



**Plan de mercado para una aplicación móvil que gestione procesos de ahorro y
planificación financiera personal en Colombia.**

Angie Natalia Rozo Carrascal

Universidad EAN

Facultad

Maestría en gestión financiera

Bogotá, Colombia

15/febrero/2026

**Plan de mercado para una aplicación móvil que gestione procesos de ahorro y
planificación financiera personal en Colombia.**

Angie Natalia Rozo Carrascal

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Gestión Financiera

Director (a):

Hugo Adrián Cañón Celis

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad

Maestría en Gestión Financiera

Bogotá, Colombia

15/febrero/2026

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Dedico este logro a Dios, por ser el guía de mi camino. A mis papás, por ser mi motor y mi inspiración constante. Gracias por darme 2.307 razones para seguir adelante.

Agradecimientos

A mi director de proyecto, gracias por guiarme en el proceso de elaboración del proyecto,
valoro el tiempo y el apoyo brindado.

Resumen

Las plataformas digitales y aplicaciones móviles pueden ayudar a fomentar una cultura de ahorro en un país en el cual hay un buen acceso a los sistemas financieros pero una limitada capacidad de ahorro no solo por limitaciones en los ingresos, sino también por falta de planificación y organización de las finanzas de las personas. Se destaca, por tanto, la necesidad de avanzar en el desarrollo de una tecnología que apoye el análisis, planeación y organización de las finanzas de las personas como medio para incidir favorablemente en temas de educación financiera. En este sentido, se plantea como objetivo diseñar una aplicación móvil para la gestión del ahorro, planificación y control de los gastos en Colombia. Para ello, se presenta el análisis del sector Fintech, la validación del mercado, aspectos técnicos de la aplicación, estrategias de mercadeo, aspectos organizacionales y financieros. Se observa que la aplicación puede establecerse como una solución accesible y efectiva para mejorar los procesos de ahorro y educación financiera, especialmente en aquellos usuarios con ingresos informales y variables, lo cual refuerza la viabilidad y relevancia del proyecto en el entorno local.

Palabras clave: Educación financiera, ahorro personal, aplicaciones móviles, Fintech, Gestión Financiera

Abstract

Digital platforms and mobile applications can help foster a savings culture in a country with good access to financial systems but limited savings capacity, not only due to income limitations but also a lack of planning and organization of personal finances. Therefore, the need to advance the development of technology that supports the analysis, planning, and organization of personal finances is highlighted as a means to positively influence financial literacy. In this regard, the objective is to design a mobile application for managing savings, planning, and controlling expenses in Colombia. To this end, an analysis of the Fintech sector, market validation, technical aspects of the application, marketing strategies, and organizational and financial aspects are presented. It is observed that the application can be established as an accessible and effective solution, especially for users with informal and variable incomes, which reinforces the viability and relevance of the project in the local context.

Keywords: Financial education, personal savings, mobile apps, Fintech,
Financial management

Contenido

	Pág.
Lista de Figuras	12
Lista de Tablas	14
Introducción	16
Naturaleza del proyecto.....	19
<i>Origen o fuente de la idea de negocio</i>	<i>19</i>
<i>Descripción del modelo de negocio.....</i>	<i>19</i>
<i>Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo</i>	<i>21</i>
<i>Estado actual del negocio.....</i>	<i>22</i>
<i>Descripción de productos o servicios</i>	<i>23</i>
<i>Nombre, tamaño y ubicación de la empresa</i>	<i>26</i>
<i>Potencial del mercado en cifras</i>	<i>26</i>
<i>Ventajas competitivas del producto y/o servicio</i>	<i>26</i>
<i>Resumen de la inversión requerida.....</i>	<i>27</i>
<i>Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.....</i>	<i>27</i>
Análisis del sector	29
Validación e Investigación de Mercado.....	44
<i>Análisis de la cadena de valor.....</i>	<i>44</i>
<i>Análisis del cliente frente a la propuesta de valor</i>	<i>45</i>

<i>Estudio piloto de mercado</i>	<i>49</i>
<i>Resultados.....</i>	<i>53</i>
<i>Tendencias de crecimiento del mercado Fintech en Colombia</i>	<i>65</i>
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	67
<i>Objetivos de mercadeo</i>	<i>67</i>
<i>Estrategia de mercadeo.....</i>	<i>67</i>
<i>Estrategias de producto y servicio</i>	<i>68</i>
<i>Estrategias de distribución.....</i>	<i>69</i>
<i>Estrategias de precio – modelo de ingreso</i>	<i>71</i>
<i>Estrategias de comunicación y promoción</i>	<i>75</i>
Aspectos Técnicos	77
<i>Objetivos de producción o de prestación de servicio</i>	<i>77</i>
<i>A continuación, se presentan los objetivos de producción:</i>	<i>77</i>
<i>Ficha técnica del producto</i>	<i>77</i>
<i>Descripción del proceso</i>	<i>80</i>
<i>Necesidades y requerimientos</i>	<i>82</i>
<i>Características de la tecnología</i>	<i>82</i>
<i>Materias primas y suministros.....</i>	<i>83</i>
<i>Infraestructura</i>	<i>84</i>
<i>Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio</i>	<i>85</i>
<i>Plan de producción</i>	<i>85</i>

<i>Plan de producción del servicio (App Fintech)</i>	<i>86</i>
<i>Alcance del producto a producir (MVP)</i>	<i>86</i>
<i>Procesos de investigación y desarrollo</i>	<i>87</i>
Aspectos Organizacionales y Legales.....	88
<i>Análisis estratégico.....</i>	<i>88</i>
<i>Misión</i>	<i>88</i>
<i>Estructura organizacional.....</i>	<i>88</i>
<i>Perfiles y funciones</i>	<i>88</i>
<i>Organigrama</i>	<i>89</i>
<i>Factores clave de la gestión del talento humano</i>	<i>89</i>
<i>Esquema de gobierno corporativo.....</i>	<i>90</i>
<i>Aspectos legales.....</i>	<i>91</i>
<i>Estructura jurídica y tipo de sociedad.....</i>	<i>92</i>
<i>Regímenes especiales</i>	<i>93</i>
Aspectos Financieros	94
<i>Objetivos financieros</i>	<i>94</i>
<i>Supuestos.....</i>	<i>94</i>
Gastos.....	96
<i>Personal administrativo.....</i>	<i>96</i>
<i>Presupuesto de marketing.....</i>	<i>98</i>
Costo.....	99

<i>Presupuesto de producción.....</i>	<i>99</i>
<i>Presupuesto de infraestructura</i>	<i>99</i>
<i>Proyección de ventas</i>	<i>100</i>
<i>Estado de resultados.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 29. Balance general.....</i>	<i>103</i>
<i>Indicadores financieros</i>	<i>104</i>
<i>Flujo de caja.....</i>	<i>104</i>
<i>Valor presente neto</i>	<i>105</i>
<i>TIR.....</i>	<i>106</i>
<i>Tiempo de recuperación</i>	<i>106</i>
Enfoque hacia la Sostenibilidad	107
Conclusiones	110
Referencias	112

Lista de Figuras

Figura 1. Modelo de negocios CANVAS.....	21
Figura 2. Elementos asociados a la interfaz de la aplicación propuesta	25
Figura 3. Crecimiento del número de FinTech en Colombia entre el 2019 y el 2023	30
Figura 4. Cadena de valor.....	45
Figura 5. Mapa de empatía	46
Figura 6. Buyer persona 1.....	47
Figura 7. Buyer persona 2.....	48
Figura 8. Encuesta – pregunta 1	54
Figura 9. Encuesta – pregunta 2	54
Figura 10. Encuesta – pregunta 3	55
Figura 11. Encuesta – pregunta 4	56
Figura 12. Encuesta – pregunta 5	56
Figura 13. Encuesta – pregunta 6	57
Figura 14. Encuesta – pregunta 7	58
Figura 15. Encuesta – pregunta 8	58
Figura 16. Encuesta – pregunta 9	59
Figura 17. Encuesta – pregunta 10	59
Figura 18. Encuesta – pregunta 11	60
Figura 19. Encuesta – pregunta 12	61
Figura 20. Encuesta – pregunta 13	61
Figura 21. Encuesta – pregunta 14	62
Figura 22. Encuesta – pregunta 15	63
Figura 23. Encuesta – pregunta 16	63
Figura 24. Encuesta – pregunta 17	64
Figura 25. Canales de distribución de la APP	70

Figura 26. Monetización de la APP 73

Figura 27. Estrategias de comunicación y promoción de la APP..... 75

Figura 28. Objetivos de producción..... 77

Figura 29. Descripción del proceso 81

Figura 30. Organigrama 89

Lista de Tablas

Tabla 1. Elementos asociados a la interfaz de la aplicación propuesta.....	23
Tabla 2. Inversionitas ángeles	27
Tabla 3. Marco regulatorio para el subsector FinTech	31
Tabla 4. Segmentos FinTech.....	33
Tabla 5 . Matriz de competidores	35
Tabla 6. Análisis PESTEL.....	38
Tabla 7. Matriz DOFA.....	42
Tabla 8. Principios de la estrategia de mercadeo	67
Tabla 9. Especificación del producto	68
Tabla 10. Canales de distribución.....	70
Tabla 11. Monetización	74
Tabla 12. Estrategias de comunicación y promoción	76
Tabla 13. Ficha técnica	78
Tabla 14. Necesidades y requerimientos.....	82
Tabla 15. Características de la tecnología.....	82
Tabla 16. Materias primas	84
Tabla 17. <i>Plan de producción</i>	85
Tabla 18. Investigación y desarrollo	87
Tabla 19. Estructura organizacional	88
Tabla 20. Perfiles y funciones.....	88
Tabla 21. Aspectos legales.....	91
Tabla 23. Presupuesto de personal administrativo	97
Tabla 24. Presupuesto de marketing	98

Tabla 25. Presupuesto de producción 99

Tabla 26. Presupuesto de infraestructura 99

Tabla 27. Proyección de ventas.....102

Tabla 28. Estado de resultados103

Tabla 29. *Balance general*103

Tabla 30. Indicadores financieros104

Tabla 31. Flujo de caja105

Tabla 32. Valor presente neto105

Tabla 33. TIR.....106

Tabla 34. Tiempo de recuperación106

Introducción

La gestión, planificación y organización de las finanzas personales se establece como un componente sumamente esencial en el desarrollo de procesos para conciliar mejor los ingresos que reciben las personas con los gastos que tienen en su cotidianidad, y con las proyecciones y metas que dependen en gran parte de sus posibilidades de ahorro. En este sentido, como lo define Bernal et al. (2020), la gestión financiera es un componente importante de la vida que se asocia con buenos conocimientos y capacidades para administrar los gastos y tomar decisiones económicas que incidan favorablemente en el bienestar personal y familiar, así como en el logro de objetivos a corto, mediano y largo plazo. Autores como Salas Bahamon (2022) señalan que un buen proceso de gestión financiera implica también controlar y evaluar el uso de los recursos financieros disponibles, de tal manera que se promueva una inversión y consumo consciente que prevenga situaciones de endeudamiento o desequilibrio financiero.

Sin embargo, la realidad es que muchas veces la población enfrenta importantes dificultades para gestionar adecuadamente sus finanzas personales (Pérez et al., 2021). Esto se debe principalmente a la ausencia de buenos hábitos de ahorro (De La Hoz-Granadillo et al., 2021); a limitaciones en el desarrollo de procesos de educación financiera (Ladron de Guevara et al., 2021); a la ganancia de bajos ingresos que apenas sirven para solventar necesidades básicas (Baron Bayona & Forero Baron, 2022); y a la ausencia de procesos de acompañamiento pro parte de empresas públicas y privadas que ayuden a promover una cultura económica más responsable (Martínez & Martínez de la Peña, 2022). En conjunto, los estudios referenciados señalan problemáticas importantes que limitan la capacidad de las personas para desarrollar buenos procesos de ahorro, y que además les permita mejorar la planificación de los gastos y la asignación de los diversos costos en los que deben incurrir para cumplir con sus metas.

Según el Índice de Inclusión Financiera 2024 de Credicorp (2024), el 75% de la población en Colombia no ahorra regularmente. Estos datos son interesantes tenerlos en cuenta, considerando que en el *Reporte de Inclusión Financiera (RIF)* de la Superintendencia Financiera de Colombia. (2024) se señala que 96,3 % de los adultos en Colombia contaban con al menos un producto de depósito o crédito al finalizar 2024, de los cuales el 82,4 % corresponde a cuentas de ahorro. Se destaca, por tanto, que en el país hay un alto acceso formal al sistema financiero, pero que los colombianos en general no ahorran.

En efecto, como lo Señala la Superintendencia Financiera de Colombia (2025), para el 2024 el 96,3% de las personas adultas en Colombia contaban al menos un producto de depósito o crédito. Se trata, entonces, de una situación en la cual se evidencia una buena accesibilidad al sistema financiero, pero poco ahorro. De acuerdo con las apreciaciones de autores como Mercado Mejia et al. (2022), estos datos permiten reconocer que el problema no radica únicamente en el acceso a productos financieros, sino en la falta de educación financiera, de herramientas adaptadas a las realidades económicas de la población, y la falta de acompañamiento en la gestión de los recursos personales.

Por otro lado, es importante considerar cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2022) en la encuesta publicada en diciembre del 2022 llamada “Pulso Social”.- En dicha encuesta se analiza la percepción de las personas sobre el estado de la economía, y se consulta también su posición frente a la posibilidad concreta de ahorrar. En los resultados, se destaca que solo el 8% de los encuestados respondió que puede ahorrar parte de sus ingresos, mientras que el 80,9 % respondió que no puede hacerlo. Además, hay un 10,3 % que manifestó que no tiene ingresos.

En el informe del DANE (2022) también se evidencia que solo entre octubre y diciembre del 2022 la posibilidad de ahorrar bajó del 10,6 % al 8,8 %. En particular, estas problemáticas se asocian con las dificultades que tienen los colombianos para subsanar

sus gastos con los ingresos que reciben, pero también con una limitada capacidad de planificación financiera. En este contexto, se reconoce la necesidad de promover iniciativas que incentiven el ahorro consciente, la planificación de gastos y el buen uso de los instrumentos financieros.

En este contexto, se reconoce la importancia de plantear soluciones digitales accesibles y centradas en las necesidades de los usuarios, que les permita mejorar y sistematizar procesos para relacionar los ingresos y los costos, además de establecer metas de ahorro. La tecnología, explica Pérez et al. (2021) se puede establecer como una herramienta importante para mejorar la relación que las personas tienen con sus finanzas personales. En particular, de acuerdo con las apreciaciones de Huacchillo et al. (2020) , la tecnología puede favorecer la automatización de procesos, el desarrollo de una retroalimentación eficiente, y la posibilidad de contar con información a la mano para que las personas orienten sus procesos de toma de decisión frente a los gastos que se presentan en la cotidianidad.

Se plantea como objetivo de la presente investigación diseñar un plan de mercado para una aplicación móvil orientada a fortalecer los procesos de ahorro y planificación financiera personal en Colombia. En particular, la propuesta que se plantea tiene como finalidad responder a las problemáticas asociadas con limitaciones en el ahorro, educación financiera y gestión económica a través de una herramienta tecnológica en la cual los usuarios puedan registrar ingresos y gastos, además de definir una serie de metas de ahorro y recibir recomendaciones personalizadas de acuerdo con sus ingresos y su progreso financiero.

Naturaleza del proyecto

Origen o fuente de la idea de negocio

La educación financiera se establece como uno de los principales factores que se asocian con la cultura de ahorro y de planificación financiera. En este sentido, factores como una buena formación en la planificación de los gastos, incide en una serie de comportamientos, actitudes y conocimientos en lo que tiene que ver con el manejo de los recursos financieros (Huacchillo et al., 2020). En este sentido, el conocimiento financiero se relaciona significativamente con el desarrollo de la cultura del ahorro, pues incide en la forma en la cual las personas toman decisiones para manejar su dinero.

Esta relación resulta ser problemática en Colombia debido a un bajo nivel de formación financiera de los colombianos, lo cual afecta el uso y conocimiento de los diversos productos y servicios que tienen para organizar sus finanzas (Ladron de Guevara et al., 2021). Por ello, el desarrollo de una aplicación tecnológica que favorezca un proceso sencillo y accesible de ingreso de datos financieros, de recomendaciones y análisis continuos que le permitan a cada persona entender mejor sus gastos y sus necesidades financieras se establece como un aporte esencial para incidir no solo en la posibilidad de mejorar el ahorro, sino también de fortalecer enfoques de educación financiera.

Descripción del modelo de negocio

En particular, la aplicación que se propone se plantea como una plataforma integral para la gestión financiera personal. Está diseñada para generar un proceso de acompañamiento a los usuarios en todo lo que tiene que ver con el control y organización de sus recursos económicos, teniendo en cuenta sus ingresos y los gastos generales de cada semana. En lo que respecta al funcionamiento, la aplicación le permite al usuario

registrar sus ingresos y egresos a través de la vinculación de información sobre sus cuentas bancarias, tarjetas de crédito o billeteras digitales.

A partir de la información, el sistema tiene la capacidad de generar un balance financiero que muestra en tiempo real el estado de las finanzas personales. Desde estos datos, el usuario puede establecer unas metas específicas de ahorro, además de definir los montos y los plazos para alcanzarla. La aplicación, por tanto, se establece a través de un algoritmo de recomendación inteligente, el cual se define como un sistema o componente tecnológico que puede analizar patrones de ingreso, gasto y comportamiento del usuario, de tal manera que se puedan presentar sugerencias que permitan mejorar la forma en la cual se manejan finanzas, orientando además la toma de decisiones.

El algoritmo propuesto se basa en técnicas de análisis predictivo y aprendizaje automático que permite reconocer la forma en la cual las tendencias de consumo de cada usuario van cambiando a lo largo del tiempo, identificando posibles desbalances en el plano financiero y planteando recomendaciones que permitan generar ajustes rápidos. La aplicación, por tanto, se puede establecer como un asistente financiero que le permite a las personas reconocer una serie de alertas cuando se detectan gastos superiores al promedio en diversas categorías. En cuanto a la interfaz, se diseña a través de principios centrados en la simplicidad y la usabilidad, de tal manera que se priorice la eficiencia y la experiencia del usuario.

Con el fin de estructurar de manera visual el desarrollo del modelo de negocio se concluye mediante la herramienta de Business Model Canvas, el cual permite generar una descripción con los componentes claves del proyecto

Figura 1.
Modelo de negocios CANVAS

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Asociaciones Clave • Bancos y plataformas de Open Finance. • Proveedores cloud. • Aliados educativos e influencers financieros.	Actividades Clave • Desarrollo y mantenimiento de la app. • Análisis de datos y recomendaciones. • Producción de contenido financiero.	Propuestas de Valor Ayudar a las personas a organizar sus finanzas de manera simple y automatizada, ofreciendo un registro claro de ingresos y gastos, metas de ahorro personalizadas y alertas sobre hábitos de consumo. Mediante recomendaciones adaptadas al comportamiento del usuario y contenido educativo en lenguaje sencillo, la app facilita la toma de decisiones y promueve hábitos financieros más responsables.	Relación con los clientes • Acompañamiento personalizado por IA. • Notificaciones y recordatorios. • Contenido educativo y soporte digital.	Segmentos de clientes • Jóvenes 18–35 años. • Trabajadores independientes con ingresos variables. • Personas con dificultades para ahorrar. • Usuarios con estrés financiero y baja educación financiera.
	Recursos Clave - Recursos humanos - Económicos - Intelectuales - Físicos		Canales • App móvil (Android/iOS). • Redes sociales (Instagram, TikTok). • Página web y blog. • Marketplace de apps.	
Estructura de costes • Desarrollo tecnológico. • Servidores y seguridad. • Marketing digital. • Personal operativo y soporte.			Fuentes de ingresos • Suscripción premium (freemium). • Alianzas con entidades financieras. • Publicidad no invasiva. • Cursos y contenido educativo.	

Objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo

A corto plazo:

Diseñar y desarrollar un producto mínimo viable (MVP) de la aplicación móvil que permita a los usuarios registrar ingresos, gastos y metas de ahorro de manera sencilla e intuitiva.

Validar la aceptación del mercado, la propuesta de valor y la experiencia de usuario mediante la aplicación de estudios piloto y pruebas con usuarios potenciales en Colombia.

Definir el modelo de negocio de la aplicación, incluyendo estructura de costos, fuentes de ingresos y estrategia de monetización.

A mediano plazo:

Consolidar la aplicación como una herramienta confiable de gestión financiera personal, incrementando de manera sostenida la base de usuarios activos en el mercado colombiano.

Implementar un modelo de monetización sostenible, a través de suscripciones, servicios premium o alianzas estratégicas con entidades financieras y empresas del sector Fintech.

Establecer alianzas con instituciones educativas, empresas y entidades financieras para promover la educación financiera y ampliar el alcance de la aplicación.

A largo plazo:

Posicionar la aplicación como un referente nacional en gestión financiera personal y fomento del ahorro en Colombia.

Expandir el modelo de negocio hacia otros mercados de América Latina, adaptando la aplicación a diferentes contextos económicos y normativos.

Convertir la plataforma en un ecosistema integral de educación financiera, incorporando contenidos formativos, asesorías personalizadas y herramientas avanzadas de planificación financiera-

Estado actual del negocio

Actualmente, el negocio se encuentra en una fase de planeación y desarrollo. Sin embargo, ya se han adelantado estudios sobre el mercado que permiten reconocer la necesidad y la importancia de trabajar en el desarrollo de esta aplicación, teniendo en cuenta datos y cifras asociadas con la capacidad de ahorro de los colombianos. Por otro lado, se cuenta con un equipo de trabajo de seis personas, entre desarrolladores y personas especializadas en servicio al cliente para poder iniciar operaciones.

