



Solucionador Banca Digital

Autores:

Angie Paola Torres Marcelo

Jonnathan Caicedo Martínez

Yina Marcela Enciso Polania

Universidad EAN

Facultad de Administración de Empresas

MBA en administración de empresas

Bogotá, Colombia

2023

Solucionador Banca Digital

Autores:

Angie Paola Torres Marcelo

Jonnathan Caicedo Martínez

Yina Marcela Enciso Polania

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

MBA en Administración de empresas

Director (a):

León Darío Parra Bernal

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Administración de Empresas

MBA en administración de empresas

Bogotá, Colombia

2023

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

“Algunas personas quieren que algo ocurra, otras sueñan con que pasará, otras hacen que suceda.”

Michael Jordán.

“La Educación Genera Confianza. La Confianza Genera Esperanza. La Esperanza Genera Paz”

Confucio

Agradecimientos

Queremos darle Gracias a Dios, la vida y al destino que nos trajo hasta este punto de nuestras vidas para hacer realidad nuestros proyectos personales y profesionales. A nuestros compañeros, Jonnathan Caicedo Martínez, Yina Marcela Enciso Polania y Angie Paola Torres Marcelo que trabajando en equipo y de la mano logramos consolidar una idea de común acuerdo e interés para los tres. A cada uno de nuestros familiares que estuvieron ahí apoyándonos durante la realización de nuestro Proyecto, A Claritza Umbarila Garzón por su sabiduría, resiliencia y Fe, A Pedro William Torres Guzmán y María Elena Marcelo Ramos por su compromiso y confianza, a Iván Camilo Lombana y Camila Enciso Polania por su por la compañía, fuerza e inspiración para batallar hasta el final. A la universidad EAN y nuestros tutores, por sus enseñanzas y retroalimentación constante durante este proceso, a las compañías donde laboramos por las oportunidades, aprendizajes y experiencias adquiridas, a nuestros amigos, conocidos y todas las personas que nos acompañaron, guiaron e hicieron posible que este objetivo se pudiera lograr.

Resumen

En este documento se desarrolla un modelo que permite ofrecer al mercado y comunidad una solución financiera viable que genere un impacto positivo e innovador para la sociedad.

El objetivo del trabajo es plasmar un modelo de negocio denominado Solucionador Banca Digital, que permita ofrecer alternativas diferenciadoras para generar valor para la industria financiera, mercado y necesidades actuales que tienen las personas en relación con el sistema financiero. Se pretende impulsar y promover el acceso eficiente a la banca a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación.

Para el desarrollo de nuestro modelo de negocio, realizamos un estudio detallado del entorno, donde tuvimos en cuenta los factores internos y externos, análisis DOFA, viabilidad técnica, operativa, legal y administrativa, estudio económico y financiero, monetización y financiación, presupuestos, recursos necesarios, especificaciones, estudios del mercado, análisis del perfil del cliente, desarrollo y aplicación de simulación financiera, aplicación de instrumentos de investigación y desarrollo de un modelo sostenible y sustentable en el tiempo.

De acuerdo a lo anterior, con este trabajo se espera generar cambios trascendentales en la forma de tomar decisiones financieras y accionar dentro y fuera del sistema. El estudio e investigación realizado demuestra la viabilidad y sustentabilidad de esta idea de negocio, la cual tiene alta proyección hacia el futuro.

Palabras clave: Sector financiero, Comparaciones, Mercado, Digital, estrategia, modelo, información.

Abstract

This document develops a model that offers the market and the community a viable financial solution that generates a positive and innovative impact for society.

The objective of the work is to capture a business model called Digital Banking Solver, which allows offering differentiated alternatives to generate value for the industry, the market and the current needs of people in relation to the financial system. The aim is to promote and promote efficient access to banking through the use of information and communication technologies.

For the development of our business model, we carried out a detailed study of the environment, which took into account internal and external factors, DOFA analysis, technical, operational, legal and administrative feasibility, economic and financial study, monetization and financing, budgets, necessary resources, specifications, market research, customer profile analysis, development and application of financial simulation, implementation of research and development tools for a sustainable and sustainable model over time.

Accordingly, this work is expected to generate far-reaching changes in the way financial decisions and actions are made within and outside the system. The study and research carried out demonstrate the viability and sustainability of this business idea, which has a high projection towards the future.

Keywords: Financial sector, Comparisons, Market, Digital, strategy, model, information.

Contenido

LISTA DE ILUSTRACIONES.....	10
LISTA DE TABLAS.....	11
2. MODELO DE NEGOCIO Y VALIDACIÓN.....	16
3. ANÁLISIS DEL SECTOR	26
5. ESTUDIO PILOTO DE MERCADO	54
6. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES	89
7. ASPECTOS FINANCIEROS	100
8. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD.....	111
9. CONCLUSIONES	116
9. REFERENCIAS	118
10.ANEXOS	125

Lista de Ilustraciones

	<u>Pág.</u>
Ilustración 1. Modelo Canvas	16
Ilustración 2. Indicador de acceso y uso a productos financieros	32
Ilustración 3. Indicador de acceso y uso a productos financieros por grupos de edad.....	33
Ilustración 4. Indicador de acceso a productos financieros por departamentos.	34
Ilustración 5. Indicador de uso a productos financieros por departamentos.	35
Ilustración 6. Indicador de acceso a productos financieros por sexo.	36
Ilustración 7. Diferencial de tasas de interés por sexo.....	37
Ilustración 8. Composición del saldo de los créditos por sexo.	38
Ilustración 9. Seguridad de la información en sistema financiero.	43
Ilustración 10. Así se mueven las billeteras digitales.....	52
Ilustración 11. Mapa de Empatía.....	55
Ilustración 12. Gráficos Estadísticos de Resultados Sobre Aplicación de Encuesta.	60
Ilustración 13. Requerimientos Técnicos infraestructura y equipo.....	86
Ilustración 14. Análisis DOFA.....	89
Ilustración 15. 9 Pasos para construir empresa.....	90
Ilustración 16. Trámites jurídicos y tributarios para crear empresa.....	92
Ilustración 17. Crecimiento en ventas en millones.....	103
Ilustración 18. Márgenes de utilidad.....	107
Ilustración 19. Punto de Equilibrio	108

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
Tabla 1.5 Fuerzas de Porter.....	46
Tabla 2. Esquema de las 4 acciones.....	54
Tabla 3. Perfil de persona	58
Tabla 4. Ficha Técnica de la encuesta a aplicar.....	59
Tabla 5. Análisis de la competencia.	70
Tabla 6. Estrategia de distribución.	77
Tabla 7. Ficha Técnica Publicidad.....	78
Tabla 8. . Ficha Técnica Comisión por intermediación 1-40 millones.	79
Tabla 9. Ficha Técnica Comisión por intermediación >40 millones.	80
Tabla 10. Ficha Técnica Versión Premium.	81
Tabla 11. Requerimientos Técnicos infraestructura y equipo.	83
Tabla 12. Cargos que requiere la empresa para su operación (primer año).	87
Tabla 13. Ingresos - Ventas del primer año.....	102
Tabla 14. Crecimiento porcentual en ventas por año	103
Tabla 15. Balance general con Análisis Vertical y Horizontal	106

Antecedentes de la idea de negocio

La banca tradicional viene presentando transformaciones en la manera de realizar vínculos y transacciones con los clientes a través de nuevos canales, los cuales vienen descubriendo que la información y datos son insumos que se estaban dejando de lado para solo poner el foco en la transacción final. La democratización del sector financiero ha llevado al gobierno a expedir y modificar **decretos como el 2555 de 2010 en lo relacionado con la regulación de las finanzas abiertas en Colombia** con el fin de ajustarse a una dinámica competitiva distinta, con mayor diversidad de actores y de necesidades digitales por parte del consumidor financiero. (Minhacienda, 2021)

Después de las crisis económicas del 2007 y 2008 la credibilidad del sector financiero se perdió, por lo que era necesario reformular la percepción que los antiguos y nuevos clientes tenían sobre el sector financiero; fue allí, en donde la Unión Europea adopta la propuesta de la directiva de servicios de pago (PSD) que obligaba a los bancos a ofrecer mayor cantidad de información sobre los servicios de pago que ofrecían y abría la puerta a la creación de nuevos proveedores de pago distintos a los bancos. En 2018 entró en vigor la directiva de pago PSD2 para mejorar las normas existentes. (Academia Pragma, 2022)

Colombia hace parte de esta iniciativa mediante el desarrollo de una herramienta liderada por el sector bancario, una cámara de compensación privada, ACH Colombia y con el apoyo del sector público el cual busca que los usuarios realicen todo tipo de transacciones directamente desde y hacia cuentas bancarias. La plataforma ofrece conveniencia y facilidad de uso, particularmente si se compara con los pagos en efectivo. (Better Than Cash Alliance, 2022)

En el 2017 se realizó un estudio global de consumidores en distribución y marketing global por parte de Accenture Colombia, que muestra datos interesantes frente a la clasificación de los consumidores, sus preferencias y perfiles. (Accenture, 2022)

Entendiendo que diariamente los consumidores financieros quieren tener nuevos productos y servicios para suplir sus necesidades, se identifica el escenario para desarrollar una idea de negocio digital que permite democratizar la información y tener accesos a datos determinantes en las tomas de decisión. El contexto actual permite a través de la ley y del mercado implementar iniciativas disruptivas que contribuyen a la generación de soluciones financieras eficaces y a mejorar los índices de analfabetismo financiero que proporcionen la inclusión y educación financiera.

Problemática

El cliente objetivo de la idea de negocio representa sus necesidades financieras a través del descontento por la dificultad para el acceso, uso y entendimiento del sistema financiero. El objetivo del negocio es brindar una solución digital financiera que permita la inclusión y entendimiento bancario a partir de una herramienta intuitiva que le ayude al cliente a conocer una variedad de servicios ofrecidos por diferentes entidades financieras.

De acuerdo con la última encuesta Nacional de Inclusión Financiera del Banco de la República realizada en el 2019, se encontró que el 60,3% de los adultos colombianos no tienen conocimientos financieros básicos (República, 2019) y el estudio de la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Asobancaria) indica que solo el 9% de los colombianos tienen una cultura financiera sólida y que la mayoría no sabe cómo administrar su dinero, lo que genera una alta tasa de endeudamiento y morosidad (Colombia, 2019). La carencia de educación financiera de la población conlleva a que el consumidor financiero no comprenda el lenguaje técnico de la industria y tenga un limitado acceso a la información. Esta situación

conlleva a que se genere un aprovechamiento de las entidades bancarias al otorgar productos que no son acordes a las necesidades del cliente, adquisición de productos sin previo conocimiento, lo que se transforma en desconfianza e inseguridad para los consumidores financieros.

De acuerdo con la última encuesta Nacional de Inclusión Financiera del Banco de la República realizada en el 2019, se encontró que el 60,3% de los adultos colombianos no tienen conocimientos financieros básicos (República, 2019) y el estudio de la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Asobancaria) indica que solo el 9% de los colombianos tienen una cultura financiera sólida y que la mayoría no sabe cómo administrar su dinero, lo que genera una alta tasa de endeudamiento y morosidad (Colombia, 2019).

La carencia de educación financiera de la población conlleva a que el consumidor financiero no comprenda el lenguaje técnico de la industria y tenga un limitado acceso a la información. Esta situación conlleva a que se genere un aprovechamiento de las entidades bancarias al otorgar productos que no son acordes a las necesidades del cliente, adquisición de productos sin previo conocimiento, lo que se transforma en desconfianza e inseguridad para los consumidores financieros.

Objetivos

Objetivo General: Formular un plan de negocio para la creación de una plataforma Online (o Market Place) que agrupe los servicios financieros de la banca comercial, para brindarle a los usuarios las mejores opciones financieras de acuerdo con su perfil crediticio.

Objetivos Específicos:

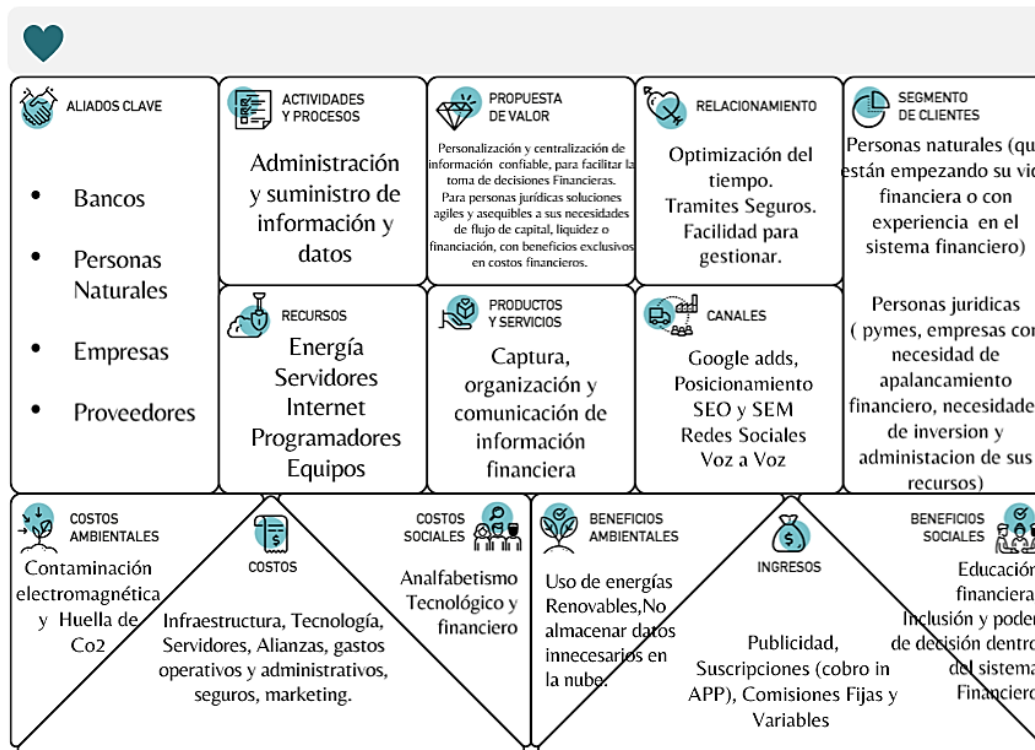
- ✓ Analizar la viabilidad del mercado de acuerdo con la identificación del perfil cualitativo y cuantitativo de nuestro cliente o usuario potencial.
- ✓ Identificar la viabilidad técnica y operativa, para la creación de la plataforma, teniendo en cuentas los recursos y los requerimientos necesarios para llevarla a cabo.
- ✓ Estudiar la viabilidad administrativa y legal, para la constitución de la plataforma.
- ✓ Elaborar un estudio económico - financiero, que permita validar la viabilidad monetaria de una plataforma de estas características.
- ✓ Definir una estrategia de sostenibilidad orientada a verificar los aspectos económicos y social, con los que debería contar la empresa.

2. Modelo de Negocio y Validación

Concepto del Negocio

A continuación, el desarrollo de nuestra idea de negocio, representado a través del uso del modelo Canvas:

Ilustración 1. Modelo Canvas



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Fuente: Autores

Propuesta de valor

La presente propuesta de valor es innovadora dentro del mercado de servicios financieros, ya que es una plataforma diferencial, la cual ofrece la posibilidad de visualizar, comparar y contratar un amplio y variado portafolio de servicios financieros, de forma digital y en tiempo real, acorde a las necesidades de nuestros clientes. Se pretende proporcionar información clara, sencilla y de fácil interpretación por medio de un ambiente intuitivo y agradable.

Se plantea realizar alianzas estratégicas que brinden a nuestros usuarios un valor agregado y diferenciado en atención, asesoría personalizada y beneficios exclusivos por hacer uso de nuestra página. Se tiene un valor diferencial con respecto a la competencia ya que la información que brinda nuestra plataforma esta actualizada en tiempo real, lo que permite a nuestros clientes que, al momento de adquirir sus productos, se mantengan las condiciones que se encuentra ofertadas en la página.

Se cuenta con precios y productos diferenciales y exclusivos por medio de nuestro sitio web, un servicio personalizado para cada uno de nuestros clientes, por medio de la aplicación de Machine Learning y asesores en línea, diversidad de servicios para elegir el más conveniente, brindándole a los clientes información verídica y responsable, que sirva como un medio para llevar a cabo los proyectos, a través de un respaldo económico, que genere seguridad y confianza para obtener satisfacción de crecimiento, mediante la inclusión financiera y reducción de los costos, al momento de adquirir un producto o servicio.

Para las personas naturales, microempresarios o emprendedores, se ofrece una propuesta de valor con soluciones ágiles y asequibles a sus necesidades de flujo de capital, liquidez o financiación, con beneficios exclusivos en costos financieros diferenciadores.

Validación

Dentro de la medición del comportamiento del consumidor frente al modelo negocio, se evidencia que un cliente potencial espera encontrar toda la información que requiere para una toma de decisión financiera en un solo lugar, poder ahorrar tiempo en los procesos financieros. Los requerimientos de nuestros clientes (hablando de personas naturales) son confiabilidad y valor agregado en la información y Ciberseguridad.

Actualmente se encuentra que en el mercado existe disposición de pago, siempre y cuando el cliente perciba un valor agregado de por medio, que justifique dicha “inversión”;n para la idea de negocio propuesta, proporciona un plus adicional, ya sea en atención preferencial personalizada o descuentos y/o beneficios adicionales en costos, por visitar y adquirir productos financieros de los bancos por medio de nuestra APP o página Web.

La digitalización de la banca ha permitido una migración más rápida de clientes hacia este segmento, en donde hay inmediatez con soluciones a la mano, dejando de lado las deficiencias del servicio presencial. Con el presente modelo de negocio se pretende facilitar aún más la adquisición de productos, a través de una página intuitiva y de fácil manejo, que les permita a los clientes educarse financieramente, optimizando su tiempo con información veraz.

Sin embargo, es importante realizar una correcta segmentación de clientes, ya que los cambios generacionales nos brindan clientes que tienen amplio dominio digital, no obstante, el segmento objetivo en una mayor proporción para los bancos, son aquellas personas con una mayor solvencia económica, que les da un acceso a servicios preferenciales por perfil crediticio. Este segmento generacional, los denominados baby boomerang, son más renuentes a la tecnología y es allí donde se deben tener estrategias diferenciales para atraerlos y fidelizarlos.

Las entrevistas con los expertos sugieren brindar servicios adicionales y tener en cuenta factores importantes en el desarrollo de la idea, entre ellos está el cumplimiento de las políticas de tratamiento de datos y seguridad de la información, ya que la información de los clientes estaría clasificada como sensible y es el elemento estratégico para generar ingresos, a través de las negociaciones con los bancos, quienes son aliados clave.

La aplicación del concepto de sostenibilidad cobra valor en esta innovadora solución a partir de la contratación de proveedores que gestionen el uso de la energía que se utilizará a través de mecanismos renovables; es una recomendación desde la academia dentro del plan de negocio para que se establezcan directrices que no solamente garanticen márgenes de rentabilidad y perdurabilidad en el tiempo, sino también, la participación mediante acciones conscientes que sumen al cambio ambiental.

Podemos concluir que hay un requerimiento importante que agrega valor y es poder tener toda la información en un solo lugar, de forma organizada y comprensible, en donde el cliente encuentre de manera resumida la diferenciación en costos Vs beneficios, al adquirir un producto o servicio con alguna entidad financiera, además que desde su usuario personal tenga una base propia de documentos, para poder aplicar a los requisitos de acuerdo a los requerimientos de cada entidad y de esta forma realizar el trámite en línea.

Finalmente, los aliados y empresarios brindan una visión desde una perspectiva más de negocio, resaltando elementos y cuestionamientos importantes que están detrás de la “idea”, como lo son: el soporte técnico, donde se va a depositar toda la información, para que tipo de sistemas operativos va a operar, las funcionalidades que va a ofrecer, lo que está dentro de la ley y puede estar presente en la APP; si bien la idea es cautivadora para el usuario, en el caso de los aliados como bancos se debe presentar una oferta que atraiga una cantidad de clientes

representativa para la entidad, para que de esta forma nos visualicen como una aliado estratégico en la consecución de sus objetivos organizacionales.

Diseño y descripción del modelo de negocio sostenible

De acuerdo con el lienzo de nuestro modelo de negocio sostenible, describiremos el diseño de la idea propuesta, teniendo en cuenta cada uno de los diferentes cuadrantes que lo componen.

Aliados Clave: Dentro de nuestros aliados tenemos a los Bancos, personas Naturales, Sponsors y proveedores. Los bancos son quienes nos suministran la información, productos y servicios, las personas naturales y las empresas nos proveen de conocimiento, infraestructura y desarrollo y los proveedores nos proveen sus productos y servicios necesarios para la operación y el buen funcionamiento de nuestra compañía.

Actividades y procesos: Están basados en la administración, gestión y suministro de información y datos, en donde se busca ofrecer de manera fácil, sencilla y práctica, a todos nuestros usuarios información real, actualizada y confiable, en la cual puedan guiarse para la toma acertada de decisiones, de acuerdo con sus necesidades financieras.

