribuir a que la dedicación de nuestros empleados sea el testimonio de trabajo eficiente y en equipo, para alcanzar un crecimiento sostenible con el éxito de ellos y de la sociedad.

Contribuir a la creación de valor para nuestros accionistas y el apoyo a la sociedad, mediante la innovación y la organización de la Empresa.

Cliente

Satisfacción del cliente. Aquí resultará propicio realizar una encuesta de satisfacción al cliente o encontrar algún mecanismo para tener un feedback y saber de primera fuente su nivel de satisfacción.

Expectativas del consumidor. Cumplir con lo que se promete, en cuanto a riesgos y beneficios, en un intervalo conocido. Realizar inversiones para ampliar capacidad de producción y mejorar atributos de tamaño y composición del producto ofrecido.

Atributos que valora el consumidor de la Empresa. Certificación del conocimiento financiero con probada experiencia. Transparencia, seriedad y profesionalismo en las operaciones y comunicaciones efectivas, que le demuestren seguridad.

5.1 FODA

Se realiza este análisis con el objetivo de diagnosticar la idea de proyecto en el entorno donde se lo quiere implementar.

Oportunidades para la Empresa aplicando prospectiva.

Proyecto presentado por el diputado Nacional Marcos Lavagna (La inclusión financiera debe ser una política de Estado). Nueva ley de mercado de capitales simplificaría procesos y generaría nuevos productos para que las PyMES puedan acceder a la bolsa de manera más fácil.

Amenazas para la Empresa aplicando prospectiva.

Reforma en la ley de mercado de capitales, podría disminuir los márgenes de contribución para los operadores de bolsa.

Instituciones educativas no cuentan en su currículo materias relacionadas con las finanzas.

Fortalezas para la Empresa aplicando prospectiva.

Personal capacitado con certificación de idoneidad en Mercado de Capitales, emitido por el IAMC (Instituto Argentino de Mercado de Capitales).

Debilidades para la Empresa aplicando prospectiva.

Mercado nuevo, con mayoría de clientes potenciales. Falta de documentación respaldatoria en las operaciones bursátiles: desarrollo de competencias en su personal; comercialización efectiva. Cuando se desee ampliar la cantidad de operaciones, aparecerán las limitaciones por volumen y estacionalidad.

5.2 Estrategias

Proyecto de Empresa, Tradear se constituiría como una sociedad de acciones simplificadas nacional. Por el momento, con una única casa y que opera activos de clase mundial, con sede física en San Salvador de Jujuy – Jujuy – Argentina.

Está enfocada en convertirse en un jugador líder como proveedor de servicios y productos financieros, desde su administración, formación y capacitación, de consulta

permanente. Todos estos mercados son importantes para mantener y ofrecer una cartera completa en el rubro.

De comercialización efectiva.

- Se aprovechará la oportunidad propuesta por algunos diputados nacionales, “la inclusión financiera”. Esto mejoraría la apertura de nuevos canales de comercialización no solo nacionales sino también internacionales.
- Quién suscribe posee matrícula de idoneidad del IAMC, por lo que podrá preparar al resto del equipo para su aplicación. Se destaca que este atributo lo poseen 21015 personas en nuestro país en forma parcial (CAI cuenta con 24.137 a diciembre 2017) y de forma full o completa muchos menos. Asimismo, se desarrollarán habilidades de coaching; mandos medios; PNL; entre otras, para facilitar esta transferencia de conocimiento en la formación del personal de la Empresa.
- Contar con instalaciones que en su imagen reflejen el profesionalismo con la que se trabaja y que permita crear un ambiente de trabajo similar a una banca tecnológica, accesible para todos.

Todo esto ayudará a disminuir los costos y elevar la calidad del producto–servicio.

De satisfactor para la Empresa

- Utilizando tecnología propia e innovadora, dar a conocer a la Empresa, su producto – servicio y los resultados obtenidos (tanto en rendimientos porcentuales como en monetarios), presentarla y comercializar atendiendo a lo requerido por el cliente, utilizando canales efectivos de comunicación.
- Certificación de calidad del producto: todos los asesores de bolsa cuentan con el certificado de idoneidad, avalado por el IAMC y la CNV, para brindar confianza y seguridad a sus clientes en cada una de las operaciones bursátiles.

De sistematización.

- Conferencias de presentación y promoción; primer contacto.
- Contrato de comercialización; administración de cartera, soporte, capacitación y formación.
- Identificación perfil del cliente.
- Selección de producto – servicio en función del perfil.
- Preparación de estrategia financiera y presentación.
- Puesta en marcha de la operación bursátil.
- Seguimiento; controles intermedios de rendimiento y satisfacción.
- Controles finales de calidad.
- Encuesta de satisfacción y registros.
- Recepción del cliente. Feedback.

De tangibilización.

- TIC’s: WEB site, e-mail corporativo (@tradedar.tech), Facebook, What’s App, Twitter, Skype.
- Medios impresos: Colores institucionales. Tarjetas personales. Artículos de librería corporativo.
- Elementos de servicio: Oficinas, vehículos, tecnologías, cartelería. Personal físico, oficinas tipo estudio/consultorio.
- Formulario de registro del cliente.
- Plan de trabajo. Diagramas de Gantt. Mecanismos de control, diagramas.

- Presupuesto. Contratos.
- Informes de seguimiento. link o plataforma de seguimiento.
- Informe final: Formulario de evaluación conjunta (asesor/cliente).
- Factura. Personal de contacto. Uniforme de la Empresa.
- Encuesta de satisfacción: digital y física.
- Personal de primer contacto con el cliente; Gerente de Operaciones, Gerente de Marketing, Docente, Operadores, Recepcionista.

De comercialización.

- Contrato de administración. Contrato de formación y capacitación. Contrato de soporte o consulta. Compra directa.
- Formas de pago: 50% de anticipo para el sistema de formación, cancelación a la recepción del servicio. Para el caso de la asesoría se establece un cuadro tarifario de acuerdo a la operación.
- Se establece un régimen de preferencia para a clientes habituales, de acuerdo con su nivel de participación en la Empresa (cantidad de operaciones, montos operados, frecuencia de capacitación).