Descripción de productos o servicios

A continuación, se presentan características esenciales en el desarrollo de la interfaz de la aplicación propuesta.

Tabla 1.

Elementos asociados a la interfaz de la aplicación propuesta

Elemento de la interfaz	Descripción	Funcionalidad principal	Beneficio para el usuario
Pantalla principal	En la pantalla principal se muestra un resumen general del estado financiero del usuario: ingresos, gastos, saldo disponible y progreso de metas.	Permite visualizar en tiempo real la situación económica personal.	Facilita la toma de decisiones rápidas y el control constante de las finanzas.
Módulo de ingresos y egresos	Espacio donde el usuario registra o sincroniza sus movimientos financieros, vinculando cuentas bancarias o billeteras digitales.	Automatiza la actualización de datos financieros.	Ahorra tiempo y reduce errores en el registro manual de transacciones.
Sección de metas de ahorro	Permite definir objetivos financieros específicos (por ejemplo, viajes, estudios o fondo de emergencia).	Establece montos, plazos y seguimiento del cumplimiento de cada meta.	Motiva al usuario y promueve hábitos sostenidos de ahorro.
Planificador de gastos	Herramienta para programar presupuestos semanales o mensuales según categorías (alimentación, transporte, ocio, etc.).	Genera alertas y notificaciones cuando se superan límites definidos.	Ayuda a mantener el control del gasto y a priorizar necesidades.
Módulo de recomendaciones inteligentes	Basado en un algoritmo que analiza el comportamiento financiero del usuario.	Sugiere estrategias de ahorro, reducción de gastos y optimización de recursos.	Ofrece orientación personalizada para mejorar la gestión financiera.
Sección educación financiera	Espacio con artículos, videos y simuladores sobre ahorro, crédito e inversión.	Brinda formación práctica sobre temas económicos.	Fortalece las competencias financieras del usuario.

Notificaciones alertas personalizadas	y	Envía mensajes automáticos sobre gastos inusuales, fechas de pago o progreso en las metas.	Mejora el acompañamiento al usuario.	Refuerza la responsabilidad y la constancia financiera.
--	----------	--	--------------------------------------	---

Fuente: elaboración propia

Como se puede apreciar, existen varios elementos en la interfaz que favorecen un tratamiento efectivo de los datos y una presentación adecuada de los diversos elementos que pueden ayudarle a un usuario a mejorar sus procesos de planificación financiera a través de procesos de selección de metas de ahorro, planificador de gastos, módulo de recomendaciones inteligentes. Además, incluye una sección de educación financiera en la cual se incluyen diversos enfoques que permiten mejorar los conocimientos y aprendizajes. En la siguiente figura se presenta una síntesis de los diversos elementos que hacen parte de la interfaz propuesta para la aplicación.

Figura 2.
Elementos asociados a la interfaz de la aplicación propuesta



Fuente: elaboración propia.

Nombre, tamaño y ubicación de la empresa

- Nombre de la empresa: Finan App S.A.S. Se realiza la validación en la página del RUES con corte al 12 de febrero de 2026, en la cual se verifica que este nombre no se encuentra registrado.
- Tamaño de la empresa: Microempresa, pues cuenta con un número reducido de colaboradores y presenta un bajo nivel de activos e ingresos proyectados durante sus primeros años de funcionamiento.
- Ubicación de la empresa: La empresa estará ubicada en la ciudad de Bogotá D.C., Colombia

Potencial del mercado en cifras

Para calcular la demanda potencial es importante tener en cuenta los siguientes datos:

TAM: El 96,3 % de los adultos colombianos tiene al menos un producto financiero (Finnovista, 2024) En el Reporte de Inclusión Financiera de Banca de las Oportunidades, se reportan aproximadamente 37,1 millones de adultos con producto financiero al cierre de 2024.

SAM: Se establece una segmentación de los usuarios que cuentan con acceso a smartphone, la cual reduce el mercado total al del 40% del TAM (Santos, 2025), lo que equivale a un 14,8 millón de personas, correspondiente al perfil establecido para este proyecto.

SOM: Representa al porcentaje del mercado competitivo y se estima como el 5% del SAM lo que equivale a 742.000 personas. Se establece como un escenario conservador.

Ventajas competitivas del producto y/o servicio

- **Accesibilidad y facilidad de uso:** La app está diseñada con una interfaz sencilla y funcional, pensada para usuarios con pocos conocimientos financieros.
- **Personalización mediante algoritmos inteligentes:** El algoritmo de recomendaciones personalizadas ofrece sugerencias basadas en los

comportamientos de gastos e ingresos de cada usuario, mejorando continuamente la toma de decisiones.

- **Educación financiera integral:** La app incluye contenido educativo sobre ahorro, inversión y crédito, ayudando a los usuarios a mejorar sus conocimientos financieros.
- **Integración con cuentas bancarias y billeteras digitales:** Facilita la automatización de la gestión financiera personal mediante la integración con servicios bancarios ya existentes.
- **Modelo Freemium:** Ofrece acceso a funciones básicas de forma gratuita, incentivando la prueba del servicio antes de optar por una suscripción premium.
- **Planes de asesoría financiera:** se ofrecen capacitación y servicios de asesoramiento a través de videollamadas, foros virtuales y webinars.

Resumen de la inversión requerida

El proyecto de la aplicación financiera Finapp SAS se estructura mediante aportes de capital por parte de inversionistas ángeles por valor de \$ 1.099.922.314, esta modalidad es utilizada para emprendimientos Fintech. Estos recursos cubrirán los costos de producción y operacionales durante los dos primeros años, si bien, esto genera flujos de caja negativos durante los primeros años, este riesgo será asumido por la inversión permitiendo que el proyecto complete su etapa de planificación y ejecución sin generar un endeudamiento.

Tabla 2.
Inversionistas ángeles

Concepto	Valor
Inversión – Producción aplicación	\$29.200.000
Costos de operación (24 meses)	\$1.070.722.314
Total préstamo requerido	\$ 1.099.922.314

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

Se puede decir que el proyecto tiene condiciones favorables para la viabilidad económica y financiera, teniendo en cuenta aspectos como la estructura de costos,

además de consideraciones relevantes sobre el sector Fintech en Colombia. El proyecto, por tanto, muestra un alto potencial de generación de valor para las personas, teniendo en cuenta aspectos asociados con un buen acceso al mercado financiero, pero pocos procesos de asesoramiento y acompañamiento para mejorar la educación financiera y la gestión del ahorro. La aplicación, por tanto, se presenta como un proyecto financieramente viable que se alinea con una necesidad real del mercado en Colombia.

Análisis del sector

Esta aplicación se integra al sector de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, específicamente al subsector FinTech (tecnología financiera). Este subsector se ha venido desarrollando como medio para reducir la intermediación entre los usuarios y los servicios financieros a través de procesos centrados en la innovación tecnológica, como medio por ofrecer soluciones financieras digitales eficientes y personalizadas (Raynaud Prado & Montañez Jaimes, 2021). Cabe tener en cuenta que el sector financiero ha venido enfrentando una transformación profunda debido al desarrollo de cambios importantes en lo que tiene que ver con la intermediación entre las entidades bancarias convencionales, la naturaleza de los movimientos monetarios y de las transacciones.

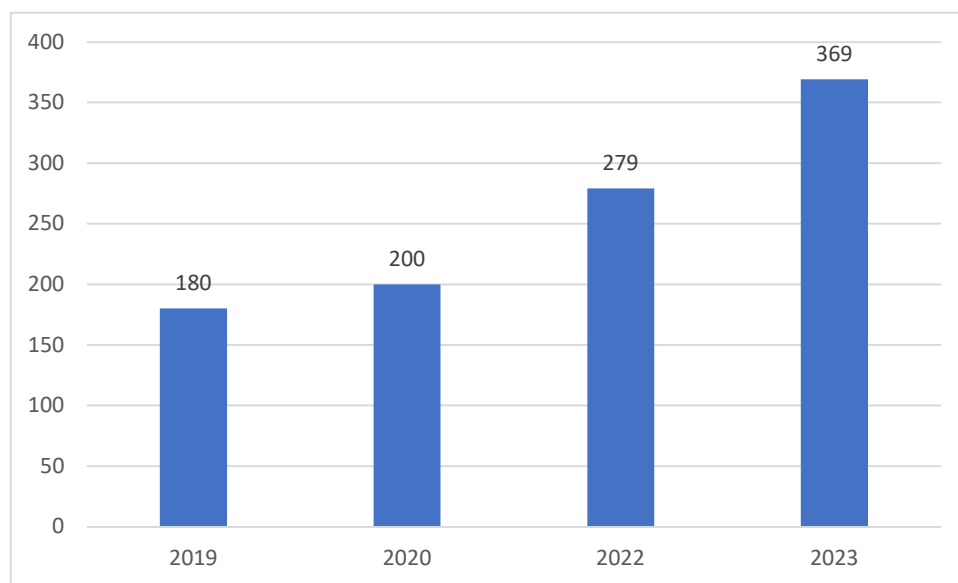
De acuerdo con Castaño (2019), las FinTech se caracterizan principalmente por ser emprendimientos cuya oferta de valor se encuentra vinculada a la posibilidad de mejorar la experiencia de los usuarios a un bajo costo, usando para ello metodologías de escalamiento y testeo. En este sentido, las tecnologías se establecen como un componente esencial en el desarrollo de las FinTech, ya que median precisamente los conocimientos financieros con las necesidades de los usuarios. En este sentido, requieren de un conjunto de datos que permitan validar el modelo de negocio. Un importante valor de este tipo de emprendimientos es que no necesitan de una infraestructura pesada para iniciar, ya que los servicios de tecnología son adquiridos por demanda. Las FinTech, por tanto, se establecen como una gran oportunidad de innovación que aprovecha las transformaciones que se presentan en la banca abierta, la

autenticación digital, el desarrollo de la innovación tecnológica, la inclusión financiera y la consolidación de un ecosistema emprendedor.

En Colombia, los startups que se han desarrollado con una FinTech han venido creciendo en los últimos años, según el reporte elaborado por Gaitán (2024). Entre el 2019 al 2023, se pasó de contar con 180 de estas empresas en Colombia, a 369, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 3.

Crecimiento del número de FinTech en Colombia entre el 2019 y el 2023



Fuente: elaboración propia con base en información tomada de Gaitán (2024)

Se evidencia un crecimiento del 19,7% anual promedio, lo cual permite hablar de un ecosistema joven pero dinámico y en expansión constante. De acuerdo con Gaitán (2024) este incremento sostenido refleja confianza en el sector y una mayor adopción tecnológica. Por otro lado, cabe tener en cuenta que el país ha avanzado en la creación de un marco regulatorio específico, como se muestra a continuación:

Tabla 3.
Marco regulatorio para el subsector FinTech

Área Fintech	Norma o Decreto	Principios básicos / Propósito principal
Protección de datos personales	Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013	Permite contar con la autorización del usuario para uso de sus datos personales, garantizando los derechos de la información del usuario y los permisos concedidos. Asimismo, esta ley establece los principios transparencia, seguridad y confidencialidad
Pagos digitales	Ley 1735 de 2014 ("Ley de Inclusión Financiera") y Decreto 1692 de 2020	Busca promover la inclusión financiera mediante el uso de plataformas digitales, permitiendo que entidades no bancarias ofrezcan servicios de pago electrónico bajo supervisión de la Superintendencia Financiera.
Créditos digitales	Decreto 1234 de 2020	Autoriza a entidades no bancarias a otorgar créditos por medios digitales, ampliando el acceso al financiamiento.
Financiación colectiva (Crowdfunding)	Decreto 1357 de 2018	Regula las plataformas de financiación colaborativa para garantizar la transparencia entre inversionistas y emprendedores.
Regulación tecnológica (Regtech)	Ley 1266 de 2008	Crea un marco legal para la protección de datos financieros y crediticios de las personas.
E-factoring (factoring electrónico)	Normas complementarias dentro del marco de la Ley 1231 de 2008 y lineamientos de la DIAN	Regula la negociación y cesión electrónica de facturas como título valor, promoviendo liquidez a las empresas y facilitando el acceso a financiamiento ágil mediante plataformas digitales.

Seguros digitales (Insurtech)	Directrices de la Superintendencia Financiera y Ley 1328 de 2009	Promueven la innovación en la comercialización de seguros por medios digitales, garantizando la protección del usuario y la transparencia en los productos ofrecidos.
Trading y plataformas de inversión	Ley 964 de 2005 del Mercado de Valores y Decreto 661 de 2018	Regula las operaciones electrónicas de inversión, estableciendo estándares de seguridad, transparencia y protección al inversionista.
Criptoactivos	Lineamientos de la Superintendencia Financiera y pilotos regulatorios (<i>sandbox</i>) desde 2021	Permite pruebas controladas para operaciones con criptoactivos bajo supervisión estatal.
Neobancos	Resoluciones y directrices de la Superintendencia Financiera (2020–2023)	Regulan la operación de entidades 100% digitales que ofrecen servicios bancarios en línea. Se enfocan en la ciberseguridad, transparencia y acceso inclusivo a servicios financieros.

Fuente: elaboración propia.

Gracias a las herramientas digitales centradas en enfoques inclusivos que les permitan a más personas acceder a diversos sistemas, enfoques y beneficios financieros, se ha venido trabajando en el desarrollo de modelos de negocio mediante los cuales se reconfigura la noción que tienen las personas sobre productos y servicios financieros tradicionales. En Colombia, principalmente, se ha trabajado en el desarrollo de diez segmentos distintos en el ecosistema FinTech, los cuales son los siguientes:

Tabla 4.
Segmentos *FinTech*

Segmento FinTech	Descripción general	Ejemplos o aplicaciones
Crédito digital	Plataformas que ofrecen préstamos personales o empresariales de manera 100 % digital, con procesos ágiles y análisis automatizado del riesgo crediticio.	Aplicaciones de microcrédito, créditos rápidos en línea, préstamos P2P.
Financiamiento colaborativo (Crowdfunding)	Espacios digitales que conectan proyectos o emprendedores con personas dispuestas a financiarlos, ya sea mediante donaciones, préstamos o inversión.	Plataformas de crowdfunding de inversión o de recompensas.
Tecnologías de regulación (RegTech)	Soluciones tecnológicas que ayudan a empresas financieras a cumplir con normas y regulaciones de forma automatizada y eficiente.	Herramientas de cumplimiento normativo, gestión de riesgos y prevención de lavado de activos.
Finanzas empresariales y e-Factoring	Plataformas que optimizan la gestión financiera de empresas, incluyendo facturación electrónica, anticipo de facturas y control de flujo de caja.	Sistemas de e-factoring y software de gestión contable digital.
Seguros (InsurTech)	Soluciones tecnológicas aplicadas al sector asegurador, enfocadas en la cotización, adquisición y gestión digital de pólizas.	Aplicaciones móviles de seguros personalizados o por uso.
Trading y mercado de valores	Plataformas digitales que facilitan la compra y venta de acciones, bonos y otros instrumentos financieros en línea.	Apps de inversión, trading automatizado o asesoría financiera digital.
Blockchain y criptoactivos	Ecosistema basado en tecnologías descentralizadas para la gestión segura de transacciones,	Exchanges de criptomonedas, wallets

	criptomonedas y contratos digitales o proyectos inteligentes. blockchain.
Dinero electrónico (E-Money)	Plataformas que permiten la emisión, almacenamiento y transferencia de dinero en formato digital, sin necesidad de cuentas bancarias tradicionales.
Neobancos (Bancos digitales)	Entidades financieras que operan completamente en línea, sin infraestructura física, ofreciendo servicios bancarios a través de apps o plataformas web. Neobancos colombianos y latinoamericanos (Daviplata, Nequi, Lulo Bank, etc.).
Educación financiera digital	Plataformas y aplicaciones enfocadas en fortalecer el conocimiento, las habilidades y los hábitos financieros de los usuarios mediante contenidos interactivos y herramientas de gestión. Apps de educación financiera, simuladores de ahorro, plataformas de aprendizaje financiero

Fuente: elaboración propia con base en información tomada de Vega Zuluaga & Restrepo Calle (2022)

El desarrollo de la aplicación cuyo diseño se pretende desarrollar en la presente investigación, sin duda, se inscribe en el área de educación financiera, ya que se trata de fortalecer una serie de hábitos, conocimientos y hábitos financieros. Por tanto, se puede decir que la propuesta se incluye en el sector de Fintech orientado al empoderamiento financiero individual. Con respecto a cifras de este sector, cabe tener en cuenta el informe *Finnovista Fintech Colombia 2023*, en el cual se reportó que para dicho año ya existían un total de 369 empresas en este sector. En lo que respecta al panorama regional, el sector Fintech en Colombia se consolida como el tercero más importante en Latinoamérica, únicamente por detrás de países como Brasil y México (Cifuentes & Bermúdez Hernández, 2025).

En cuanto a los competidores, se reconocen principalmente los siguientes:

Tabla 5
Matriz de competidores

Nombre	Razón social	Qué ofrece	Características
Nequi	<i>Nequi S.A.S (Filial Bancolombia)</i>	Herramienta financiera que permite generar pagos, transferencias y administración de ahorros	Bolsillo y metas de ahorro Controles básicos de gastos Integración de productos financieros
Daviplata	<i>Daviplata SAS (Filial Banco Davivienda)</i>	Billetera digital con funciones de ahorro, pagos y administración del dinero	Funciones de ahorro sencilla Estructuración del sistema de bancos tradicionales
LuloBank	<i>Lulo Bank SA (Banco digital)</i>	Banco digital ofrece servicios tradicionales de un banco (cuentas y tarjetas)	Herramienta de seguimiento financieros Servicios de bancos
Alef	<i>Alef (enfoque en educación financiera)</i>	Plataforma especializada en la educación financiera	Enfoque académico y contenidos educativos
Monefy	<i>Monefy / Reflective Technologies ApS (empresa enfocada en finanzas personales)</i>	App de control de ingresos y egresos con interfaz sencilla y visualización clara de flujo de gastos.	Interfaz limpia y fácil de usar. Control rápido de gastos e ingresos. Gráficos visuales de categorías.
Buddy	App desarrollada por entidad independiente enfocada en finanzas compartidas (no siempre listado oficialmente en tiendas)	Permite dividir cuentas y gestionar gastos entre varias personas (parejas, grupos).	Gestión de presupuesto compartido. Control de quién pagó qué.
Mint	<i>Intuit, Inc. (compañía tecnológica estadounidense de software financiero)</i>	Herramienta integral de finanzas: presupuestos, seguimiento de cuentas bancarias y gastos (servicio cerrado en 2024, migrado a Credit Karma).	Centraliza cuentas, tarjetas e inversiones. Seguimiento de gastos y presupuestos. Recordatorios de facturas.

Wallet	<i>BudgetBakers s.r.o.</i> (empresa tecnológica con sede en Praga, desarrolla Wallet)	Financiero para el manejo diario de dinero con seguimiento de gastos, bancos y cuentas conectadas.	Seguimiento de gastos e ingresos. Sincronización con cuentas bancarias Informes y presupuestos.
Moneon	Desarrollador independiente de apps de finanzas personales (nombre de empresa/razón social varía según tienda)	Gestión de múltiples “billeteras” para controlar presupuestos simultáneos.	Múltiples billeteras dentro de la app Registro de gastos e ingresos.
Wally	<i>Wally Global Inc.</i> (desarrollador acorde a tiendas de apps)	App de finanzas y presupuesto con seguimiento manual y automático de gastos.	Control de ingresos y gastos Presupuestos por categorías. Vista general del estado financiera.
Spendee	<i>SPENDEE a.s.</i> (empresa con sede en Praga, República Checa)	App de presupuesto que conecta cuentas bancarias, billeteras y ofrece análisis visual de gastos e ingresos.	Conexión de cuentas bancarias. Visualizaciones y gráficos detallados• Varios wallets y presupuestos compartidos.

Fuente: elaboración propia

En lo que respecta al marco normativo y legal, se destaca principalmente el CONPES 4005 Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera (Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera, 2020). Este CONPES formula la Política Nacional para la Educación Financiera y la Inclusión Económica en Colombia, con el fin de integrar diversos servicios financieros a las actividades cotidianas de los ciudadanos para mejorar la atención a sus necesidades. El documento parte de reconocer la importancia que ha tenido para el Gobierno Nacional fomentar la inclusión financiera y mejorar enfoques centrados en educación y capacitación para todas las personas, aprovechando para ello el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los medios digitales a través de los cuales se comparte y se transmite información.

La política, por tanto, propone un plan de acción para mejorar el desarrollo de servicios financieros que se ajusten a las necesidades de toda la población por medio de

enfoques como la ampliación de la oferta de productos y servicios financieros, la generación de nuevos conocimientos y el fortalecimiento de la infraestructura financiera y digital. Además, se destaca la necesidad de promover propuestas para mejorar la gobernanza institucional que mejore la articulación en la implementación de estrategias de inclusión financiera. Partiendo de este análisis, se reconoce que las tecnologías en Colombia han cobrado más relevancia a nivel estatal, pues se han enfocado en orientar procesos de innovación, mejorando la eficiencia y la relación que tienen las personas con los productos y servicios financieros.

De acuerdo con las apreciaciones de Baron Bayona & Forero Baron (2022), los segmentos que han generado un mayor desarrollo en el universo FinTech en Colombia son los créditos y los pagos digitales, con un 27%. Las diversas áreas que se han señalado en la tabla 2 permanecen en pleno desarrollo y tienen importantes oportunidades para mejorar a través de enfoques centrados en la innovación. En este sentido, la aplicación que se plantea en la presente investigación parte de reconocer un contexto de desarrollo importante el cual puede ser aprovechado a través del diseño de servicios educativos que les permitan a las personas mejorar la asignación de sus gastos y el control de sus finanzas.