Recursos: Dentro de los recursos encontramos la energía eléctrica, necesaria para operar y prestar los servicios informáticos; los servidores, los cuales almacenaran y procesaran los datos para nuestros Stakeholders; El internet, ya que es el medio por el cual podemos compartir la información e idea de negocio; Partner/Outsourcing que se encargará del desarrollo y diseño del Solucionador, así como también de la administración de la estrategia digital, equipos de cómputo: 2 servidores modelo Cisco UCS C220 M5 Rack Server, 2 pantallas 20 pulgadas HP, 2 mouse híbridos, 1 línea telefónica, servicio internet 150 MG, 1 equipo de escritorio de 5 generación.

Software: HSM Hardware Security Module, según certificación internacional y un servidor criptográfico en red para proveer de servicios de cifrado (encriptación) y firma digital (firma electrónica). Protección de Identidades, Claves y Datos Confidenciales en Plataformas Informáticas de Tecnología Ledger Distribuida (DLT) Diseñado para soluciones basadas en blockchain, Monday Sales CRM, las cuales permiten administrar y gestionar de una manera descentralizada, eficiente, transparente y segura los datos de la compañía enmarcado en el modelo de inteligencia de negocios. Experto en marketing Digital: experto en administración de cuentas y posicionamiento de marcas en marketing Digital (SEO/SEM, posicionamiento de redes sociales, emailmarketing, Google Adds, social media), con experiencia en el sector financiero, solidario y Fintech. Licencia de operación: licencia otorgada por la Superfinanciera por 2 años para el funcionamiento de la Web/app , finalmente tenemos los equipos los cuales son necesarios como instrumentos y herramientas que permiten la interacción del usuario con la aplicación.

Propuesta de Valor: Personalización y centralización de información confiable que facilitara la toma de decisiones financieras de forma segura, en donde los usuarios podrán filtrar de acuerdo con sus necesidades específicas y sus requerimientos los servicios que más se ajusten a sus requerimientos financieros.

Productos y Servicios:

Los productos y servicios se encuentran divididos en dos grandes grupos, uno para los usuarios de la plataforma y el otro para las entidades financieras que estén interesadas en pautar sus servicios y productos.

Para el caso de los usuarios de la plataforma, se contará con:

- Comparativo financiero general de productos y servicios, totalmente gratuito.
- Versión premium, en donde podrá obtener información personalizada de acuerdo con su perfil crediticio, tramitar a través de la plataforma cualquier producto / servicio conforme su necesidad, obteniendo beneficios exclusivos como: atención personalizada y beneficios de tasas de interés preferenciales.

Entidades financieras

- Pauta publicitaria anual, semestral o trimestral, de sus productos y servicios a través de la plataforma.
- Enlace personalizado para trámite y colocación de nuevos productos y servicios financieros.

Relacionamiento: La manera como se atraerá y captará a los usuarios, será por medio de la identificación del público objetivo. Es fundamental tener claro el perfil del usuario ideal al que se dirige la idea de negocio, se creará una estrategia de marketing en donde se definen los canales de comunicación que se utilizarán para dar a conocer la aplicación, como las redes sociales, los blogs, el correo electrónico, entre otros. También se deben definir las acciones promocionales, como descuentos, sorteos, pruebas gratuitas, entre otros.

Se tendrá facilidad en el acceso, registro y la descarga, ofreciendo una experiencia de usuario excepcional, lo que incluye una interfaz intuitiva, atractiva y fácil de usar, tiempos de carga rápidos y un servicio al cliente eficaz. Se recopilará comentarios y opiniones de los usuarios para mejorar la aplicación y ajustarla a sus necesidades, manteniéndola actualizada para corregir errores, agregar nuevas funciones y mantener la relevancia de la aplicación, para tener usuarios leales y satisfechos, que logren la optimización de su tiempo, reducción de desplazamientos y la tranquilidad y confianza por medio de tramites seguros, fáciles, prácticos y amigables para gestionar la toma de decisiones.

Canales: La forma como se llega a los usuarios será por medio de Google Adds, Posicionamiento SEO y SEM, redes sociales, publicidad que genere tráfico a la aplicación, como también el voz a voz, en donde se busca que la experiencia a nuestro usuario final supere sus expectativas y este pueda recomendar la plataforma para que más usuarios adquieran y usen los servicios.

Las técnicas SEO y SEM son canales importantes para la entrega de la oferta de valor al cliente en línea, ya que estos canales aumentan la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica. El objetivo es lograr que el sitio web de la empresa aparezca en los primeros resultados de búsqueda de los usuarios que están buscando productos o servicios relacionados. De esta forma, la empresa puede aumentar su tráfico y, por ende, su capacidad de entregar su oferta de valor al cliente.

La técnica SEO también permite optimizar el posicionamiento de palabras clave en el sitio web de la empresa. Al utilizar las palabras clave correctas y colocarlas de manera estratégica en el contenido del sitio web, es posible aumentar la relevancia del sitio web para los usuarios que buscan productos o servicios relacionados.

Por otro lado, la técnica SEM implica el uso de publicidad en buscadores para promocionar el sitio web de la empresa en los resultados de búsqueda. Las campañas de publicidad permiten que la empresa aparezca en los primeros resultados de búsqueda de los usuarios interesados en productos o servicios relacionados, independientemente de su posicionamiento orgánico en el sitio web. De esta forma, se puede aumentar su visibilidad y entregar su oferta de valor al cliente, de igual forma se usará para colocar anuncios en redes sociales los cuales permiten que la empresa llegue a los usuarios que buscan productos o servicios relacionados. Además, las redes sociales proporcionan la segmentación de los

usuarios, lo que permite llegar a los usuarios que se ajustan al perfil de cliente ideal de la empresa. De esta forma es más viable entregar la oferta de valor al cliente de manera efectiva.

Segmento de clientes: El modelo se enfoca en un nicho de Personas Naturales que están empezado su vida crediticia o con experiencia en el sector, como también en las personas Jurídicas como las Pymes, medianas y grandes empresas, con necesidad de apalancamiento financiero, necesidades de inversión y administración de sus recursos.

También se incursionará en el segmento B2B (business-to-business) ya que las empresas que aquí operan tienen necesidades de financiamiento que pueden ser satisfechas mediante la obtención de crédito en un canal web, especialmente en la actualidad donde las transacciones en línea son cada vez más populares y accesibles. En el modelo de negocio se ofrece procesos de solicitud de crédito simplificados, con requisitos de documentación reducidos y tiempos de respuesta rápidos. Además, condiciones de financiamiento más flexibles que en los canales tradicionales.

Para crear relaciones sostenibles con aliados financieros o usuarios finales, es relevante cumplir varias etapas comerciales que aseguren la satisfacción de las necesidades y expectativas de estos actores. En primer instancia comprender e identificar las necesidades y expectativas, mediante la investigación y análisis exhaustivos, conociendo sus requisitos y deseos, así como las limitaciones y desafíos a los que debemos enfrentarnos, para poder ofrecer soluciones adecuadas, diseñando y desarrollando soluciones personalizadas, esto puede incluir la creación de herramientas o servicios específicos para facilitar el proceso de transacción o la realización de mejoras en la plataforma para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Una vez que se han diseñado y desarrollado soluciones personalizadas, la plataforma debe implementarlas y probarlas para asegurarse que funcionen correctamente y cumplan con

los requisitos de los aliados financieros o usuarios finales, monitoreando constantemente el rendimiento de las soluciones implementadas para asegurarse que sigan siendo efectivas. Es importante establecer una comunicación clara y efectiva para mantener una relación sólida y de confianza.

Costos Ambientales: Dentro de ellos encontramos la Contaminación Electromagnética y Huella de CO2, ya que, para el uso, desarrollo y aplicación del modelo, es necesario el uso de energía, redes y equipos tecnológicos que contaminan el planeta.

Costos: La idea de negocio puesta en marcha generará costos en rubros como la Infraestructura, tecnología, servidores, alianzas, seguros, Marketing, gastos operativos y administrativos, para poder cumplir y satisfacer con la demanda del mercado.

Costos Sociales: Aquí encontramos el Analfabetismo tecnológico y financiero, ya que nuestra oferta de valor funciona por medio de tecnología y se requiere un conocimiento básico sobre finanzas para poder interactuar y tomar decisiones con respecto a la información suministrada, si las personas no cuentan con los conocimientos básicos sobre cómo usar las herramientas tecnológicas o desconocen como es el funcionamiento del sistema financiero, se plantea reforzar estos conocimientos y bases, para que puedan incursionar, navegar y hacer uso de los servicios del sistema financiero que se ofrecen a través de los medios digitales.

Beneficios Ambientales: Para mitigar los costos ambientales, se hará uso de energías renovables en nuestra operación y en la de nuestros proveedores, impulsando la práctica de no almacenamiento innecesario de datos en la nube, con el fin de no generar información basura que contamine y ocupe espacio en las redes.

Ingresos: Nuestra aplicación e idea de negocio se monetizará por medio de:

- ✓ Pautas publicitarias

- ✓ Suscripciones de usuario (Versión Premium)
- ✓ Comisiones fijas y variables que recibiremos de nuestro acuerdo y negociación con los bancos.

Beneficios Sociales: Para cubrir los costos sociales y garantizar un uso adecuado y responsable con nuestros usuarios, se ofrecen servicios en educación financiera y capacitación tecnológica, con el objetivo de promover la inclusión y poder de decisión del usuario final, dentro del sistema financiero.

3. Análisis del sector

Análisis del sector

De acuerdo al análisis del entorno y el mercado se concluye por medio del estudio del macroentorno a través del uso de la herramienta de PESTEL lo siguiente: Todos las áreas externas contempladas en el PESTEL (Lo Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) , permiten conocer el panorama y situación actual del entorno en el cual estamos inmersos, es por eso que como empresa se debe dar a conocer el ambiente externo directo e indirecto para poder identificar las oportunidades, fortalezas, debilidades y riesgos, para hacer adaptaciones de mejora, a lo largo del desarrollo de nuestra compañía.

Escenario Político

El gobierno colombiano emitió el decreto 1234 del 14 de septiembre de 2020, en donde establece un espacio controlado de prueba, a partir de un marco regulatorio ajustado a las nuevas dinámicas del mercado para promover la innovación financiera y que a su vez esta sea segura y sostenida.

Los principales objetivos de este decreto son:

1. Aprovechar la innovación en la prestación de servicios y productos financieros.
2. Velar por la protección y los intereses de los consumidores financieros.
3. Preservar la integridad y estabilidad del sistema financiero.
4. Prevenir los arbitrajes regulatorios.

Vale mencionar que, en este artículo, la innovación financiera promueve aquellos proyectos que contribuyen con mejorar la eficiencia en la prestación y desarrollo de nuevos servicios financieros, solucionar y mejorar los índices de inclusión financiera y desarrollar la competitividad en los mercados financieros del servicio.

Así mismo la Superintendencia Financiera (InnovaSFC, 2022), se establece como órgano de control y vigilancia, el cual se encargará de velar por el cumplimiento normativo en las creaciones y vinculaciones de nuevas empresas a la industria Fintech. La Superfinanciera, también cuenta con mecanismos como InnovaSFC, “el cual es el grupo de trabajo de Innovación Financiera y Tecnológica creado en el año 2017 con el fin de facilitar la innovación en el sector financiero. Tiene como objetivos:

- Acompañar la innovación al servicio del consumidor financiero.
- Apoyar la innovación que promueve la inclusión y la educación financiera.
- Apoyar el desarrollo de la innovación financiera y tecnológica.
- Promover la innovación sostenible.

Por otro lado, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ofrece La Arenera, la cual crea un ambiente controlado por un ente regulador que sirve para pruebas “reales a pequeña escala de conceptos innovadores, promoviendo así el desarrollo de nuevas ideas, que permitan al ente regulador observar el comportamiento real de la industria, reaccionar con agilidad y garantizar al tiempo la protección del consumidor una caja de arena regulatoria que

brinda un marco de trabajo para realizar experimentos y pruebas de innovaciones tecnológicas, además, ofrece elHub y regTech. La primera apoya a entidades interesadas en temas relacionados con la innovación financiera y tecnológica, mientras la segunda aprovecha desarrollos tecnológicos para mejorar sus procesos internos” (ASOBANCARIA, 2019)

Las iniciativas de gobierno se encuentran alineadas con el impulso que trae la dinámica de las Fintech y propicia un entorno favorable para promover la inclusión financiera y el crecimiento económico, sin embargo, se hace necesario una regulación que permita garantizar la responsabilidad legal y ética de las operaciones de las empresas y los usuarios. Según el informe del Foro Económico Mundial, la ciberseguridad se ha convertido en el segundo riesgo más importante luego de eventos relacionados a desastres naturales, lo cual representa para las grandes entidades financieras un desafío que debe articularse a las políticas públicas de los diferentes países con el fin de mitigar riesgos que causen un impacto social.

Por otro lado, tenemos las elecciones presidenciales Colombia 2023 – 2026, “Las elecciones presidenciales generan periodos de estrés en todos los activos financieros en diferentes momentos de los comicios” (Aval, 2022) las cuales influyen en la toma de decisiones que vaya a realizar el gobierno, las empresas y los clientes, porque de acuerdo a los objetivos y lineamientos del estado, se organizan y gestionan de ahí para abajo los objetivos de las instituciones, empresas y personas, el sector financiero se encuentra ligado a muchas normas y reglamentaciones que el sector público, por ejemplo para poder operar como lo es la ley 510 de 1999; Adicionalmente a nivel económico es de gran importancia resaltar que la libre competencia, la negociación del petróleo, la tasa de interés, la inflación, y el mercado de las divisas influyen directamente sobre nuestro modelo de negocio ya que se propone una empresa de servicios financieros, que depende de muchos factores para el desarrollo de nuestra oferta de valor.

Otro factor que nos afecta o impacta es el tema de la corrupción y el conflicto de intereses, porque si se carece de confianza en los políticos, empresarios y directivos, las personas, empresas y gobiernos toman y cambian el rumbo de sus decisiones en búsqueda de protección de sus activos. Por otra parte, las empresas financieras y los bancos han cambiado su forma de operar, sus canales y el modo como prestan el servicio a sus clientes, debido a que el mercado se ha transformado producto de los cambios y el desarrollo que ha tenido nuestro país, es por ello que muchos de los bancos han tomado la decisión de digitalizar la banca, por medio de la prestación de servicios digitales y en búsqueda de reemplazar el efectivo, transformándolo en soluciones digitales de fácil acceso para la población, como por ejemplo: Nequi, Daviplata y Rappi, en donde se puede transar de forma online, fácil y segura. Otro factor que influye a nivel social es el auge por la diversidad e inclusión social, como también las nuevas dinámicas que han adoptado las personas y que han cambiado la forma de operar, tomar decisiones y actuar, como lo es el aislamiento, el autocuidado, el evitar filas y las aglomeraciones, el teletrabajo, el autoservicio y la comunicación Online. Estos factores conllevan a procesos de transformación, ya que el modelo de negocio implementa estrategias en estos campos para estar a la vanguardia de las dinámicas tecnológicas actuales de la sociedad.

Escenario Económico

En este escenario la situación mundial sanitaria repercutió en todas las esferas que constituyen las economías regionales, “La pandemia de COVID-19 ha impactado al mundo en todo sentido y las empresas han empezado a revisar sus estrategias, sin embargo, los desafíos que está presentando esta crisis brinda una oportunidad para que las organizaciones evolucionen a una nueva realidad donde predomina lo digital. (Zelada, 2022) lo cual también llegó fuertemente a impactar al sistema financiero y las entidades que lo conforman, como vemos a continuación estas son algunos de las consecuencias que causó la pandemia del

COVID-19 y que afecto de forma vertical y horizontal a todos los involucrados. “La Secretaria Ejecutiva de la CEPAL, Alicia Bárcena, destacó el aumento de la desigualdad, la pobreza, el empleo informal y la desprotección social que se han producido debido a la pandemia por COVID-19” (Salud, 2022), por otra parte vemos como lo anterior, afecto de manera significativa a las entidades financieras “Los cambios de comportamiento en los consumidores que se están generando a raíz de la crisis sanitaria producida por el covid-19 están reafirmando una hoja de ruta para el sector bancario, en la que hay menos sucursales y una mayor apuesta por las operaciones virtuales. Esto se refleja en que se han cerrado 334 oficinas bancarias en el país desde 2015, ya que pasó de 6.433 a 6.099” (Rubio, 2020). Por otra parte, desde el aspecto social, los estilos de vida y de interactuar con el mundo y las empresas, “la pandemia del COVID-19 ha provocado todo tipo de cambio en la población que implica una transformación profunda y fuerte con consecuencias relevantes y, a veces, impredecibles. Una crisis sanitaria y económica también constituyen factores de cambio en la forma de relacionarse, comunicarse, divertirse, viajar, estudiar, la forma como el ser humano piensa y se comporta en el día a día” (Tejedor, 2021). Al comienzo muchos pensaban que ese factor externo llamado COVID era problema de otros, “El COVID 19 es la enfermedad causada por el nuevo coronavirus conocido como SARS-CoV-2”.

Otro ejemplo de algunos factores externos es la guerra actual entre Rusia y Ucrania, esta guerra afecta la economía, la política y las dinámicas de los mercados y los estados, “Un informe del Fondo Monetario Internacional (FMI) sostiene que los efectos de la guerra se harán sentir en 3 planos: una mayor inflación derivada del alza en los precios de los alimentos y la energía; problemas en el comercio internacional y las cadenas de abastecimiento; y una mayor incertidumbre en los mercados financieros.” (Giménez, 2022), lo cual genera inestabilidad en otros sectores industriales o de servicios, como lo es el sistema financiero, de acuerdo con el diario de la república “Al cuarto mes de la invasión de Rusia sobre Ucrania,

según el FMI, no hay un solo país en el mundo que no se haya afectado económicamente por el conflicto bélico iniciado por el presidente ruso, Vladímir Putin, el pasado 24 de febrero del año 2022” (Becerra, 2022). En el sector financiero el impacto que ha tenido esta guerra, deja como resultado un alza en las tasas de interés de los créditos debido a las intervenciones realizadas por el banco de la república, en contra parte también ha favorecido a los clientes con excesos de liquidez, gracias a un incremento de las tasas de rentabilidad de los CDT y los fondos de inversión, ya que es una estrategia que usa el sector financiero para captar más recursos, debido al incremento en las tasas de interés de política monetaria.

Según el Global Findex 2021 del Banco Mundial, Colombia en el 2021 tiene el 60% de la población adulta bancarizada, la primera vez que se dieron a conocer datos sobre Colombia, en 2011, el país registraba el 30,43% de la población bancarizada, cifra que aumentó a 39% en 2014; a 45,76% en 2017 y que en 2021 llegó a 59,72%.

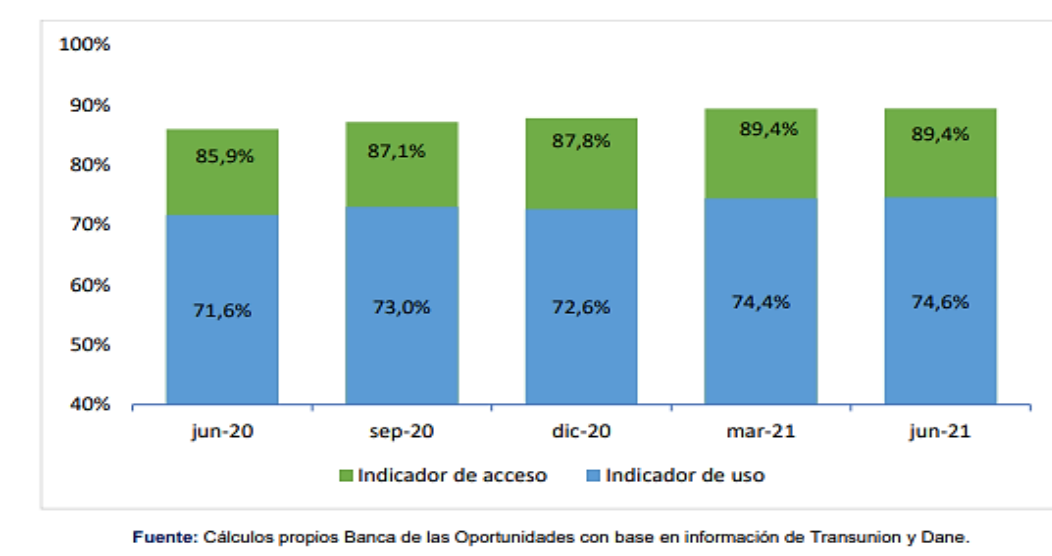
En el caso del país, el 38 % de la población bancarizada solo tiene una cuenta en una institución bancaria, el 18 % tiene una cuenta de institución financiera y una móvil, mientras el 4 % solo tiene una cuenta móvil. Javier, F. (2022, junio 29). De acuerdo con esto, observamos que la oportunidad de colocación de productos y servicios financieros es alta, ya que a raíz del COVID y las ayudas económicas que dieron los gobiernos, muchas personas abrieron por primera vez una cuenta de ahorros, además, debido a los confinamientos, se incrementó la bancarización digital, el pago de servicios vía internet, en el 2021 el 57% de los adultos realizaron o recibieron pagos digitales.

Por otro lado, tenemos el estado en el que se encuentra nuestro país en temas de inclusión financiera; según el Reporte trimestral de inclusión financiera, elaborado por la Banca de Oportunidades en colaboración el DANE en el año 2022, menciona que, en junio de 2021,

32,9 millones de adultos tenían al menos un producto financiero formal, lo que representa un incremento de cerca de 0,2 millones frente a marzo de 2021.