De publicidad y difusión Empresaria

- Revistas internacionales de investigación y desarrollo.
- Revistas y publicaciones de alto impacto.
- Participación en conferencias del Concejo Federal de Inversiones.
- Artículos en periódicos nacionales, blogs, links desde Facebook, Twitter, Hook Biz, LinkedIn.
- Participación de eventos masivos de emprendurismo, economía, fintech y economía.
- Participación en conferencias de inclusión social (“el Estado en tu Barrio”)
- Conferencias de prensa, entrevista personales a gerentes y funcionarios públicos.

Propone sintéticamente la estrategia de relaciones públicas.

- Relaciones externas: Formalizar una asociación de asesores financieros del NOA. Promover reuniones locales del Club Argentino de Inversores (CAI). Participar en foros, exposiciones financieras y conferencias mundiales. Visita de asesores a clientes. Reuniones de actualización, trabajar bajo el concepto estudio/consultorio (en referencia a la realización del diagnóstico financiero).
- Relaciones Internas: Beneficiar a los empleados con gimnasios, actividades de integración, guarderías para sus hijos, psicología laboral, premios por producción y desempeño.

Por el momento la estrategia boca-oído ha sido la única estrategia utilizada y de cual se obtuvieron resultados efectivos. A partir de esto se proponen presentaciones para profundizarla y promover la presentación de resultados bursátiles obtenidos. Es decir, la Empresa ya es considerada una pequeña semilla.

De marketing

- Viral: Esta podría ser una estrategia, pero es importante manejarlo con cuidado, ya que existen sitios relacionado con las finanzas de poca credibilidad o comúnmente conocidos como vendehúmos. Por ejemplo, IG. Aquí no se utilizará, por el momento, esta estrategia.

- Directo: Entrevistas, encuestas y charlas a compañías; organismos del gobierno y particulares. Visita de comercializadores a clientes, promoción de muestra del servicio–producto.

5.3 Capital Humano

5.3.1 Organigrama

La Empresa considera al cliente y sus necesidades como parte de su organigrama.

Aquí aparecen todas las áreas interrelacionadas, se ubica en su centro “el cliente” y se trabaja para satisfacerlo. Incluso se puede considerar un espacio físico y virtual para el mismo dentro de la organización.



El personal conoce los objetivos de la Empresa. Cada área define sus objetivos, se dan a conocer y se controla su avance mensualmente, *siguiendo indicadores, incluso diarios para evitar desvíos temporales mayores (manejo previsible)*. Los controles considerados son: supervisión, apoyo constante, asesoramiento, comunicación de resultados a la gerencia (reportes), evaluación de desempeño, sistemas de gestión y Cuadro de Mando Integral.

Gerencia General. Es la persona que gerencia estratégicamente el proyecto (1 persona).

Sector Administración. Cuenta con tres departamentos. “Gerencia Financiera” (1 persona), es el responsable del financiamiento del proyecto. “Gerencia de Sustentabilidad” (2 personas), son los responsables sistemas, interfaces de trabajo y recepción.

Sector de procesos. Está formada por dos departamentos. “Gerencia de Operaciones y Gerencia de Marketing”. Son estos los responsables de las operaciones bursátiles y los cursos de capacitación y formación.

PERSONAL TOTAL: 12 personas.

Además, existen actividades que se tercerizan, por ejemplo, seguridad, limpieza y mantenimiento y servicios legales de RRHH.

En el sector de procesos, el establecimiento acepta la incorporación 1 (uno) pasante por departamento cada 6 (seis) meses.

5.3.2 Puestos de trabajo

La Empresa tiene como política suministrar primeramente su plantilla laboral con operadores de la zona de influencia; el Gran Jujuy y Salta. Por ejemplo,

Descripción del puesto: Asesor de bolsa

INFORMACIÓN SOBRE EL PUESTO	
Empresa	<i>Tradear S.A.S.</i>
Departamento	<i>Operaciones Bursátiles.</i>
Título del Puesto	<i>Asesor de Bolsa.</i>
Certificaciones	<i>Idoneidad IAMC</i>
Reporta a:	<i>Gerente de Operaciones.</i>
Reportes directos	<i>N/A.</i>
Horario/Turno	<i>Lunes a viernes. 10:00 a 18:00 horas.</i>
Lugar de Trabajo	<i>San Salvador de Jujuy, Jujuy, Argentina.</i>
RESUMEN DEL PUESTO	
<p><i>Realizar análisis técnico y fundamental de instrumentos financieros.</i></p> <p><i>Realizar operaciones de compraventa de activos de acuerdo con los objetivos de la cartera administrada, actuando con profesionalismo y transparencia.</i></p> <p><i>Trabajo en conjunto con otras áreas de la Empresa hacia la implementación y optimización de los procesos operativos. Realizar el seguimiento y control de los resultados arrojados tanto de ensayos como de operación para realizar mejoras orientadas al aumento de rendimientos, calidad y de gestión.</i></p>	

Turnos de trabajo

Horario de trabajo administrativo, de lunes a viernes, con una carga horaria de 8 h por día. Todo el personal que trabaja en este sector se encuentra en convenios colectivos de trabajo.

Procesos de selección e inducción

El proceso de selección sigue las líneas tradicionales del proceso de reclutamiento:

Manifestación del requerimiento, reclutamiento (definición de la fuente), preselección de postulantes, selección, definición de técnicas de selección, elaboración del informe final, entrevista con el superior directo.

La Empresa realiza periodos de prueba de 6 meses, a través de la consultora de RRHH “Bayton”, a partir de eso, si es satisfactoria la performance el personal ingresa a planta permanente.

En cuanto al proceso de inducción la Empresa cuenta con el siguiente mecanismo.

- Inducción en oficina, a través de entrevista con personal de recepción.
- Inducción en sitio, se dan a conocer todas las instalaciones (trading en vivo, aulas, oficinas, etc.), normas de convivencia y se entrega de ropa de trabajo junto con herramientas de trabajo.
- Inducción operativa, a cargo del jefe inmediato, donde se explican las generalidades del proceso y se capacita en el trabajo a realizar.
- Inducción en sitio, a cargo de Sistemas, donde se realiza la capacitación para lograr los permisos en el uso de máquinas-herramientas.

Acciones de capacitación y desarrollo

En el inciso anterior se mencionaron las capacitaciones realizadas en la inducción. Se debe tener en cuenta que con respecto a las tareas que se realizan en Tradear, el personal de Sistemas realiza capacitaciones de actualización periódicamente. Por ejemplo: Seguridad Informática; Software para Traders; Política y uso responsable de Recursos., etc. Por su parte los responsables de producción brindan capacitaciones en operaciones bursátiles y herramientas de trading. Todo lo anterior queda debidamente registrado.