En general, el objetivo del universo FinTech es reducir las barreras que afectan la inclusión financiera de toda la población mediante el fortalecimiento de procesos de innovación centrados en las tecnologías. Las FinTech, por tanto, se establecen como importantes aliados de la banca tradicional, ya que permiten superar las barreras de acceso y mejorar la forma en la cual la población percibe los servicios financieros. Sin embargo, como lo señala Martínez & Martínez de la Peña (2022) es importante avanzar en un marco regulatorio para promover una mejor inclusión financiera en Colombia, teniendo en cuenta las funciones y las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información. Además, es clave avanzar en lo que tiene que ver con el equilibrio entre la

seguridad jurídica y los procesos de innovación tecnológica (Pertuz Yustes, 2021). Se puede evidenciar, por tanto, que la industria FinTech establece como un sector en importante de crecimiento en Colombia que debe ser fortalecido mediante un marco normativo más robusto, pues genera importantes oportunidades de innovación como la que se diseña en la presente investigación.

De acuerdo con esta información, se presenta un PESTEL que permite reconocer elementos importantes del entorno externo. En particular, esta herramienta permite reconocer cómo aspectos esenciales del entorno influyen en el comportamiento del cliente, necesidades financieras y métodos mediante los cuales percibe la propuesta de valor que se plantea en la presente investigación. El PESTEL, por tanto, orienta una visión estratégica sobre los diversos factores que pueden incidir en los comportamientos, necesidades e ideas de los clientes sobre la solución tecnológica que se plantea en el sector Fintech. A continuación, por tanto, se presenta el desarrollo de este análisis.

Tabla 6.
Análisis PESTEL

Factor	Variable	Descripción del contexto colombiano	Impacto en la App
Político	Estabilidad política moderada	Colombia mantiene estabilidad relativa, con transiciones democráticas y políticas públicas constantes en digitalización.	Permite operar sin riesgo de cambios abruptos para startups digitales.
	Regulación del sector financiero	La Superintendencia Financiera supervisa estrictamente el manejo de datos y el uso de servicios digitales.	Requiere cumplimiento estricto, pero aumenta la confianza del usuario.
	Impulso a la digitalización	Programas estatales fortalecen pagos electrónicos y educación financiera.	Mayor adopción de aplicaciones financieras.

	Inclusión financiera	Más del 96% de adultos con productos financieros, pero baja utilización para ahorro.	Gran oportunidad para apps que cambien comportamiento, no solo acceso.
	Cambios tributarios frecuentes	Reformas fiscales afectan ingresos, consumo y capacidad de ahorro.	Usuarios buscan herramientas para ajustar presupuestos.
Económico	Alto costo de vida	Inflación en alimentos, servicios y transporte presiona los presupuestos.	Incrementa la necesidad de controlar gastos.
	Altas tasas de endeudamiento	Uso intensivo de tarjetas y créditos de consumo con tasas altas.	Necesidad de herramientas para gestionar deudas.
	Bajos niveles de ahorro	75% de colombianos no ahorra regularmente pese a tener productos financieros.	Oportunidad para promover hábitos de ahorro práctico y guiado.
	Crecimiento del sector fintech	Colombia es líder en LATAM, con fuerte ecosistema fintech.	Mercado abierto a soluciones innovadoras.
	Empleo informal	Gran parte de la población tiene ingresos variables y no formales.	La app debe adaptarse a ingresos irregulares y presupuestos flexibles.
	Volatilidad del dólar	Cambios en tasa de cambio afectan precios y decisiones de consumo.	Usuarios buscan planificar gastos ante incertidumbre.
Social	Cultura del “día a día”	La mayoría administra dinero sin planificación, pagando gastos sobre la marcha.	Necesidad de herramientas simples, automáticas y de fácil adopción.
	Baja educación financiera	Desconocimiento de conceptos básicos como tasas de interés o presupuesto.	La app debe educar sin tecnicismos y con lenguaje sencillo.
	Uso masivo de smartphones	Más del 70% de colombianos usa teléfonos inteligentes.	Facilita la adopción de apps de gestión financiera.

	Popularidad de billeteras digitales	Nequi, Daviplata y Movii son parte de la vida cotidiana.	Integraciones con estos servicios aumentan utilidad.
	Influencia de redes sociales	Tendencias en TikTok e Instagram impulsan educación financiera visual y simple.	Oportunidad para adquisición de usuarios mediante contenido.
	Compras impulsivas	E-commerce y apps de delivery incentivan gastos no planificados.	Relevancia de alertas y límites personalizados.
Tecnológico	Open Banking en crecimiento	Bancos abren APIs para compartir información financiera.	Permite automatizar registro de gastos e ingresos.
	Crecimiento de pagos digitales	Transferencias, QR y recargas aumentan año a año.	Facilita categorización automática de gastos.
	Uso intensivo de aplicaciones	Alto uso de apps en entretenimiento, transporte y banca.	Mercado digital maduro listo para nuevas soluciones.
	Riesgos de ciberseguridad	Incremento de fraudes digitales y suplantación de identidad.	Necesita altos estándares de seguridad y autenticación.
	Conectividad desigual	Zonas rurales tienen dificultades de acceso a internet.	La app debe ser liviana y tener funciones offline.
Ambiental	Tendencia hacia la sostenibilidad	Consumidores buscan empresas más responsables.	La app puede promover finanzas sostenibles y consumo consciente.
Ambiental	Reducción de uso de papel	Facturación electrónica y trámites virtuales en aumento.	Favorece adopción de herramientas digitales.
	Huella digital	Preocupación creciente por consumo energético de apps y servidores.	Recomendable uso eficiente de datos y recursos.
Legal	Ley de Habeas Data	Regula protección de datos personales.	Requiere manejo transparente y autorizaciones explícitas.
	Supervisión financiera	Cláusulas de transparencia y	Aumenta credibilidad de la

	protección del consumidor financiero.	del app si se cumple adecuadamente.
Regulación de pagos digitales	Normativas actualizadas para servicios fintech.	Adaptación constante a cambios regulatorios.
Decreto 1297 de 2022 (finanzas abiertas)	Permite compartir datos financieros con terceros bajo estándares claros.	Facilita operaciones del modelo de negocio y acceso a información bancaria.

Fuente: elaboración propia

El análisis PESTEL que se ha planteado permite reconocer que existen importantes transformaciones en el plano político que influyen en la percepción que pueden tener los consumidores sobre los servicios financieros digitales. Se destacan aspectos como políticas de influencia financiera, programas de digitalización de pagos, apoyo constante a la innovación en el sector Fintech. Sin embargo, estos cambios también vienen acompañados de incertidumbres que pueden afectar la confianza de los ciudadanos, razón por la cual es clave avanzar en el desarrollo de estrategias que sean transparentes y respondan a principios éticos que garanticen la confidencialidad de los datos financieros de los usuarios.

Ahora bien, temas como informalidad laboral, bajo nivel de ahorro y presión sobre los ingresos generan una mayor necesidad por parte de las personas para ahorrar y controlar los gastos. En este sentido, la solución que se plantea se establece como una buena opción para que los clientes encuentren opciones fáciles y accesibles de mejorar sus procesos de ahorro. Este análisis permite reconocer que una aplicación móvil de gestión financiera puede atender a una necesidad real de la población, ya que se cuenta con un entorno tecnológico listo para afrontar las demandas y un marco legal que puede promover el desarrollo de finanzas abiertas.

A continuación, se presenta la matriz DOFA:

Tabla 7.
Matriz DOFA.

Fortalezas	Oportunidades
• Propuesta de valor enfocada en educación financiera y fortalecimiento del ahorro.	• Crecimiento sostenido del ecosistema FinTech en Colombia.
• Modelo de negocio digital, escalable y con bajos costos operativos.	• Alto acceso al sistema financiero, pero bajos niveles de ahorro en la población.
• Uso de tecnología móvil y algoritmos de recomendación personalizada.	• Impulso estatal a la inclusión financiera y educación económica (CONPES 4005).
• Diseño centrado en la experiencia del usuario y facilidad de uso.	• Avances en open banking y finanzas abiertas que facilitan la integración de datos.
• Diversificación de ingresos (suscripción premium y publicidad).	• Uso masivo de smartphones y adopción de billeteras digitales.
• Adaptabilidad a ingresos variables y contextos de informalidad laboral.	• Interés creciente en herramientas digitales para control de gastos y ahorro.
Debilidades	Amenazas
• Marca nueva con bajo reconocimiento en el mercado.	• Alta competencia en el sector FinTech y presencia de aplicaciones consolidadas.
• Dependencia de la captación y retención de usuarios para lograr sostenibilidad.	• Cambios frecuentes en la regulación financiera y tributaria.
• Recursos financieros limitados propios de una microempresa.	• Riesgos asociados a ciberseguridad y protección de datos.
• Necesidad de inversión inicial alta en desarrollo tecnológico.	• Desconfianza de algunos usuarios frente al manejo de información financiera.
• Conversión relativamente baja de usuarios gratuitos a premium.	• Volatilidad económica que afecta la capacidad de pago de los usuarios.
• Requiere procesos constantes de actualización tecnológica.	• Posible dependencia de servicios de terceros (APIs bancarias, hosting).

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, cabe tener en cuenta es la información que se presenta en el Decreto 1297 del 2022, en el cual se reglamentan e introducen aspectos asociados con el régimen de finanzas abiertas en Colombia, además de disposiciones sobre pagos digitales, tratamiento de datos y prestación de servicios financieros. En particular, este artículo incorpora nuevos títulos, normas y reglas relativas a finanzas abiertas para que las entidades financieras puedan compartir datos financieros y estandarizados para la operación de ecosistemas tecnológicos. Regula, específicamente, cómo se pueden usar los datos personales de consumidores financieros con autorización previa, permitiendo que las entidades comercialicen procesos de tecnología, productos e infraestructura para

prestar servicios digitales siempre que haya relación con actividades autorizadas bajo reglas claras que sean vigiladas por la superintendencia financiera.

En particular, este decreto permite orientar estándares de interoperabilidad, seguridad informática y seguridad de datos, que son la base para el desarrollo y evaluación de modelos y productos tecnológicos en el sector financiero, siempre y cuando no se aborden concretamente temas asociados con la inversión y la rentabilidad. En Colombia, por tanto, es posible estudiar la aceptación, confianza y comportamiento de los consumidores financieros a través de un proceso en el cual se autoriza el uso de sus datos financieros por terceros. El decreto 1297 del 2022, por tanto, habilita la comercialización de tecnología financiera e infraestructura a través de plataformas tecnológicas, aplicaciones, comparadores financieros y agregadores de datos que permitan analizar la viabilidad financiera, riesgos, estrategias de ahorro y sustentabilidad.

Validación e Investigación de Mercado

En este capítulo se presenta la validación e investigación de mercado, que se establece como un componente importante para orientar el diseño de la idea de negocio que ha sido planteada. Este contexto es importante tenerlo en cuenta, ya que en Colombia hay un buen nivel de acceso al sistema financiero, pero bajos índices de ahorro, lo cual obliga a entender mejor cuáles son las necesidades, comportamientos y percepciones de los potenciales usuarios de una solución tecnológica orientada al tema del ahorro y de las finanzas personales. En este sentido, es importante partir de un análisis de los aspectos esenciales de la cadena de valor.

Posteriormente, se desarrolla un mapa de empatía que permite reconocer cuáles son los conjuntos de pensamientos, sentimientos, necesidades, dolores y ganancias de los posibles usuarios. También se presenta un buyer person que permite reconocer elementos importantes para orientar la idea de negocio, teniendo en cuenta los perfiles de posibles usuarios potenciales. En este apartado también se desarrolla una prueba piloto de investigación de mercado que consistió en la aplicación de una encuesta compuesta por 20 ítems, las cuales permitieron medir aspectos como el manejo de las finanzas personales, el ahorro, la educación financiera y tecnológica, además de establecer procesos de validación del problema y validación de la solución. En conjunto, este apartado es importante para tener mayor claridad sobre la viabilidad del producto, orientando el diseño de la propuesta de valor y construcciones de modelos de negocio que sean coherentes con el conjunto de satisfactores, necesidades y expectativas del mercado.

Análisis de la cadena de valor

A continuación, se presentan los elementos esenciales de la cadena de valor:

Figura 4.
Cadena de valor



Fuente. Elaboración propia.

Análisis del cliente frente a la propuesta de valor

Por tanto, es importante especificar elementos importantes asociados con los posibles consumidores de la aplicación, para lo cual se presenta un mapa de empatía (figura 5) y un buyer persona (figura 6 y 7).

Figura 5.
Mapa de empatía

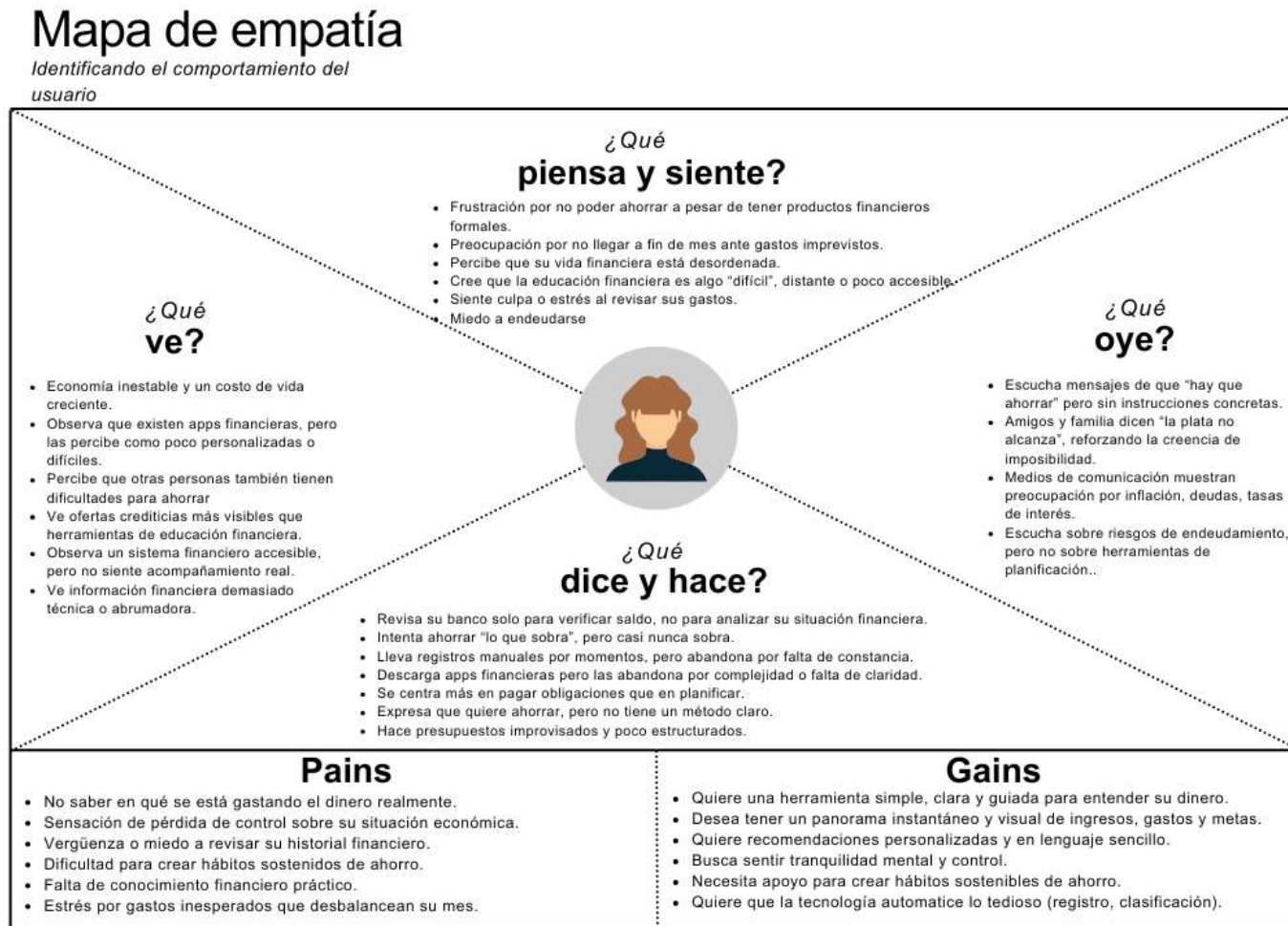


Figura 6.
Buyer persona 1



Figura 7.
Buyer persona 2



El análisis sobre los usuarios permite reconocer que se trata de personas que se sienten abrumadas por una compleja situación financiera, y principalmente por un miedo a perder el control de los ingresos y de los gastos. Por ello, se puede decir que hay una dimensión emocional clave que se puede explorar y trabajar a través del desarrollo de soluciones tecnológicas que incidan en la simplicidad, claridad, sensación de control y retroalimentación visual.

Por otro lado, se observa que las personas quieren recomendaciones personalizadas y sencillas, ya que esto puede satisfacer su tranquilidad mental y su control. Necesitan apoyo para crear hábitos sostenibles de ahorro, de tal manera que la tecnología automatice aquellos procesos tediosos asociados con el registro y con procesos tediosos en los sistemas financieros. Las personas, por tanto, no ahorran dinero no porque no tengan acceso sistemas financieros. No ahorran porque no entienden su dinero, no tienen una visión clara de sus ingresos y sus gastos. El problema, por tanto, no es la falta de herramientas sino de apoyos que estén mejor adaptados a su realidad.

Para profundizar estos resultados, se presentan a continuación las herramientas y resultados del estudio piloto de mercado.

Estudio piloto de mercado

Para el desarrollo del estudio piloto de mercado se diseñó una encuesta compuesta por un total de 20 ítems distribuidos en categorías como datos generales, manejo de finanzas personales, ahorro, educación financiera y tecnología, validación del problema, validación de la solución, intención de uso y disposición de pago. La encuesta fue aplicada a un total de 51 personas. Esta muestra corresponde a una investigación de tipo exploratorio en la cual no se busca la generalización estadística, sino más bien obtener una serie de conocimientos que permitan identificar tendencias y percepciones generales. 51 personas, por tanto, es una cantidad adecuada para un estudio piloto y

permite detectar respuestas en relación con hábitos financieros, uso de tecnología y disposición de pago. A continuación, se presenta el formato de la encuesta implementada.

Encuesta sobre aplicación móvil para mejorar el ahorro y la planificación financiera en Colombia

Esta encuesta busca entender los hábitos de manejo de dinero y el interés en una aplicación móvil de planificación financiera. Sus respuestas son anónimas y solo con fines de investigación.

DATOS GENERALES

1. Edad:

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55 o más

2. Ciudad donde vive:

3. Rango de ingresos mensuales:

- Menos de \$1.000.000
- \$1.000.001 a \$2.000.000
- \$2.000.001 a \$3.000.000
- \$3.000.001 a \$5.000.000
- Más de \$5.000.000

MANEJO DE FINANZAS PERSONALES

4. ¿Hace seguimiento de sus gastos e ingresos?

- Sí, regularmente
- A veces
- No

5. ¿Cómo controla actualmente sus finanzas?

- No llevo control
- Libreta física
- Excel
- Aplicaciones bancarias
- Apps de finanzas

6. ¿Con qué frecuencia siente desorden en sus finanzas?

- Nunca

- A veces
 - Frecuentemente
 - Muy frecuentemente
- 7. ¿Sus ingresos son suficientes para cubrir sus gastos mensuales?
 - Sí
 - Apenas justo
 - No

AHORRO

- 8. ¿Ahorra actualmente?
 - Sí, regularmente
 - A veces
 - No
- 9. Principal razón por la que no ahorra (o le cuesta ahorrar):
 - Ingresos insuficientes
 - Falta de disciplina
 - Falta de planificación
 - Gastos imprevistos
 - Falta de educación financiera
- 10. ¿Tiene metas de ahorro claras?
 - Sí
 - No
 - Me gustaría tenerlas, pero no sé cómo hacerlas

EDUCACIÓN FINANCIERA Y TECNOLOGÍA

- 11. ¿Cómo califica su nivel de educación financiera?
 - Bajo
 - Medio
 - Alto
- 12. ¿Ha usado apps para organizar sus finanzas?
 - Sí
 - No
- 13. ¿Con qué frecuencia usa aplicaciones móviles financieras (bancarias, billeteras, etc.)?
 - Rara vez
 - A veces
 - Frecuentemente
 - A diario

VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

14. ¿Qué tanto le afecta la falta de organización financiera? (1–5)

- Nada
- Poco
- Algo
- Mucho

15. ¿Qué tan útil sería una app que registre automáticamente sus gastos e ingresos?

- Nada útil
- Poco útil
- Útil
- Muy útil

VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

16. ¿Qué funciones considera más importantes en una app financiera?

- Registro automático de gastos
- Metas de ahorro
- Alertas de exceso de gasto
- Recomendaciones personalizadas
- Educación financiera

17. ¿Qué tan probable sería usar una app con estas funciones integradas?

- Nada probable
- Poco probable
- Probable
- Muy probable

18. ¿Qué tan cómodo se sentiría sincronizando sus cuentas bancarias (con autorización previa)?

- Nada cómodo
- Poco cómodo
- Neutral
- Cómodo
- Muy cómodo

INTENCIÓN DE USO Y DISPOSICIÓN DE PAGO

19. ¿Con qué frecuencia cree que usaría esta aplicación?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Solo cuando lo necesite

20. ¿Pagaría por funciones premium?