De este modo, el indicador de acceso se sostuvo en 89,4%, alcanzando el mismo registro del trimestre anterior. De acuerdo con Atkinson, A., & Messy, F. (2013)¹, la inclusión financiera es un proceso multidimensional que involucra cuatro dimensiones: acceso, uso, calidad de los productos financieros y su bienestar asociado.

Ilustración 2. Indicador de acceso y uso a productos financieros



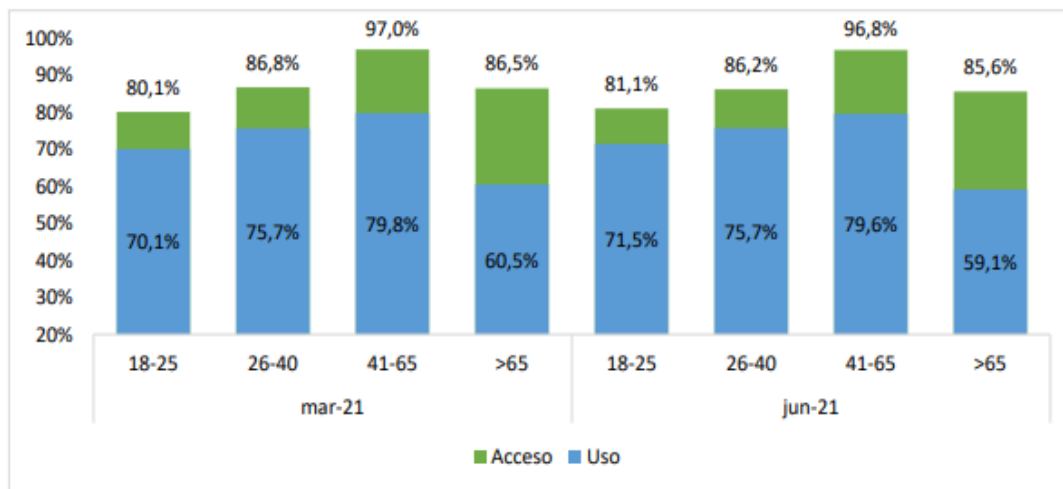
Fuente: (S. f.). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (oportunidades b. d., 2022)

En Colombia, el total de la población activa financieramente para el 2021 era de 32,7 millones de adultos, los cuales tenían sus productos financieros con alguna entidad supervisada por la Superintendencia Financiera, 1,8 millones en cooperativas con actividades financieras supervisadas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, y 1,15 millones en ONG de microcréditos

En términos de uso, el porcentaje de adultos con al menos un producto financiero en funcionamiento o abierto (indicador de uso) pasó del 74,4% al 74,6% entre marzo y junio de

2021. Esto significa que 27,4 millones de personas tenían al menos uno de sus productos financieros activos durante este periodo. Como resultado, el crecimiento de este indicador durante el segundo trimestre de 2021 fue de 0,2 pp en comparación con marzo del mismo año. Cabe destacar que en diciembre de 2020 era del 72,6%.

Ilustración 3. Indicador de acceso y uso a productos financieros por grupos de edad.



Fuente: Cálculos propios Banca de las Oportunidades con base en información de Transunion y Dane..

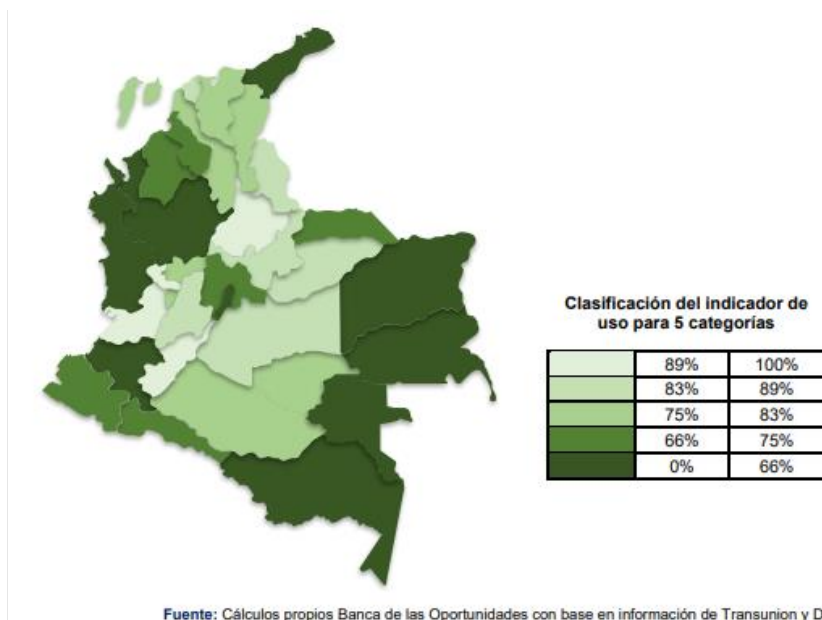
Fuente: (S. f.). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (oportunidades b. d., banca de las oportunidades, 2022)

En el indicador de uso y acceso por grupos de edad, los resultados muestran que el mayor acceso a los sistemas financieros, incluidos los servicios de crédito y ahorro, se da entre las personas de 41 a 65 años (96,8%). El segundo grupo incluye a las personas de 26 a 40 años (86,2%), seguido de los mayores de 65 años (85,6%) y, por último, el grupo más joven (81,1%). En el grupo de mayor edad es donde se ha producido el mayor incremento en cuanto al acceso a los sistemas financieros, con un aumento de 1,0 porcentualmente.

El estudio también analizó el uso de sus productos, donde se observó que las personas entre 41 y 65 años son las que más utilizan sus productos financieros. Posteriormente

encontramos que las personas entre 26 y 40 años con (75,7%), los más jóvenes (71,5%) y, por último, los mayores de 65 años (59,1%). El mayor crecimiento se registró en los adultos de la franja de edad más joven, con un aumento de casi 1,4 porcentual.

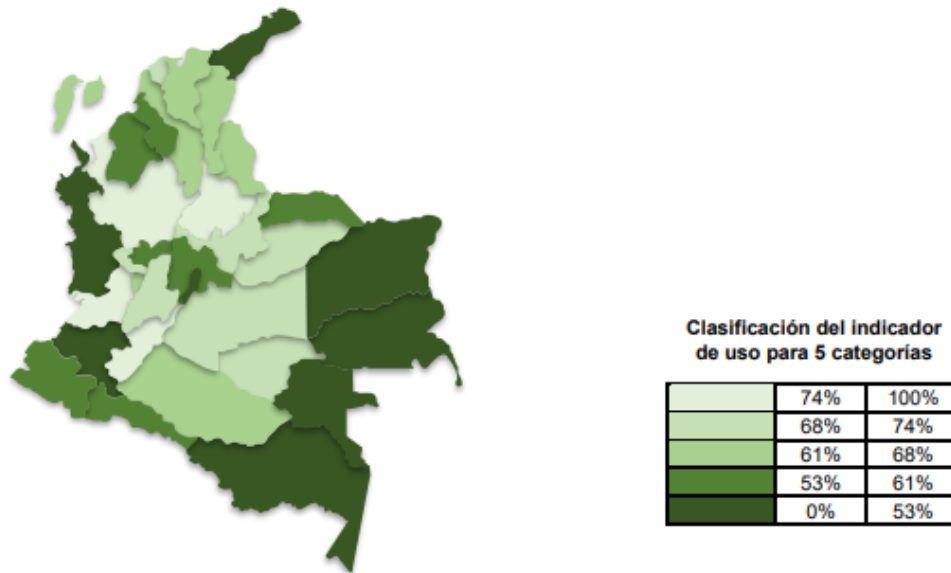
Ilustración 4. Indicador de acceso a productos financieros por departamentos.



Fuente: (S. f.). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (oportunidades b. d., banca de las oportunidades, 2022)

Los mayores niveles de acceso a los productos se dieron en Huila, Valle del Cauca, Risaralda y Santander. Todos estos departamentos tuvieron un indicador superior al 90%. Por el contrario, Vaupés, Vichada y Guainía tuvieron los indicadores más bajos, con valores inferiores al 41%

Ilustración 5. Indicador de uso a productos financieros por departamentos.

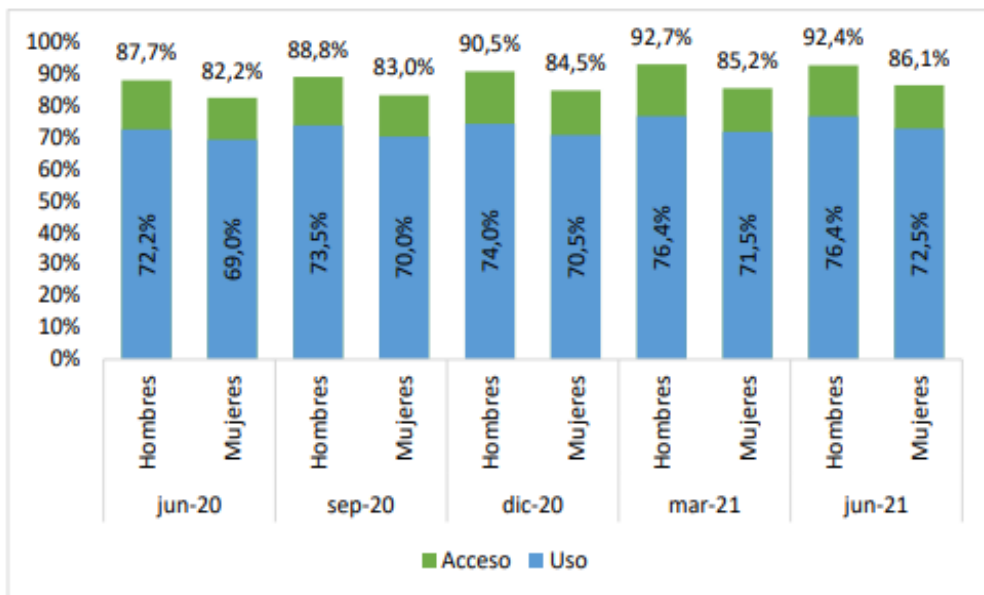


Fuente: Cálculos propios Banca de las Oportunidades con base en información de Transunion y Dane..

Fuente : (S. f.). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (oportunidades b. d., 2022)

Con respecto al indicador de uso, aparece una distribución similar donde los departamentos con mayores niveles de acceso también utilizaron más sus productos financieros. De hecho, los departamentos con menores niveles de uso son Vaupés, Vichada 6 y Guainía, mientras que los que muestran mayores niveles de uso son Antioquia, Huila y Valle del Cauca.

Ilustración 6. Indicador de acceso a productos financieros por sexo.



Fuente: Cálculos propios Banca de las Oportunidades con base en información de Transunion y Dane.

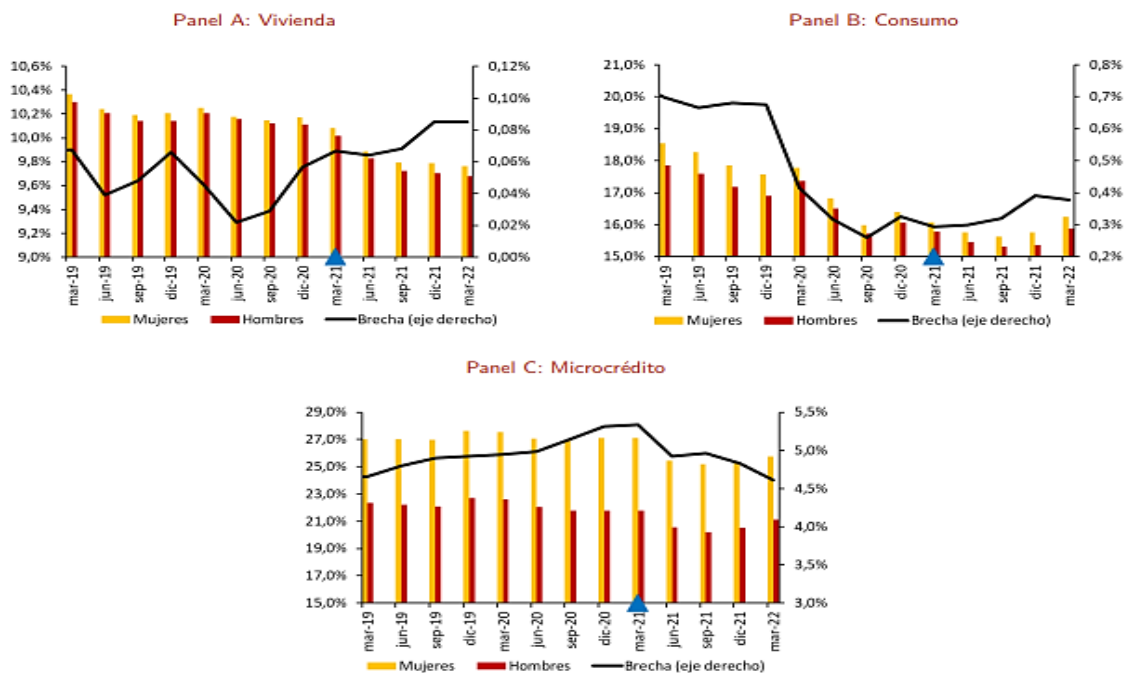
Fuente: (S. f.). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (Banca de las oportunidades, 2022)

A junio de 2021, el acceso a servicios financieros fue de 92.4% para hombres y para mujeres se encontró en el 86.1%, comparativamente para el 2020 el actual resultado refleja un cierre constante de la brecha de acceso entre hombres y mujeres del 1.2 %

En cuanto al uso de los servicios financieros, el indicador para hombres y mujeres fue del 76,4% y del 72,5%, respectivamente. En comparación con el trimestre anterior, el indicador para hombres se mantuvo, mientras que el de las mujeres incremento en uno por ciento.

En este dato vale detenerse y revisar los antecedentes que existen con respecto a la evolución que se viene dando en particular con la caída de la brecha entre hombres y mujeres con respecto a la inclusión financiera. En el 2020 en un informe del Ministerio de Agricultura, se logró establecer la brecha que existía entre hombres y mujeres que viven en el campo. Las mujeres rurales se enfrentan a diferentes factores y retos socioeconómicos que las mujeres que habitan en el sector urbano, tienen menos posibilidades de acceder a los servicios financieros, pero están aún más desconectadas debido a la falta de sucursales bancarias, servicios móviles y conocimientos financieros en las zonas rurales. (Banco de la República, 2022)

Ilustración 7. Diferencial de tasas de interés por sexo.



Nota 1: la fecha de corte del informe anterior se señala con un triángulo azul.

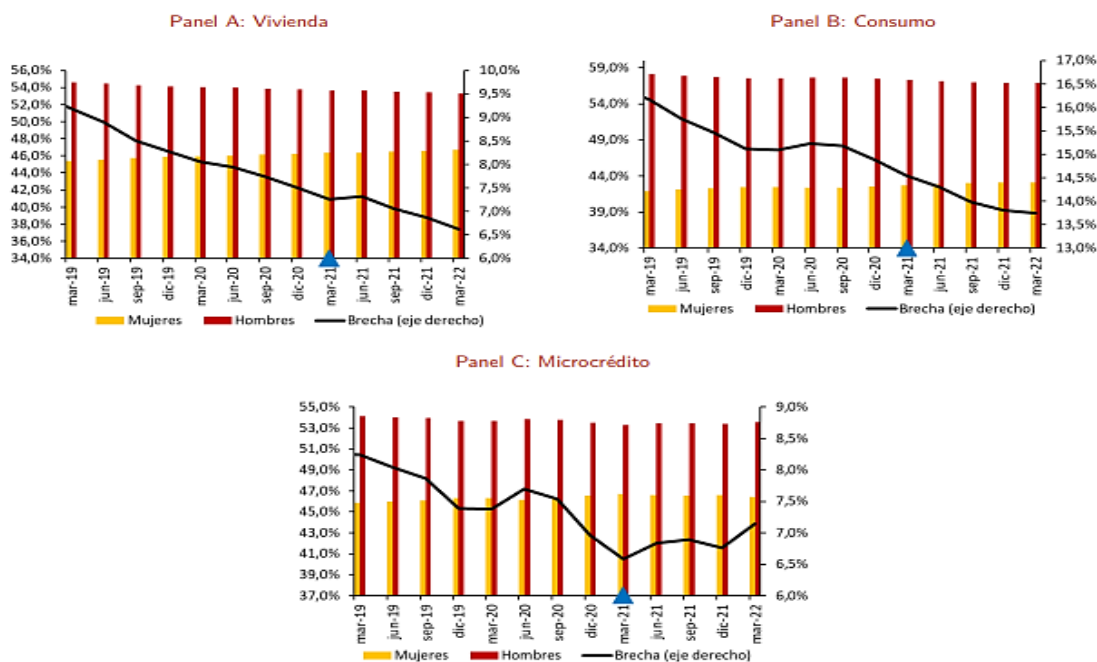
Nota 2: no se cuenta con datos del Fondo Nacional del Ahorro para junio de 2021. Dado que los créditos otorgados por esta entidad son alrededor del 15,4% del total de créditos de vivienda, se hizo una estimación para esta entidad en esa cartera para junio de 2021 usando los datos reportados en marzo de 2021 y septiembre de 2021.

Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Fundación Lengua y Wikipedia; cálculos del Banco de la República.

Fuente: (Banco de la República, 2022)

En la ilustración 7, podemos identificar que el costo financiero representado en el valor de la tasa es más alto para las mujeres que para los hombres en las 3 líneas de crédito analizadas. En la línea de consumo, vivienda y microcrédito durante la pandemia, esta brecha se amplió como consecuencia de las políticas de crédito de los bancos.

Ilustración 8. Composición del saldo de los créditos por sexo.



Nota 1: la fecha de corte del informe anterior se señala con un triángulo azul.
Nota 2: no se cuenta con datos del Fondo Nacional del Ahorro para junio de 2021. Dado que los créditos otorgados por esta entidad son alrededor del 15,4% del total de créditos de vivienda, se hizo una estimación para esta entidad en esa cartera para junio de 2021 usando los datos reportados en marzo de 2021 y septiembre de 2021.

Fuente: (S. f.-b). Gov.co. Recuperado 29 de octubre de 2022, de (Banco de la República, 2022)

En la actualidad y bajo un panorama macroeconómico, las Fintech se presentan como soluciones de intermediación que integran los servicios financieros a las actividades diarias de un sector que demanda productos financieros para mejorar la producción, el ahorro, la generación de riqueza, la inversión, la inclusión y la igualdad. Sin embargo y como consecuencia de lo anteriormente descrito, existen múltiples variables que intervienen en el desarrollo y en el impacto en las diferentes áreas de la economía frente a este tipo de

soluciones que suelen convertirse en desafíos en el desarrollo para los emprendedores, algunos de ellos son:

- El tipo de cambio que se viene presentando en el país como consecuencia de los factores externos e internos que generan una devaluación de la moneda local y unos efectos inflacionarios que están siendo controlados por el Banco de la Republica por medio de incrementos de las tasas de interés, lo que encarece la adquisición de crédito y desincentiva la colocación de dinero en el mercado, desacelerando la producción y el crecimiento económico
- El encarecimiento de las materias primas como resultado de unos escasos de insumos a nivel mundial, generando unos sobrecostos en las planeaciones financieras de las empresas

En consecuencia, las soluciones financieras digitales pueden convertirse en épocas de incertidumbre, en vehículos de financiación que contribuyan a través de esa integración entre la banca tradicional y los diferentes sectores, a generar soluciones sociales y colaborativas mediante la creación de líneas de crédito de desarrollo en donde los recursos sean dirigidos a sectores productivos.

Escenario Social

Desde el ámbito social , con relación a las empresas financieras y los bancos se ha ido cambiado su forma de operar, sus canales y el modo como prestan el servicio a sus clientes, debido a que el mercado se ha transformado producto de los cambios y el desarrollo que ha tenido el país. Es por ello, que muchos de los bancos han tomado la decisión de digitalizar la banca, por medio de la prestación de servicios digitales y en búsqueda de desincentivar el efectivo, transformándolo en soluciones digitales de fácil acceso para la población bancarizada

y desbancarizada, como por ejemplo: Nequi y Daviplata y Rappi, en donde se puede transar de forma online, fácil y segura.

Otro factor que influye a nivel social es el auge y respeto que se ha adoptado por la diversidad e inclusión social, como también las nuevas dinámicas que han adoptado las personas y que han cambiado la forma de operar, tomar decisiones y actuar, como lo es el aislamiento, el autocuidado, el evitar filas y las aglomeraciones, el teletrabajo, el autoservicio y la comunicación Online, lo que por consiguiente genera una transformación en el mercado que impacta la empresa y todas estas variables se deben contemplar dentro de la estrategia comercial para obtener los resultados esperados.

Escenario Tecnológico

Es relevante tener en cuenta la importancia que ha tomado el ámbito digital y tecnológico en la sociedad, porque este nos impacta de manera significativa en nuestro modelo de negocio, ya que el cliente actual va un paso más adelante y la tendencia está orientada hacia la transformación digital, el análisis de datos, crecimiento del E-commerce, datos en la nube, inteligencia artificial y automatización.