Por otro lado, durante las evaluaciones de desempeño que se realiza al personal de mando medio, se establece aquí también el plan de capacitación anual. Este es consensado entre las partes, en un horizonte de corto y largo plazo. Por ejemplo, capacitación en inglés conversacional, mandos medios (corto plazo) e idoneidad en mercados de capitales (largo plazo). Los costos están a cargo de la Empresa, junto con su seguimiento.

Todas las actividades y procesos de la Empresa tendrán que estar debidamente documentados y procedimentados.

5.4 Conclusión

Se declaran elementos de gestión como la misión, visión, valores, etc. Se realizó diagnóstico del entorno mediante análisis FODA, del cual se evidencian mayores efectos externos que internos, tales como la ley de mercado de capitales (oportunidad/amenaza) y ley de inclusión financiera (oportunidad) que pueden afectar a este proyecto. Asimismo, se presentan una serie de estrategias para el posicionamiento del negocio en el mercado.

Se presenta el organigrama considerando a los clientes como parte de este. La descripción de puestos de trabajo y lo inherente a esto, se encuentra procedimentado.

6 MANAGEMENT ESTRATÉGICO

6.1 Objetivo y expectativas

El principal objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas de la región NOA. Luego, contribuir al desarrollo personal y Empresarial con conocimiento e innovación, la satisfacción de los clientes, la búsqueda de nuevos productos y de mercados competitivos.

Satisfacer a todos sus clientes, alumnos, docentes, inversionistas y a la sociedad donde se encuentra inmersa, es lo que intenta a diario. Tradear busca en todos sus frentes generar valor a través de la trasmisión y generación de conocimiento. Es bien conocido que el mundo está demandando un cambio hacia la inclusión y el conocimiento, donde el Estado Argentino ha comenzado a trabajar. Particularmente, la provincia de Jujuy no ha desarrollado proyectos que tienen que ver con esto, sólo existen un programa nacional de formación hacia las provincias (IAMC, noviembre 2017).

En lo que a expectativas se refiere, Tradear, es pionero ya que aborda temas como la educación financiera y la inversión en activos bursátiles de forma independiente a la operación bancaria. Esto sólo tiene presencia en el centro del país, por lo que brindar un servicio de este tipo es toda una novedad para la región. Podría pensarse en la operatoria netamente virtual, pero debido a la cultura e idiosincrasia de la región, será necesario mostrar, dar a conocer la actividad y sus resultados de forma personal.

6.2 Motivaciones para el desarrollo y escenarios de operación

Motiva este desarrollo los continuos cambios en la economía, el conocimiento y las tecnologías. Personalmente, el impulso es la trasmisión de conocimiento y la aplicación de nuevas tecnologías de alta eficiencia, para así lograr una mejor calidad de vida en un país donde hablar de economía es moneda corriente. Saber cómo pararse frente a sus vaivenes es lo que nos debe ocupar.

Además, el continuo cambio acompañado de inclusión hará suponer un desarrollo sostenido en las personas y todo lo relacionado a ellas. Por ejemplo, si esta es capaz de manejar nuevas y mejores herramientas financieras podrá administrar de otra manera su tiempo y vida, esto lo hará feliz y por lo tanto la calidad de vida de la sociedad trascenderá.

Motiva también poder trabajar con el docente para que no sea más el capitán del equipo, sino un 'director técnico'. Es decir, no está dentro del campo de juego como un jugador más (aunque lo esté con un rol diferenciado) sino que está afuera aconsejando, entrenando, orientando. Alguien que sepa reconocer las capacidades potenciales de cada uno y le ayuda a desarrollarlas, que puede proponer y acordar actividades diferenciadas para cada jugador para balancear su formación e incrementar sus competencias.

6.3 Ventajas competitivas

Una de las principales ventajas competitivas que tiene el emprendimiento es su naturaleza innovadora en la región. Su plantilla de personal es profesional y serio en su trabajo, con las certificaciones necesarias para brindar un servicio confiable y de calidad. Además, se destaca el sólido conocimiento teórico-práctico que poseen sus mentores y la red de contactos que pueden establecer.

Este centro de servicios llega para integrar diferentes sectores de la sociedad, siendo la pata del sector privado que faltaba. También, cabe mencionar la flexibilidad que plantea el proyecto frente a posibles cambios o eventuales competidores.

6.3.1 Los stakeholders y sus intereses

Se pueden identificar a los principales “stakeholders”:

- Gobierno nacional, promueve la inclusión financiera, pero deberá profundizar este plan: cuenta con el Instituto Argentino de Mercado de Capitales.
- Gobierno provincial, está alineado con el gobierno nacional y cuenta con los recursos para impulsar el plan nacional.
- Comunidad de Jujuy. Reconocida cada día más como una provincia vanguardista en términos de energías renovables; minería sustentable y turismo, Jujuy es siempre es tenida en cuenta para el desarrollo de nuevos proyectos. Ofrece disponibilidad de tierra, servicios públicos de primer nivel y vías de comunicación con sus países limítrofes. Que un habitante del NOA tiene conocimiento y full acceso a los mercados bursátiles nacionales e internacionales abre muchas puertas y crea posibilidades, no sólo al inversor, sino también promueve a las pymes participar en los mismos.
- Comunidad educativa. Este tipo de emprendimiento rompe con los tradicionales centros de formación. Ofrece una alternativa complementaria e interesante para todos los estudiantes y público en general. Asimismo, el cuerpo docente trabaja continuamente en su formación para alcanzar la excelencia académica, presentar trabajos de investigación y motivar a los alumnos.

6.3.2 Características de los líderes del proyecto

Este emprendimiento es la sociedad de tres personas que lideran el proyecto y que participan en su desarrollo operativo:

Lucas Chumacero (32 años). Ingeniero Químico, con 10 años en la producción de carbonato de litio. Asesor financiero con 5 años de experiencia. Certificación en mercado de capitales, idóneo del IAMC. Tesista MBA (máster en administración de Empresas). Dominio de idioma inglés. MODELO MENTAL: 5° integrador, es una persona que busca la unidad de la Empresa. Pensamiento abierto, trata de unir los otros modelos mentales, está dispuesto a tercerizar, incluir cualquier tipo de negocio, considerar alianzas: franquicias, licencias, joint – ventures. Propone, en definitiva, otro punto de vista.