- Sí
- No
- Depende del precio

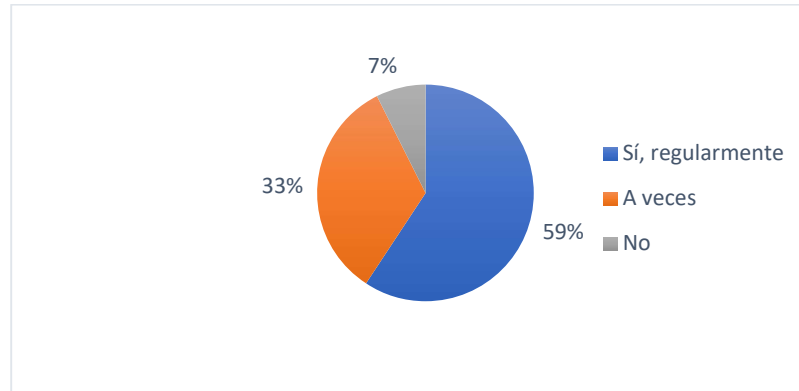
Resultados

En total, fueron 51 personas que participaron en la encuesta, mayoritariamente adultas jóvenes. Más de la mitad (52%) tiene entre 25 y 34 años, seguida por el grupo de 35 a 44 años (30%), mientras que los mayores de 45 representan un 18%. Por otro lado, predomina la residencia en Bogotá, pues allí vive el 65% de los encuestados, seguida por Soacha (17%) y otras ciudades como Barranquilla, Mosquera, Medellín y algunas poblaciones intermedias. En cuanto a los ingresos, la distribución se inclina hacia niveles medios y altos: el 39% gana más de \$5.000.000 mensuales y otro 44% se ubica entre \$2.000.000 y \$5.000.000, mientras que solo un 17% reporta ingresos inferiores a \$2.000.000. En conjunto, la muestra corresponde principalmente a adultos jóvenes urbanos con ingresos medios y altos.

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las preguntas de la encuesta:

¿Hace seguimiento de sus gastos e ingresos?

Figura 8.
Encuesta – pregunta 1

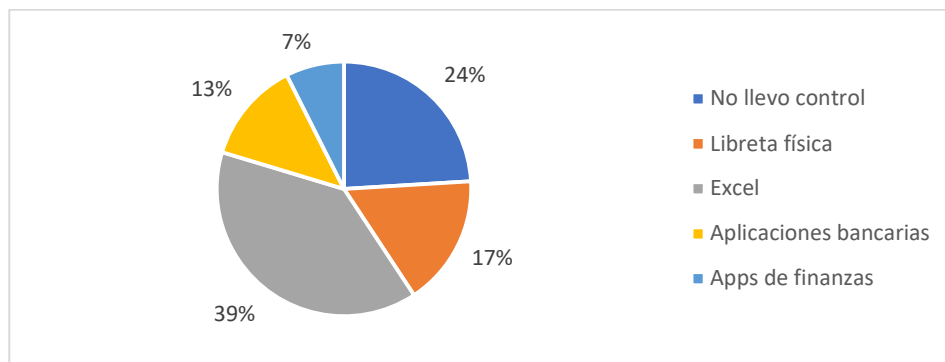


Fuente: elaboración propia

La mayoría de los encuestados (59%) afirma que sí realiza un seguimiento regular de sus ingresos y gastos. Hay, por tanto, una conciencia financiera relativamente desarrollada dentro de la muestra. Un 33% lo hace solo ocasionalmente, mostrando interés, pero sin una práctica constante, mientras que apenas un 7% no lleva ningún tipo de control.

¿Cómo controla actualmente sus finanzas?

Figura 9.
Encuesta – pregunta 2



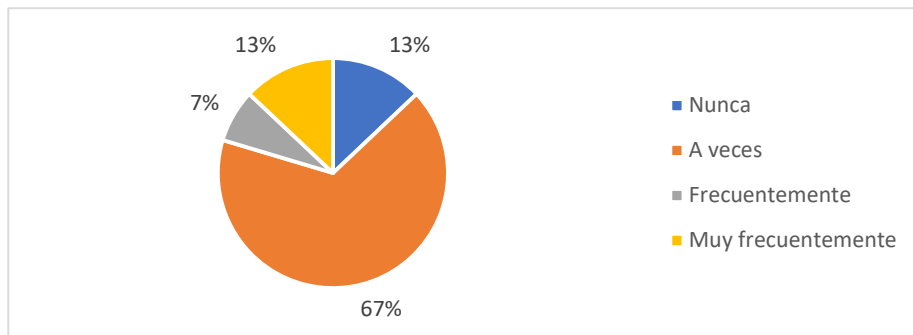
Fuente: elaboración propia

La forma de control financiero entre los encuestados muestra una combinación de métodos tradicionales y digitales. Aunque un 24% no lleva ningún tipo de control, la

mayoría sí utiliza alguna herramienta: el 39% recurre a Excel, posicionándolo como el método predominante, probablemente por su flexibilidad y familiaridad. Un 17% usa libreta física, reflejando hábitos más tradicionales, mientras que las soluciones digitales aún tienen menor adopción: el 13% usa aplicaciones bancarias y solo el 7% emplea apps especializadas en finanzas.

¿Con qué frecuencia siente desorden en sus finanzas?

Figura 10.
Encuesta – pregunta 3

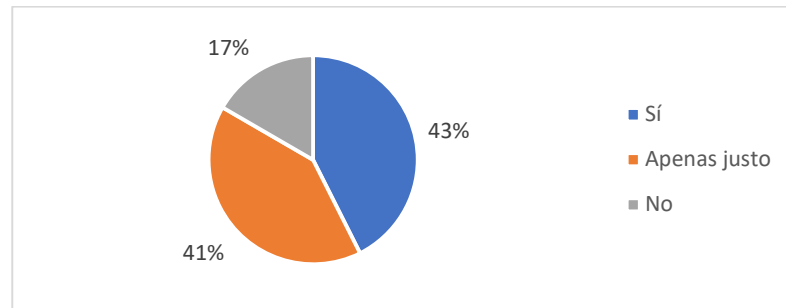


Fuente: elaboración propia

Los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas experimenta cierto nivel de desorden financiero, pues el 67% indica que a veces siente descontrol y un 13% adicional muy frecuentemente, lo que sugiere que el manejo de las finanzas personales es un reto común. Solo el 13% afirma no sentir desorden nunca, mientras que un 7% lo experimenta frecuentemente, evidenciando que, aunque no siempre es un problema constante, para la mayoría sí es una situación recurrente que podría afectar su estabilidad económica.

Figura 11.
Encuesta – pregunta 4

¿Sus ingresos son suficientes para cubrir sus gastos mensuales?

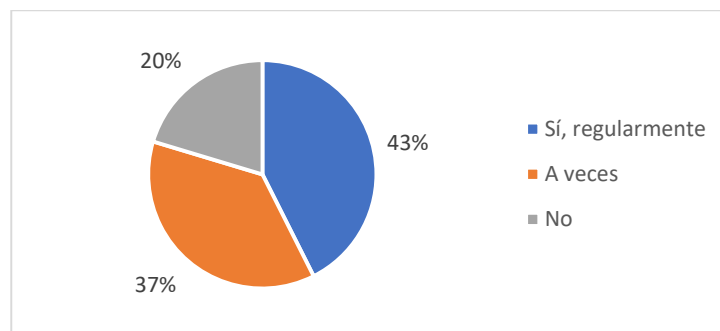


Fuente: elaboración propia

Aunque el 43% afirma que sus ingresos sí alcanzan para cubrir sus gastos mensuales, un porcentaje casi igual (41%) indica que solo les alcanza “apenas justo”, lo que refleja poca holgura financiera y posibles dificultades para ahorrar. Además, un 17% señala que sus ingresos no son suficientes, evidenciando un nivel de vulnerabilidad económica dentro de una parte de la muestra.

¿Ahorra actualmente?

Figura 12.
Encuesta – pregunta 5



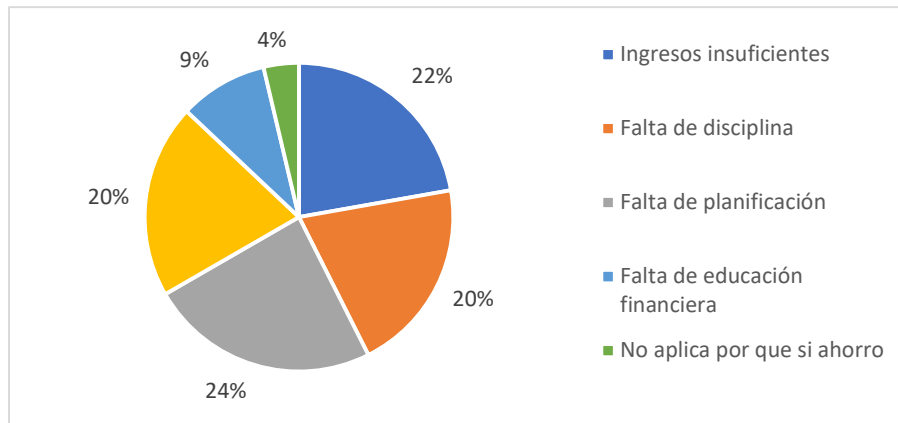
Fuente: elaboración propia

El 43% afirma que ahorra de manera regular, lo que indica un grupo con hábitos financieros relativamente estables. Sin embargo, un 37% lo hace solo “a veces”, lo que

sugiere falta de constancia o dificultades para mantener el hábito mes a mes. Por otro lado, un 20% no ahorra en absoluto, posiblemente por ingresos insuficientes o falta de herramientas de gestión.

Principal razón por la que no ahorra (o le cuesta ahorrar)

Figura 13.
Encuesta – pregunta 6

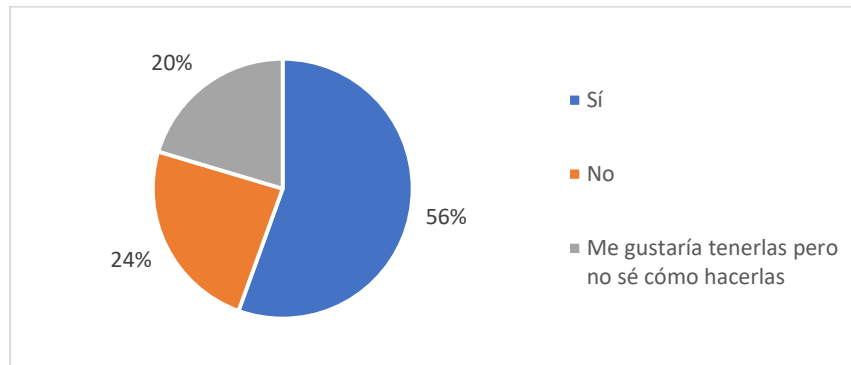


Fuente: elaboración propia

La causa más mencionada es la falta de planificación (24%), seguida muy de cerca por los ingresos insuficientes (22%), lo que evidencia tanto limitaciones económicas como ausencia de una estrategia clara para gestionar el dinero. Además, un 20% señala la falta de disciplina y otro 20% los gastos imprevistos, factores que reflejan dificultades para mantener constancia y para anticipar emergencias financieras. La falta de educación financiera aparece en menor medida (9%), mientras que un 4% indica que la pregunta no aplica porque sí logra ahorrar.

¿Tiene metas de ahorro claras?

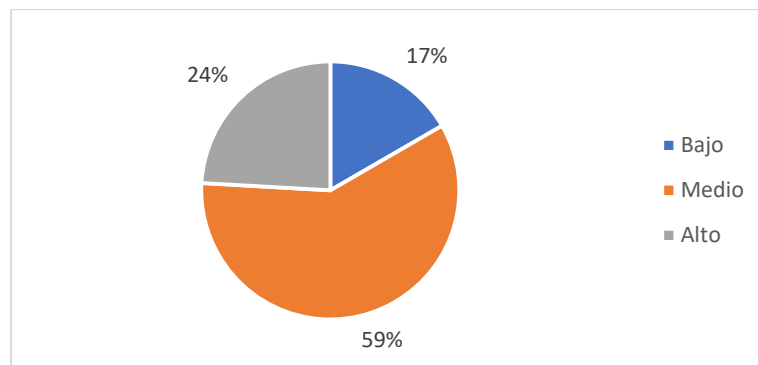
Figura 14.
Encuesta – pregunta 7



Más de la mitad de los encuestados (56%) sí tiene metas de ahorro claras, lo que indica una disposición favorable hacia la planificación financiera. Sin embargo, un 24% no cuenta con metas definidas y un 20% manifiesta querer tenerlas pero no saber cómo formularlas, revelando una necesidad importante de guía y acompañamiento.

¿Cómo califica su nivel de educación financiera?

Figura 15.
Encuesta – pregunta 8



Fuente: elaboración propia

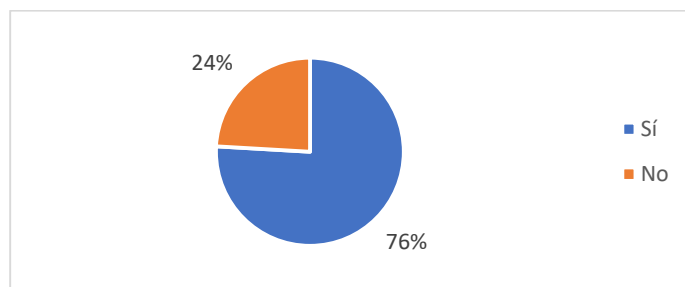
El 59% se califica en un nivel intermedio, es decir que tienen conocimientos básicos, pero aún con espacios importantes de mejora. Un 24% considera tener un nivel alto, reflejando mayor confianza y manejo de conceptos financieros. Por otro lado, el 17% se

califica con nivel bajo, indicando que una parte significativa de la muestra podría necesitar apoyo adicional para entender y mejorar sus finanzas personales.

¿Ha usado apps para organizar sus finanzas?

Figura 16.

Encuesta – pregunta 9



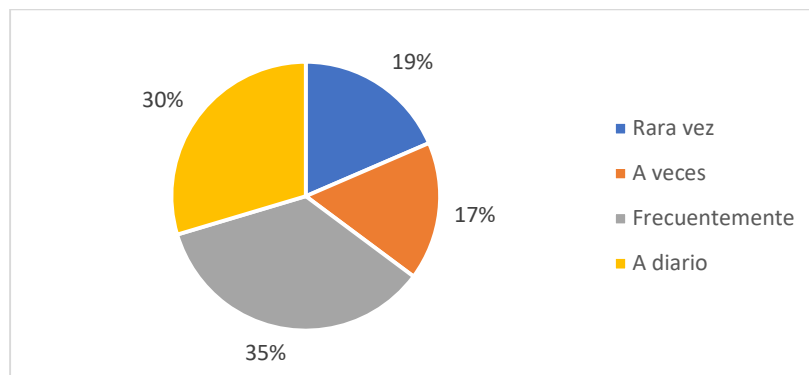
Fuente: elaboración propia

El uso de aplicaciones para organizar las finanzas es bastante común entre los encuestados: el 76% afirma haber utilizado alguna app de este tipo, mientras que el 24% nunca lo ha hecho. Este alto nivel de familiaridad con herramientas digitales indica una buena disposición hacia soluciones tecnológicas y sugiere que la mayoría ya reconoce el valor de las apps financieras.

¿Con qué frecuencia usa aplicaciones móviles financieras (bancarias, billeteras, etc.)?

Figura 17.

Encuesta – pregunta 10



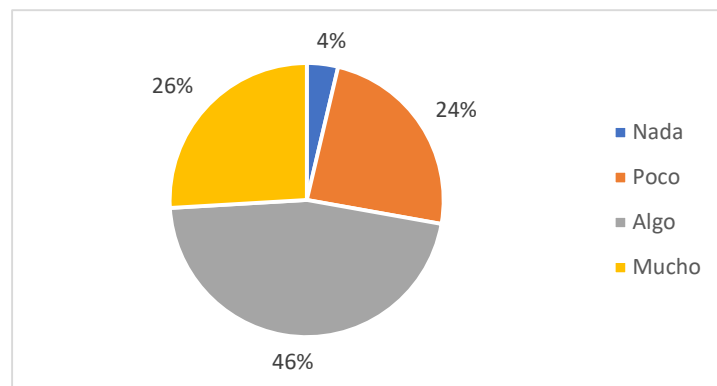
Fuente: elaboración propia

El uso de aplicaciones móviles financieras es bastante frecuente dentro de la muestra: un 30% las utiliza a diario y un 35% las usa con frecuencia, lo que refleja una fuerte integración de estas herramientas en la rutina financiera de los encuestados. Un 17% las usa solo ocasionalmente y un 19% rara vez, representando un grupo menos habituado pero que aún interactúa con soluciones digitales.

¿Qué tanto le afecta la falta de organización financiera?

Figura 18.

Encuesta – pregunta 11

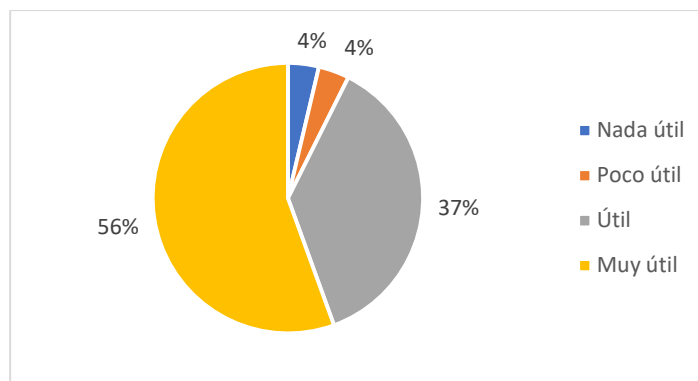


Fuente: elaboración propia

La falta de organización financiera impacta a la mayoría de los encuestados en algún grado: el 46% afirma que les afecta “algo”, mientras que un 26% dice que les afecta “mucho”, lo que muestra que más de siete de cada diez personas experimentan consecuencias significativas por no gestionar bien sus finanzas. Un 24% reporta que les afecta “poco” y solo un 4% indica que no les afecta en absoluto. En conjunto, estos resultados evidencian que la desorganización financiera es un problema relevante para la muestra y que existe una necesidad clara de herramientas que ayuden a mejorar el control, la planificación y la estabilidad económica personal.

¿Qué tan útil sería una app que registre automáticamente sus gastos e ingresos?

Figura 19.
Encuesta – pregunta 12

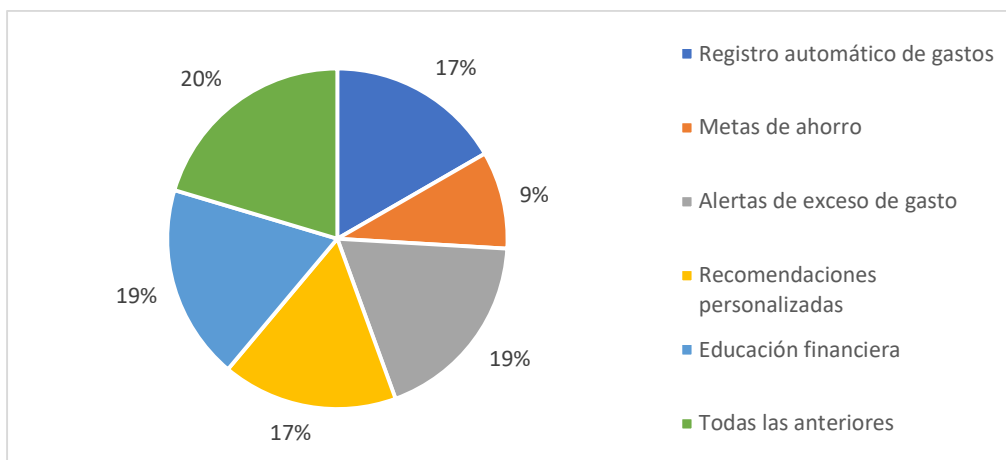


Fuente: elaboración propia

La gran mayoría de los encuestados percibe un alto valor en una aplicación que registre automáticamente sus ingresos y gastos. El 56% considera que sería *muy útil* y un 37% la califica como *útil*, sumando un 93% de percepción positiva. Solo un 8% la considera poco o nada útil.

¿Qué funciones considera más importantes en una app financiera?

Figura 20.
Encuesta – pregunta 13

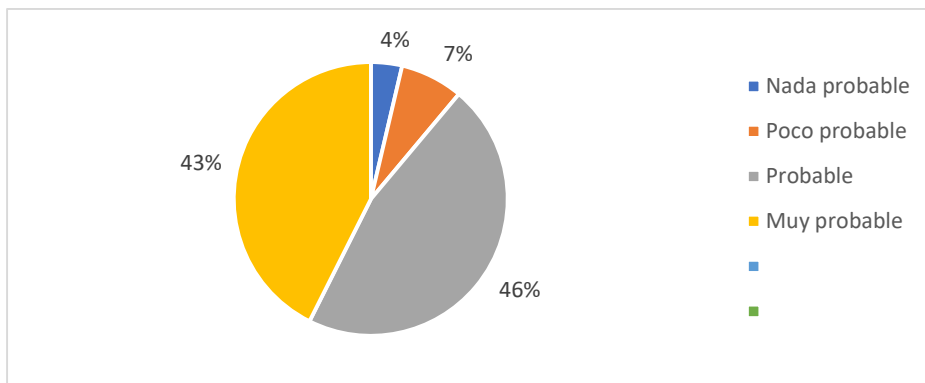


Fuente: elaboración propia

Las funciones más valoradas en una app financiera muestran una diversidad de necesidades, aunque todas apuntan a mejorar el control y la toma de decisiones. Las categorías individuales más mencionadas son alertas de exceso de gasto y educación financiera (ambas con 19%), seguidas de cerca por el registro automático de gastos y las recomendaciones personalizadas (17% cada una). Las metas de ahorro son priorizadas por un 9% de los encuestados. Sin embargo, cabe tener en cuenta que el 20% seleccionó *todas las anteriores*. Por tanto, hay un segmento importante de usuarios busca una solución integral que combine automatización, guía educativa, alertas y planificación.

¿Qué tan probable sería usar una app con estas funciones integradas?