Por otra parte, identificamos que situaciones específicas, pueden generarnos reacciones positivas o negativas en diferentes ámbitos de la vida de las personas, que a la final impactan a las compañías. Debido a eso y que el modelo propuesto es una empresa inmersa dentro de un contexto, lineamientos y normas que la involucran, es necesario conocer los roles y objetivos dentro de este macro-contexto como empresa, para ser competitivos y atractivos dentro del mercado. Es necesario saber y conocer que sucede en el entorno para poder adaptar la oferta de valor y estar a la vanguardia de las nuevas dinámicas y tendencias del mercado.

Dentro del análisis de Microentorno y por medio del uso y análisis de la herramienta las 5 fuerzas de Porter se identifican que las condiciones en Colombia son suficientes para iniciar desarrollos e iniciativas financieras apalancadas en la tecnología. Esta suficiencia se demuestra en la aceptabilidad y recepción de la población, la cual, es la más beneficiada al encontrar en los aliados digitales, unos proveedores que brinden la oportunidad de acceder ampliamente a los servicios financieros.

Las barreras tanto de entrada como de salida contribuyen a una ágil implementación de estas soluciones gracias a factores como: la legislación gubernamental, los bajos costos de funcionamiento comparados con la banca tradicional y la amplia oferta de proveedores. Estas barreras propician escenarios de mayor competitividad para la industria Fintech, ya que, los obstáculos que tiene los canales tradicionales para movilizarse entre diferentes segmentos de la industria, las Fintech lo están aprovechando a través de la fragmentación de la industria.

En entrevista realizada por la revista Forbes Colombia a David Malpass, presidente del Grupo Banco Mundial, menciona que “La revolución digital ha catalizado aumentos en el acceso y el uso de los servicios financieros en todo el mundo, lo que ha significado una transformación en las formas en que las personas realizan y reciben pagos, concretan préstamos y ahorran”. (Cifuentes, 2021)

En Colombia, 39.4 millones de personas son usuarios activos de Internet desde cualquier dispositivo tecnológico (smartphone, Tablet, laptop, consola de video juego, TV, entre otros). Es decir, que el 75.7% de la población total es usuaria activa de Internet y el 97.7% de este total usó o usa al menos una plataforma de redes sociales. (Urán-Sierra, 2023)

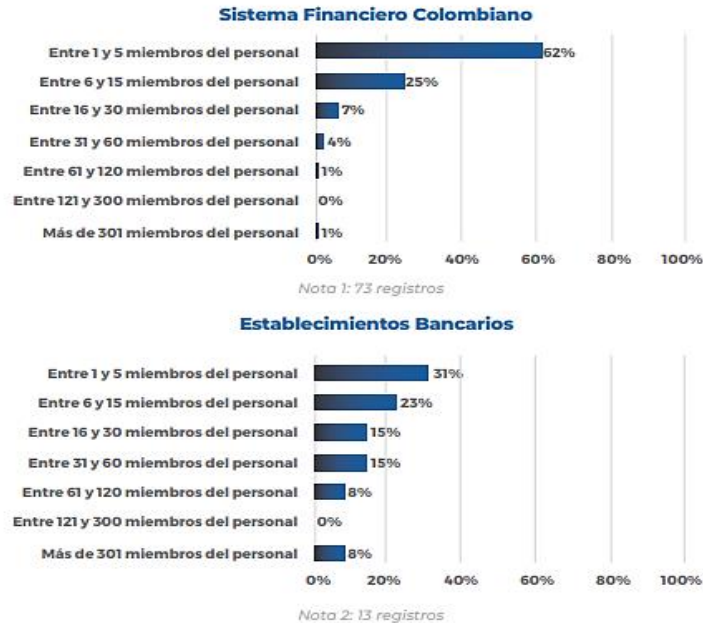
Según (Urán-Sierra, 2023) desde enero del 2022 a enero del 2023, el número total de usuarios de Internet ha crecido en un 4.1%, es decir, más de uno punto cinco millones de nuevas personas usan este servicio. Con esto se demuestra la oportunidad de mercado que

tiene nuestra plataforma, para facilitar la adquisición de servicios financieros, desde cualquier lugar y de esta manera aportar en la inclusión financiera.

Existe un escenario desfavorable, consecuencia del incremento del desarrollo y uso de herramientas tecnológicas y digitales que amenaza la tranquilidad y seguridad de los usuarios violentando la privacidad y reserva del usuario. Los ciber ataques se han convertido en una nueva forma de atentar en contra de los intereses de las organizaciones y las personas, por medio de elementos tecnológicos que burlan las medidas de seguridad de los portales. En Colombia ya existen experiencias en diferentes sectores de la industria que demuestran la vulnerabilidad de las plataformas tecnológicas en temas de almacenamiento de datos a través de ataques de malware, sustitución y robos de identidad, phishing y denegación de servicios. El sector financiero es quizás el que más ve un desafío en el desarrollo de servicios digitales, al ofertar al mercado productos digitales confiables que brinden al cliente las suficientes garantías de seguridad y transaccionalidad; detrás de estos desarrollos ya existen dentro de las entidades financieras un gobierno corporativo comprometido con el diseño de estructuras organizacionales orientadas a prevenir fraudes informáticos, por otra parte se evidencia el interés por las entidades financieras de consolidar equipos de profesionales que administran procesos asociados a la ciberseguridad de la información.

Ilustración 9. Seguridad de la información en sistema financiero.

Personas que conforman la totalidad de equipos que manejan procesos asociados a la seguridad de la información (incluyendo ciberseguridad) y fraudes ocurridos a través de medios digitales



Fuente: SG/OEA a partir de información recolectada de entidades financieras en Colombia

Fuente. Graficas de sistema financiero colombiano y Establecimientos Bancarios (STATES, 2023)

ESCENARIO ECOLÓGICO

Dentro de nuestro análisis del aspecto ecológico, identificamos que en la actualidad este es uno de los ítems que más fuerza ha tomado y que impacta de manera significativa a todos los stakeholders, ya que desde las organizaciones internacionales y en cascada hacia abajo se busca perseguir, contribuir y lograr el desarrollo de los objetivos y metas de desarrollo sostenible ODS, la responsabilidad social empresarial, apoyo a la industria nacional y producto local, consumo sano y responsable. Es por ello por lo que, como compañía de servicios financieros, se debe contemplar y tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Reducir las brechas de pobreza por medio de la educación de calidad en temas financieros y digitales.

- Promover la igualdad de género y la reducción de las desigualdades a través del acceso a las mismas oportunidades.
- Garantizar en nuestros clientes la producción y consumo responsables en la adquisición de productos del sistema financiero.
- Ser fuente de Trabajo decente y crecimiento económico e impulsar la industria, innovación e infraestructura desde la prestación de nuestro objeto social, para generar conciencia, compromiso y responsabilidad sobre el entorno en el cual se estará inmerso, los stakeholders y el modelo de negocio mismo.

Dentro de las operaciones siempre se alineará con los ODS y los objetivos que Colombia tiene en materia de cuidado del medio ambiente y sostenibilidad.

Escenario Legal

Bajo el marco regulatorio, podemos identificar un amplio escenario que contribuye a que este plan de negocio pueda materializarse mediante un marco legal que brinden al usuario la confianza de poder navegar en una solución financiera de forma segura y de esta manera acceder y encontrar ofertas ajustadas a sus requerimientos. Para este plan de negocios que se centra en una herramienta que brinde el fácil acceso a la información financiera, los canales legales y jurídicos que se han construido en el país para promover el desarrollo de tecnologías Fintech son suficientes para este tipo de iniciativas que buscan alinearse con las tendencias tecnológicas del mundo.

Como se detallará más adelante, el desarrollo de una solución inclusiva impacta en diferentes escenarios que requieren de innovaciones para alinearse con las tendencias globales que buscan generar impactos a través de la disrupción tecnológica para no sólo generar beneficios económicos sino también erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo.

Por otra parte, se identifican que situaciones específicas, pueden generar reacciones positivas o negativas en diferentes ámbitos de la vida de las personas, que a la final impactan a las compañías. Debido a eso y a que la empresa propuesta está inmersa dentro de un contexto, lineamientos y normas que la involucran, es necesario conocer cuál es nuestro rol y objetivo dentro de este macro-contexto como empresa, si se pretende ser competitivos y atractivos, dentro del mercado. Es necesario saber y conocer que sucede a nuestro alrededor para poder adaptar nuestra oferta de valor y estar a la vanguardia de las nuevas dinámicas y tendencias del mercado.

De acuerdo con el análisis del macroentorno para nuestra compañía el entorno es viable, muy alentador y favorable para la creación y puesta en marcha de nuestra idea de negocio.

- **Análisis de las 5 Fuerzas de Porter**

Por otra parte, dentro del análisis de Microentorno y por medio del uso y análisis de la herramienta las 5 fuerzas de Porter identificamos, que las condiciones en Colombia son suficientes para iniciar desarrollos e iniciativas financieras apalancadas en la tecnología. Esta suficiencia se demuestra en la aceptabilidad y recepción de la población, la cual, es la más beneficiada al encontrar en los aliados digitales, unos proveedores que brinden la oportunidad de acceder ampliamente a los servicios financieros.

Las barreras tanto de entrada como de salida contribuyen a una ágil implementación de estas soluciones gracias a factores como: la legislación gubernamental, los bajos costos de funcionamiento comparados con la banca tradicional y la amplia oferta de proveedores. Estas barreras propician escenarios de mayor competitividad para la industria Fintech, ya que, los obstáculos que tiene los canales tradicionales para movilizarse entre diferentes segmentos de la industria, las Fintech lo están aprovechando a través de la fragmentación de la industria.

Tabla 1.5 Fuerzas de Porter

5 FUERZAS DE PORTER	
<p>PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES</p>	<p>En el mercado existen un amplio portafolio de servicios de desarrollo Fintech lo cual atomiza la oferta de servicios para este proyecto. No existe un proveedor que concentre y restrinja la oferta de servicios y calidad o que traslade los costos a los participantes del sector.</p> <p>Es posible que se presenten escenarios en donde requiera el cambio de un proveedor informático y se deba asumir los costos de esta decisión, sin embargo, es prioritario identificar los requerimientos técnicos y realizar pilotos de prueba con los proveedores para mitigar futuros cambios y eventuales gastos.</p> <p>El mercado financiero es uno de los sectores con mayor blindaje en el mercado, sus tarifas están controladas y reguladas no solamente por el mismo mercado, sino también, por diferentes entidades privadas y gubernamentales que monitorean y controlan las variaciones tarifarias, lo que genera una estabilidad en los precios para los mismos proveedores.</p>
<p>PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES</p>	<p>En la primera fase nos encontraremos en un contexto comercial que ayudará a mitigar el poder de negociación de los compradores, ya que, no existe un grupo de clientes poderosos que exijan a cambio de calidad y mejor servicio bajar los precio.” Identificamos que las transacciones realizadas por medio de Apps bancarias y canales virtuales pasaron de un 43% en el 2022 a un 54% en el 2023 (González, 2023) y la tendencia continua al alza por estos nuevos canales digitales y la digitalización de la economía.</p>

Al ser un servicio de intermediación financiera los compradores (Bancos) son sensibles al precio, porque este servicio representa el Core del negocio de estas entidades, por lo que a futuro pueden comparar tarifas de intermediación y negociar de forma agresiva.

Los clientes objeto de este desarrollo se caracterizan por sus altos niveles de crecimiento y rentabilidad, por lo tanto son menos sensibles al precio, pero, pueden tener un alto poder de negociación ya que pueden influir en las decisiones del cliente final.

En el 2023 el 74% de la población total de Colombia es usuaria activa en redes sociales, es decir, 38.45 millones de personas. En el 2020, este porcentaje era de 69%, por lo que podemos observar un crecimiento de los usuarios en 5 pp. (KEMP, 2023).

En promedio, los colombianos pasan 5 horas diarias en su teléfono y más de la mitad de este tiempo lo dedica a las Apps, dividiendo su tiempo en 8 redes distintas.

El 51.7% de los usuarios de redes sociales son mujeres y el 48.3% son hombres. El 37% de las mujeres y el 35% de los hombres se encuentran entre los 18 y 44 años. (KEMP, 2023).

Dato curioso: del 2014 al 2022, la cantidad de usuarios ha crecido 109%

Entre las principales razones para usar el internet, más del 70% de los colombianos encuestados utilizan el Internet para encontrar información, investigar cómo hacer algunas actividades y estar en contacto con amigos y familiares. Uno de los usos menos frecuentes es el de la administración de finanzas y la investigación de negocios.

“Entre las Apps más usadas en Colombia son redes sociales y de mensajería instantánea, entre ellas destacan: Instagram, Tic Tok, Facebook, WhatsApp. De acuerdo con (Neira, 2023) en Colombia las apps más descargadas en el segmento de compra de productos y descarga gratuita tanto en iOS como en Google Play son: Falabella, Shopee, Mercado Libre, Alibaba, Éxito.

El 50% de los usuarios compran productos o servicios de forma online, el 25% ordenan específicamente comida por esta vía, el 10% compra artículos de segunda mano, el 18% usa plataformas para comparar precios y el 5% aprovecha los servicios de “pagos por crédito”.

El 71% de los usuarios de Internet realizan pagos a través de plataformas digitales; cifra que tuvo un crecimiento del 15% en comparación al 2021. Estos pagos alcanzaron un monto de 9.63 billones de dólares, valor que se incrementó 31% para el 2022 en comparación con el anterior, de acuerdo con pronósticos de Asobancaria, se espera que en el 2022 y 2023 este valor ascienda a \$9.461,6 billones y \$10.532,1 billones, respectivamente. (González, 2023).

En cuanto a los comportamientos de búsqueda que realizan los colombianos, el 60% busca a las marcas en línea antes de realizar una compra, el 60% visitó páginas de marcas en los últimos días, el 18% descarga información usando código QR de marcas, el 17% hace clics en anuncios publicitarios en redes sociales, el 14% hace clics en banners de sitios web”. (Medina, 2022).

Por otra parte, también identificamos de acuerdo con estudio realizado por consultora Accenture, sobre el comportamiento de los clientes financieros, que actualmente ya no son tan fieles a sus bancos y que, a lo largo del tiempo, su poder de decisión individual ha mejorado "El nuevo cliente bancario está más informado gracias, en buena medida, a internet y los agregadores de productos", comenta Miguel Montañez, socio de Accenture. "Tras la crisis, ha quedado desencantado con los bancos, por eso es más volátil y está dispuesto a castigar los errores de servicio, o el excesivo cobro de comisiones" (CINCODIAS, 2010).

Los clientes del sistema financiero ahora cuentan con mayor acceso a la información y poder de decisión sobre la entidad bancaria a utilizar, por ahora no existe la forma de tener un poder de decisión masivo, pero si individual con respecto a la competencia. Cada día los clientes son más exigentes al adquirir un producto acorde a sus necesidades, ante el incumplimiento del banco, puede acudir al defensor del consumidor financiero quien "es un vocero encargado de conocer y resolver las inconformidades que le presenten los consumidores financieros de la entidad para las cuales fue designado, con relación a un posible incumplimiento por parte de la entidad, ello dentro del marco de su competencia. De igual manera, su rol implica la posibilidad de adelantar en cualquier momento recomendaciones, propuestas y peticiones a la entidad correspondiente" (FINDETER, 2021).

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	<p>El mercado de las Fintech está en auge y con ello el desarrollo de servicios y productos sustitutos que reemplazan a bajo costo los canales de atención física. Se puede considerar nuestra solución como un producto sustituto que alivia en términos de tiempo y dinero las decisiones financieras de las personas. Al ser una solución digital sustituta de un canal de atención tradicional planteada en un contexto y nicho de un mercado emergente, genera oportunidades de alianzas con empresas para las cuales representamos una amenaza, cobrando un valor protagónico ya que su aplicabilidad está dada a una serie de variables que buscan crear soluciones ajustadas a las necesidades del cliente.</p>
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	<p>En un mercado emergente como las Fintech, la entrada de nuevos competidores dinamiza el mercado a través de la introducción de nuevas capacidades tecnológicas, son cada vez las alianzas horizontales y verticales que se consolidan en el mercado gracias a los grandes flujos de capital que pagan para obtener una privilegiada posición. Para nuestro caso, es prioritario el aprovechamiento del actual momento, toda vez que al ser un servicio sustituto innovador en donde la competencia está orientada hacia otros mercados, podemos como resultado de la poca competencia obtener un margen de rentabilidad alta. Actualmente las barreras de entrada de nuevos competidores están dadas por el mismo mercado el cual se complementa con el contexto y estimula la entrada de nuevos participantes. En cuanto a las barreras políticas, actualmente, existen en el congreso el estudio de leyes Fintech las cuales buscan garantizar una sana transaccionalidad de los datos e información y de esta forma impedir el acceso de iniciativas que no estén bajo la legislación.</p>

<p>RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES</p>	<p>Para este caso la similitud de la competencia se ve reflejada en los bancos tradicionales y las demás Fintech. La concentración en el sector tradicional bancario hace que las capacidades de cada banco se concentren sobre estrategias de bajo costo que eviten medidas de choque en el mercado. A diferencia de la banca tradicional, las Fintech hacen parte de un sector fragmentado en donde las estrategias no afectan la posición competitiva de la competencia. La capacidad de las compañías Fintech varía de acuerdo con el modelo de negocio; existen Fintech que se convierten en partner u outsourcing de una compañía financiera, especializándose en un producto o sector y desde allí mejoran su posición en el mercado.</p> <p>Para este proyecto encontramos que los mismos clientes son también nuestra propia competencia; esta competencia se intensifica ya que son varios los protagonistas del mercado con amplios recursos financieros, sin embargo, tenemos a favor que el crecimiento del sector es alto, de tal manera que las luchas por obtener una porción del mercado no son tan intensas.</p>
--	--

Ilustración 10. Así se mueven las billeteras digitales.

ASÍ SE MUEVEN LAS BILLETERAS DIGITALES



Sociedades Especializadas en Pagos y Depósitos (Sedpe)



Cifras a junio de 2020



Fuente: (Cajamarca, 2021)

Donde se evidencian algunas cifras de la segmentación del mercado en banca móvil online.

Según el último informe de la Superintendencia Financiera de Colombia (2021), la banca electrónica (móvil e internet) ya representa el 33% de todas las transacciones, mientras que las sucursales físicas sólo el 9%. Incluso se piensa que las personas que todavía usan estas oficinas lo hacen porque no están bancarizadas. Las tendencias actuales están dirigidas a realizar todo tipo de transacciones en línea, demostrando que la plataforma digital, es una herramienta ágil, oportuna y eficiente para los requerimientos y la bancarización digital en Colombia, las cifras demuestran que el potencial de crecimiento en este sector es bastante alto. De acuerdo con (Gomez, 2022), el año pasado, las ventas electrónicas aumentaron un 30%. Adicionalmente, las transacciones financieras aumentaron un 86%, lo que era inimaginable hace diez años.

(Iuvity, 2022)

Estrategia del Océano Azul

Teniendo en cuenta que el mercado financiero es un océano rojo, nuestra oferta de valor esta soportada en crear atributos de valor a un servicio que facilite el acceso y la adquisición de productos financieros a los clientes.

Buscamos que la innovación tecnológica, agregue valor a satisfacer las necesidades del cliente, a través de una oferta de servicios asequible, conforme al perfil financiero de cada cliente.

Tabla 2. Esquema de las 4 acciones

ELIMINAR	REDUCIR
<ul style="list-style-type: none"> • Largas filas y tiempos de espera • Dificultad para acceder a la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Los costos financieros • Tramitología • Alfabetización Financiera
INCREMENTAR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> • Colocación de productos y servicios • Opciones de inversión y Financiación • Satisfacción del usuario 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación disruptiva de servicios financieros • Adquisición de productos financieros en línea, luego de comparar varias opciones. • Servicio Personalizado acorde al perfil financiero y requerimientos del cliente.

5. Estudio piloto de mercado

5.1 Análisis y estudio de mercado:

El cliente o usuario potencial son las personas de nacionalidad colombiana, mayores de 18 años, hombres, mujeres u otro, que hagan parte del sistema financiero o quieran pertenecer a él, que les llame la atención usar tecnología para la gestión de sus compromisos o responsabilidades

Ilustración 11. Mapa de Empatía.

Empathy Map



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la definición del Manual de Oslo “la innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto o servicio, de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores.

En este manual se identifican 4 tipos de innovación, que representaran en su definición las formas con las que una empresa genera valor en la actualidad (innovación de producto, innovación en procesos, innovación en mercadotecnia y por último la innovación en la organización). Para nuestro caso aplicaremos la innovación en producto “la cual por definición del manual corresponde con la introducción de un bien o un servicio nuevo o significativamente mejorado en cuanto a sus características o el uso que se le determine”.

Según el estudio realizado por la firma consultora KPMG considera que los principales países del mundo con mayor grado de innovación en productos y servicios financieros se concentra en: Londres, Singapur, New York, Sillicon Valey y Hong Kong

Las cifras de las Fintech Británicas respaldan su liderazgo. En el año 2017 el sector de las Fintech genero más de 6.000 millones de libras esterlinas en beneficios y genero más de 60.000 empleos; en el caso España, el país ya cuenta con más de 300.000 empresas que componen el ecosistema Fintech, es el 6to país del mundo por empresa Fintech, genera empleo a más de 3.500 personas, factura más de 100 millones de euros, ocupa la 5ta posición mundial en cuanto al uso que hacen las personas de productos y servicios Fintech.