David Fernández (33 años). Abogado. Especialista en derecho laboral. Con 3 años de experiencia en el mercado de capitales como pequeño inversor. MODELO MENTAL: 2° orientado a la producción. El interés está centrado en el crecimiento y la eficiencia, sin pensar en el cliente. Crecer por crecer, en algunos casos sin evaluar la rentabilidad.

Estefanía Bravo (28 años). Contadora Pública Nacional. Magister en Finanzas. Se desempeña en la actividad privada y es emprendedora. Con 3 años de experiencia en el mercado de capitales como pequeño inversor. MODELO MENTAL: 5° integrador, es una persona que busca la unidad de la Empresa.

El valor agregado de este proyecto se basa principalmente en brindar beneficios a todos sus stakeholders; brindar asesoramiento bursátil y formación financiera a un número determinado de personas, que buscan un desarrollo económico y que formará personas con un perfil diferenciado del resto. El proyecto exige alternativas de inversión y rendimientos con riesgos controlados. Este proyecto será encabezado por la sociedad antes mencionada (Chumacero-Fernández-Bravo), de amplio conocimiento, quienes buscan ser líderes en un sector identificado como nicho para ellos. Pronto este desarrollo tomará relevancia de índole regional, entonces, será el momento de consolidarse, aumentar su capacidad, ser líderes en el sector y crecer fundando nuevas sucursales en puntos estratégicos, para lo cual será necesario financiamiento y mano de obra.

6.4 Opciones de proyecto

PLAN B: Productora audiovisual, “3D2”. Empresa dedicada a la edición, producción audiovisual y cinematográfica. Su ubicación en un punto neural de la ciudad la hacen atractiva, las instalaciones son fácilmente adaptables al desarrollo de este proyecto.

PLAN C: Crear la PPAA, “Planta Procesadora de Alimentos Andinos”, sitio donde se realiza el estudio, formulación y producción de alimentos utilizando productos de la zona. Por ejemplo, formulación de alimento para bebés, barras de cereal, granolas, alimento para ancianos con quinua, chía, amaranto, sésamo, papa andina, etc.

6.5 Diagrama de Gantt

La Figura 26 muestra el plan de actividades durante la vida del proyecto. Para destacar es el control de resultados, esta se llevará a cabo con herramientas que se presentan a continuación para lograr un gerenciamiento efectivo.

Actividad		Años																
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	...	20	
1	Análisis de prefactibilidad y factibilidad.	■																
2	Inversión y acondicionamiento del inmueble.		■															
3	Puesta en marcha. Promoción de la actividad.			■														
4	1° etapa, inicio de la actividad.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
5	Control de resultados.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
6	2° etapa, nueva sucursal.								■									

Figura 26. Diagrama de Gantt del emprendimiento.

6.5.1 Seguimiento y control de resultados

Tablero de comando

Se realiza a través del Balanced Scorecard (BSC / Cuadro de Mando Integral). Es una herramienta que permite enlazar estrategias y objetivos clave con desempeño y resultados a través de cuatro áreas críticas en cualquier Empresa: desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos de negocio y aprendizaje y crecimiento.



Figura 27. Cuadro integral de mando.

Se interpreta como una herramienta para movilizar a la gente hacia el pleno cumplimiento de la misión, canalizando las energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas estratégicas de largo plazo. Permite tanto guiar el desempeño actual como apuntar el desempeño futuro.

En estas cuatro dimensiones se crean indicadores a los que se le realiza la evaluación y seguimiento de manera periódica.

Financiero: pago de créditos, capacidad de financiamiento, cumplimiento del presupuesto, flujos de caja mensuales, margen de contribución, costo unitario. También, \$ ganancia/m² ocupado; \$ ganancia/kW energía; \$ ganancia/alumno; \$ capacitación docente/alumno; \$ ganancia/cliente bursátil; \$ ganancia/operación bursátil.

Procesos internos del negocio: indicadores que sirvan para evaluar producción, resultados, efectividad y calidad. • Cantidad de operaciones bursátiles realizadas; porcentaje en toma de ganancias. Cantidad de alumnos. Participación en eventos educativos; menciones y reconocimientos. Horas de servicio externo con empresas. Horas de capacitaciones realizadas. Likes en fan page.

Aprendizaje y crecimiento: satisfacción del cliente interno, medición del desempeño, creatividad del recurso humano, asistencia a cursos, ausentismo y enfermedad, desarrollo de nuevos proyectos, antigüedad y rotación por áreas.

Clientes: Esto se logra medir a partir de los registros de la Empresa, encuestas de satisfacción, informes, recomendaciones, imagen y reportes del personal, porcentajes de ganancias en cuentas de inversión, cantidad de respuestas satisfactorias a consultas de clientes, etc.

6.6 Propósito estratégico

Tradear se convertirá en una Empresa pionera en asesoría y enseñanza financiera, y será la primera en aplicar el concepto de innovación pedagógica. Juntos vamos a desarrollar conocimiento e inclusión financiera que con su aplicación y desarrollo nos proveerán un mundo sustentable. Ser líder es una capacidad que se descubre y se desarrolla, ser sustentable es su conservación en el tiempo. La Empresa tiene un compromiso con sus propios resultados.

6.6.1 Modelo de Rentabilidad, según Slywotzky

El modelo de rentabilidad define el tipo de negocio porque el valor del proyecto para sus clientes es dinámico y a cada momento una actividad puede parecer más interesante que otra. Conocer el modelo de rentabilidad da la posibilidad de hacer mejores negocios, definir y diferenciar la oferta. Para así mantener la creación de valor, evitar la disminución brusca de beneficios y tener una competencia más intensiva.

- El modelo que aplica el proyecto es ESPECIALIZACIÓN, ya que consigue mayor utilidad que la media del mercado generalista.
- En su fase inicial el proyecto tendrá las características de ser único es su especie, por lo que se puede aplicar el modelo PASO DEL TIEMPO. De esta manera tratar de aprovechar las mayores utilidades en el corto plazo y evaluar la rentabilidad. Luego, de que este periodo se agote, migrar a otro modelo.
- A partir de ser reconocidos en la región, con una base instalada, se migra hacia un modelo EMPRENDEDOR. Es decir, desde esta base crear un spin out (pequeñas unidades de negocio que toman vida propia de la célula madre). Por ejemplo, el centro de formación puede crear:
 - o Servicios Externos; capacitación externa a unidades gubernamentales y manejo de fondos privados.
 - o Oferta pública de Empresas; preparar a pymes para salir a cotizar en los mercados de capitales.