Figura 21.
Encuesta – pregunta 14

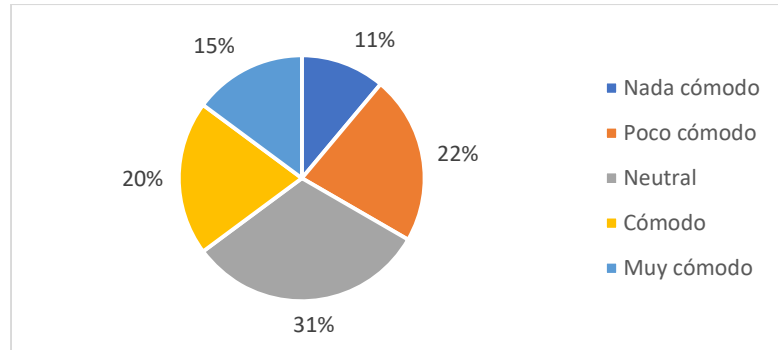


Fuente: elaboración propia

La disposición a utilizar una app financiera con funciones integradas es muy alta, ya que el 46% afirma que sería probable que la usara y el 43% indica que sería muy probable, sumando un 89% de intención positiva. Solo un 11% manifiesta baja o nula probabilidad de uso.

¿Qué tan cómodo se sentiría sincronizando sus cuentas bancarias (con autorización previa)?

Figura 22.
Encuesta – pregunta 15

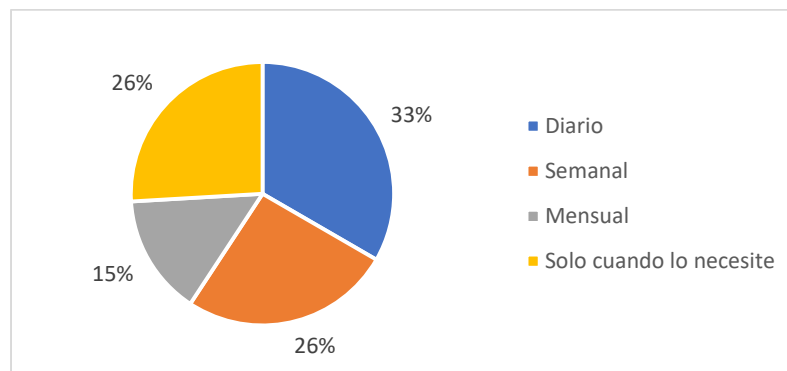


Fuente: elaboración propia

Aunque el 35% se siente cómodo o muy cómodo con la idea, la mayor proporción se ubica en posiciones intermedias: un 31% es neutral y un 22% se siente poco cómodo, lo que evidencia dudas o preocupaciones relacionadas con seguridad y privacidad. Aunque existe apertura hacia la sincronización bancaria, es clave que la app ofrezca altos estándares de seguridad, transparencia y control como ejes centrales en la intención de uso y compra por parte de los usuarios.

¿Con qué frecuencia cree que usaría esta aplicación?

Figura 23.
Encuesta – pregunta 16

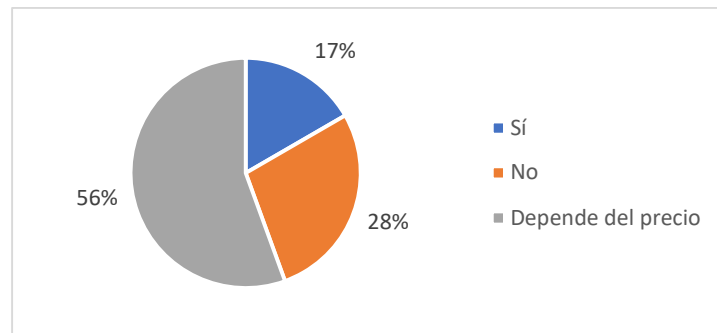


Un 33% de los encuestados afirma que la usaría a diario, lo que sugiere que un tercio de los potenciales usuarios integraría la app en su rutina financiera cotidiana. Otro 26% indica un uso semanal, y un porcentaje igual (26%) señala que la usaría solo cuando lo necesite, lo que representa un grupo más funcional o eventual. Finalmente, un 15% prevé un uso mensual. En conjunto, estos resultados muestran que más de la mitad de los encuestados anticipa un uso frecuente (diario o semanal), lo que refuerza el potencial de la app para convertirse en una herramienta habitual de gestión financiera.

¿Pagaría por funciones premium?

Figura 24.

Encuesta – pregunta 17



Fuente: elaboración propia

Solo el 17% pagaría directamente, mientras que el 28% no está dispuesto a hacerlo. Sin embargo, el dato más significativo es que el 56% responde “depende del precio”, lo que muestra que más de la mitad de los encuestados estaría abierta a pagar si percibe un buen valor y un costo accesible. En conjunto, estos resultados indican que un modelo freemium podría funcionar bien, siempre que las funciones premium sean realmente útiles y se ofrezcan a un precio competitivo que justifique el beneficio adicional para el usuario.

En síntesis, de acuerdo con los resultados de la encuesta, se puede decir que las personas valoran negativamente el hecho de no tener buenos procesos de seguimiento y control de sus finanzas, ya que es algo que les impide ahorrar y mejorar la planificación y

proyección de sus gastos. Las personas reconocen que tienen una escasa disciplina y que les falta planificación. Por ello, se valora la importancia y la utilidad de una aplicación en la cual puedan usar diversos tipos de recursos personalizados para mejorar temas de acompañamiento y educación financiera. La mayoría de las personas considera que las funciones que se ofrecen en la app, como registro automático, alertas, metas, educación y recomendaciones personalizadas, son muy útiles y por tanto tienen la disponibilidad de usarlas de forma frecuente.

Sin embargo, se reconoce que temas como sincronización bancaria generan cierto nivel de dudas y de cautela, razón por la cual es importante fortalecer el desarrollo de una aplicación transparente y confiable que les permita a los usuarios compartir información sobre sus productos financieros. Cabe tener en cuenta, además, que más de la mitad de las personas pagarían por funciones premium dependiendo del precio. En conjunto, se puede decir que los resultados muestran que hay una necesidad y un importante potencial de adopción para una aplicación financiera que facilite el ahorro y los procesos de toma de decisiones.

Tendencias de crecimiento del mercado Fintech en Colombia

Se observa un importante crecimiento del sector Fintech, el cual creció un 387% entre el 2017 y 2024. Además, hay más de 169 Fintech extranjeras con operación en Colombia, lo cual puede comprenderse como un ecosistema muy competitivo y diverso. Cabe tener en cuenta con Colombia Fintech (20204) que el 66% de las Fintech colombianas ya usan IA para optimizar procesos de toma de decisión y automatización de procesos. El crecimiento del sector está apoyado no solo por aspectos ligados a la innovación, sino también por el desarrollo de nuevas maneras de concebir el financiamiento, especialmente en segmentos no bancarizados (La República, 2024). Como se ha apreciado, las nuevas regulaciones y el uso cada vez más extendido de la

tecnología son factores que ayudan a que más personas accedan a productos financieros digitales.

En el contexto de startups, el 39% de las inversiones de capital de riesgo en Colombia va a Fintech, lo que refleja un fuerte respaldo financiero (Finnovista, 2024). Además, el volumen de financiación digital ya supera los 12 billones de pesos colombianos (Portafolio, 2024). Se puede decir, por lo tanto, que el mercado Fintech es dinámico y que puede enmarcarse en una continua consolidación en Colombia, razón por la cual la propuesta que se plantea se alinea no solo con las necesidades de los clientes, sino también con las tendencias de inclusión financiera.

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

Objetivos de mercadeo

El objetivo central de mercado es desarrollar una aplicación de gestión financiera personal en el mercado colombiano, logrando una adopción inicial significativa y posicionándola como una herramienta confiable, útil y accesible para mejorar el ahorro y la organización del dinero. Para ello, se plantean los siguientes objetivos: Alcanzar un mínimo de 1.600 usuarios registrados durante los primeros 6 meses de lanzamiento, con un porcentaje del 3% premium. También se espera lograr una tasa de retención del 40% en los primeros 3 meses mediante funciones de valor como recomendaciones inteligentes, alertas y metas de ahorro.

Se plantea también como objetivo generar reconocimiento de marca del 30% dentro del público objetivo urbano entre los 18 y 45 años en el primer año, y obtener al menos 500 descargas orgánicas mensuales a partir del tercer mes mediante estrategias de contenido educativo y SEO. En este sentido, es clave posicionar la app como una herramienta de educación financiera, logrando un consumo mínimo mensual del 50% en el módulo educativo entre usuarios activos.

Estrategia de mercadeo

En la siguiente tabla se presentan enfoques esenciales para el desarrollo de la estrategia de mercadeo:

Tabla 8.
Principios de la estrategia de mercadeo

Variable	Estrategia
Producto	• App móvil para gestionar ingresos, gastos y metas de ahorro. • Algoritmo de recomendaciones personalizadas según hábitos financieros.

	• Sincronización con cuentas bancarias y billeteras digitales. • Módulo de educación financiera con contenido práctico. • Alertas, recordatorios y reportes automáticos para mejorar la toma de decisiones.
Precio	• Modelo freemium: funcionalidades básicas gratuitas y versión premium con beneficios avanzados. • Suscripción mensual o anual a bajo costo para facilitar la adopción. • Publicidad en la aplicación.
Plaza (Distribución)	• Distribución digital a través de Google Play y App Store. • Página web oficial para adquisición y soporte. • Difusión en redes sociales y comunidades digitales sobre finanzas personales.
Promoción	• Campañas en redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube) con contenido educativo. • Publicidad paga (Meta Ads y Google Ads) orientada a segmentos urbanos. • Estrategias de marketing de contenido: blogs, videos, guías prácticas.

Estrategias de producto y servicio

A continuación, se presenta una matriz de especificación del producto:

Tabla 9.
Especificación del producto

Sección	Descripción
Nombre del producto	Aplicación móvil de gestión financiera personal (App de ahorro y planificación) Finapp
Objetivo del producto	Facilitar la organización, control y optimización de las finanzas personales, ayudando a los usuarios a mejorar sus hábitos de ahorro y toma de decisiones económicas.
Público objetivo	Adultos entre 18 y 50 años en Colombia, bancarizados, con dificultad para organizar ingresos/gastos, mejorar su ahorro o comprender su comportamiento financiero.
Problemas que resuelve	Falta de control sobre ingresos y gastos. Ausencia de hábitos de ahorro. Baja educación financiera. Dificultad para planear metas económicas. Desorden financiero cotidiano.
Propuesta de valor	Herramienta simple, automatizada y personalizada que permite visualizar las finanzas, establecer metas de ahorro, recibir alertas inteligentes y aprender sobre educación financiera de forma accesible.
Funcionalidades principales (MVP)	Registro automático Manual de ingresos y gastos. Balance financiero en tiempo real. Metas de ahorro configurables.

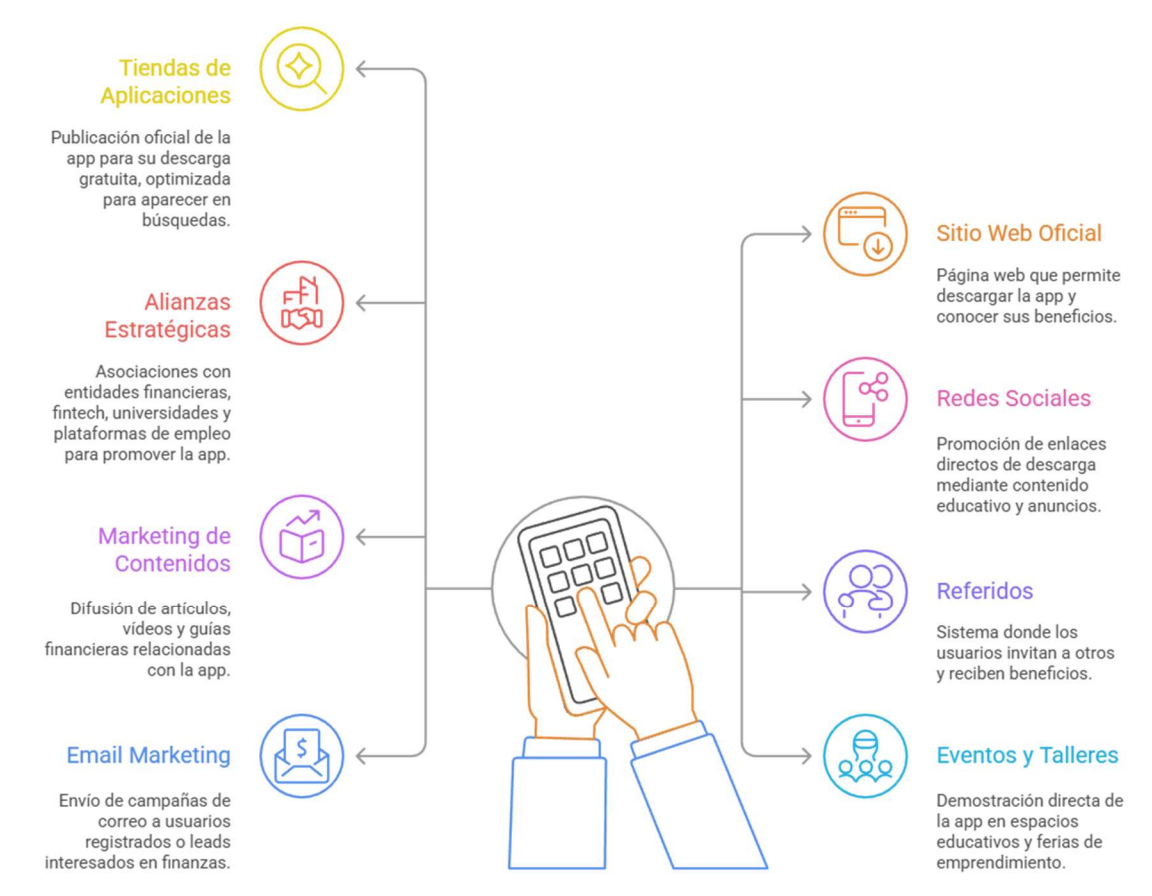
	Presupuesto mensual/semanal por categorías. Alertas y notificaciones. Sincronización con cuentas bancarias y billeteras digitales.
Funcionalidades avanzadas (versión Premium / futura)	Recomendaciones personalizadas basadas en IA. Análisis predictivo del comportamiento financiero. Reportes avanzados que incluyan tendencias y proyecciones. Comparación con promedios del usuario y otros perfiles.
Requerimientos técnicos	Disponible para Android y iOS. Conexión API con entidades bancarias Base de datos en la nube (AWS / Firebase) Algoritmo de aprendizaje automático para recomendaciones. Cumplimiento de estándares de seguridad y encriptación.
Requerimientos de seguridad	Cumplimiento del Decreto 1297/2022 (finanzas abiertas). Encriptación de datos sensibles. Autenticación segura (biometría / 2FA). Consentimiento explícito del uso de datos financieros.
Requerimientos de usabilidad (UX/UI)	Interfaz simple y minimalista. Navegación intuitiva por módulos. Visualizaciones gráficas claras (barras, líneas, semáforos de gasto).
Limitaciones actuales	Dependencia del acceso a datos bancarios. Necesidad de educación digital en usuarios con bajo nivel tecnológico.
Oportunidades de evolución	Integración con productos de inversión. Alianzas con bancos, fintech y universidades.

Fuente: elaboración propia

Estrategias de distribución

Para las estrategias de distribución es importante manejar un abanico variado que vaya desde el marketing de contenidos hasta programas de referidos y redes sociales. Se debe trabajar también el desarrollo de un sitio web oficial, y la aplicación debe estar integrada a las tiendas oficiales para su descarga gratuita. En la siguiente figura, se presentan los principales canales de distribución de la APP y, posteriormente, en la tabla 8 se muestra una descripción de los canales de distribución, objetivos y métricas de evaluación.

Figura 25.
Canales de distribución de la APP



Fuente: elaboración propia

Tabla 10.
Canales de distribución

Estrategia	Descripción	Canales de Distribución	Objetivo	Métricas de Evaluación
Distribución en tiendas de aplicaciones	Publicación oficial de la app para su descarga gratuita, optimizada para aparecer en búsquedas.	Google Play Store, App Store	Maximizar descargas orgánicas y accesibilidad.	N.º de descargas, posición en ranking, tasa de conversión en la ficha.
Distribución mediante sitio web oficial	Página web que permite descargar la app y conocer sus beneficios.	Página web / Landing page	Generar confianza y atraer tráfico externo.	Visitas a la web, CTR hacia tiendas,

				descargas referidas.
Distribución por alianzas estratégicas	Asociaciones con entidades financieras, fintech, universidades y plataformas de empleo para promover la app.	Bancos, fintech, instituciones educativas, empresas.	Acceder a usuarios presegmentados de manera masiva.	Usuarios adquiridos por alianzas, coste por alianza, retención.
Distribución en redes sociales	Promoción de enlaces directos de descarga mediante contenido educativo y anuncios.	Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, LinkedIn	Aumentar visibilidad y descargas inmediatas.	Clics en enlaces, descargas desde campañas, costo por instalación (CPI).
Distribución a través de marketing de contenidos	Difusión de artículos, vídeos y guías financieras relacionadas con la app.	Blog, YouTube, newsletters, podcasts	Educar al usuario y generar tráfico de alta intención.	Tráfico orgánico, tiempo en página, descargas referidas.
Distribución mediante referidos	Sistema donde los usuarios invitan a otros y reciben beneficios.	Código de referidos dentro de la app	Crear crecimiento orgánico y económico.	Nº de referidos, tasa de conversión, costo por referido.
Distribución vía email marketing	Envío de campañas de correo a usuarios registrados o leads interesados en finanzas.	Email, newsletters	Reforzar el retorno y aumentar la adopción de funciones clave.	Tasa de apertura, clics, descargas reactivadas.
Distribución en eventos y talleres	Demostración directa de la app en espacios educativos y ferias de emprendimiento.	Charlas, ferias universitarias, coworkings, webinars	Llegar a usuarios con necesidad clara de educación financiera.	Registros en vivo, descargas inmediatas, leads generados.

Fuente: elaboración propia

Estrategias de precio – modelo de ingreso

Para la monetización de la aplicación se manejan dos estrategias centrales. Una se establece a través del desarrollo de suscripciones premium, en medio de las cuales

los usuarios optan por suscripciones pagas para obtener funcionalidades avanzadas. Dentro de estas funcionalidades se destacan recomendaciones personalizadas basadas en IA, análisis predictivo de los comportamientos financieros, además de reportes avanzados que incluyan tendencias y proyecciones y que les permitan a los consumidores tener una perspectiva mucho más clara de sus gastos. En las funcionalidades premium también se integran comparaciones con promedios del usuario y otros perfiles.

Por otro lado, se destaca el modelo de publicidad dentro de la app, en el cual se muestran anuncios dentro de la aplicación y se generan ingresos cuando los usuarios interactúan, ven o completan una opción con ese anuncio. En particular, se selecciona el modelo de costo por click, el cual es bastante usado en aplicaciones financieras en las cuales el usuario tiene mayor disponibilidad de interactuar con servicios o productos afines. En este caso, los valores pueden ir de \$200 a \$1,000 por click. En cuanto a los tipos de anuncios que se incluyen, se destacan anuncios nativos, contextos financieros, aliados Fintech y recomendaciones de productos financieros.

Como tercera estrategia de monetización, se propone la venta de planes de asesoría financiera personalizada, ofrecidos a través de videollamadas uno a uno y webinars especializados, con el fin de atender a usuarios que requieren un acompañamiento más profundo y humano en la toma de decisiones financieras, complementando las herramientas automatizadas de la aplicación. La asesoría se estructura en tres niveles:

- Plan Básico: Para usuarios que desean una guía inicial para organizar sus finanzas personales. Incluye acceso a webinars grupales sobre temas como presupuesto mensual, control de gastos y hábitos de ahorro, así como material educativo digital (guías, plantillas y recursos descargables).
- Plan Intermedio: Ofrece un nivel de personalización mayor. Incluye sesiones de videollamada grupales reducidas o individuales, en las que se analizan casos

específicos del usuario, como optimización de gastos, manejo de deudas o planificación de metas financieras a mediano plazo.

- Plan Avanzado: el plan avanzado está dirigido a usuarios que requieren un acompañamiento financiero integral. Incluye asesorías personalizadas uno a uno por videollamada, análisis detallado de ingresos, gastos, deudas e inversiones, así como la construcción de un plan financiero a largo plazo.

A continuación, en la figura 8 se presentan los enfoques esenciales de la

monetización.

Figura 26.