Es importante destacar que a lo largo de la maduración del ecosistema Fintech en el País Vasco a la época, los principales verticales en donde se agrupan las actividades focales del mercado Fintech se concentran en préstamos (28%), pagos (19%) e inversiones (16%). Así mismo, los principales cliente son particulares (74%), entidades jurídicas (69%), entidades financieras e inversores (33%).

Con estas tendencias globales, ahora, podemos empezar a mapear la curva de maduración que las Fintech vienen presentando en el país, a través, de informes del DANE, Superintendencia Financiera de Colombia, cámara de Comercio de Bogotá y Procolombia.


A través de la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica Servicios y comercio (EDITS VII), el DANE describe los resultados obtenidos a partir del grado de innovación en los sectores económicos, para nuestro caso, las actividades bancarias presentaron la mayor proporción de empresas innovadoras en sentido estricto dentro de su subsector (3,8%) e innovadoras en sentido amplio dentro de su subsector (80,8%).

Segmentación de mercado objetivo.

A continuación, nuestros perfiles de cliente bajo los cuales segmentamos la aplicación de nuestra investigación.

Perfil de Persona

Tabla 3. Perfil de persona

Perfil de persona	
Persona	Mujer, Hombre u otro - Mayor de edad - Residente en Colombia
Nombre ficticio	Banca usuarios
Puesto de trabajo y responsabilidades.	Empleados, trabajadores independientes, pensionados, estudiantes y amas de casa
Datos demográficos	
Edad	Entre los 18 y los 50 años.
Nivel educativo	Bachilleres, Pregrado y Posgrado.
Estatus Familiar	Solteros, casados, Unión Libre
Etnia	Todas
Los objetivos y necesidades que esperan satisfacer comprando tu producto y/o servicio.	Iniciar su vida crediticia; Encontrar más y mejores oportunidades de inversión; Conocer y diversificar sus opciones dentro del mercado; Mejorar su situación financiera
Barreras que le impiden acceder a la oferta de productos y servicios.	Falta de conocimiento, acceso a la red (Wifi o Datos), desconfianza en el uso de las tecnologías.
Entorno físico, social y tecnológico.	Entorno digital, por medio del uso de tecnologías con acceso internet.
Cita o frase que resuma lo que más le importa a la persona con relación a tu producto/servicio.	"Maximización de beneficios financieros, para mejorar la calidad de vida"
Foto casual que pueda representar al grupo de usuarios.	

Fuente: Elaboración Propia

La Aplicación de la encuesta realizada en el mes de julio y agosto del 2022, nos permitió identificar 4 puntos importantes dentro de nuestro modelo de negocio: El primero fue conocer cómo se encuentra mi segmento y cómo se comporta, cual es la propulsión de consumo y hábitos de compras, como son sus tendencias de consumo y su comportamiento y aceptación frente al mercado, percepción de la competencia y descripción de los consumidores.

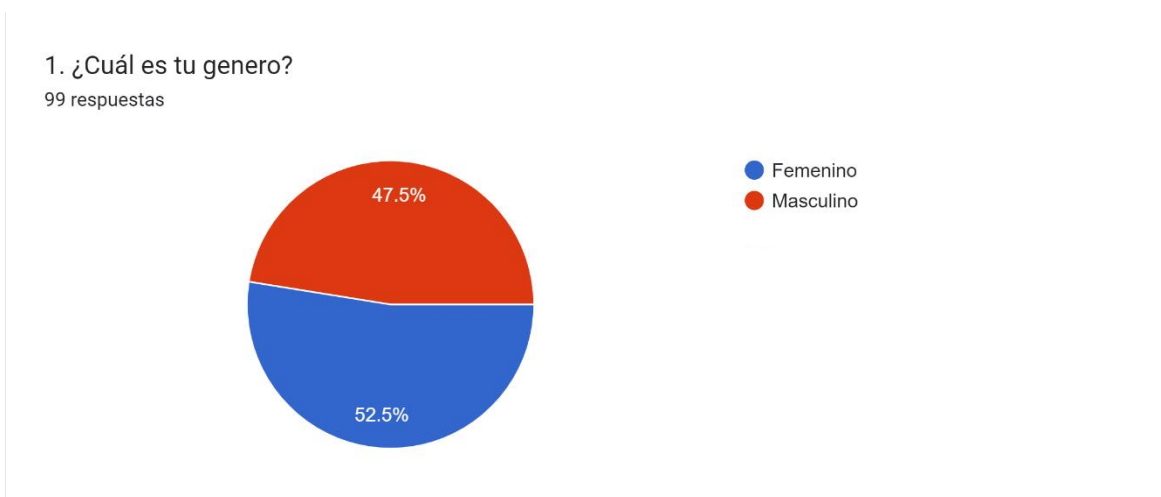
Tabla 4. Ficha Técnica de la encuesta a aplicar

Persona Natural o Jurídica que realizo la encuesta.	Jonnathan Caicedo Martínez, Yina Marcela Enciso Polania, Angie Paola Torres Marcelo
Fecha de aplicación de la encuesta	Entre Julio y agosto 2022
Muestra Captada	100 personas
Porcentaje de Respuesta	100%
Numero de Encuestas Realizadas	100
Medio de realización	On Line- Eforms
Numero de encuestadores	3
Técnica de recolección de la información.	Contextualización y Envió de formulario por medios digitales, a nuestra muestra representativa.
Segmento	Mujer hombre u otro, residente en Colombia, entre los 18 y 50 años, empleados, independientes, estudiantes, pensionados y amas de casa, con nivel educativo bachilleres, pregrado o posgrado, que tengan conocimiento general sobre el sistema financiero.

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los resultados encontrados por medio de la aplicación de la encuesta, identificamos que nuestro modelo de negocio del Solucionador Banca Digital es atractivo y se encuentra alineado a las necesidades ,deseos y realidades de los colombianos, debido que pudimos identificar que nuestro nicho de mercado se encuentra muy bien segmentado y cuenta con los recursos y destinación de los mismos conforme a la solución planteada, hay un gran camino por recorrer y altas probabilidades de éxito en la puesta en marcha de la solución a implementar.

Ilustración 12. Gráficos Estadísticos de Resultados Sobre Aplicación de Encuesta.

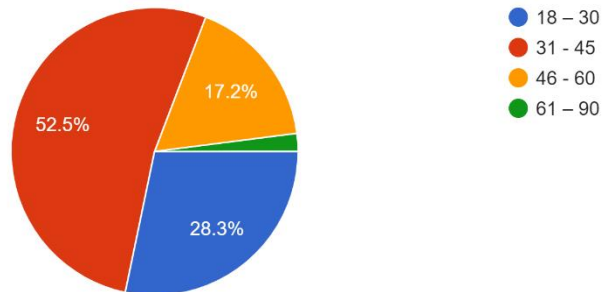


Fuente: Autores

Dentro del género de nuestro nicho de mercado al cual se le realizó la encuesta, encontramos que el porcentaje de mujeres es mayor que el porcentaje de hombres, aunque la diferencia que existe entre los géneros no es significativa.

2. ¿Tu edad en que rango está ubicada?

99 respuestas

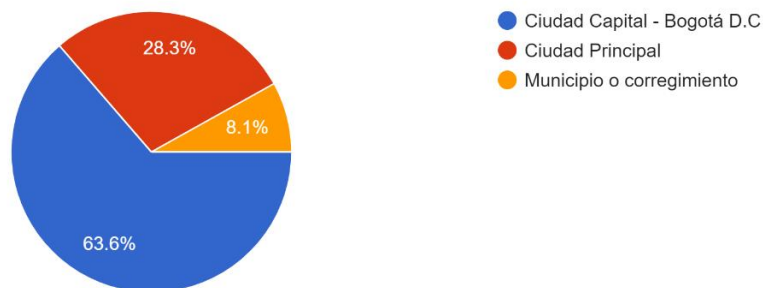


Fuente: Autores

La edad promedio que más prevalece se encuentra dentro del rango 31 a 45 años, seguida por el rango de 18 a 30 años, lo cual es significativo debido a que nuestro nicho de mercado se encuentra dentro de estos rangos de edad, debido a que el servicio a prestar es digital y tecnológico.

3. ¿Cuál es tu ubicación geográfica principal?

99 respuestas



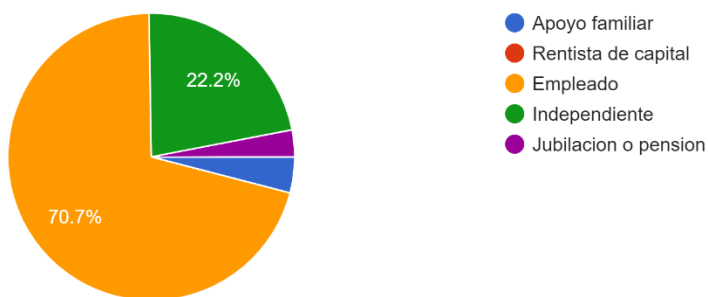
Fuente: Autores

De acuerdo con la investigación realizada, se evidencia que la ciudad que más prevalece y donde podemos ofertar nuestros servicios es en la ciudad de Bogotá, seguida por

las ciudades principales, lo cual es satisfactorio para nuestro modelo de negocio, ya que estos lugares cuentan con la infraestructura tecnológica más avanzada del país.

4. ¿De dónde proviene la fuente de tus ingresos?

99 respuestas

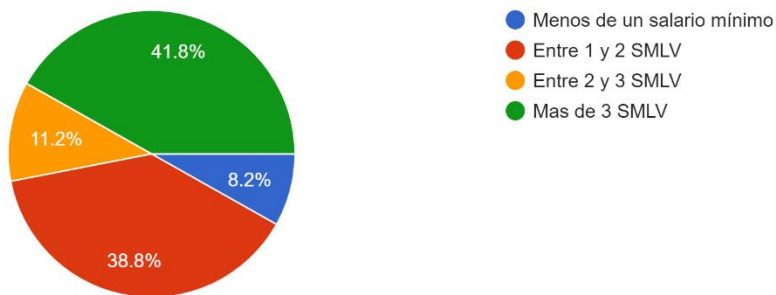


Fuente: Autores

Para la población colombiana y la muestra consultada la mayor fuente de ingresos económicos proviene de la empleabilidad, seguido de negocios o empresas independientes; Por otro lado, contamos con un bajo porcentaje de ingresos por jubilación o pensión.

5. ¿Cuál es tu promedio de ingresos?

98 respuestas

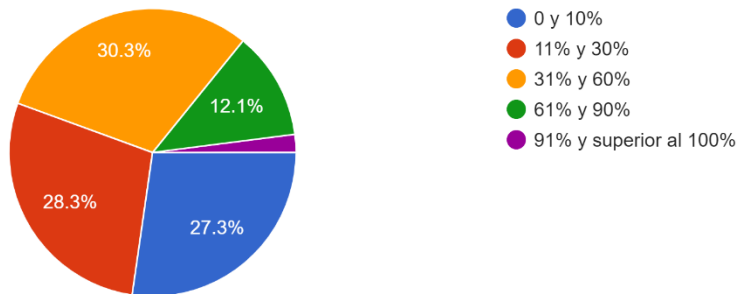


Fuente: Autores

El promedio de ingresos del nicho de mercado encuestado representa más de 3 SMLV, seguido de salarios con rango entre 1 y 2 SMLV, lo cual es positivo y atractivo para el modelo de negocio que se busca implementar.

6. ¿Tu nivel de endeudamiento frente a tus ingresos, oscila en que promedio?

99 respuestas

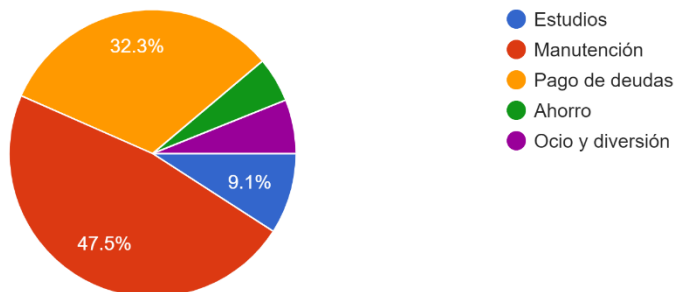


Fuente: Autores

Es favorable el nivel de endeudamiento que tienen los colombianos debido a que el 30.3% tiene un nivel de endeudamiento entre el 31% y 60% de sus ingresos, lo que permite que el modelo de negocio sea favorable.

7. ¿En qué gastas la mayor parte de tus ingresos?

99 respuestas

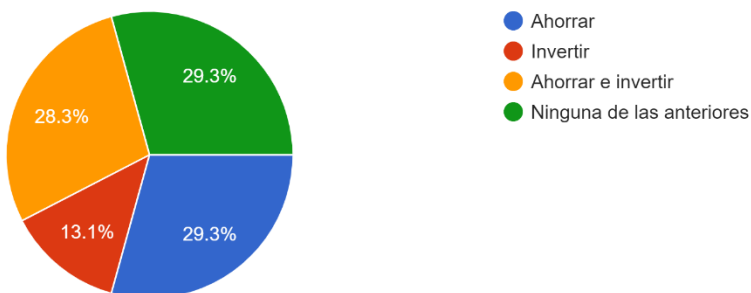


Fuente: Autores

Identificando los resultados de la gráfica anterior, podemos determinar que el 32.3% de los encuestados destinan sus ingresos para el pago de deudas, lo cual es significativo para el modelo de negocio digital propuesto, ya que se deduce que si tienen pago de deudas es porque han recurrido a la solicitud de préstamos y créditos.

8. ¿El excedente de tus ingresos los destinas para:

99 respuestas

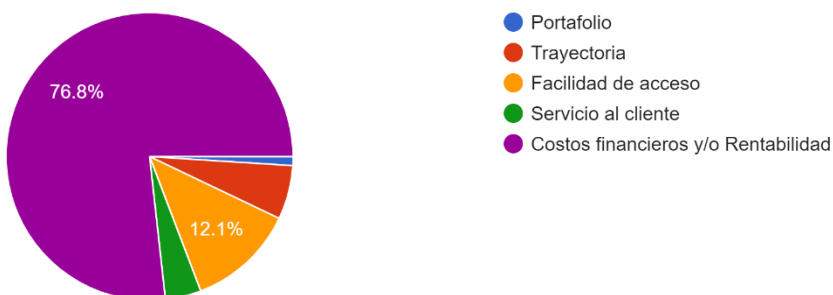


Fuente: Autores

El excedente de los ingresos de los colombianos se utiliza en igual proporción para ahorrar u otras opciones que aún pueden ser exploradas, adicionalmente identificamos que el 28.3% del excedente es utilizado para ahorrar e invertir razón por la cual es llamativo este aspecto a la hora de ofrecer un portafolio financiero de ahorro e inversión.

9. Al momento de solicitar un servicio financiero, ¿Qué es lo que mas tienes en cuenta?

99 respuestas

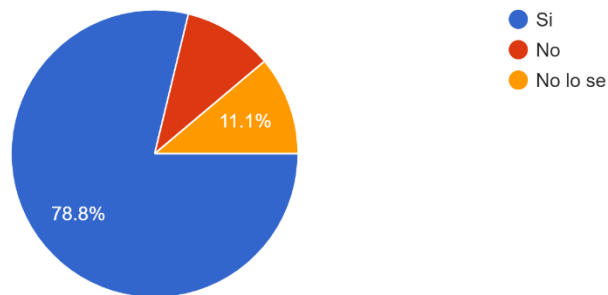


Fuente: Autores

Con el 76.6% se presenta que las personas al momento de solicitar un servicio financiero tienen en cuenta los costos financieros y/o rentabilidad que estos ofrecen. Lo que nos permite enfocar nuestro negocio para ofrecer una ventaja comparativa en temas de rendimientos y costos del mercado.

10. Usarías una herramienta Online que te permita comparar los servicios financieros, acorde a tus necesidades?

99 respuestas

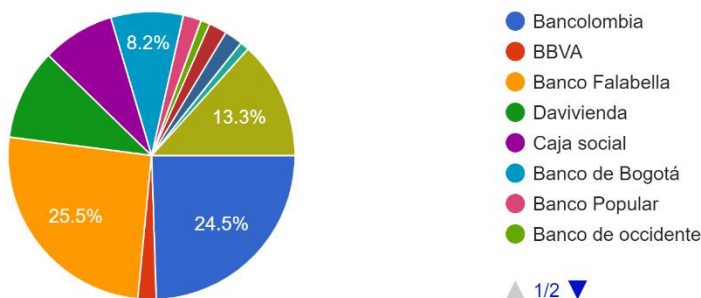


Fuente: Autores

Encontramos una alta aprobación sobre el uso de herramientas digitales para el manejo y gestión de los recursos financieros, la pequeña proporción que se encuentra puede deberse a mayoría de edad, segmentación geográfica, rangos de edad, entre otros factores culturales, económicos y sociales.

11. ¿Cuál banco recomendarías a un familiar o amigo?

98 respuestas



Fuente: Autores

Banco Falabella presenta una participación del 25.5% de atracción y recomendación por parte de los encuestados, seguido por Bancolombia con 24.5%, lo cual nos permite identificar clientes potenciales que estén interesados en la implementación y alianza de nuestro modelo de negocio actual, teniendo así una mayor visibilidad.

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los diferentes grupos de interés como lo fueron los expertos Técnicos, el experto en Sostenibilidad, el aliado clave, los empresarios y los clientes; logramos identificar en cada una de las entrevistas, los puntos convergentes que coincidían especialmente en los siguientes aspectos: en la inversión que la empresa debía hacer en seguridad informática para garantizar el adecuado tratamiento de la información, en los detalles que debía contener la solución para brindar una experiencia satisfactoria al cliente, en los mecanismos mediante los cuales la solución generaría los ingresos, en crear marcos de seguridad que blinden a la herramienta de posibles ataques cibernéticos y en la manera como rentabilizaría la empresa. Estas entrevistas contribuyeron al enriquecimiento y ordenamiento de todas las ideas y colocaron al cliente y las actividades como foco de la 1ra fase de esta idea, así mismo, impulso varios pivotes que originaron nuevos servicios complementarios a la herramienta financiera. Uno de ellos fue la creación de un espacio dentro de la herramienta en

donde el cliente no solo consultara y cotizara tarifas financieras, sino también, brindarle al cliente la oportunidad de subir los documentos requeridos y de esta manera agilizar los tiempos de respuesta por parte de las diferentes entidades financieras.

Detrás de estas entrevistas, se vivieron aprendizajes que motivaron a escalar la idea de negocio a través de iniciativas amigables con el medio ambiente, es así, como la perspectiva emprendedora se complementa con la iniciativa de realizar una oferta que no solo sea ajustada a las necesidades de cliente sino también a las necesidades del entorno. Por lo que, de acuerdo a la aplicación de las encuestas y el análisis anterior, lo que podemos concluir es que si hay una necesidad latente y una demanda con alta probabilidad de ser positiva y efectiva para el modelo de negocio propuesto, en el cual se identifica si se es atractivo para la población objetivo y se puede llegar a ser potencialmente llamativos para otros nichos o stakeholders interesados en incursionar en el modelo de negocio planteado y que a futuro tomará más poder de negociación y decisión sobre el mercado en el cual se incursiona. Adicionalmente se evidencia que la viabilidad e implementación de la idea de negocio es rentable y con buenos rendimientos a mediano y largo Plazo.

Tamaño del mercado.

El mercado objetivo de la plataforma de servicios financieros se encuentra segmentado de la siguiente manera: Hombres, mujeres u otro que sean colombianos, y que habiten en la ciudad de Bogotá o principales ciudades de Colombia, mayores de edad entre los 18 a los 80 años de edad, consientes de uso de razón y con dominio de herramientas ofimáticas, que cuenten con servicios financieros o se encuentren bancarizados que corresponde al 60% de la población, que expresado en millones de personas corresponde a 30'528.000 o el 40% de la población colombiana que se encuentra desbancarizada correspondiente a 20'352.000 millones de personas, que quiera incursionar en este sector y mercado. (Gomez, 2022).

- **Diseño de las herramientas de estudio piloto de clientes. Describir la encuesta que se realizó.**

Durante el desarrollo de nuestro modelo de negocio hemos realizado diversas encuestas para conocer a los futuros prospectos de clientes y entender cuáles son sus percepciones, necesidades, deseos en relación con el sistema financiero y a la parte digital sobre la cual se encuentra soportada nuestra idea. Se ha realizado y aplicado 2 tipos de Encuestas, siendo la primera más general sobre el conocimiento del mercado, y la segunda más específica para confirmar si existe demanda sobre la oferta de valor propuesta. Las dos encuestas aplicadas fueron de tipo no probabilístico, usando una muestra por conveniencia, como también varias entrevistas a diferentes stakeholders involucrados, con el objetivo de conocer su visión, ideas, percepción, riesgos y oportunidades que cada uno identifica y cómo podemos solventarlas o tenerlas en cuenta para poder incluirlas y desarrollarlas de forma acertada en el modelo, con el objetivo de que la propuesta se encuentre lo más alineada posible a la realidad del mercado.