De esta manera el proyecto siempre buscará modelos de rentabilidad más eficientes.

6.6.2 Red de Valor, según Nalebuff & Brandenburger.

A la hora de competir, Tradear, lo hace desde la confianza operativa, los resultados obtenidos y los recursos con los que cuenta, tanto tangibles como intangibles. Esto hace que el cliente perciba una diferencia con los actores del mercado y elija a la Empresa con preferencia.



Figura 28. Red de valor.

En la coepetencia son muy importantes los lazos que se establecen con los Complementadores, en el sentido de hacer crecer el negocio (agrandar la torta). Es por lo que se realizarán convenios con organismos y Empresas, por ejemplo: Ministerios y Secretarías gubernamentales; Cámara de Industrias; y Empresas Privadas de todo tipo, entre otros (Figura 28).

Al pensar en la distribución del mercado hay que hacer referencia a los competidores. El emprendimiento ofrece servicios financieros, que a priori con las alternativas bancarias no son suficientes. La formación que ofrece tiene como competidor la educación online del mercado, pero que no se considerará por su naturaleza presencial de preferencia en la región.

6.7 Otros temas

6.7.1 Matriz de estrategia y recursos

En términos de planeamiento estratégico y uso de recursos se plantea una irrupción en el mercado basado en una estrategia distinta, debido a que el proyecto es innovador en la región y se encuentra bien diferenciado de los bancos. Los recursos con los que se cuenta son muchos y de diversa índole: instalaciones, servicios, personal, etc. Con las características de poseer una estrategia diferenciada y una gran cantidad de recursos se tomará posición del mercado en lo que se conoce como BLITZKRIEG (Guerra Relámpago en alemán), como se ve en la Figura 29.

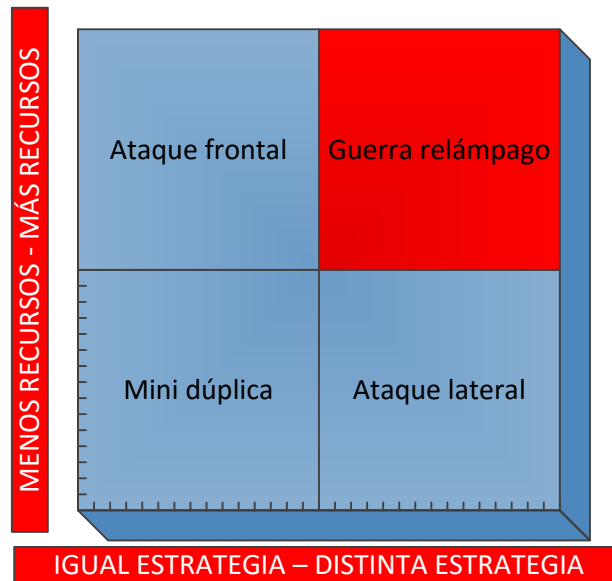


Figura 29. Matriz de estrategias y recursos

Esto se realizará a partir de políticas de negociación con Empresas, colegio de profesionales, escuelas públicas y privadas, gobierno nacional, provincial y municipal, y gremios. También se contará con financiamiento nacional, a partir de esto y los recursos, se forja una estrategia distinta a las habituales.

- *Simultaneidad entre el corto y el largo plazo.* Adoptar la estrategia de la simultaneidad implica construir la posibilidad del largo plazo a partir de señales claras dadas en el corto plazo.
- *Una estrategia masiva, gradual y permanente.* Para que la transformación pueda ser masiva, gradual y permanente, es necesario atender a diferentes necesidades institucionales y regionales. Por ello, la estrategia debe suponer un ritmo en la expansión que puede ser graduado por las autoridades locales o institucionales.
- *Construcción de la confianza.* La construcción de la viabilidad de la propuesta incluye también un trabajo sistemático para construir la credibilidad en los resultados bursátiles obtenidos, enfrentados contra una economía deteriorada y fluctuante, resultado de décadas de un Estado cada vez menos eficiente.

6.7.2 Paradigmas

De los saberes a las competencias

Las bases de un nuevo paradigma

El nuevo paradigma implica cambiar básicamente la ecuación conocimiento-docente-alumno pasando de los *saberes* a las *competencias*. Esto solo será posible si tomamos conciencia, rediscutimos y redefinimos los ejes básicos que subyacen al actual modelo de educación (Aguerrondo, 1993).

Los elementos que definen la *estructura básica* del sistema educativo son de diferente orden, pero pueden distinguirse a partir de diferentes niveles de análisis un conjunto de *principios vertebradores y estructurantes* (formas soportantes) que rigen la organización de sus distintas instancias. (Matus, 1976)

Los varios ejes subyacentes funcionan como organizadores de la estructura básica de la educación, y determinan aspectos específicos de su organización. Estos principios vertebradores se agrupan en tres grandes niveles de análisis. Un primer nivel *político-ideológico*, un segundo nivel *técnico-pedagógico*, y un tercer nivel *organizacional*. Cada uno de ellos implica al otro. Es decir, el nivel político-ideológico, que es el que da el ‘sentido’ al sistema educativo, determina el campo de posibilidades del nivel técnico-pedagógico. A su vez, el técnico-pedagógico, que se refiere a las decisiones estrictamente ‘educativas’, determina qué forma debe tener la organización concreta de la educación.

Las definiciones que se asumen en estos tres niveles de análisis en una formación social determinada definen un ‘paradigma’ educativo. Actualmente está en crisis el paradigma clásico de la educación o sea los acuerdos sociales básicos aceptados en la sociedad en relación con las definiciones implicadas en estos tres niveles.

Aunque existen elementos que permiten atisbar algunas redefiniciones, éstos no han crecido todavía lo suficiente ni están lo suficientemente sistematizados y organizados, como para plasmarse en decisiones que afecten medularmente a los sistemas educativos. Las decisiones se toman, todavía, desde las miradas retrospectivas del futuro. Frente a la crisis del paradigma clásico no se vislumbran respuestas alternativas. Son propuestas de ‘reforma’ y no de transformación estructural.