Monetización de la APP



Fuente: elaboración propia

Tabla 11.
Monetización

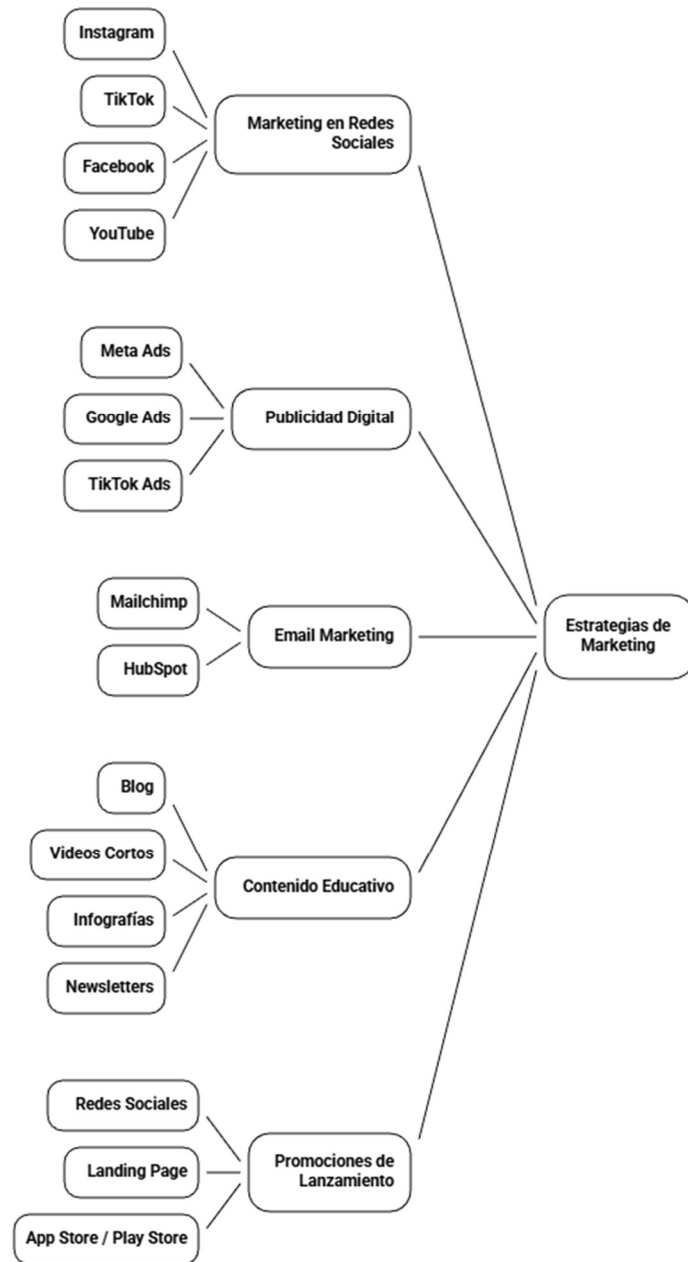
Modelo de Ingreso	Descripción	Elementos incluidos	Objetivo	Métricas de Éxito
Premium mensual	Suscripción de pago con acceso total a las funcionalidades avanzadas.	Recomendaciones inteligentes, sincronización bancaria completa, reportes avanzados, IA financiera, metas ilimitadas.	Generar ingresos recurrentes y mejorar la fidelidad.	Ingresos mensuales (MRR), tasa de conversión, churn.
Premium anual	Plan de suscripción anual con descuento respecto al pago mensual.	Todos los beneficios del plan premium con ahorro sobre el precio total.	Incrementar la liquidez y asegurar usuarios a largo plazo.	Porcentaje de suscripciones anuales, ticket promedio, LTV.
Publicidad dentro de la app	Anuncios segmentados no invasivos integrados en la versión gratuita.	Banners, anuncios nativos, recomendaciones patrocinadas (finanzas).	Monetizar usuarios gratuitos sin afectar experiencia de uso.	CPM, ingresos por anuncios, tiempo de sesión sin rebote.

Fuente: elaboración propia

Estrategias de comunicación y promoción

Figura 27.

Estrategias de comunicación y promoción de la APP



Fuente: elaboración propia

Tabla 12.
Estrategias de comunicación y promoción

Estrategia	Descripción	Canales	Objetivo	Indicadores de Éxito
Marketing en redes sociales	Generar contenido educativo y promocional para atraer usuarios.	Instagram, TikTok, Facebook, YouTube.	Crear comunidad y posicionarse como app confiable de finanzas.	Alcance, engagement, nuevos seguidores, descargas.
Publicidad digital (Ads)	Anuncios segmentados basados en edad, intereses y comportamiento financiero.	Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads.	Alcanzar clientes potenciales y aumentar la tasa de descarga.	CPC, CPA, descargas, tasa de conversión.
Email marketing	Enviar correos automatizados a usuarios registrados o interesados.	Mailchimp, HubSpot.	Mantener interés, activar usuarios y promover el plan premium.	Aperturas, clics, conversiones a premium.
Contenido educativo	Crear material útil que posicione a la app como referente en educación financiera.	Blog, videos cortos, infografías, newsletters.	Generar valor, mejorar el SEO y aumentar la confianza.	Tráfico web, tiempo en página, descargas desde contenido.
Promociones de lanzamiento	Ofrecer descuentos, días premium gratis o features exclusivas por tiempo limitado.	Redes sociales, landing page, App Store / Play Store.	Impulsar la adopción inicial y generar pruebas del servicio.	Descargas durante campaña, uso del plan premium.

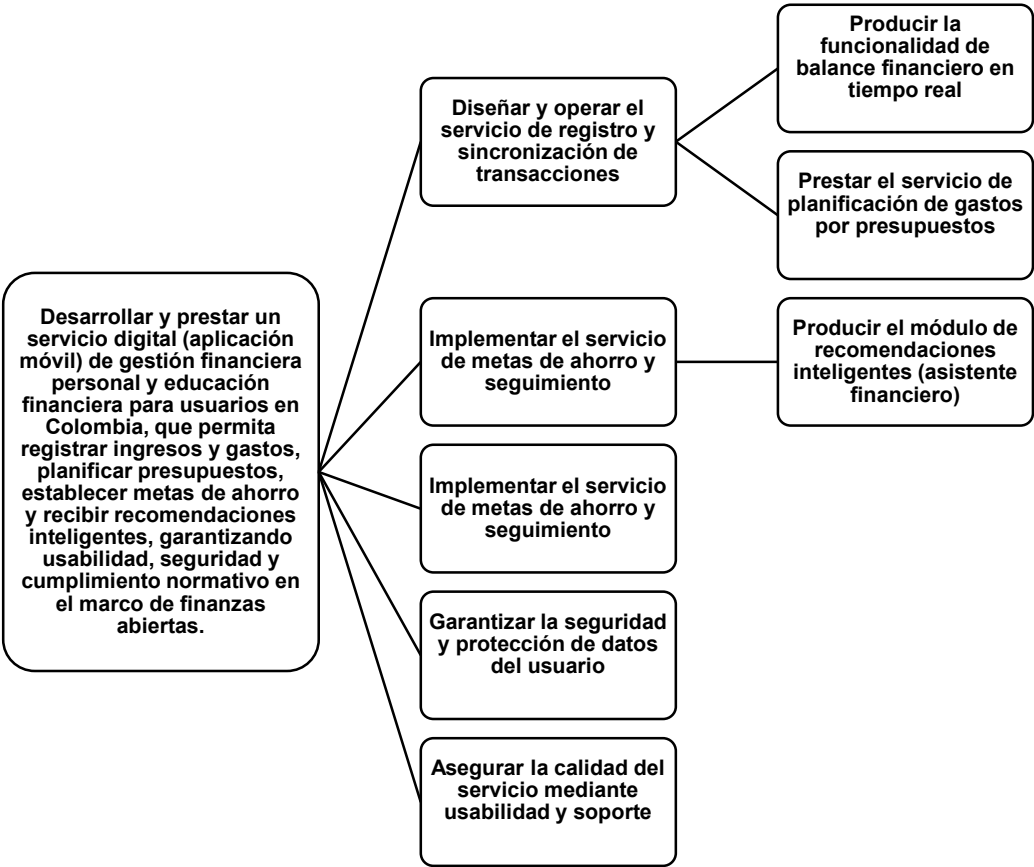
Fuente: elaboración propia

Aspectos Técnicos

Objetivos de producción o de prestación de servicio

A continuación, se presentan los objetivos de producción:

Figura 28.
Objetivos de producción



Fuente: elaboración propia

Ficha técnica del producto

En la siguiente tabla se presenta una ficha técnica que permite reconocer aspectos esenciales para el desarrollo y funcionamiento de la APP.

Tabla 13.
Ficha técnica

Campo	Descripción
Nombre del producto/servicio	App móvil integral para gestión financiera personal y educación financiera / Finapp SAS
Tipo	Servicio digital (software/app) bajo modelo freemium con opción premium.
Sector / subsector	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) - FinTech - Educación financiera digital.
Ubicación / alcance geográfico	Colombia (escalable a otros países de Latinoamérica).
Público objetivo	Personas mayores de 18 años con necesidad de controlar gastos, organizar ingresos, crear hábitos de ahorro y fortalecer conocimientos financieros.
Necesidad que atiende	Bajo nivel de educación financiera, poca planificación de gastos y baja cultura de ahorro.
Plataformas	Android y iOS (con sitio web oficial/landing para información y descargas).
Algoritmo de recomendaciones	Sistema de recomendación basado en análisis de patrones de gasto/ingreso y comportamiento del usuario.
Reportes y analítica	Resúmenes por periodos, distribución por categorías, tendencias, comparativos vs promedio del usuario, proyección de gasto y avance de metas (más avanzado en premium).

Seguridad y privacidad	Autenticación (PIN/biometría), cifrado en tránsito y en reposo.
Cumplimiento normativo	Protección de datos personales (Habeas Data) y disposiciones relacionadas con finanzas abiertas y uso autorizado de datos en Colombia, incluyendo lineamientos del Decreto 1297 de 2022 y vigilancia/supervisión aplicable.
Modelo de monetización	freemium (básico gratuito) + suscripción premium (mensual/anual) + publicidad en versión gratuita como anuncios nativos/contextuales y aliados).
Planes de servicio	Gratuito: Funciones esenciales básicas: Registro ilimitado de ingresos y gastos, visualización del balance (2 reportes mensuales), presupuesto básico, metas de ahorro, educación financiera (tips de ahorro, finanzas básicas), recomendaciones mediante inteligencia artificial (5 consultas al mes). Premium: Recomendaciones avanzadas: Registro ilimitado de ingresos y gastos, reportes/proyecciones, recomendaciones mediante inteligencia artificial (consultas ilimitadas), sincronización ampliada, análisis avanzado de comportamiento financiero, educación financiera guiada y cursos prácticos, Análisis financiero: Diagnostico financiero (análisis de ingresos y gastos, estructura de gastos fijos, variables, evaluación financiera (ingresos, ahorro y endeudamiento)), Indicadores financieros, simulación de escenarios

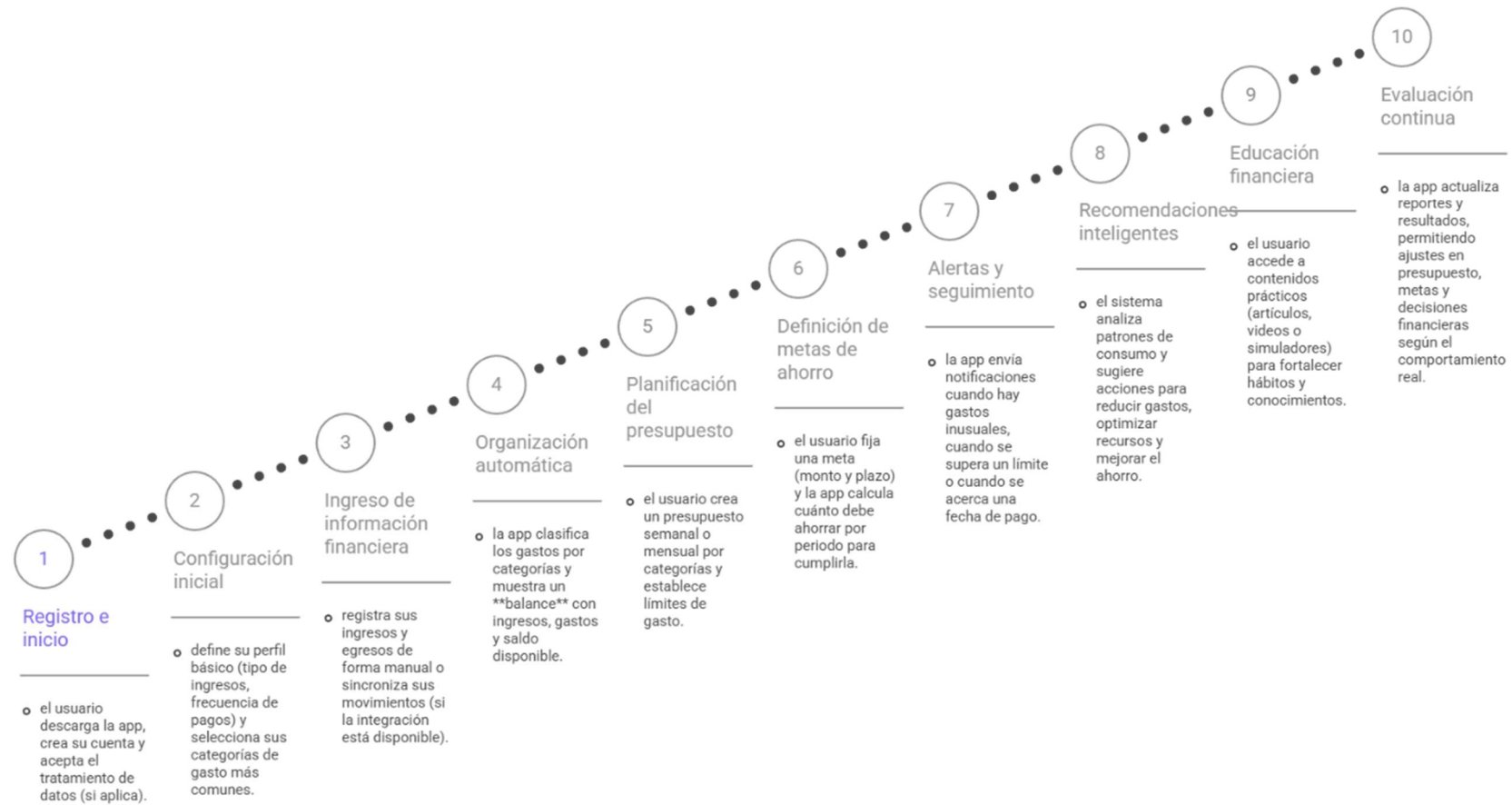
	financieros, reportes (análisis de la tendencias de gastos), seguimiento y acompañamiento financiero
Canales de distribución	Google Play Store y App Store; sitio web oficial/landing; redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook, YouTube); alianzas (fintech, universidades, empresas); programa de referidos; email marketing; eventos/talleres.

Fuente: elaboración propia

Descripción del proceso

En la figura 29 se muestran las actividades que integran el proceso, que van desde el registro e inicio hasta el proceso de evaluación continua:

Figura 29.
Descripción del proceso



Fuente: elaboración propia

Necesidades y requerimientos

Se destacan importantes necesidades asociadas con la planificación de los gastos y mantener el hábito de ahorro. Para ello, la APP debe cumplir con unos requerimientos particulares, como se muestra a continuación:

Tabla 14.
Necesidades y requerimientos

Necesidad del usuario	Requerimiento de la APP
Registrar ingresos y gastos sin complicaciones	Registro rápido (menos de 1 minuto) y opción de sincronización con cuentas/tarjetas/billeteras (si aplica)
Reducir errores al anotar transacciones	Categorización automática/semiautomática + edición simple de movimientos
Planificar gastos y evitar sobrepasarse	Planificador de presupuesto semanal/mensual por categorías con límites configurables
Recibir avisos cuando se excede el presupuesto	Alertas y notificaciones por sobre-gasto, gastos inusuales y desbalances
Ahorrar con metas claras y medibles	Módulo de metas de ahorro (monto, plazo, aporte sugerido, progreso visible)
Mantener el hábito de ahorro en el tiempo	Recordatorios, seguimiento y mensajes motivacionales basados en avance de metas
Recomendaciones personalizadas para mejorar finanzas	Motor de recomendaciones: sugerencias de ahorro, reducción de gastos y optimización según patrones del usuario
Cumplir normas y proteger datos personales	Consentimiento explícito, política de tratamiento de datos, minimización de datos y cumplimiento legal aplicable
Acceso fácil al servicio	Disponible en Android/iOS, descarga en tiendas oficiales y web/landing informativa
Soporte ante problemas o dudas	Centro de ayuda (FAQ), canal de contacto y soporte técnico básico

Fuente: elaboración propia

Características de la tecnología

Tabla 15.
Características de la tecnología

Característica tecnológica	Descripción
Tipo de solución	Aplicación móvil (servicio digital) para gestión financiera personal y educación financiera
Arquitectura del sistema	Plataforma basada en módulos (ingresos/egresos, presupuestos, metas, alertas, educación, recomendaciones)

Captura de datos financieros	Registro manual de transacciones y opción de sincronización con cuentas/tarjetas/billeteras (si se integra)
Procesamiento en tiempo real	Consolidación automática de movimientos para mostrar balance y avances al instante
Motor de categorización	Clasificación de gastos por categorías (manual, automática o mixta)
Algoritmo de recomendaciones	Sistema inteligente basado en patrones de consumo (reglas + analítica predictiva + ML en fase avanzada)
Analítica y reportes	Resúmenes por periodo, tendencias, comparaciones, proyecciones (más completo en premium)
Sistema de alertas	Notificaciones por sobre-gasto, gastos inusuales, fechas de pago y progreso de metas
Interfaz centrada en usabilidad (UX/UI)	Diseño simple, navegación clara, lenguaje no técnico, visualizaciones amigables
Seguridad de la información	Autenticación (PIN/biometría), cifrado en tránsito y en reposo, control de sesión
Privacidad y consentimiento	Gestión de permisos, consentimiento informado y minimización de datos recolectados
Interoperabilidad / finanzas abiertas	Preparación para integraciones mediante APIs y estándares de intercambio seguro de datos (cuando aplique)
Escalabilidad	Uso de infraestructura en la nube (según demanda), bases de datos y servicios escalables
Disponibilidad multiplataforma	Compatible con Android e iOS + apoyo con web/landing informativa
Actualizaciones y mantenimiento	Despliegue de mejoras continuas, corrección de errores y monitoreo de estabilidad
Integración de contenido educativo	Biblioteca de recursos: artículos, videos, simuladores y guías
Modelo freemium/premium	Control de funcionalidades por niveles de acceso
Publicidad no invasiva (opcional)	Anuncios nativos/contextuales con límites de frecuencia

Fuente: elaboración propia

Materias primas y suministros

Dentro de las materias primas se destacan una serie de elementos esenciales para el desarrollo de la aplicación, como datos de ingresos, datos bancarios, reglas de clasificación, prototipos, casos de prueba, métricas de uso. En conjunto, todos estos elementos son esenciales para ofrecer un buen servicio, desarrollar formularios de captura, certificados, recomendaciones de ahorro, procesos de asesoría legal y herramientas continuas de evaluación. A continuación, en la tabla 15 se presentan las principales materias primas y suministros que se requieren para el desarrollo de la App.

Tabla 16.
Materias primas

Materias primas (insumos principales)	Suministros / recursos de apoyo
Datos de ingresos/egresos, categorías, presupuestos, metas, hábitos	Formularios de captura, plantillas de categorías, motor de validación
Datos bancarios/Wallets autorizados (APIs)	APIs/SDKs de agregadores, llaves API, documentación técnica
Almacenamiento de BD, cómputo de backend, tráfico de red	Servidores cloud, bases de datos, balanceador, CDN
Eventos de gasto, reglas de alerta, triggers	Push (FCM/APNs), SMS, email transaccional
Tokens de sesión, credenciales cifradas, registros de auditoría	Certificados SSL, proveedor de autenticación, 2FA/biometría, WAF
Reglas de clasificación, diccionario de comercios/palabras clave	Librerías de procesamiento, tablas de mapeo, actualizaciones
Features (promedios, tendencias, picos), modelos/heurísticas	Motor analítico/ML, pipelines, herramientas de entrenamiento
Métricas de uso, eventos de producto, reportes por periodos	Herramientas de analítica (p. ej., Firebase/GA), dashboards
Artículos, guías, videos, simuladores	Editor de contenidos (CMS), hosting multimedia, diseño gráfico
Prototipos, componentes de interfaz, recursos gráficos	Figma/Canva, librerías UI, íconos, tipografías
Código fuente app móvil + backend + BD	IDE, repositorio (Git), librerías/frameworks, CI/CD
Casos de prueba, datos de prueba, escenarios de usuario	Herramientas de testing, emuladores, beta testing, crash reporting
Tickets, preguntas frecuentes, base de conocimiento	Helpdesk (Zendesk/Freshdesk), chat, email soporte
Versión compilada, metadatos de tienda	Cuenta Google Play / Apple Developer, assets de tienda
Creatividades (copys, videos, imágenes)	Ads (Meta/Google/TikTok), influencers, email marketing
Consentimientos, política de privacidad, términos de uso	Asesoría legal, auditorías, documentación de cumplimiento

Fuente: elaboración propia

Infraestructura

Para el desarrollo de la infraestructura es importante contar con un ecosistema tecnológico de captura de datos, procesamiento, almacenamiento, purificación de reportes y recomendaciones. Se parte de una infraestructura de cliente que incluye una interfaz principal para el registro de los datos de los usuarios, además de pantallas para el consentimiento de datos y soporte de conectividad. También se destaca la infraestructura del servidor, que recibe y valida datos destino a los usuarios y transacciones, con una

capacidad de aumentar recursos automáticamente de acuerdo con la cantidad y el número de usuarios.

En tercer lugar, se destaca la infraestructura de datos para guardar datos de los usuarios, movimientos, presupuestos, metas y configuraciones. La infraestructura de analítica y recomendaciones es esencial para procesar tendencias, promesas y validaciones, mientras que la infraestructura de comunicaciones sirve para todo lo que tiene que ver con notificaciones, alertas de presupuesto, gastos iniciales, mensuales y fechas de pago. También se debe contar con una infraestructura de seguridad para todo lo que tiene que ver con autenticación, cifrado y controles de acceso. Finalmente, se destaca la infraestructura de operación y mantenimiento para el entorno de pruebas, monitoreo y estabilidad.

Personal requerido para la producción y/o prestación del servicio

El personal requerido para el desarrollo de la APP es el siguiente:

- Product Owner / Coordinador del proyecto: define alcance del MVP, prioriza funcionalidades y coordina el trabajo.
- Desarrollador/a móvil: construye la app (Android/iOS).
- Desarrollador/a backend: crea la API, lógica del sistema, base de datos e integraciones.
- Diseñador/a UI/UX: diseña pantallas, flujo de usuario y prototipos sencillos.
- QA / Tester: prueba la app, detecta errores y valida que todo funcione antes de publicar.
- Soporte al usuario (atención básica): responde dudas, recibe reportes y canaliza incidentes.