4.2 Análisis de la Competencia

En el análisis de la competencia se realizó a partir de un benchmarking de las páginas web, de los principales competidores:

- <https://comparabien.com.co/>,
- <https://www.yodecidomibanco.com/>,
- <https://www.credilemon.com/co/banco/crediminuto>,
- <https://www.mimejorcredito.com/>,
- <https://www.comparaonline.com.co>.
- <https://mejorcdt.com/mejores-cdt-febrero-2023/mejores-bancos-para-cdt-hoy/>
- <https://www.sabermassermas.com/cuales-son-los-mejores-vehiculos-de-inversion/>

De acuerdo al análisis detallado de cada uno de nuestros competidores , observamos que la complejidad de productos no es muy amplia , el tráfico de sus páginas no es tan concurrido y ninguna de ellas ha tenido un gran auge o conocimiento masivo de su existencia en la población general Colombiana. Las personas poco frecuentan estas páginas y si lo hacen duran muy poco tiempo en ellas porque no se tiene la cultura y los clientes prefieren adquirir los servicios desde paginas confiables, recomendadas y preferiblemente que otra persona ya haya dado una fe de buen servicio, seguridad y beneficios de su uso.

Tabla 5. Análisis de la competencia.

Descripción	Competidor 1 Yo decido mi Banco	Competidor 2 Compara bien	Competidor 3 Comparaonline.com	Competidor 4 Credilemon	Competidor 5 Mi mejor crédito
Localización	Bogotá	Bogotá	Medellín	Barcelona	Bogotá
Productos y servicios (atributos)	Herramienta de la Asobancaria, permite comparar a nivel general los productos o servicios financieros y al seleccionar alguno de interés, es redireccionado a la página de la entidad.	- Comparador de seguros y productos financieros - AL elegir un producto o servicio, puede ser direccionado a la entidad para culminar el trámite.	- Ayuda a entender la letra chica, con la mejor información para conocer bien los productos antes de su contratación. - Comparador de precios, compañías, coberturas y otras opciones que permiten conseguir un producto a la medida del cliente. - Apoyo de expertos, durante todo el proceso online.	- Portal financiero que ayuda a encontrar el préstamo, hipoteca, reunificación de deudas o tarjeta que más se ajuste a las necesidades.	- Información confiable - Ahorro de tiempo - Beneficios otorgados por las entidades y empresas por usar canales digitales - Toma de decisiones Inteligentes - En una sola consulta le entregan al usuario ofertas de crédito de todo el sector financiero.
Precios	Gratuita	Gratuita	Gratuita	Gratuita	Gratuita
Posicionamiento	Creado por la Asobancaria hace 4 años, como parte del	Fundada en Perú, cuenta con 12 años de trayectoria y presencia en 4	Fundada en el 2009 en Chile, con presencia en 3 países.	Trayectoria de más de 10 años, con presencia en 6 países.	Fundada en el 2020, con presencia solo en Colombia

<p>Estrategia Comercial</p>	<p>Dirigido a la educación financiera</p>	<p>- Esta enfocado en montar el canal de distribución entre el banco, la aseguradora y los usuarios.</p>	<p>- Su fuerte es el negocio de los seguros, especialmente los seguros de viaje y de vehículos, busca mostrar varias opciones y ser imparcial ante la elección del cliente.</p>	<p>- Trabaja con empresas fintech, para ofrecer diferentes líneas de créditos rápidos y 100% on line.</p>	<p>Brindar a los empresarios o emprendedores, nuevas herramientas para poder adquirir créditos desde la comodidad de su hogar y brindar las mejores opciones para invertir o crear empresa, mediante la financiación bancaria.</p>
------------------------------------	---	--	---	---	--

Fuente: (comparabien.com, s.f.),_(Yo decido mi banco, s.f.),_(CREDILEMON, s.f.),_(MI MEJOR CREDITO, s.f.),_(Compara, s.f.)

De acuerdo con la información recolectada de los diferentes competidores a la idea de negocio planteada, se analiza que las entidades con mayor trayectoria o antigüedad en el sector tienen como foco principal la comparación de seguros y que el comparador financiero es una actividad de segundo plano, por lo tanto, no cuentan con información actualizada y en línea, que al final es la oferta de valor que queremos brindarle a los clientes, adicionalmente analizamos que el ofrecimiento de comparación o de opciones financieras para el cliente, son con entidades poco reconocidas, por ejemplos cooperativas o entidades de financiamiento comercial, que suelen tener requisitos distintos a la banca tradicional y costos financieros más elevados.

Para la banca es importante participar en un benchmarking ya que es un factor que podría permitirle mejorar la eficiencia operativa y aprender de sus competidores, además que la introspección permite generar nuevas estrategias para ganar posicionamiento en el mercado o especializarse en un segmento. De acuerdo con algunos estudios, el mercado colombiano de créditos se ha comportado bajo una estructura de competencia monopolística y dista de ser de competencia perfecta. “Algunos agentes tienen un poder económico que se podría traducir, en algunas versiones, en precios más altos para los clientes, retribuciones más bajas para los ahorradores y posible competencia predatoria contra los pequeños bancos”. (Ortiz, 2016).

Realizar una alianza comercial con una plataforma digital como la nuestra, les permitirá a los bancos tener mayor visibilidad para los usuarios y empezar a ganar mayor posicionamiento en el ranking de la súper intendencia financiera. Los bancos con mayor trayectoria o más tradicionalistas generalmente suelen llegar a un mayor número de usuarios, quienes no siempre buscan otras opciones, ya que no cuentan con acceso, en algunas oportunidades porque no hay oficinas con presencia física, nuestra plataforma busca darle al cliente la facilidad de elección a través de una oferta global de servicios financieros.

El principal competidor directo que tendría nuestra idea de negocio es “Mi mejor crédito.com”, ya que es una plataforma intuitiva y tiene varios elementos que hemos mencionado, sin embargo, tiene una aclaración en su página que indica: “Mi Mejor Crédito no garantiza que la información presentada sea correcta y en ningún caso refleja las condiciones exactas de los productos mostrados, por lo tanto, queda exenta de cualquier responsabilidad asociada a la información mostrada” (Mi mejor crédito, 2022). ¹El diferenciador de nuestra plataforma es la confiabilidad de la información, debido a que nuestros productos y servicios están actualizados en línea y lo que ofrecemos es lo que está vigente, garantizando así a nuestros clientes calidad de servicio y respaldo en sus decisiones, adicionalmente ofrecemos personalización de los servicios de acuerdo con el perfil crediticio, el monto requerido y el plazo, convenios exclusivos con entidades confiables y reguladas por la super intendencia, servicios premium para tramitar desde el perfil personal del usuario y acceder a servicios con tasas de interés preferenciales entre otros, que se irán desarrollando de acuerdo a la evolución del mercado y las necesidades de los clientes.

4.3 Estrategia y plan de introducción de mercado

¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

El mercado de las Fintech se está caracterizando por desarrollar su estrategia de posicionamiento del mercado a través del marketing On line y off line. Las entidades financieras de la banca tradicional abordaron mediante el cierre de los canales tradicionales una estrategia agresiva en canales digitales y físicos, es de esta manera que, continuando con esta misma tendencia, se sugiere para este modelo de negocio elaborar campañas a través de medios digitales y medios tradicionales de publicidad, en donde mediante el uso de herramientas como

Google Adds y social media se propone llegar de una manera sistemática a un consumidor que se caracterice por ser un internauta financiero.

Dentro de las herramientas que presta Facebook/Instagram, está el Bussines Manager (Meta) el cual permite a través de la segmentación geográfica, la perfilación del cliente ideal y el tipo de campaña (reconocimiento de marca, posicionamiento, interacción y venta) captar una porción del mercado que nos permita construir el perfil de nuestro cliente ideal.

Google es otra herramienta que suministra elementos de posicionamiento en medios digitales a través de herramientas de crecimiento orgánico, pauta y display; con ellas se realizarán publicaciones, mensajes y videos, que, junto con Social Media generen tracción de usuarios hacia la solución digital financiera; posteriormente y dentro del último eslabón digital se encuentra el proceso de remarketing, en donde mediante el Email Marketing se pueda abordar los datos de contacto del usuario mediante correo electrónico, captando una data que posteriormente pueda utilizarse en análisis predictivos ,buscando mantener un contacto frecuente con el cliente.

En la parte off line, la pauta en televisión y prensa continúan siendo medios de difusión que siguen generando tracción hacia las herramientas digitales, de tal manera, que a través de inversiones en pautas pagadas en estos medios buscaremos complementar la estrategia de introducción al mercado.

Sugerimos que estas tácticas deberán ser ejecutadas a través de agencias de mercadeo y marketing digital especialistas en Fintech con el fin de que nos podamos enfocar en la estrategia de la idea de negocio.

Al validar los actuales modelos de negocio de soluciones digitales similares en Colombia, como por ejemplo <https://www.grancolombianadefinanzas.com/>, <https://solventa.co/>, <https://www.rapicredit.com> , <https://financiars.com> y <https://creditop.com>, encontramos que parte de su estrategia de comercialización se enfoca en la pauta publicitaria on line agresiva y

que sus ingresos son percibidos por intermediación, publicidad y márgenes por colocación de recursos propios; para nuestro caso los ingresos serán captados por medio de publicidad, suscripciones (cobro app), comisiones fijas y variables y serán recaudados posterior a la acumulación de suscriptores captados de forma gratuita en la 1ra fase de funcionamiento.

En esta primera fase, los objetivos de la estrategia comercial se ejecutarán presupuestalmente mes a mes y su seguimiento y revisión será semanal. Se tendrán objetivos generales, metas, técnicas, tácticas e indicadores de gestión que permitan ver cómo ha sido el comportamiento de lo realizado Vs lo planeado, como también el manejo y desarrollo de presupuesto establecido para la realización de las actividades.

Las estrategias se diseñarán de la mano de una o varias agencias de Marketing Digital especializadas en Fintech y se revisarán periódicamente con el objetivo de perfilar a ese comprador.

Estrategias de entrada:

Es importante que en el desarrollo de la web se tenga en cuenta su adaptabilidad a los dispositivos móviles los cuales son los principales medios de consulta y contenedores de información, desde allí se aprovechará la optimización de la web para que, a través del contenido y la generación de visitas, el algoritmo de Google optimice el posicionamiento del sitio y permita la generación de conversiones dentro de sitio web.

Social Media es otro canal por medio del cual entraremos al mercado utilizando publicidad en SEO y SEM; el objetivo es lograr a través de estas herramientas construir e identificar el comprador ideal y de esta manera optimizar el presupuesto para cada red social. Las campañas y estrategias se diseñarán en llave con una agencia de marketing digital especializado en Fintech, en donde a partir de la generación de contenido masivo se logre captar una audiencia que no esté educada financieramente, como es el caso de los millennials

y los zetas, los cuales, suelen permanecer confundidos con su situación financiera, lo que los ubica en un estado de incertidumbre y desconocimiento de variables importantes al momento de tomar una decisión financiera, por ende muchas empresas financieras los ignoran.

Los influencers financieros hoy en día están tomando protagonismo al convertirse en asesores que se destacan en alguna de las redes sociales por su contribución al conocimiento en temas técnicos financieros, bajo este marco, consideramos que la generación de contenidos digitales apalancados con este tipo de asesores nos puede acelerar el proceso de captura de audiencia y posicionamiento de marca, por lo que consideramos que los influencers son aliados clave que usaremos en el despliegue de la estrategia de marketing y el relacionamiento de social media. Finalmente, teniendo en cuenta el modelo Canvas realizado inicialmente, la estrategia de entrada al mercado se realiza considerando el segmento de mercado objetivo identificado, la propuesta de valor que ya está definida, los canales de distribución y lo más relevante la manera como se va a establecer y mantener la relación con clientes, identificando los recursos y actividades clave necesarios para implementar la estrategia.

Tabla 6. Estrategia de distribución.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategia de distribución (Sistema financiero a la velocidad de la luz) ▪ Propósito: Solucionador rápido, seguro, didáctico y cómodo al alcance de todos. 				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Garantizar que el solucionador Financiero sea rápido.	Tecnología, licencias, talento humano.	Enero/Junio	USD 1500	Ing/Desarrollador de software
Brindar y ofrecer un ambiente fácil e interactivo.	Tecnología, licencias, talento humano.	Enero/Junio	USD 1000	Ing/Desarrollador de software
Ofrecer facilidades de navegar en la plataforma y compartirla	Tecnología, licencias, talento humano.	Enero/Junio	USD 1500	Ing/Desarrollador de software
Implementar un sistema de ciberseguridad	Tecnología, licencias, talento humano	Enero/Junio	USD 1500	Experto en seguridad informática y ciberseguridad
Asegurar un plan de continuidad del negocio	Modelo de negocio BI	Enero/Junio	USD 1500	Ing/Desarrollador de software Ingenieros de datos
Elaboración de contratos y políticas que garanticen la continuidad del negocio	Políticas de privacidad y administración de datos	Enero/Junio	USD 1500	Abogado especialista en Fintech
Costo Total			USD 8500	

Fuente: Elaboración propia.

Aspectos técnicos

ISO 27002

A través de esta norma se establecen los estándares requeridos para garantizar la gestión de la seguridad de la información y dar cumplimiento a los requerimientos de los planes de continuidad del negocio que la organización tiene contemplado implementar.

A parte de establecer los requerimientos para la continuidad del negocio, también enmarca el conjunto de controles de seguridad para proteger los activos informáticos de la organización garantizando un ambiente virtual seguro en cada una de las interfaces de los clientes con los servicios ofrecidos por la Web.

Tabla 7. Ficha Técnica Publicidad.

Ítem	Descripción
Nombre comercial: Publicidad pagada por comercios aliados	El Solucionador de Banca Digital dará accesos a todos aquellos comercios aliados que quieran hacer parte del grupo de sponsor que se relacionen con al menos uno de los productos que el Solucionador ofrece. Es requisito que el Sponsor firme contrato de permanencia por 1 año y suministre al menos un 5% de descuento del portafolio de servicios a los clientes. La tarifa por publicidad que se cobrará mensual será de \$3.000.000
Características	Se establecerán pautas publicitarias a través de Google display y banners que aparecerán de acuerdo con la correlación de navegación del cliente con los productos financieros del Solucionador.
Normatividad	Artículo 12 de la Ley 1581 de 2012 Decreto 1377 de 2013. 12. Cfr. Artículo 11 del Decreto 1377 de 2013. 13. Cfr. Artículo 13 del Decreto 1377 de 2013. 14. Cfr. Artículo 16 del Decreto 1377 de 2013. 15. Cfr. Artículo 22 del Decreto 1377 de 2013

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. . Ficha Técnica Comisión por intermediación 1-40 millones.

Ítem	Descripción
Nombre comercial: Comisión por intermediación bancaria (Activo) Créditos y tarjetas de crédito	Estos servicios tienen por objetivo la adquisición de productos, servicios, adelanto de efectivo, compra de cartera, estudios, viajes, inversiones, compra de vehículo o cualquier necesidad en particular. Los vehículos financieros por los cuales se pueden administrar estos productos son tarjetas de crédito y créditos de consumo. Se cobrará una tarifa de \$20.000 por concepto de intermediación, al banco que apruebe y desembolse saldos entre \$1.000.000 y \$40.000.000.
Características	<p>Simulación de préstamos de acuerdo con la capacidad de endeudamiento.</p> <p>Alternativas de entidades financieras para adquisición de créditos y tarjetas de crédito, de acuerdo con la actividad económica.</p> <p>Tasas de interés de acuerdo con el perfil crediticio.</p> <p>Estudio de crédito gratuito.</p> <p>Plazos de financiación de 3 a 72 meses para créditos.</p> <p>Avances desde el 50 % del cupo de la tarjeta (dependiendo de la política de cada banco).</p> <p>Dinero disponible de inmediato de acuerdo con el estudio de crédito</p> <p>Seguro de vida obligatorio durante la vigencia del crédito.</p> <p>Opciones de financiación con o sin garantía de acuerdo con el perfil crediticio.</p> <p>Adquisición de créditos 100% on line.</p> <p>Cuotas fijas durante la vigencia del crédito.</p>
Normatividad	<p>Las entidades que oferten esta línea de crédito deben estar registradas en la super intendencia financiera.</p> <p>Las tasas de interés están reguladas por el banco de la república, quien establece la tasa de usura para todas las entidades financieras.</p> <p>Ley 35 de 1993, normas generales a las que se rige el gobierno para para la regulación de las actividades financieras.</p> <p>Ley 1328 de 2009, régimen de protección al consumidor financiero.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Ficha Técnica Comisión por intermediación >40 millones.

Ítem	Descripción
<p>Nombre comercial: Comisión por intermediación bancaria (Activo) Créditos y tarjetas de crédito</p>	<p>Estos servicios tienen por objetivo la adquisición de productos, servicios, adelanto de efectivo, compra de cartera, estudios, viajes, inversiones, compra de vehículo o cualquier necesidad en particular. Los vehículos financieros por los cuales se pueden administrar estos productos son tarjetas de crédito y créditos de consumo. Se cobrará una tarifa de \$40.000 por concepto de intermediación, al banco que apruebe y desembolse saldos mayores a \$40.000.000.</p>
<p>Características</p>	<p>Simulación de préstamos de acuerdo con la capacidad de endeudamiento. Alternativas de entidades financieras para adquisición de créditos y tarjetas de crédito, de acuerdo con la actividad económica. Tasas de interés de acuerdo con el perfil crediticio. Estudio de crédito gratuito. Plazos de financiación de 3 a 72 meses para créditos Avances desde el 50 % del cupo de la tarjeta (dependiendo de la política de cada banco). Dinero disponible de inmediato de acuerdo con el estudio de crédito Seguro de vida obligatorio durante la vigencia del crédito. Opciones de financiación con o sin garantía de acuerdo con el perfil crediticio. Adquisición de créditos 100% on line. Cuotas fijas durante la vigencia del crédito.</p>
<p>Normatividad</p>	<p>Las entidades que oferten esta línea de crédito deben estar registradas en la super intendencia financiera. Las tasas de interés están reguladas por el banco de la república, quien establece la tasa de usura para todas las entidades financieras. Ley 35 de 1993, normas generales a las que se rige el gobierno para para la regulación de las actividades financieras. Ley 1328 de 2009, régimen de protección al consumidor financiero.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Ficha Técnica Versión Premium.

Ítem	Descripción
Nombre comercial: Suscripción de clientes- Cobro in APP Versión Premium	La versión Premium del Solucionador de Banca Digital, brindará a los suscriptores la facilidad de encontrar una variedad de beneficios representados en cupones de descuentos, inmediatez de la aprobación para créditos de montos bajos, tips de educación financiera y contacto directo con los asesores del banco.
Características	<p>Adquisición de créditos 100% on line.</p> <p>Asesoría personalizada.</p> <p>Tramite en línea con la entidad seleccionada.</p> <p>Reorganización de deudas.</p> <p>Creación de bolsillos de ahorro.</p> <p>Descuentos en tasas por membresía para próximas solicitudes.</p> <p>Preaprobaciones de productos sustitutos.</p> <p>Prestamos salvavidas.</p> <p>Agendamiento de citas con asesores del banco.</p>
Normatividad	<p>Las entidades que oferten esta línea de crédito deben estar registradas en la super intendencia financiera.</p> <p>Las tasas de interés están reguladas por el banco de la república, quien establece la tasa de usura para todas las entidades financieras.</p> <p>Ley 35 de 1993, normas generales a las que se rige el gobierno para para la regulación de las actividades financieras.</p> <p>Ley 1328 de 2009, régimen de protección al consumidor financiero.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Se considera que, de las 3 fases de desarrollo del modelo de negocio, en la primera fase de la solución digital, no es necesario incurrir en gastos relacionados con infraestructura, ya que las labores se pueden ejecutar de manera remota, de tal forma que la solución al funcionamiento se puede trasladar a un coworking y a un outsourcing, contratando una empresa de soluciones web que realice el desarrollo web, hosting, adquisición y administración de dominios y de contenido.

El PMV o producto mínimo viable, sería una Página web informativa y no transaccional, en donde los usuarios puedan consultar información referente a la gama de productos financieros y hacer una comparación de los diferentes costos asociados. El valor diferencial de nuestra idea de negocio es una página web amigable y sencilla, en donde los usuarios se pueden consultar e interactuar de manera digital y segura sus decisiones financieras y elegir la mejor opción. Cabe resaltar que la plataforma es segura, confiable y cumple con todas las políticas que indica la Superfinanciera y todos los reguladores, lo anterior para garantizar transparencia, confianza, calidad y respaldo a nuestros usuarios.

La capacidad productiva de la empresa se estima en un tráfico de 10.000 internautas mensuales, para el producto publicidad pagada por comercios aliados, durante el primer año se estima máximo 10 empresas por mes, para los productos de intermediación bancaria se tiene un estimado de colocación de 60 créditos mensuales y para la suscripción de clientes en la versión premium se estima una capacidad de 1.000 suscripciones mensuales.

Tabla 11. Requerimientos Técnicos infraestructura y equipo.