Quizás porque resulta demasiado extraña a nuestro léxico, al campo de la educación no ha llegado todavía la idea de ‘reingeniería’, es decir de volver a pensar una organización en todas sus dimensiones para que pueda cumplir mejor su función. En nuestro caso cumplir mejor la función sería dar educación de mejor calidad, a más cantidad de gente, con menores costos.

La obtención de un título en Tradear exige que el estudiante tenga las aptitudes para operar con criterio en los mercados de capitales y pueda desarrollarse en un campo de aplicación con herramientas tecnológicas para tomar decisiones a tiempo, es decir, tenga competencias o sea competitivo en el mercado. Complementariamente realiza cursos de educación general, tales como ética y cálculo matemático. Esto similar a lo que ocurre con la obtención de un título *Bachelor* en Australia o Nueva Zelanda, por ejemplo.

Este establecimiento, del sector privado, busca ser un nexo entre las necesidades de la sociedad actual y las políticas gubernamentales de avanzada en material de educación. Para así lograr el crecimiento socioeconómico de la región y su integración con el mundo.

Este emprendimiento educativo busca romper con viejos paradigmas para así;

- cambiar los contenidos de la enseñanza, o sea qué tienen que saber los alumnos (o qué necesita la sociedad que ellos sepan);
- cambiar y mejorar la calidad de los docentes;
- mejorar la cantidad y la calidad de los materiales de enseñanza, el equipamiento y la infraestructura.

Tradear educativo está pensado como una Empresa, es una organización y funciona como tal en su gestión.

6.8 Conclusión

La presentación del management estratégico tiene como objetivo justificar el proyecto e indagar en características del proyecto, sus mentores y su entorno de impacto.

Reconocer que se vive en un mundo de cambios permanente, donde la economía presenta altibajos y la inclusión pareciera ser un tema de moda, y estar motivados a aceptar el desafío es una gran motivación y ventaja de los mentores de esta idea. Las expectativas que se majean tienen que ver con el modelo mental de cada uno de ellos, es por eso que también que existe un propósito estratégico, control de resultados y hasta se plantean opciones al proyecto principal, como un modelo integrador de pensamiento.

Se cree fundamental una estrategia para la gestión de recursos en la irrupción del mercado, su participación, como también el conocimiento de los modelos de rentabilidad para rápidamente migrar hacia proyecto de mayor valor. Por lo que el seguimiento y control de resultados en un diagrama de Gantt es siempre bien valorado.

Para terminar, se realizó una pequeña reseña a un paradigma de la educación. Es la intención del proyecto sumar nuevas ideas y despertar inquietudes en la forma de enseñar y aprender, esto solamente tiene el espíritu de innovar. Se espera no haber fallado en el intento, alienta haberlo intentado.

6.9 Conclusión final

El desarrollo del proyecto de asesoría financiera es posible, debido a los resultados obtenidos en el instrumento de medición y el estudio de mercado. Este nos da una clara idea, por un lado, el Estado, trabajar en la inclusión financiera y por el otro, las Empresas, en temas como la asesoría y educación financiera.

De acuerdo con el problema planteado en este trabajo, se puede decir que: los datos muestran que el desconocimiento financiero no distingue profesión y que sólo se invierte en activos financieros tradicionales. La mayoría de los inversores hombres de 35 a 45 años. Los encuestados mostraron un bajo interés hacia la educación financiera. Sin embargo, al momento de tomar una decisión financiera, la mayoría consultaría a un experto.

Nada de esto será posible si no se encara el emprendimiento como un proceso de gestión operativo, donde se tengan en cuenta los elementos necesarios para diagnosticar, definir, controlar y retroalimentar variables de decisión. Tal es así que ningún estudio de mercado, por más infalible que pueda parecer, soportaría externalidades de mercado si no se está preparado con herramientas de este tipo.

Es la visión global e integradora que proporciona el conocimiento en administración de negocios que hace poder prever-ponderar diferentes escenarios y así correr riesgos controlados. Antes de esto, tenía solo una foto de las Empresas y era la parte técnica, a partir de la realización de este trabajo se aprendieron nuevas prácticas y conceptos que con el correr del tiempo se irán afianzando y serán parte mi vida profesional.

A modo de recomendación final se alienta a los lectores tener en cuenta tanto aspectos técnicos como de gestión en los procesos Empresariales; a desarrollar aptitudes operativas y personales como habilidades de negocio. No hay que dejar nada librado al azar, cada uno de estos aspectos podría representar una ventaja competitiva en el mercado. Los desafíos a ser mejor en cada paso, por ustedes, por su equipo y por sus clientes.

7 ANEXOS

7.1 Glosario

Finanzas: Las finanzas son una rama de la economía y la administración de Empresas que estudia el intercambio de distintos bienes de capital entre individuos, Empresas, o Estados y con la incertidumbre y el riesgo que estas actividades conllevan.

Activos financieros: Un activo financiero es el mismo activo intangible materializado en un título o simplemente en una anotación contable, por el que el comprador del título adquiere el derecho a recibir un ingreso futuro de parte del vendedor. Los activos financieros son emitidos por las unidades económicas de gasto y constituyen un medio de mantener riqueza para quienes los poseen y un pasivo para quienes lo generan. A diferencia de los activos reales, no contribuyen a incrementar la riqueza general de un país, ya que no se contabilizan en el producto bruto interno de un país, pero sí contribuyen y facilitan la movilización de los recursos reales de la economía, contribuyendo al crecimiento real de la riqueza.

Sociedades de bolsa: Es una sociedad anónima que permite al inversor poder operar activos financieros y manejar sus inversiones en tiempo real en la *bolsa* local y en otros mercados.

Mercado de capitales: El mercado de capitales es un tipo de mercado financiero en el que se realiza la compra-venta de activos financieros de las Empresas cotizadas en bolsa y deudas del Estado. Se puede decir que constituye un mecanismo de ahorro e inversión para los inversionistas

Depósitos a plazo fijo o plazo fijo: Tipo de depósito bancario, remunerado mediante una retribución convenida entre la entidad depositaria y sus clientes, consistente en la entrega de una suma de dinero a la entidad financiera durante un término de tiempo establecido en el contrato.

Lebac: Acrónimo de Letras del Banco Central. Son emisiones de deuda a corto plazo del Banco Central de la República Argentina con el objeto de regular la cantidad de dinero de la economía. Estos títulos se emiten con descuento por lo que pagan tanto los intereses como el capital al vencimiento.