Plan de producción

En la siguiente tabla se presentan los elementos esenciales asociados con el plan de producción.

Tabla 17.

Plan de producción

Plan de producción del servicio (App Fintech)		
Objetivo		
Desarrollar, probar, publicar y operar la aplicación (MVP) para que los usuarios puedan registrar ingresos/egresos, planificar gastos, definir metas de ahorro, recibir alertas y acceder a educación financiera, con una operación estable y segura.		
Alcance del producto a producir (MVP)		
- Registro manual de ingresos y egresos - Categorías de gasto + planificador semanal/mensual - Balance financiero (ingresos, gastos, saldo) - Metas de ahorro (1–3 metas) - Alertas básicas (sobregasto y gastos inusuales simples)		
Proceso de producción		
Etapas A — Preproducción - Definir requerimientos del MVP (qué sí y qué no) - Diseñar el flujo de pantallas (prototipo) - Definir modelo de datos (transacciones, categorías, metas) - Definir reglas de alertas (mínimas) - Preparar política de privacidad y consentimiento	Etapas B — Producción - Construcción de la app móvil (pantallas y navegación) - Desarrollo del backend (API, base de datos, autenticación) - Implementación de módulos: transacciones, presupuestos, metas, educación	Etapas C — Control de calidad (QA) - Pruebas funcionales (registro, presupuesto, metas, alertas) - Pruebas de usabilidad (flujo simple y entendible) - Pruebas de seguridad mínima (sesiones, datos, permisos) - Corrección de errores críticos
Etapas D — Lanzamiento - Publicación en Google Play / App Store - Activación de landing page y canales (redes sociales) - Campaña de lanzamiento (descargas + activación) - Monitoreo de fallos, rendimiento y primeras métricas	Etapas E — Operación y mejora continua - Soporte al usuario (tickets, preguntas, fallos) - Mantenimiento (actualizaciones, parches, mejoras UX) - Ajuste de alertas y recomendaciones simples según uso real	
Control de calidad		

La app debe permitir registrar movimientos en menos de 1 minuto.

- No debe haber fallos en: login, registro de gastos, metas, presupuestos.
- Las alertas deben funcionar cuando se excede el límite.
- Datos protegidos HTTPS, autenticación, permisos claros

Fuente: elaboración propia

Procesos de investigación y desarrollo

Para el desarrollo de la aplicación es sumamente importante el desarrollo de procesos de investigación que permita identificar los problemas, reconocer las necesidades de los usuarios, establecer procesos continuos de análisis del entorno y validación del mercado. Lo anterior es esencial para definir mejor los requerimientos del sistema y orientar una serie de pruebas técnicas y de calidad, tal cual como se explica en la siguiente tabla.

Tabla 18.
Investigación y desarrollo

Proceso de I+D	Actividades principales
Identificación del problema y revisión de literatura	Analizar educación financiera, cultura de ahorro, comportamiento del consumidor y contexto FinTech en Colombia
Análisis del entorno	Estudiar el ecosistema FinTech, tendencias de mercado y marco legal (protección de datos, finanzas abiertas)
Investigación de usuarios	Definir público objetivo, necesidades, dolores, motivaciones y barreras (confianza, uso de datos)
Validación de mercado	Diseñar y aplicar encuesta/entrevista; medir hábitos de ahorro, uso de apps, educación financiera y aceptación de la solución
Desarrollo del MVP (implementación)	Programación app móvil y backend; base de datos; autenticación; notificaciones; módulo educativo
Pruebas técnicas y de calidad (QA)	Pruebas funcionales, usabilidad, seguridad mínima, rendimiento; corrección de errores
Implementación de analítica y medición	Instrumentar métricas: activación, retención, uso de funciones, conversiones
Investigación de impacto	Medir cambios en hábitos: uso de presupuesto, cumplimiento de metas, reducción de sobregasto

Fuente: elaboración propia

Aspectos Organizacionales y Legales

Análisis estratégico

Misión

Fortalecer el desarrollo procesos asociados con la gestión del ahorro, planificación del presupuesto, ingresos, gastos, fijación de metas y educación financiera a través de una aplicación simple y segura para registrar y organizar las finanzas y las decisiones económicas.

Visión

Para el año 2030, establecerse como una plataforma líder en Colombia con todo lo que tiene que ver con gestión y educación financiera, siendo reconocida por su confianza, seguridad, facilidad de uso y aporte a una mejor gestión del ahorro y planificación económica.

Estructura organizacional

A continuación, se presenta la estructura organizacional

Tabla 19.
Estructura organizacional

Cargo	Depende de
Product Owner / Coordinador del proyecto/ Analista financiera	—
Diseñador/a UI/UX	Product Owner
Desarrollador/a móvil	Product Owner
Desarrollador/a backend	Product Owner y desarrollados móvil
QA / Tester	Product Owner y desarrollador móvil
Soporte al usuario (atención básica)	Product Owner y diseñador

Fuente: elaboración propia

Perfiles y funciones

Tabla 20.
Perfiles y funciones

Cargo	Función principal
Product Owner / Coordinador del proyecto/ Analista financiera	Define el alcance del MVP, prioriza funcionalidades, coordina el equipo y asegura el cumplimiento del plan.

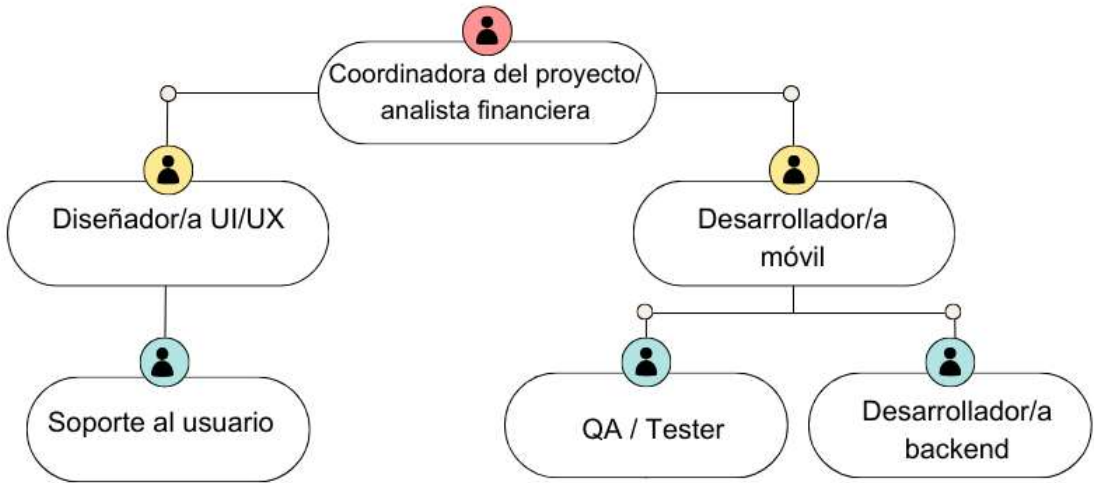
Diseñador/a UI/UX	Diseña pantallas, flujos de usuario y prototipos; mejora usabilidad y experiencia.
Desarrollador/a móvil	Construye la app en Android/iOS e implementa la interfaz y funcionalidades del MVP.
Desarrollador/a backend	Desarrolla la API, lógica del sistema, base de datos e integraciones necesarias.
QA / Tester	Realiza pruebas, detecta errores, valida funcionamiento y da visto bueno antes de publicar.
Soporte al usuario (atención básica)	Atiende dudas, recibe reportes, canaliza incidentes y recoge retroalimentación para mejoras.

Fuente: elaboración propia

Organigrama

En la siguiente figura se presenta el organigrama:

Figura 30.
Organigrama



Fuente: elaboración propia

Factores clave de la gestión del talento humano

Para el desarrollo de la gestión del talento humano es imposible tener en cuenta una serie de principios y claves esenciales que permitan sacar el mejor provecho de cada una de las personas y aportar en el cumplimiento de la misión y la visión. Se establece la importancia de definir claramente los roles y responsabilidades de cada uno de las

personas que hacen parte del equipo de trabajo, especificando funciones concretas para evitar duplicidad y retrasos.

Para la contratación y perfilamiento de las personas es importante establecer un proceso de selección por competencias de tal manera que cumplan con una serie de habilidades técnicas y blandas asociadas con la comunicación y el trabajo en equipo. Por otro lado, es importante trabajar en el desarrollo de procesos de capacitación continua de todo lo que tiene que ver con actualizaciones tecnológicas y de seguridad de datos con el fin de brindar una gestión actualizada para cada uno de los servicios que se ofrecen en la plataforma. En lo que respecta a la comunicación y coordinación del equipo de trabajo, es importante mantener reuniones periódicas para establecer procesos de seguimiento de tareas y para evaluar continuamente los cambios y necesidades que se generan en el desarrollo de la aplicación.

Es importante también establecer procesos de gestión del desempeño a través de indicadores simples en lo que tiene que ver con entregables, calidad y tiempos para tener en cuenta aspectos esenciales con el rendimiento de cada uno de los colaboradores. Se debe promover además una cultura de la calidad y de la mejora continua a través de pruebas constantes que incidan en la retroalimentación y corrección rápida de errores a partir de enfoques centrados en la colaboración y en la respuesta rápida a los cambios. Otro factor importante en la gestión del recurso humano es la motivación a través de procesos de reconocimiento y un ambiente de colaboración que les permita a las personas entender que sus aportes y sus conocimientos son ampliamente valorados.

Esquema de gobierno corporativo

Órganos de gobierno y toma de decisiones

- Product Owner – Coordinador del proyecto
- Comité asesor de tipo legal/regulatorio, asesor financiero, asesor tecnológico.

Estructura de control interno

- Políticas y procedimientos
Reglas para gestión de datos y de seguridad.
- Gestión de riesgos y cumplimiento.

- Control de calidad (QA)

Mecanismo de reportes y seguimiento

- Reunión semanal operativa.
- Reporte mensual.
- Revisión de versión.

Principios de gobernanza del proyecto

- Transparencia: reportes claros sobre desempeño, errores y mejoras.
- Responsabilidad: cada rol responde por sus entregables.
- Seguridad y privacidad: prioridad por manejo de datos financieros.
- Calidad: liberaciones controladas y mejoras continuas.
- Enfoque en el usuario: decisiones basadas en necesidades y métricas reales.

Aspectos legales

Tabla 21.
Aspectos legales

Aspecto legal	Norma principal (Colombia)	¿Qué implica para la app?	Acciones mínimas de cumplimiento
Protección de datos personales (Habeas Data – general)	Ley 1581 de 2012	El tratamiento de datos personales requiere autorización previa, expresa e informada, y debe aplicar principios como seguridad y confidencialidad.	Pantalla de consentimiento , política de privacidad, gestión de permisos, minimización de datos, medidas técnicas/administrativas de seguridad, canal para ejercer derechos (consultar/actualizar/suprimir).
Habeas Data y financiero crediticio (cuando aplique)	Ley 1266 de 2008	Regula el manejo de información en bases de datos financieras/crediticias y su protección.	Si se integran datos financieros sensibles: controles de acceso, trazabilidad y manejo responsable; claridad al usuario sobre qué datos se usan y para qué (bajo autorización).
Finanzas abiertas (Open Finance)	Decreto 1297 de 2022 (modifica el	Habilita el uso/transferencia de datos financieros con autorización del	Diseñar integraciones bajo autorización del usuario, manejo seguro de credenciales/tokens,

interoperabilidad de datos)	Decreto 2555 de 2010 en materia de finanzas abiertas)	consumidor, dentro de reglas y estándares aplicables al ecosistema de finanzas abiertas.	trazabilidad, y cumplimiento de estándares de seguridad/interoperabilidad definidos en el marco regulatorio.
Protección del consumidor financiero (si hay relación con entidades vigiladas / oferta de productos financieros)	Ley 1328 de 2009 (régimen de protección al consumidor financiero)	Define principios y reglas de protección al consumidor en relaciones con entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera.	Transparencia en información, condiciones del servicio claras, canales de atención; si hay alianzas con entidades vigiladas, alinear procesos y mensajes a este régimen.
Derechos del consumidor (servicio digital / publicidad / condiciones)	Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor)	Obliga a brindar información clara, condiciones del servicio, y reglas de publicidad y protección del consumidor.	Términos y condiciones, información del proveedor, reglas de suscripción/cancelación, publicidad no engañosa (incluida la publicidad in-app), soporte y PQRS.
Comercio electrónico y validez de “mensajes de datos”	Ley 527 de 1999	Regula el uso de mensajes de datos, comercio electrónico y firmas digitales (cuando aplique).	Respaldar consentimientos/aceptaciones (T&C, privacidad) mediante registros trazables (fecha/hora/versión), y mecanismos de autenticación adecuados.
Política pública de educación económica y financiera (marco orientador)	CONPES 4005 (2020)	Sirve como guía/soporte de contexto para iniciativas de educación financiera e inclusión, útil para justificar el proyecto.	Alinear contenidos educativos (módulo de educación financiera) a objetivos de inclusión/alfabetización financiera y plantear indicadores de impacto (hábitos de ahorro, planificación).

Fuente: elaboración propia

Estructura jurídica y tipo de sociedad

La estructura jurídica corresponde a persona jurídica de derecho privado, ya que permite separar el patrimonio de la empresa de los accionistas. En este sentido, se plantea como tipo de sociedad una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), que es la figura más usada por emprendimientos tecnológicos, ya que asegura una buena flexibilidad. En cuanto a la responsabilidad de sus accionistas, se especifica como limitada al aporte con

el fin de proteger el patrimonio personal. En cuanto a la forma de constitución, se reconoce la importancia de establecer el registro en Cámara de Comercio, inscripción en RUT ante la DIAN y obtención de NIT, lo cual es esencial para operar legalmente en Colombia.

Regímenes especiales

Teniendo en cuenta que la propuesta se integra al ecosistema Fintech, es importante considerar regímenes especiales que se relacionan con el tipo de servicio. Por ejemplo, se destaca el régimen de protección de datos personales, ya que se trata información sensible para los usuarios asociada con hábitos de gasto e ingresos. Por esta razón, se deben tener en cuenta los lineamientos de la Ley 1581 de 2012 para asegurar principios de seguridad y confidencialidad. También es importante tener el marco de Habeas Data que se reglamenta la Ley 2666 de 2008, considerando los lineamientos de la Superintendencia de Industria y Comercio como autoridad nacional en materia de protección de datos personales.

Por otro lado, ya que ofrece un servicio digital al público, es importante reconocer normas en relación con el consumidor, como el Estatuto del Consumidor reglamentado en la Ley 1480 de 2011, para asegurar la transparencia de condiciones, suscripciones y publicidad. De esta manera, es clave tener en cuenta el desarrollo de trato transparente en el cual se proteja al usuario al interior del ecosistema FinTech.

Aspectos Financieros

En esta sección se abordará aspectos financieros orientados a evaluar la viabilidad presupuestal por medio del análisis de los indicadores financieros de la aplicación propuesta, también se generará el análisis de proyecciones fundamentadas en el crecimiento y tendencias del mercado Fintech.

Objetivos financieros

- Ejecutar estrategias de captación y fidelización de clientes para acelerar la generación de ingresos y destinar dichos flujos a la recuperación gradual de la deuda, reduciendo el pago de intereses y fortaleciendo la sostenibilidad del proyecto en el largo plazo
- Generar rentabilidad operativa positiva a partir del segundo año, de manera que los resultados financieros permitan absorber las pérdidas del primer año y fortalecer la sostenibilidad del proyecto
- Alcanzar punto de equilibrio en el segundo año garantizando abarcar el pago de los costos e inversiones realizadas

Supuestos

Para la elaboración de la estructura del modelo financiero, se generó supuestos económicos fundamentales para el desarrollo del mismo, que permite identificar las variaciones de las proyecciones entre los costos e ingresos optando por un escenario conservador.

En primer lugar, según el comportamiento histórico de los datos del DANE, el índice de precio del **consumidor** (IPC) se estable un promedio de incremento del 5% en el segundo y tercer periodo, esto permite mantener un escenario conservador generando estabilidad del indicador proyectado

En segundo lugar, para la construcción de la estructura se definieron sobre tres tipos de escenarios del análisis. El optimista corresponde a un margen del 25%, el escenario

base indica un 20% y el escenario conservador con 15%. Para la simulación de la estructura se optó por el escenario conservador generando utilidades con un FEE del 15% permitiendo un precio adecuado sin generar sobre costos que pueda desincentivar los accesos a la aplicación. Este análisis garantiza que esta tarifa se encuentre entre los rangos competitivos del mercado se encuentra favoreciendo la sostenibilidad del proyecto

En tercer momento, se generó un análisis de mercado calculado mediante el Servicio Obtenible del Mercado (SOM) el cual equivale al 742.000 usuarios, esto permite establecer el número máximo de proyección del proyecto a largo plazo. Para el ejercicio de la proyección financiero no se contempla abarcar la totalidad de la población, sino que permite genera un penetración progresiva y conservadora del SOM, conforme a la etapa del proyecto. A razón de esto, la proyección de usuarios al finalizar el tercer año es de 10,426 usuarios, lo que representa un 1,4% del SOM.

Se realizó una validación en el comportamiento del mercado, identificando el crecimiento en este tipo de proyectos no se puede analizar de manera lineal, ya que se va ajustando conforme a la etapa en la que se encuentre el proyecto. A razón de esto, el primer mes se proyecta un incremento cercano al 10% esto debido a la necesidad de ampliar la participación en el mercado y así mismo se estable las estrategias que permite incrementar las ventas por medio del marketing.

La financiación requerida para el proyecto es de \$ 1.099.922.314, monto destinado al desarrollo y sostenimiento operativo mensual. Para financiar este valor se generó una estructura financiera basado en aportes de capital por parte de inversionistas ángeles. Esto permitirá financiar el proyecto sin generar endeudamiento ni pagos periódicos.

Gastos

Personal administrativo

Conforme al desarrollo y la ejecución del proyecto se generó una estrategia orientada en disminuir los costos asociados, el cual se basa en que las contrataciones se generen de dos modalidades. Por un lado, los cargos vinculados se manejar mediante un contrato indefinido corresponden a la coordinadora/ analista financiera del proyecto y la vacante de soporte al cliente. Las profesionales que se encuentran netamente en el desarrollo de la aplicación se mantendrán en contrato de prestación de servicios esto debido a la disminución de los costos y temas administrativos que se deduce.

Tabla 22.
Presupuesto de personal administrativo

	Salario base	Auxilio transporte	Tipo de contrato	Cesantías	Intereses De Cesantías	Prima	Vacaciones Menos 10Smmlv	Caja	Pensión	ARL	Total, mensual
Product Owner / Coordinador del proyecto/ Analista financiera	\$ 5.000.000	\$ -	Indefinido	\$ 416.500	\$ 50.000	\$ 416.500	\$ 292.381	\$ 200.000	\$ 600.000	\$ 26.100	\$ 7.001.481
Soporte al usuario (atención básica)	\$ 1.800.000	\$ 249.095	Indefinido	\$ 170.690	\$ 20.491	\$ 170.690	\$ 105.257	\$ 72.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 2.813.618
Diseñador/a UI/UX	\$ 4.000.000	\$ -	Prestación de servicio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000.000
Desarrollador/a móvil	\$ 5.000.000	\$ -	Prestación de servicio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000.000
Desarrollador/a backend	\$ 6.000.000	\$ -	Prestación de servicio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.000.000
QA / Tester	\$ 3.500.000	\$ 249.095	Prestación de servicio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.749.095

Salario mínimo	\$ 1.750.905
Aux de transporte	\$ 249.095

Presupuesto de marketing

Conforme a la estrategia establecida, se elabora el presupuesto de marketing, el cual contempla el desarrollo de las campañas publicitarias por medio de diferentes servicios influencers, campañas de ADS y el respectivo gasto de la publicación de Play Store y App Store esto con el objetivo de alcanzar las metas propuestas de las campañas y así incrementar los niveles de suscripción de usuarios en la plataforma.

Tabla 23.
Presupuesto de marketing

Actividad / Rubro	Descripción	Periodicidad	Costo Estimado (COP)	Valor mensual
Diseño UI/UX	Mejora visual y nave habilidad de la app	Semestral	\$6.000.000	\$ 1.000.000
Desarrollo de nuevas funciones (MVP Plus)	Ajustes y optimizaciones menores	Semestral	\$ 10.000.000	\$ 1.666.667
Beta testing y pruebas de usabilidad	Incentivos para testers + herramientas	Semestral	\$ 2.000.000	\$ 333.333
Publicación en Play Store y App Store	Cuotas de registro/desarrollo	Anual	\$ 1.000.000	\$83.333
Mantenimiento de servidores (6 meses)	Hosting, seguridad, bases de datos	Mensual	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Publicidad en redes sociales (Ads)	Campañas Meta Ads, TikTok Ads	Mensual	\$12.000.000	\$12.000.000
Influencers y creadores de contenido	2 microinfluencers + 1 mediano	Bimestral	\$ 6.000.000	\$ 3.000.000
Content marketing	Producción de videos, artículos, piezas	Mensual	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Email marketing	Automaciones + plataforma (Mailchimp)	Mensual	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Promos de lanzamiento (premium)	Descuentos, periodos gratis	Semestral	\$ 1.200.000	\$ 400.000
			\$47.400.000	\$27.683.333

Fuente: elaboración propia

Costo

Presupuesto de producción

Con base al estudio de mercado realizado, se identificaron los costos relacionados con el proceso de la producción y lanzamiento de la aplicación desde la ilustración hasta las pruebas de funcionamiento correcto

Tabla 24.
Presupuesto de producción

Descripción breve	Costo estimado (COP) Inversión inicial
Planeación, priorización del MVP y seguimiento	\$ 3.000.000
Prototipo, flujo de pantallas y diseño visual	\$ 6.000.000
Construcción de la app (Android/iOS) para el MVP	\$ 5.000.000
API, lógica del negocio y estructura de datos	\$ 5.000.000
Artículos/guías/simuladores básicos para lanzamiento	\$ 2.500.000
Reglas de alertas y envío de notificaciones (push)	\$ 1.500.000
Instrumentación de eventos (activación, retención, uso)	\$ 1.200.000
Autenticación, permisos, cifrado, sesiones	\$ 2.000.000
Pruebas funcionales/usabilidad y corrección de errores	\$ 2.000.000
FAQ, guías básicas y canal de atención inicial	\$ 1.000.000
	\$29.200.000

Fuente: elaboración propia

Presupuesto de infraestructura

Este presupuesto se establece mediante lo requerido para generar y garantizar un funcionamiento continuo y seguro de la aplicación.