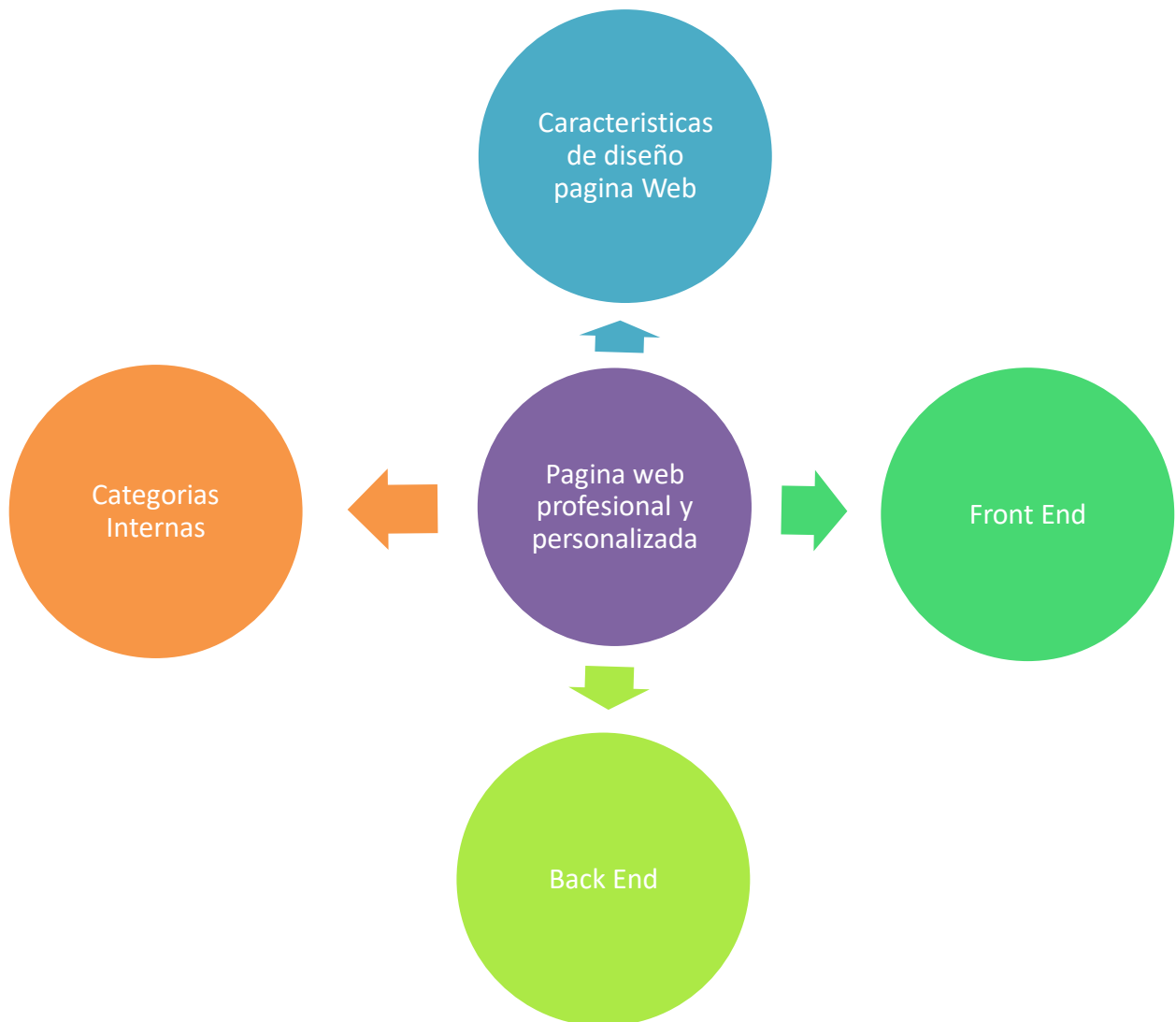
Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura _ Adecuaciones	Coworking	1	USD 400	Impresora, mobiliario, sala de juntas con mobiliario equipado para conexiones remotas. Espacio de almacenamiento. Red de internet de alta velocidad
Equipo de comunicación y computación	Outsourcing	1	USD 4000	Página web profesional y personalizada, donde se incluye el diseño de la página y sus servidores +Responsive <ul style="list-style-type: none"> - Sistema Administrador de Contenidos - Correos corporativos ilimitados tu@solucionadorbancadigital.com - LightBox - Pop-Up crea avisos emergentes de promociones - Chat online Personalizado (Con tu logo y colores corporativos) - Posicionamiento natural SEO + SEM (2 meses posicionamiento SEO natural) - Capacitación de Administración (2 Hrs con técnico especializado) - Integración de la página web con redes sociales - Creación de página de fans de Facebook y perfil empresarial de Twitter entre otras - APP móvil - Páginas de Contenido Ilimitadas - 50 Páginas de Contenido Pre-Instaladas - 6 Bloques de Contenido personalizables gráfica y estructuralmente en Layout Principal - 3 Layout Adicional(es) - 6 Bloques de Contenido personalizables gráfica y estructuralmente - Hosting y dominio .com .net .org - Hosting Corporativo - Certificado SSL <p>Características de diseño web: Home 100% Personalizado (Incluye): - Categorías</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - Slider (Imágenes rotativas que resalten funciones o servicios de la empresa). - 6 Bloques informativos (Principales funciones o servicios de la empresa) - Pie de página del sitio web (Ej: Correos de contacto, teléfonos, dirección, etc.). <p>Servicio de mantenimiento y actualización de servidores.</p> <p>Categorías internas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura genérica de acuerdo con los productos ofertados. <p>3 páginas Internas Personalizadas (Layout):</p> <p>Disponible para una de las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Página interna de contenido. - Landín o página individual. - Calendario. <p>Estructura del layout:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 Bloques informativos (funciones, servicios o actividades de la empresa. <p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edición fotográfica. - Edición de logotipo. - Producción de Textos. <p>Back End - Módulo de trámites</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permite al administrador asignar un usuario y contraseña. - Permite al administrador alimentar y actualizar la información de los trámites - Le permite al usuario verificar únicamente el estado de los trámites que tiene. - Cargue de macro en Excel con los simuladores financieros <p>Back End - Módulo de Documentos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permite la carga de documentos privados para ser visualizados por los usuarios asignados. - Permite carga de documentos públicos, incluye 1 layout estándar para la visualización de los documentos. - Permite separar los documentos por categorías. - Incluye 1 layout estándar para la visualización de los documentos privados en el perfil del cliente.
--	--	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> - Permite hacer seguimiento de cantidad de descargas de cada documento. - Capacidad de almacenamiento entre 9 y 17 Gb. - Tráfico mensual de 170 a 330 Gb <p>Front End</p> <p>Simulador Financiero.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permite al cliente ingresar y generar la liquidación de un crédito con tasas de interés y periodos de tiempo. - Permite al cliente diligenciar una solicitud con formulario de 20 preguntas. - Permite generar una respuesta automática de la solicitud en proceso. - Permite la generación de correo automático de bienvenida, después de la aprobación. - Permite en el correo de bienvenida dar un usuario y contraseña para el seguimiento de estado del crédito y pago. - Permite al administrador modificar los estados de la solicitud y crédito a los estados de : En estudio, Rechazado, Aprobado, Iniciado y Finalizado. - Permite cuando pasa el crédito a estado de iniciado, generar un número de crédito de manera automática para cada caso y reportado en la comunicación de inicio - Permite al cliente con el usuario y contraseña pagar por payu. - Permite al administrador para cada caso, guardar la solicitud de crédito con la cotización.
--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13. Requerimientos Técnicos infraestructura y equipo.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Cargos que requiere la empresa para su operación (primer año).

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo o / tiempo parcial)	Unidad	Valor remuneración*	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)					
Especialista en Marketing digital.	Desarrollar campañas de comunicación y marketing a través de las herramientas: SEO, SEM, Campañas PPC, Gestión de Redes Sociales, Relaciones con Influencers, Programas Employee Advocacy, Campañas ABM, Webinars y Eventos Virtuales, Desarrollo Web, Analítica y Reporting.	Profesional/agencia con experiencia comprobada mediante resultados en campañas de posicionamiento de marca Fintech.	5 años de experiencia en la formulación de la estrategia en compañías de servicios retail.	2 años realizando la formulación e implementación de la estrategia de marketing offline y online en sectores financieros.	Prestación de servicios	Tiempo completo	1	USD 1000	Enero
3 Asesores financieros.	Encargada de mantener los canales de venta tradicionales activos mediante el desarrollo de estrategias que busquen la acumulación de datos.	técnico/tecnólogo en carreras afines al servicio al cliente.	4 años de experiencia en la administración de clientes y cumplimiento de indicadores comerciales.	2 años de experiencia en el área comercial o mercadeo del sector financiero.	Nomina	completo	1	USD 1800	Enero
3 ingenieros de datos (1 líder Senior, 2 ingenieros junior).	Análisis de tendencias en conjuntos de datos, la gestión de paneles, el almacenamiento de datos y el desarrollo de marcos para medir la calidad de los datos.	Profesional con especialización en minería y análisis de datos.	Experiencia de 5 años certificada en la implementación de modelos BI.	Experiencia de 2 años en la implementación de modelos BI en el sector Fintech.	Nomina	completo	1	USD 2800	Enero

<p>3. Abogado especialista en Fintech (1 líder Senior, 2 asesores junior)</p> <p>Nota: Este servicio no será contratado de manera directa, sino por medio de Outsourcing , de acuerdo a la demanda del servicio que lleguemos a necesitar por parte de los abogados.</p>	<p>Identificar las oportunidades y los riesgos asociados al desarrollo de proyectos y servicios Fintech, así como para proponer soluciones adecuadas que integren en su actividad profesional los aspectos legales, operativos y empresariales relacionados con las Fintech.</p>	<p>Profesional con especialización en Derecho de las Fintech</p>	<p>experiencia certificada de 2 años como abogado</p>	<p>Experiencia como consultor, analista de empresas Fintech.</p>	<p>Contrato de prestación de servicios.</p>	<p>Por demanda</p>	<p>1</p>	<p>USD 3200</p>	<p>De acuerdo a Demanda</p>
---	--	--	---	--	---	--------------------	----------	-----------------	-----------------------------

Fuente: Elaboración propia

6. Aspectos organizacionales y legales

Misión:

Ser el servicio más popular, robusto y atractivo para solucionar de forma digital e integral la información de los servicios financieros colombianos.

Visión:

En el 2026, queremos llegar a ser los referentes clave, para nuestros aliados y clientes estratégicos, ofreciendo un amplio portafolio de productos y servicios adaptados a las necesidades del mercado Colombiano garantizando fuente de credibilidad y confianza.

Ilustración 14. Análisis DOFA

<p style="text-align: center;">Análisis DOFA Solucionador Banca Digital</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apertura de nuevos nichos de mercado. • Mayor poder de negociación con todos los stakeholders. • Diversificación en el portafolio de productos servicios financieros • Rápido reconocimiento y posicionamiento de marca • Crecimiento acelerado de la compañía. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos competidores. • Progresivos avances tecnológicos (Volvernos obsoletos) • No poder satisfacer la demanda de usuarios. (Capacidad operativa) • Alto poder de negociación de clientes y proveedores. • Cambios Legales y ambientales. (Adaptar nuestro modelo)
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amplia Experiencia en el sector financiero. • Confianza y seguridad para nuestros clientes. • Excelente servicio y lealtad por parte de nuestros clientes. • Dominio en el desarrollo del negocio • El cliente percibe a la marca como innovadora, creativa y cercana. 	<p style="text-align: center;">Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos y servicios personalizados. • Oferta de beneficios más amplia, para todos los interesados. • Impulsar y promover la marca por medio del voz a voz y la publicidad online. 	<p style="text-align: center;">Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el uso de tecnología de última generación para nuestra operación. • Mantener nuestros procesos y estándares ajustados y actualizados conforme las políticas. • Identificar y adaptar nuestra infraestructura Vs la demanda.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el sector tecnológico. • Prueba y error sobre la mejor forma de operar internamente. • Información sobre operación diaria no documentada.(No hay manuales) • Infraestructura sencilla, poco robusta. • Deficiencia en la estandarización y Sistematización de la operación (Procedimientos muy manuales) 	<p style="text-align: center;">Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar con expertos y gurús del sector tecnológico. • Documentar todos los procesos de los diversos portafolios de servicio. • Revisar oportunidades de mejora de cada uno de los procesos conforme la demanda de los mismos. 	<p style="text-align: center;">Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer, analizar y registrar todos nuestros acuerdos de negociación. • Usar tecnología para sistematizar y estandarizar la mayor cantidad de ajustes de impacto legal y ambiental.

Fuente: Elaboración propia.

Normatividad empresarial (constitución empresa)

Es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones al momento de hacer realidad y constituir formalmente nuestra empresa en Colombia.

Ilustración 15. 9 Pasos para construir empresa

9 pasos para construir empresa

- 1 Verifica la disponibilidad del nombre de la empresa ante la cámara de comercio (o la entidad legal competente).
- 2 Consulta la clasificación por actividad económica.
- 3 Elige el tipo de sociedad que vas a constituir.
- 4 Realiza los trámites ante la cámara de comercio (registro de matrícula) y la DIAN (inscribir el RUT y obtener el NIT).
- 5 Verifica el estado del trámite ante las entidades.
- 6 Realiza los trámites ante la notaría pública de constitución de la sociedad.
- 7 Ten en cuenta: todo tipo de sociedad comercial con menos de diez trabajadores o hasta 500 SMMLV en activos fijos al momento de la constitución, no necesita escritura pública.
- 8 Abre una cuenta bancaria y deposita el capital social.
- 9 Haz la inscripción en los libros de comercio.

Bancolombia

Fuente: (Bancolombia, 2022)

Por otra parte, es relevante contar con los siguientes requisitos jurídicos para crear empresa en Colombia:

- **Crear los Estatutos de la Empresa:** Es el documento formal donde se registran las normas y funcionamiento general de la empresa.
- **Realización de Acta de Constitución de la empresa:** “En este documento usted deberá especificar capital social, duración, órganos de representación, representante legal, facultades y demás normas que regulan el funcionamiento de la empresa.” (PY+, 2022)
- **Registrarse ante la DIAN y solicitar el Número de Identificación Tributaria (NIT):** Al registrarse como empresa contribuyente ante la Dian, se generara el número de identificación tributaria bajo el cual la empresa comenzara a declarar y pagar los impuestos correspondientes de su Razón Social.
- **Registrar ante la cámara de comercio los libros contables de la empresa:** De acuerdo con la ley y el código de comercio las empresas deben registrar sus libros contables para que la información sea clara y transparente.
- **Documentos de domicilio:** Se debe registrar el domicilio físico de la compañía y garantizar que cumpla con todas las normas y permisos para funcionar, secretaria de salud, bomberos, planeación distrital, etc, de acuerdo con la razón social de la compañía.
- **Apertura cuenta bancaria:** Es importante apertura una cuenta bancaria para demostrar cada uno de los movimientos y transacciones que realiza la compañía producto de sus Operaciones.

Normatividad tributaria

Para Colombia el tema tributario y la declaración de impuestos de las empresas se realiza por medio de La dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, a continuación, se evidencia trámite para la normatividad aplicable a los tributos derivados de la razón social de la compañía.

Ilustración 16. Trámites jurídicos y tributarios para crear empresa

TRÁMITES JURÍDICOS Y TRIBUTARIOS PARA CREAR UNA EMPRESA

Tenga en cuenta este paso a paso para formalizar su idea de negocio ante las entidades correspondientes:

- 1. ¿Registrarse como persona natural o jurídica?**
 Las implicaciones tributarias y las responsabilidades jurídicas dependen de la naturaleza del negocio.
 - Persona natural:** Como régimen simplificado. Su contabilidad puede llevarse en libro fiscal. Como régimen común (Facturan IVA). Deben llevar contabilidad con contador.
 - Persona jurídica:** Clasificadas en corporaciones y fundaciones de beneficencia pública...
- 2. ¿Qué nombre ponerle a la empresa?**
 Consulte la disponibilidad del nombre (Homonimia).
- 3. Clasifique su actividad económica**
 Con una palabra clave, consulte su Clasificación de Actividades Económicas CIIU. Trámite gratuito en la página web de la CCB.
- 4. Consulta de la marca**
 Verifique que la marca que haya elegido no tenga un registro previo.
- 5. Descargue, diligencie y organice la documentación exigida**
 - Formulario RUES.
 - Estatutos, Modelos y guía disponibles en la página web.
 - Fotocopias de las cédulas de los representantes legales.
- 6. Preséntese ante la CCB**
 - Si tiene dudas, asesores de la CCB le pueden orientar gratuitamente.
 - Solicite el Pre RUT (Persona jurídica).
 - Solicite la Pre Matrícula Mercantil.
- 7. Elija el banco**
 Abra una cuenta a nombre de su empresa.
- 8. Radique sus documentos**
 En una de las ventanillas de la CCB.
- 9. Preaprobación**
 Tres días después de haber radicado sus documentos, verifique en línea su aprobación. En caso de ser aceptados, pida cita en la DIAN, pues su empresa está "pre-aprobada".
- 10. Cumpla su cita con la DIAN**
 - Solicite su RUT y Firma Digital.
 - Descárguela en línea y sincronicela con los datos de la empresa.

#DateCuriose: La Firma Digital solo es para Personas Naturales.

 - Resolución y habilitación de facturación (hágalo en línea).
 Elija:
 - > Facturación de papel
 - > Electrónica
 - > Tiquete electrónico

¡A vender se dijo! La CCB ofrece talleres personalizados y grupales que le servirán para aclarar todas sus dudas. Consulte nuestros servicios de creación de empresa en www.ccb.org.co

Fuentes: Elizabeth Salcedo y Argemiro Fuentes. Consultores externos CCB.

Fuente: (Camara de Comercio de Bogota, 2022)

Normatividad técnica

Política de Privacidad

Este es uno de los elementos legales más importantes para desarrollar una App y es un requisito esencial para que la APP pueda ser publicada en las tiendas de aplicaciones, ya que la política de privacidad es el documento que especifica detalladamente el tratamiento de los datos personales de los usuarios por parte de desarrollador.

Una política de privacidad debe abordar los siguientes puntos:

- Responsable o encargado del tratamiento.
- Datos personales recopilados (especial atención a datos menores de edad y datos sensibles).
- Finalidad del tratamiento.
- Legitimación.
- Período de conservación.
- Medidas de seguridad.
- Terceros que participan en el tratamiento.
- Posibles cesiones internacionales.
- Derechos de los usuarios.
- Contacto con el responsable.

Para facilitar que el usuario comprenda el tratamiento de sus datos, se recomienda que la política de privacidad esté disponible tanto dentro de la aplicación como en un sitio web.

(ADEFINITIVAS, 2020).

Términos y Condiciones

Los Términos y Condiciones (también llamados Términos de Uso, del Servicio o TYC) son otro de los elementos legales importantes en el desarrollo de Apps.

Los TYC son acuerdos entre desarrolladores y usuarios, en el que se especifica cuáles son las condiciones generales a las que estará obligado el usuario cuando descarga y usa la aplicación.

Entre las cláusulas y condiciones que suelen incluirse en el documento se encuentran:

- Descripción y uso del servicio
- Restricciones de uso
- Derechos y obligaciones del usuario
- Obligaciones del desarrollador
- Licencia sobre derechos de propiedad industrial
- Contenido generado por usuarios
- Reservas
- Cesiones de derechos
- Usos prohibidos por parte de los usuarios
- Terminación o suspensión de la cuenta
- Limitaciones y renunciaciones de la responsabilidad
- Cláusula de separabilidad
- Futuros cambios en los TYC
- Jurisdicción aplicable en caso de disputas
- Contacto

EULA *End-User License Agreement* (Acuerdo de licencia de usuario final)

Es una licencia de uso de programas informáticos, cuando un usuario adquiere un software, este acuerdo limita, restringe y condiciona el uso que deberá hacer el usuario del programa. Es un conjunto de condiciones y limitaciones que los desarrolladores acuerdan para los usuarios donde se establecen las normas de uso, distribución, modificación o cesión del programa informático adquirido, siendo por lo general muy restrictivos en cuanto a la redistribución o modificación del código fuente. (ADEFINITIVAS, 2020)

Las Apps deben solicitar a los usuarios que acepten sus términos y políticas luego de la instalación y antes de que el usuario utilice la App, permitiendo el alojamiento local de los términos de uso en la app.

Ley de Protección de Datos Personales o Ley 1581 de 2012

La cual Reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada. (Función Pública, s.f.)

Ley de servicios de comercio electrónico en Colombia, también conocida como la ley 527 de 1999

Esta establece las bases para el e-commerce, define y reglamenta el uso de los mensajes de datos, las firmas digitales y las bases para la construcción de un marco regulatorio más amplio para el comercio electrónico en Colombia. (Función Pública, s.f.).

Ley 1480 de 2011

Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: 1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. (Función Pública, s.f.) (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.)

Ley 1978 de 2019

Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones, artículos 3.10.