Acciones: Una acción en el mercado financiero es un título emitido por una sociedad que representa el valor de una de las fracciones iguales en que se divide su capital social. Las acciones, generalmente, confieren a su titular, llamado accionista, derechos políticos, como el de voto en la junta de accionistas de la entidad, y económicos, como participar en los beneficios de la Empresa.

Bonos: Los bonos son instrumentos financieros de deuda utilizados tanto por entidades privadas como por entidades de gobierno. El bono es una de las formas de materializarse los títulos de deuda, de renta fija o variable. Pueden ser emitidos por una institución pública (un Estado, un gobierno regional o un municipio) o por una institución privada (Empresa industrial, comercial o de servicios).

Inflación: Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos.

Acciones YPF: Son acciones de la Empresa petrolera nacional.

Bonar 2024: Es un bono lanzado por el Gobierno Nacional.

Nielsen: Es una compañía líder global en información y medición, provee investigación de mercado, hallazgos e información de los que la gente ve, escucha y compra.

FCI: Un Fondo Común de Inversión es un instrumento de inversión práctico y sencillo, a través del cual puede canalizar sus ahorros o disponibilidades. Se conforma un grupo de personas con objetivos de inversión similares quienes confían su administración a profesionales del mercado financiero y bursátil, de este modo buscan obtener beneficios que no obtendrían en forma individual.

Trader: Es una persona que ejerce la profesión de trading, es decir realiza la compra y venta de instrumentos financieros en los mercados bursátiles, tales como acciones, bonos, materias primas, derivados financieros, entre otros, ya sea como agente intermediario, especulador, arbitrajista u operador de cobertura. Un trader puede trabajar de forma independiente, en un fondo de inversión, en un banco o en otra entidad financiera.

7.2 Bibliografía

Sampieri Roberto Hernández y otros. 2003. *Metodología de la investigación*. Editorial Mcgraw-hill interamericana. México, D.F.

Erpen Mónica. 2010. *Mercado de capitales: manual para no especialistas*. Editorial Temas. Argentina, Buenos Aires.

Garretón Facundo. 2015. *Primeros pasos para invertir en la bolsa*. Editorial Temas. Argentina, Buenos Aires.

Limarino Cazón Marco *Lecturas Marketing Management*. Ucasal – Escuela de Negocios. Argentina, 2016.

7.2.1 Referencias

- ¹ <http://www.iprofesional.com/>.
- ² <http://www.iamc.sba.com.ar/home/>.
- ³ e-mail enviado a Gerente de Invertir Online. Sr. Garretón Facundo.
- ⁴ <http://www.nielsen.com/ar/es/insights/news/2016/Habitos-de-ahorro-en-argentina.html>. Fecha de consulta: 12 de Julio de 2016.
- ⁵ <http://www.iprofesional.com/notas/17723-Slo-2-de-la-poblacin-activa-argentina-invierte-en-acciones>.
- ⁶ Consulta realizada a Srta. María Dolores Jiménez. Tesista doctoral de Conicet. Universidad Nacional de Jujuy.
- ⁷ La inclusión financiera debe ser una política de Estado. Proyecto Dip. Marcos Lavagna.

7.2.2 Páginas webs

<http://www.bcba.sba.com.ar/>. Fecha de consulta: 1 de Julio de 2016.

<http://www.iamc.sba.com.ar/home/>. Fecha de consulta: 5 de Julio de 2016.

<http://www.iprofesional.com/>. Fecha de consulta: 6 de Julio de 2016.

<http://www.invertironline.com/>. Fecha de consulta: 10 de Julio de 2016.

<http://invertirenbolsa.info/>. Fecha de consulta: 10 de Julio de 2016.

<http://www.adlatina.com.ar/negocios/en-que-invierten-las-personas-y-por-que>. Fecha de consulta: 10 de Julio de 2016.

<http://www.afip.gov.ar/glosario/documentos/Diccionario.pdf>. Fecha de consulta: 24 de Julio de 2016.

<https://www.gestion.org/economia-Empresa/5646/que-es-la-asesoria-financiera/>

<http://www.cnv.gov.ar/registrodeagentes.asp>

<https://aif.cnv.gov.ar/Aif/registropublico/idoneo.aspx> 21015 idóneos.

<https://www.argentina.gob.ar/sas>

<http://www.ambito.com/903507-la-inclusion-financiera-real-debe-ser-una-politica-de-estado>. Marcos Lavagna.

Portal web compañía Energi Group (www.enirgi.com).

7.2.3 Contactos establecidos

- Sr. Alejandro Pensel. Jefe de operaciones bursátiles. Invertir Online S.A.
- Sra. Adriana Vidoni. Responsable de Capacitaciones. Instituto Argentina de Mercado de Capitales.

7.3 Requisitos para acreditar idoneidad en mercado de capitales

Misión: ¿Por qué se creó el Registro de Programas?

Conforme con la Ley 26.831, Artículo 1º - Sección I – Capítulo V – Título XII – Normas (N.T. 2013), **se ha establecido la obligación de acreditar idoneidad ante la Comisión de todas las personas que desarrollen la venta, promoción o prestación de cualquier tipo de asesoramiento o actividad que implique el contacto con el público inversor**, en todas sus categorías de agentes, con el objetivo de proteger y generar confianza al inversor minoritario.

Con la creación del **Registro de Programas para Acreditación de Idoneidad**, la Comisión Nacional de Valores (CNV) dispone de un **espacio para recepcionar y evaluar los contenidos técnicos y éticos de las propuestas de programas de acreditación de idoneidad presentadas**, con el fin de establecer o no su aprobación como tales. De esta manera, el Registro en cuestión establecerá cuáles son los programas que cuentan con todos los contenidos necesarios para capacitar adecuadamente a los aspirantes como Agentes del Mercado.

Visión: ¿Qué es lo que se propone el Registro de Programas?

Los Agentes tendrán una importante responsabilidad a la hora de promocionar, estimular y sugerir una cartera de instrumentos financieros al inversor minoritario. En este sentido la CNV, a través del mencionado Registro, se propone **garantizar una oferta amplia, diversificada y territorialmente equitativa de Programas de Acreditación de Idoneidad; de forma tal que los Agentes acreditados estén óptimamente preparados para brindar más y mejores alternativas de inversión al público en general.**

Valores: **¿Qué valores son importantes para el Registro de Programas?**

Bajo la Ley 26.831, la CNV se ha dispuesto a **participar en el desarrollo de las potencialidades del mercado como fuente de financiamiento**, generando confianza en el inversor minoritario.