Tabla 25.
Presupuesto de infraestructura

Rubro principal (infraestructura)	Descripción breve	Costo estimado (COP) Mensuales
Servidores / hosting	Backend, escalabilidad y disponibilidad del servicio	\$3.500.000
Base de datos	Almacenamiento y gestión de transacciones, metas, usuarios	\$2.500.000

Almacenamiento de contenido	Hosting de recursos educativos (imágenes, PDFs, multimedia liviana)	\$1.000.000
Seguridad (certificados y protección)	SSL/TLS, configuración de seguridad, protección básica	\$1.200.000
Servicios de notificaciones	Push (y contingencia email/SMS si aplica)	\$800.000
Monitoreo y analítica técnica	Logs, seguimiento de fallos, rendimiento y estabilidad	\$1.500.000
Herramientas de desarrollo y despliegue	Repositorio, CI/CD, entornos de prueba	\$1.000.000
Total presupuesto de infraestructura		\$11.500.000

Fuente: elaboración propia

Proyección de ventas

Esta sección tiene como objetivo generar una proyección de tres periodos, permitiendo validar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto generando el crecimiento esperado en la base de usuarios. Estableciendo diferentes modelos de monetización con el objetivo de generar un gran portafolio que permita abarcar las necesidades de los usuarios.

La proyección se encuentra fundamentada en la cantidad de usuarios nuevos, con una tasa retención de usuarios activos estimados al 85%, de este total, se calcula que el 5% optaran por la suscripción premium y un 10% usuarios que solicitarían planes de asesoría financiera. Adicionalmente, se incluye los ingresos provenientes de publicidad (ADS) lo que permite que los usuarios que son activos, pero no generan pagos de premium se puede reducir la dependencia de la fuente de ingresos de los servicios.

De los servicios ofertados, la suscripción premium es el principal servicio en la monetización de la aplicación, el cual se estima que el 10% de los usuarios activos lo contraten. Generando ingresos 87 millones para el primer año, alcanzando en 2028 un por valor de 467 millones y para el tercer periodo genero un crecimiento por valor de 1662 millones, consolidado un total que asciende a 2.218 millones.

Los planes de asesoría financiera representan el segundo servicio con monetización de la aplicación, ya que se contempla mediante un acompañamiento especializado adaptada a la necesidad del cliente. De acuerdo con la proyección realizada, este cuenta con un crecimiento progresivo, iniciando la venta con 2 planes y generando ingresos por \$283.815, a finalizar el tercer año alcanza ventas de 472 planes por valor de 84 millones aproximados. Esto permite evaluar la adopción de los usuarios

Los ingresos provenientes de la publicidad (ADS) actúan como un ingreso complementario el cual se basa en la forma gratuita, alcanzando una monetización de \$332.849.

Tabla 26.
Proyección de ventas

Año	Usuarios nuevos	Usuarios activos (85%)	Premium (12%)	Ingresos Premium	Usuarios (7%)	Ingresos ADS	Planes asesoría financiera (10%)	Ingresos	Total, mensual
2027	7.934	6.744	1.817	54.505.309	472	23.795	182	32.703.185	87.232.290
2028	24.899	21.164	9.748	292.444.619	1.481	74.679	976	175.466.771	467.986.069
2029	78.144	66.422	34.640	1.039.200.100	4.650	234.375	3.464	623.520.060	1.662.954.535
Total	110.976	94.330	46.205	1.386150.029	6.603	332.849	4.621	831.690.017	2.218.172.894

Fuente: elaboración propia

El total del proyecto acumulado para el proyecto asciende a \$2.218 millones, el cual, permite observar que es un negocio con sostenibilidad financiera.

Estado de resultados

El ejercicio proyectado evidencia un crecimiento favorable y estable, el cual para el 2027 inicia en la etapa de inversión ocasionando perdidas, sin embargo, los costos están asociados al lanzamiento de la aplicación. El punto de equilibrio financiera se genera en el segundo año, debido al crecimiento en la venta y maximizando los controles necesarios para reducir los costos, para generar una utilidad positiva. En el tercer año, se genera una estabilidad financiera basada en las fuentes de monetización generando márgenes significativamente altas

Tabla 27.
Estado de resultados

Concepto/Año	2027	2028	2029
Ventas netas	\$ 87.232.290	\$ 467.986.069	\$ 1.662.954.535
(-)Costos de ventas	\$ 812.970.336	\$ 812.970.336	\$ 812.970.336
Utilidad bruta	-\$ 725.738.046	-\$ 344.984.267	\$ 849.984.199
(-) Gastos operativos	\$ 129.006.915	\$ 141.907.607	\$ 154.808.298
Utilidad operativa	-\$ 854.744.961	-\$ 486.891.874	\$ 695.175.901
Utilidad antes de impuestos	-\$ 854.744.961	-\$ 486.891.874	\$ 695.175.901
(-) Impuestos (30%)	\$ -	\$ -	\$ 208.552.770
Utilidad neta	-\$ 854.744.961	-\$ 486.891.874	\$ 486.623.131

Fuente: elaboración propia

Tabla 28.
Balance general

Caja / Efectivo	\$ 245.177.353	\$ 120.000.000	\$ 606.623.131
Activo intangible Desarrollo de software	\$ 29.200.000	\$ 29.200.000	\$ 29.200.000
Total Activo	\$ 274.377.353	\$ 149.200.000	\$ 635.823.131
Total, Pasivo	\$ -	\$ -	\$ -
Capital social – Inversionistas ángeles	\$ 1.099.922.314	\$ 1.099.922.314	\$ 1.099.922.314
Resultados acumulados	\$ -	-\$ 854.744.961	-\$ 1.341.636.835
Utilidad el ejercicio	-\$ 854.744.961	-\$ 486.891.874	\$ 486.623.131

Fuente: elaboración propia

Indicadores financieros

Tabla 29.

Indicadores financieros

Indicador	2027	2028	2029
Endeudamiento	0%	0%	0%
Margen bruto	-13%	37%	41%
Margen operativo	-34%	27%	34%
Margen neto	-34%	19%	24%
ROA	-55%	44%	76%

Fuente: elaboración propia

Los indicadores financieros reflejan una mejora continua en la proyección de la compañía, dado que en el primer año se contaba con dependencia en la obligación financiera, generando altos riesgos financieros. Sin embargo, al finalizar el 2028 se contaba con 67% de crédito pagado es permite identificar el equilibrio requerido para generar los ingresos necesarios para la operación. Así mismo, los márgenes ascienden a niveles de operación eficiente generando la estabilidad de empresa. El indicador del ROA confirma que el proyecto crece tanto en ingreso como en utilidad.

Flujo de caja

El análisis del flujo de caja del proyecto da como resultado una evolución positiva en los 3 periodos. En el 2027 y 2028 se observa el flujo en negativo debido a que corresponde con la inversión inicial y el lanzamiento del proyecto. Para el 2028, aunque el flujo continua siendo negativo, se evidencia una mejora respecto al año anterior y para el 2029 el proyecto alcanza su fortalecimiento en el mercado, ya que el proyecto genera un flujo de caja positivo. El comportamiento anteriormente mencionado indica que el proyecto ya genera los ingresos y utilidades necesarios para continuar respaldando su operación, generando nuevas inversiones sin requerir otro tipo de obligaciones financiera

Tabla 30.
Flujo de caja

	2027		2028		2029	
Utilidades antes de impuesto	-\$	854.744.961	-\$	486.891.874	\$	695.175.901
Impuesto	\$	-	\$	-	\$	208.552.770
Utilidad después de impuestos	-\$	854.744.961	-\$	486.891.874	\$	486.623.131
Inversion neta	\$	29.200.000				
Flujo de caja libre	-\$	883.944.961	-\$	486.891.874	\$	486.623.131

Fuente: elaboración propia

Valor presente neto

El cálculo de VPN del proyecto se calcula a partir de los flujos de caja con una tasa de descuento del 12%, esto genera un VPN negativo de aprox \$831 millones. Este resultado se debe a que los FCL los dos primeros años son negativos, ya que el proyecto se encuentra en un periodo de lanzamiento y de crecimiento. Esta situación es coherente por el sector en el que se cuenta ya que la recuperación es a largo plazo, razón por el cual la financiación por medio de los inversionistas resulta adecuado para soportar este riesgo.

Tabla 31.
Valor presente neto

Valor presente neto						
Año	2027		2028		2029	
FCL	-\$	883.944.961	-\$	486.891.874	\$	486.623.131
Tasa de descuento		1,12		1,2544		1,404928
	-\$	789.236.573	-\$	388.147.221	\$	346.368.732
	VPN		-\$			831.015.061

Fuente: elaboración propia

TIR

El resultado de la TIR es -48, se explica debido a que los dos periodo iniciales son negativos, representados por la etapa de crecimiento del proyecto.

Tabla 32.

TIR

TIR -48%

Fuente: elaboración propia

Tiempo de recuperación

El tiempo de recuperación no alcanza a ser recuperada dentro del periodo de los tres años proyectados. Sin embargo apartir del tercer año el flujo de caja es positivo, se estima que se recupere en el quinto año de operación.

Tabla 33.

Tiempo de recuperación

Tiempo de recuperación	\$ 884.213.704	1,82 años
	\$ 486.623.131	

Fuente: elaboración propia

Enfoque hacia la Sostenibilidad

Es importante que a través de la aplicación propuesta no solo se generen beneficios económicos, sino que también se promueva valor en temas como educación financiera, hábitos de planeación y ahorro, sin llegar a comprometer con ello el bienestar de las personas y la confianza en el manejo de la información. Teniendo en cuenta que en Colombia existe un alto acceso a productos financieros, pero limitados hábitos de ahorro y planificación, es importante que la solución tecnológica que se plantea sirva también como medio para fomentar el desarrollo de una buena sostenibilidad basada en cuatro dimensiones esenciales: la social, ambiental, económica y de gobernanza.

En cuanto a la dimensión social, la sostenibilidad de la aplicación se consolida principalmente teniendo en cuenta que la aplicación puede generar un impacto importante en los hábitos financieros de la población, ya que la APP no se limita a mostrar datos y a gestionar información, sino que también propone procesos de acompañamiento constante en los cuales se fijan metas de ahorro, alertas y contenidos que son importantes para los usuarios. De esta manera, se puede favorecer al desarrollo de competencias financieras que inciden favorablemente en el bienestar personal y familiar, lo cual es clave teniendo en cuenta los efectos en épocas de recesión económica y problemáticas asociadas con la gestión de los gastos.

Además, es importante que haya una posibilidad de adaptarse a realidades económicas diversas, teniendo en cuenta que existen personas con ingresos variables, con empleos informales, pagos no fijos o que viven en la informalidad. Por tanto, integrar presupuestos flexibles mediante un registro ágil de ingresos y una información que se ajuste a las necesidades de cada persona es esencial para promover el desarrollo de una herramienta financiera sofisticada. En cuanto a la dimensión ambiental, se destacan principalmente como valores desarrollo de la digitalización, reduciendo procesos físicos asociados al manejo de finanzas mediante el uso de libretas, registros manuales,

comprobantes impresos y papel. De esta forma, se facilita una plataforma digital en la cual se incentiva el desarrollo de prácticas más eficientes y conscientemente ambientales.

Por otro lado, al ayudar a los usuarios a tener un mejor control y comprensión sobre los diversos elementos que hacen parte de sus gastos y sus ingresos, es posible favorecer un proceso más planificado que fomente una cultura de consumo consciente, asociada generalmente a decisiones sostenibles como evitar desperdicios y priorizar un conjunto de necesidades. De esta forma, la sostenibilidad ambiental se asocia con el desarrollo tecnológico y digital y con la capacidad de influir en nuevos hábitos de consumo. En cuanto a la dimensión económica, se destaca también la importancia de integrar estrategias de ingresos complementarias. Si bien el modelo freemium favorece una adopción masiva, la suscripción premium puede aportar ingresos recurrentes, equilibrando la accesibilidad con la sostenibilidad financiera. Por otro lado, la dimensión económica también se fortalece a través del desarrollo de estrategias de distribución en tiendas de aplicación, redes sociales y alianzas estratégicas que permiten optimizar el costo de adquisición y difundir los contenidos, valores y beneficios de la aplicación a una mayor cantidad de población.

También es importante hablar de la confianza, transparencia y gestión responsable que se asocia con la dimensión de la gobernanza, la cual se entiende como una dimensión crítica para una aplicación que trabaja con datos financieros y que pretende incidir en los hábitos de consumo de las personas. La sostenibilidad a largo plazo, por tanto, depende de la confianza que se pueda generar con las personas, construida a través de la transparencia y el cumplimiento. Es clave, por tanto, que haya un respeto por la privacidad y manejo responsable de los datos a través de políticas claras de tratamiento y comunicación comprensible.

La comunicación también implica definir roles y responsabilidades en el equipo de trabajo, incluyendo procesos de control de calidad y de capacitación que permitan favorecer una gestión humana responsable, centrada en el desarrollo continuo de las capacidades y en una lógica de gestión basada en métricas y rendición de cuentas. Como se puede apreciar, la gobernanza incluye un marco de interoperabilidad y finanzas abiertas que permite promover la sostenibilidad del proyecto al tener en cuenta las sugerencias y necesidades cambiantes de los usuarios, para lo cual es preciso ofrecer una operación responsable pero también adaptable que incida en la legitimidad de cada uno de los servicios.

En conjunto, como se puede apreciar, el enfoque de sostenibilidad integra importantes impactos sociales, económicos, ambientales y de gobernanza responsable, lo cual es esencial para fortalecer la sostenibilidad del modelo del negocio y para generar una ventaja competitiva en un ecosistema altamente dinámico y en desarrollo como es el Fintech.

Conclusiones

Se ha planteado en este proyecto una solución innovadora para la gestión financiera personal y la educación financiera de las personas en Colombia, con el fin de mejorar procesos asociados a la planificación de gastos y al desarrollo de mejores hábitos de ahorro. Esta solución se ha planteado teniendo en cuenta que en el país existen buenos niveles de acceso a productos financieros, pero se carece de estrategias asociadas con el ahorro y la planificación. En este sentido, se puede decir que la aplicación planteada, de acuerdo con el estudio de mercadeo que se ha hecho y los lineamientos de planeación y financieros, es esencial para que los usuarios tengan una herramienta sencilla de uso para registrar sus ingresos y egresos de manera sencilla a través de la sincronización con cuentas bancarias o billeteras digitales. De esta manera, es posible mejorar la visualización del estado financiero personal, fomentando así la toma de decisiones efectivas.

Por otro lado, de acuerdo con la encuesta que se desarrolló por usuarios potenciales, se reconoce que el principal valor de la aplicación es que facilita la planificación del presupuesto, en la medida en que ayuda a los usuarios a asignar límites a las categorías de gasto, ajustando límites que permiten mantener un control de las finanzas. Además, se fomenta el ahorro a través de metas claras y de visualizaciones que le permiten a cada persona tener un seguimiento continuo del progreso, con recomendaciones personalizadas para alcanzar los objetivos planteados.

En conjunto, a través de las funcionalidades que han sido presentadas en la aplicación es posible incidir en una educación financiera sostenible, proporcionando información esencial para que los usuarios puedan mejorar la visualización de sus gastos y de sus ingresos mediante un modelo sostenible que integra modelos freemium combinados con suscripciones premium que garantizan la sostenibilidad económica del proyecto. La integración de publicidad no invasiva, por otro lado, se establece como una

oportunidad importante para generar fuentes adicionales de ingresos sin afectar las experiencias del usuario.

Se ha observado que la aplicación cumple con la normativa legal vigente en Colombia en lo que tiene que ver con temas asociados a protección de datos personales y regulación de finanzas abiertas. Se inscribe, además, en un escenario complejo, dinámico y altamente tecnológico como es el de las Fintech, que en Colombia ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años y que ha generado nuevos medios para el desarrollo de las finanzas de las personas y para la relación que construye con sus hábitos de ahorro y de gasto. Hay una viabilidad importante de esta aplicación en el mercado colombiano, por tanto, y una oportunidad para fomentar la educación financiera y los hábitos de consumo mediante buenos procesos de optimización y planificación.

La aplicación, por tanto, se presenta como una solución accesible y efectiva, especialmente en aquellos usuarios con ingresos informales y variables, reforzando la viabilidad y relevancia del proyecto en el entorno local. Finalmente, se puede decir que el proyecto apuesta por la sostenibilidad a largo plazo y se alinea con principios de sostenibilidad social, económica y ambiental, optimizando el uso de recursos tecnológicos y favoreciendo el desarrollo de una educación financiera inclusiva que puede ser fundamental para el mejoramiento de las condiciones económicas en el país.

Referencias

- Barón Bayona, J. A., & Forero Barón, L. A. (2022). Análisis de las Fintech y su aporte a la inclusión financiera en Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(2), 127–143. <https://doi.org/10.22490/25392786.6118>
- Bernal, A., González, D., & Losada, F. (2020). Cultura del ahorro financiero en las familias de la ciudad de Florencia (Colombia). *Revista Espacios*, 3(4), 33–56.
- Castaño, A. (2019). *El sector Fintech desde la visión del Supervisor*.
<file:///C:/Users/BETO/Downloads/20190402precolombiafintech.pdf>
- Cifuentes, J. T., & Bermúdez Hernández, J. (2025). *Innovación y desarrollo de las Fintech en Colombia: un análisis de la literatura*. 7–23.
- Credicorp. (2024). *Índice de inclusión financiera de Credicorp*.
<https://bancodeideascredicorp.com/assets/files/Ebook-Indice-de-Inclusion-Financiera-de-Credicorp-2024.pdf>
- DANE. (2022). *Encuesta Puzlo Social*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/encuesta-pulso-social>
- De La Hoz-Granadillo, E. J., Morelos-Gómez, J., & Escobar-Zapata, M. C. (2021). Caracterización de perfiles de educación financiera en hogares colombianos. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1–23. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4301>
- Pérez, G., Pérez, E., Tuanama, J., & Villafuerte, A. (2021). Financial education, financial management in users of banking entities in the province of San Martín. *Revista de Investigación y Cultura*, 10(2), 11–21. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/568/558>

- Gaitán, F. (2024). 'Fintech' en Colombia la apuesta por tecnologías financieras al alcance de todos. *Universidad Del Rosario*. <https://urosario.edu.co/revista-divulgacion-cientifica/ciencia-y-tecnologia/fintech-en-colombia-la-apuesta-por-tecnologias>
- Huacchillo, L., Ramos, E., & Pulache, J. (2020). Financial Management and Its Incidence in the Making of Finan-. *Universidad Y Sociedad*, 12, 356–362. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890004.pdf>
- Ladron de Guevara, J. P., Human Auccapuri, A. A., Linares Santos, D. A., & Herrera Huaracha, F. M. (2021). Incidencia de la Educación financiera de socios en la gestión financiera de una Cooperativa de Ahorro y Crédito. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 2215, 556–583. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.251
- Martínez, O., & Martínez de la Peña, M. (2022). Regulación de la innovación financiera tecnológica fintech en la industria bancaria colombiana: desafíos y oportunidades. *Aglala*, 13(2), 215–237. https://doi.org/10.20935/AL189%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttp
- Mercado Mejia, M., Angulo Pico, G., & Becerra Haya, O. (2022). Gasto en consumo de los hogares en Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 18(35), 1–17. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3835>
- Pertuz Yustes, D. (2021). Revisión de la experiencia regulatoria en Colombia sobre las fintech y el desarrollo del sandbox regulatorio. *Misión Jurídica*, 14(21), 173–190. <https://doi.org/10.25058/1794600x.1955>
- Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera (2020). <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/4005.pdf>

- Raynaud Prado, C. N., & Montañez Jaimes, I. francesco. (2021). Implementación de las Fintech en Colombia Fintech implementation in Colombia. *Revista Infometric@-Serie Ciencias Sociales y Humanas*, 4(2), 2021.
<http://www.infometrica.org/index.php/ssh/article/view/167>
- Salas Bahamon, L. M. (2022). Inclusión financiera en Colombia. Evaluación de impacto del programa Grupos de Ahorro y Crédito Comunitario. *Cuadernos de Economía*, 41(87), 747–782. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v41n87.92849>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2024). *Para 2024, el 96,3% de los colombianos adultos tenía al menos un producto de depósito o crédito*.
https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115642/para-2024-el-963-de-los-colombianos-adultos-tenia-al-menos-un-producto-de-deposito-o-credito/?utm_source=chatgpt.com
- Valle Núñez, A. P. (2020). Financial planning a key tool for achieving business objectives. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 160–166.
- Vega Zuluaga, J. D., & Restrepo Calle, L. F. (2022). Aproximación a las nuevas dinámicas del Modelo Bancario Tradicional en Colombia frente al Modelo Fintech. 2021. *Via Innova*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.23850/2422068x.4811>