Asegurando la existencia de programas de capacitación y acreditación de idoneidad para los aspirantes a Agentes del Mercado, se le suministrará al público inversor de un mejor asesoramiento para su protección e inclusión en el sistema financiero. Esto al mismo tiempo posibilitará **acercar el financiamiento a las pequeñas y medianas Empresas del país**, extendiendo el mercado de capitales a un rol sustancial en el **crecimiento y desarrollo socioeconómico del sector productivo**.

¿Quiénes pueden participar?

Todas las entidades del país podrán presentar sus propuestas de programas para la capacitación y acreditación de idoneidad.

Documentación a presentar: Las entidades interesadas en inscribir su programa de capacitación deberán presentar la documentación que se detalla a continuación:

Contenido Temático del Programa. Nota solicitando a esta CNV la consideración del programa de capacitación en el marco del Artículo 2º - Sección I – Capítulo V – Título XII – Normas (N.T. 2013); haciendo mención al cumplimiento de los siguientes contenidos temáticos:

Marco normativo aplicable al mercado de capitales.

Instrumentos del mercado de capitales

Distintos tipos de operatoria en el mercado de capitales.

Parámetros de análisis de distintas alternativas de inversión.

Criterios generales de valuación y exposición de la información financiera.

Normas de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

Normas de conducta y ética aplicables, incluyendo tópicos de Responsabilidad Social Empresarial, y de Ética para el Desarrollo.

Modalidad de Dictado. Especificar si la metodología empleada para el dictado del programa será presencial o no presencial.

Metodología de Evaluación. Puntualizar la forma de evaluación que se pretende instrumentar (exámenes a desarrollar o de opción múltiple); destacando que la misma será susceptible de supervisión por parte de la CNV.

Porcentaje de Aprobación de los Exámenes:

Para el caso de los exámenes de opción múltiple que cuenten con una sola respuesta posible, el porcentaje de preguntas correctas exigidas para aprobar dependerá de la cantidad de opciones por cada una de las preguntas, de acuerdo con el siguiente cuadro:

Cantidad de Opciones por Pregunta	Probabilidad de acierto	Porcentaje exigido de preguntas correctas para aprobar
2	50%	90%
3	33%	
4	25%	
5	20%	70%
6	17%	
7	14%	

En relación con los exámenes de opción múltiple que cuenten con dos o más respuestas posibles, el porcentaje de preguntas correctas exigidas para aprobar será del 90%.

Si se tratase de exámenes a desarrollar, el porcentaje de preguntas correctas deberá estar por encima del 70%.

Antigüedad del Programa. Detallar la antigüedad del programa de acreditación e informar si el programa de formación presentado para acreditación es actualmente dictado, y en su caso desde que fecha se comenzó a impartir el mismo. Asimismo, y de corresponder informar la cantidad de alumnos que han cursado y aprobado el programa en los últimos 4 años y si el programa bajo análisis ha sido evaluado y/o acreditado ante alguna entidad a nivel nacional.

Programa Analítico. Detalle del contenido analítico por módulo.

Bibliografía. Listado detallado de la bibliografía que será utilizada durante el desarrollo del Programa.

Carga horaria. Detallar la cantidad de horas cátedras totales destinadas a cada uno de los módulos, que no podrá ser inferior a las 80 horas cátedra de cursada comprobables (Artículo 2º - Párrafo 1 - Sección 1 - Capítulo V - Título XII de las Normas de esta Comisión (N.T. 2013)).

Publicación de los Programas Aprobados

El listado de los Programas aprobados para capacitación y acreditación de idoneidad estará publicado en la página Web de la CNV y será actualizado de manera permanente.

Seguimiento del cumplimiento y desarrollo de los Programas

A continuación, se detalla la documentación que cada entidad deberá obligatoriamente remitir, sea en soporte papel o magnético, de los programas en ejecución:

Presentación del contenido temático del programa para el año lectivo, con la incorporación de las actualizaciones normativas necesarias que pudieran existir.

Cronograma anual de clases y de exámenes, especificando el lugar físico en el que serán tomados los exámenes. Cualquier modificación en el calendario de los programas o en el lugar a rendir, deberá ser notificado mediante nota por mesa de entrada.

Listado total de alumnos inscriptos, cuya intención es obtener Idoneidad, con el resultado alcanzado en su examen al finalizar el programa.

Información sobre cualquier tipo de reforma que afecte la organización del curso (bibliografía o contenido analítico) y que será previamente consensuada con la CNV.

Certificados

Se solicitará a todas las entidades la presentación en soporte papel de aquellos documentos (actas, legajos, etc.) que acrediten la veracidad de los certificados emitidos, suscritos por las autoridades máximas pertinentes y con la certificación que corresponda según la naturaleza de la entidad de que se trate.

Requisitos de Conservación

Las entidades deberán conservar las actas y los archivos de alumnos inscriptos (con el resultado de los exámenes) y toda la documentación referida a la ejecución de los programas, por al menos 5 años desde la fecha del examen de acreditación.

Actualización de los Programas

Los programas de acreditación deberán ser actualizados permanentemente conforme la normativa que se encuentre vigente en el Mercado. Para verificar dicha actualización las entidades deberán:

Presentar anualmente, antes del comienzo de las clases, el programa correspondiente al año lectivo, con las actualizaciones pertinentes.

Ofrecer Cursos/Jornadas de actualización con un examen final que será puesto a consideración de esta CNV, para el caso de aquellos agentes que ya han aprobado el programa de acreditación y cuyo Registro necesite revalidación. (La inscripción en el “Registro de Idóneos” tendrá una vigencia de 5 años contados a partir de la fecha del registro (Artículo 3° - Párrafo 1 - Sección 1 - Capítulo V - Título XII de las Normas de esta Comisión (N.T. 2013))

Lugar de presentación de la documentación detallada

La documentación antes detallada deber ser presentada en soporte papel en “Mesa de Entradas” de la CNV, ubicada en 25 de mayo N° 175, Planta Baja.

7.4 Resumen de encuestas realizadas

Se presentan en pdf adjunto.

HAZLO POR TÍ, HAZLO POR ELLOS.