Normativa de consumo. ley 1480 de 2011, estatuto del consumidor

Considerar esta normativa dentro de las importantes a la hora de crear y gestionar aplicaciones móviles se debe a que todo usuario de plataformas tecnológicas tiene derechos como consumidor, por tanto, se debe tener en cuenta que hay una serie de pautas que los desarrolladores y publicadores deben respetar como lo son: brindar información clara que permita elegir los servicios que se desean adquirir, proteger a los infantes según los aspectos plasmados en el código de infancia y adolescencia dado que un dispositivo móvil es objeto de uso tanto por adultos como niños, entre otras consideraciones importantes que no se deben pasar por alto. (FUENTES, 2017)

Licencias de APP

Son requeridas para las tiendas de aplicaciones oficiales como Google Play para Android y la App Store para iOS, en donde se realizará la publicación de la APP, cada tienda puede tener políticas y directrices diferentes, las cuales debe tener en cuenta el desarrollador y

evitar cualquier tipo de incumplimiento, el cual puede causar la eliminación de la cuenta del desarrollador y de las aplicaciones asociadas. (ADEFINITIVAS, 2020).

Normatividad laboral

Con respecto a la normatividad laboral, para el caso de la contratación directa de empleados, se deberá dar cumplimiento al código sustantivo del trabajo, sin embargo, actualmente hay varias iniciativas para realizar reformas que permitan tener flexibilidad al momento de realizar contratación de empleados a través de plataformas digitales.

Para el caso de la contratación de desarrolladores o programadores, es importante tener en cuenta los siguientes elementos:

- **Acuerdo de Confidencialidad:**
 - Firmar NDA con el diseñador de la maquetación (UX) y programadores
- **Contrato de Desarrollo del Software:**
 - Es importante asegurarse en el acuerdo de que el programador cede, sin posibilidad de reclamar, todos los derechos relacionados con la creación del código.
 - Otros acuerdos que se derivan del SDA (por sus siglas en inglés):
 - Contrato de Actualización (para integrar nuevas funciones)
 - Contrato de Mantenimiento (para corregir errores posteriores al lanzamiento)
 - En los SDA **suele incluirse una cláusula de confidencialidad.**
- **Contrato de Maquetación (*Wireframe*)**
 - Los *Wireframes* detallan pantalla a pantalla, icono a icono, todos los elementos que componen la aplicación y cómo éstos se integran a la interfaz del usuario.

- **Contrato de Diseño de UI**

- UI son las siglas de *User Interface*, que es el conjunto de elementos gráficos que componen la aplicación. Se trata de las fuentes, colores, diseños, íconos y estilos que integran la interfaz gráfica del usuario.
- **Registra como una marca elementos como el ícono, logo o nombre**, así limitas que otros desarrolladores usen estos diseños en su app. (ADEFINITIVAS, 2020)

Normatividad ambiental

ISO 14001

Esta norma de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) consigue que las empresas puedan demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente, a través de la gestión de los riesgos medioambientales que puedan surgir del desarrollo de la actividad empresarial. (Nueva ISO 14001:2015, 2018)

Registro de marca – Propiedad intelectual

La protección jurídica sobre el código se configura con el hecho generador consagrado en la Ley sobre Propiedad Intelectual, estableciendo que la propiedad intelectual de una obra corresponde al autor por el solo hecho de su creación. Al tratarse de un texto escrito por un programador (lo que se conoce como *source code* o código fuente), entra en el ámbito de protección de los derechos de autor y, por tanto, al carecer de necesidad registral, el derecho se origina al momento de la creación del código.

La misma ley establece que los programas de ordenador son objeto de propiedad intelectual. Esta protección se extiende a los programas de dispositivos móviles ya que la movilidad o no del aparato donde se ejecuta el programa no delimita el alcance de la

protección. Aparte, goza de una protección internacional que aplica a los ciudadanos provenientes de los países signatarios del Convenio de Berna.

Propiedad industrial

Es relevante aclarar que dentro de los elementos que puede proteger la propiedad industrial y que son de específico interés por su aplicabilidad en el ámbito de las aplicaciones móviles se encuentran la marca y los diseños industriales. (FUENTES, 2017).

Para el desarrollo del proyecto es importante aplicar la normatividad empresarial ya que se demuestra un compromiso con el cumplimiento de las leyes y con el respeto a los derechos de los usuarios. Esto puede mejorar la reputación de la empresa y generar confianza en los usuarios y en el mercado en general, además de ello al aplicar estas normas, se garantiza el cumplimiento legal de la empresa y se evita cualquier tipo de sanción o multa por incumplimiento. En cuanto a la protección de datos personales, se asegura que estos estén protegidos y que se respeten los derechos de privacidad de los usuarios, se protegen los derechos de propiedad intelectual de la empresa y que estos no se infrinjan y por protección del consumidor garantizamos que los usuarios tengan una experiencia segura y justa.

7. Aspectos financieros

El periodo de arranque del proyecto se estima en 60 días, a partir del momento de la contratación del outsourcing que realizará el desarrollo y soporte de la página web, tiempo en el que se hará los tramites de la documentación legal requerida para iniciar operación. Este mismo tiempo, es el periodo que se estima sea improductivo.

Teniendo en cuenta la situación económica del país y los pronósticos de los expertos, se realiza una proyección financiera bajo un escenario moderado, en el que posiblemente haya una disminución de la inflación, actualmente se encuentra en el 13,28%, y disminuiría a lo largo de 2023 y 2024 para cerrar en el 7,1% y el 3,5%, respectivamente. (Banco de la República, 2022)

Por otra parte, se estima que el crecimiento económico para todo 2022, 2023 y 2024 se situaría en el 7,9%, 0,5% y el 1,3%, respectivamente. (Banco de la República, 2022) por lo tanto, las estimaciones de crecimiento en ventas son crecientes moderados, ya que, si bien el panorama del crecimiento es bajo, aumentan las necesidades de financiamiento del sector externo y del sector público, otorgando una oportunidad para nuestro modelo de negocio. Se referencia un impuesto de renta del 35% vigente para el año 2022, con el cual se hace la simulación financiera. Aunque la tasa de cambio se ha comportado inestable con aras de depreciación del peso colombiano, en el contexto interno, la evolución de la política fiscal, así como las medidas futuras en materia de política económica y sus posibles efectos sobre los desbalances macroeconómicos del país, entre otros, son factores de incertidumbre que inciden sobre las primas de riesgo, la tasa de cambio, la inversión y la actividad económica del país. (Banco de la República, 2022).

- **Proyección de ingresos**

Se definió que la página y la APP será gratuita y la monetización se obtendrá de los siguientes rubros:

- Publicidad de comercios aliados, se evidencia que las ganancias se obtienen por el tiempo que las personas permanecen en la página, ya que así verán más publicidad.
- Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 1 y 40 millones, en la plataforma se hará colocación de productos mediante un contrato freelance con diferentes entidades financieras, que pagan comisión por crédito colocado.
- Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 40 y 500 millones.
- Suscripción o cobro in-APP Versión Premium: que le dará acceso al consumidor a una serie de servicios exclusivos.

Tabla 13. Ingresos - Ventas del primer año

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO				
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	Peso por producto
Publicidad pagada por comercios aliados	120,00	\$ 3.000.000,00	\$ 360.000.000	52%
Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 1 y 40 millones	480,00	\$ 20.000,00	\$ 9.600.000	1%
Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 40 y 500 millones	240,00	\$ 80.000,00	\$ 19.200.000	3%
Suscripción de clientes - Versión Premium	12.000,00	\$ 25.000,00	\$ 300.000.000	44%
		TOTAL	\$ 688.800.000	100%

Fuente: Elaboración propia

Nota: Los costos de los productos se definieron teniendo en cuenta la información referente a valores de la industria y a los cobros que genera Google Play y APP Store por descargas, en donde se tomó el valor máximo que corresponde al 30%.

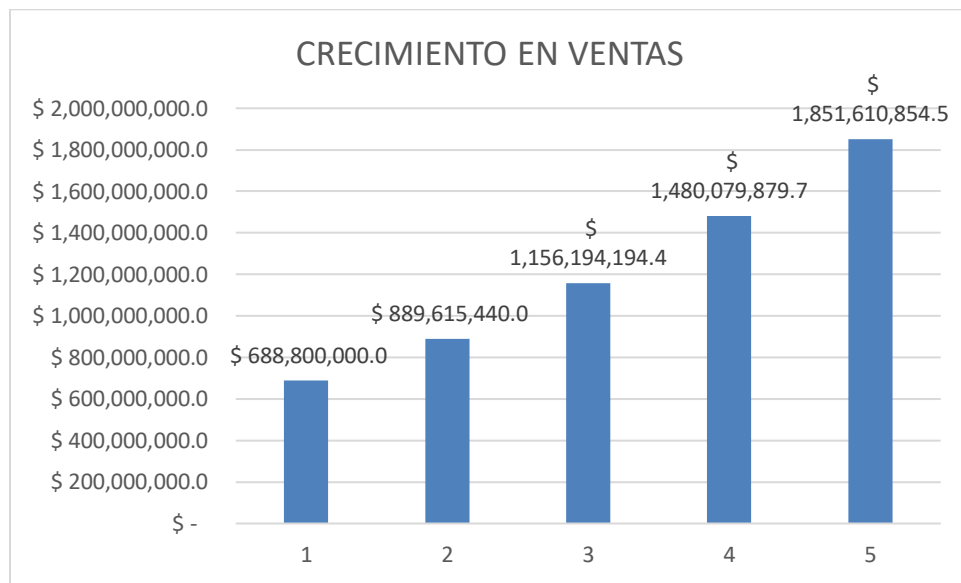
Se estimó un crecimiento porcentual en ventas, entre el 10 y el 35% de acuerdo con cada uno de los servicios ofertados, el cual se conseguirá en la medida que la pagina tiene más tráfico y gana posicionamiento en el mercado, pensando en un crecimiento estratégico a partir del desarrollo de nuevas funcionalidades.

Tabla 14. Crecimiento porcentual en ventas por año

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CRECIMIENTO PORCENTUAL EN VENTAS POR AÑO			
	2023	2024	2025	2026
Publicidad pagada por comercios aliados	30,0%	30,0%	20,0%	10,0%
Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 1 y 40 millones	10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
Comisión por intermediación Bancaria (Activo) Créditos y TDC entre 40 y 500 millones	15%	20%	25%	30%
Suscripción de clientes - Cobro in APP Versión Premium	10%	20%	30%	35%

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 17. Crecimiento en ventas en millones.



Fuente: Elaboración propia.

Proyección de costos y gastos:

Se define el valor de la nómina administrativa, de ventas y de servicio, por un valor de \$330.000.000, y se establece un presupuesto inicial de marketing digital de \$50.000.000, en referencia a los gastos fijos, se definen unos rubros básicos de papelería y telefonía celular, además del pago de dos outsourcing, uno de ellos que será un bufete de abogados, para todo

lo relacionado en asesoría legal y un outsourcing que será encargado de darle soporte y respaldo de seguridad a la página, junto con el pago de un coworking en el que se realizara la gestión gerencial y administrativa, para reducir costos, se establece que varias personas de la nómina podrán laborar en modalidad home office.

Inversiones

En cuanto a la inversión inicial se tienen en cuenta los siguientes rubros: Equipo de oficina, intangibles y gastos de puesta en marcha, que suple las necesidades básicas para iniciar operación la empresa.

El mayor rubro de inversión este concentrado en el desarrollo, diseño y montaje de la página web, para lo cual se contratará un outsourcing.

Para el desarrollo del simulador financiero, teniendo en cuenta las inversiones realizadas, tomamos como base de rentabilidad para los inversionistas el 20% de acuerdo con las cifras de crecimiento del sector que se encuentran pronosticadas en un 27% y se tuvo en cuenta las tasas DTF de captación de CDT a 360 días, las cuales se encuentran en 14.62% (Banco de la República, 2023), sumándole la tasa de inflación promedio para los próximos 5 años, la cual de acuerdo con los informes económicos de Bancolombia se encuentra en 3.14% (Grupo Bancolombia , 2021).

Capital de trabajo

Para dar inicio al proyecto se requiere una inversión inicial de \$25.000.000 los cuales serán aportados por los emprendedores, y un capital de trabajo de \$336.700.000 que serán financiados mediante deuda y/o inversionista Ángel.

Indicadores financieros

Análisis vertical

Vemos que tanto para el año 0 como para el año 5, la mayor concentración de los activos se encuentra en la caja/bancos, ya que no hay ningún otro rubro significativo como cuentas por cobrar o inventarios, por ser una empresa de servicios. Por otra parte, en el caso del pasivo y el patrimonio, el 100% del pasivo está concentrado en las obligaciones financieras durante el año inicial y para el patrimonio el 100% es el capital social, teniendo una variación total para el año 5 en donde la empresa ya tiene mayor liquidez y el 96% del patrimonio está compuesto por las utilidades del ejercicio de los años anteriores y para el caso del pasivo el 100% está concentrado en impuestos por pagar.

Análisis horizontal

En este análisis se evidencia que el mayor rubro con variación positiva del 184% es el de caja/bancos, lo que refleja un comportamiento positivo de liquidez de la empresa, que también lo vemos reflejado en la variación negativa de las obligaciones financieras, en donde se pagan en su totalidad en el año 5 de operación. Por otra parte, en el patrimonio se analiza que, aunque en el primer año de operación se obtiene resultados negativos, para el último año hay una variación positiva del 1066% gracias a las utilidades ganadas en los ejercicios de los años anteriores.

Tabla 15. Balance general con Análisis Vertical y Horizontal

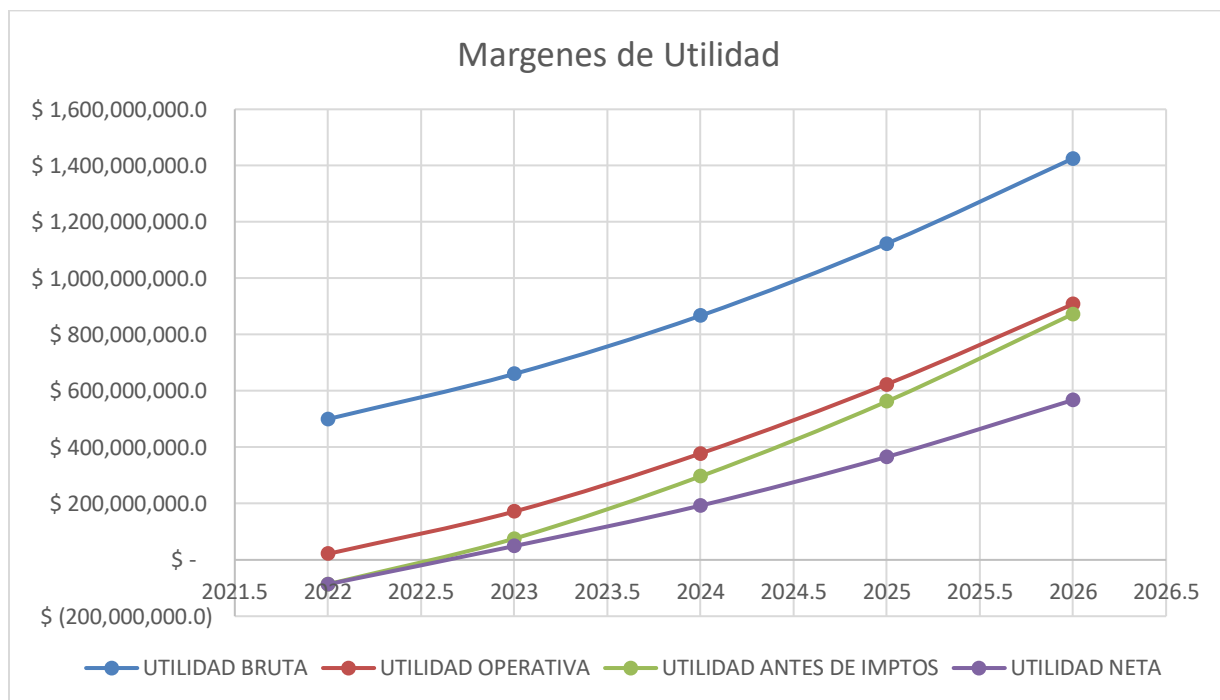
BALANCE									
	AÑO 0	2022	2023	2024	2025	2026	Análisis Año 0	Vertical Año 5	Análisis Variación
ACTIVO									
CAJA/BANCOS	\$ 316.700.000,00	\$ 203.530.470,16	\$ 326.965.420,31	\$ 494.759.771,72	\$ 687.136.390,91	\$ 898.266.291,49	88%	100%	\$ 581.566.291,49
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0%	0%	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 45.000.000,00	\$ 45.000.000,00	\$ 45.000.000,00	\$ 45.000.000,00	\$ 45.000.000,00	\$ 45.000.000,00	12%	5%	\$ -
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 9.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 27.000.000,00	\$ 36.000.000,00	\$ 45.000.000,00	0%	5%	\$ 45.000.000,00
ACTIVO FIJO NETO	\$ 45.000.000,00	\$ 36.000.000,00	\$ 27.000.000,00	\$ 18.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ -	12%	0%	-\$ 45.000.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 361.700.000,00	\$ 239.530.470,16	\$ 353.965.420,31	\$ 512.759.771,72	\$ 696.136.390,91	\$ 898.266.291,49	100%	100%	\$ 536.566.291,49
PASIVO									
Impuestos X Pagar	0	\$ -	\$ 26.383.227,3	\$ 103.809.091,5	\$ 196.830.058,5	\$ 305.643.202,0	\$ -	100%	\$ 305.643.202,0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 26.383.227,3	\$ 103.809.091,5	\$ 196.830.058,5	\$ 305.643.202,0	\$ -	100%	\$ 305.643.202,0
Obligaciones Financieras	\$ 336.700.000,00	\$ 300.874.470,16	\$ 253.584.770,76	\$ 191.162.367,56	\$ 108.764.795,34	\$ -	100%	0%	-\$ 336.700.000,00
PASIVO	\$ 336.700.000,00	\$ 300.874.470,16	\$ 279.967.998,10	\$ 294.971.459,02	\$ 305.594.853,79	\$ 305.643.202,02	100%	100%	-\$ 31.056.798,0
PATRIMONIO									
Capital Social	\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	\$ 25.000.000,00	100%	4%	\$ -
Utilidades del Ejercicio	0	\$ (86.344.000,0)	\$ 48.997.422,2	\$ 192.788.312,7	\$ 365.541.537,1	\$ 567.623.089,5	0	96%	\$ 653.967.089,47
TOTAL PATRIMONIO	\$ 25.000.000,00	\$ (61.344.000,00)	\$ 73.997.422,21	\$ 217.788.312,70	\$ 390.541.537,12	\$ 592.623.089,47	100%	100%	\$ 653.967.089,47
TOTAL PAS + PAT	\$ 361.700.000,00	\$ 239.530.470,16	\$ 353.965.420,31	\$ 512.759.771,72	\$ 696.136.390,91	\$ 898.266.291,49			
CUADRE (ACT = PAS+PAT)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			

Fuente: Simulador financiero, elaboración propia.

Análisis de Rentabilidad.

Con respecto al indicador de rentabilidad, vemos que, aunque se inicia con un margen negativo, este va mejorando de forma anual, logrando año tras año una recuperación positiva, dado por el crecimiento en las ventas y la ganancia de mayor porción del mercado.

Ilustración 18. Márgenes de utilidad

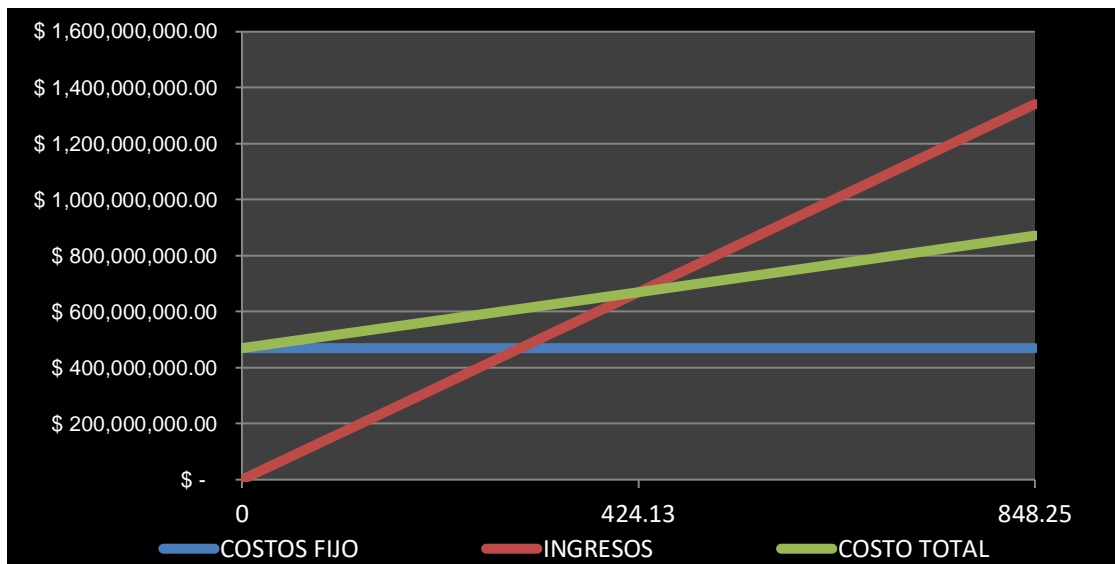


Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio en el cual la empresa puede empezar a obtener rentabilidad es cuando logre ingresos de \$670.689.876,34 a partir de ese nivel de ventas en adelante la empresa cubre sus costos fijos y ya empieza a generar utilidades, se estima que se logre llegar al Periodo de Recuperación de la Inversión en 3.14 años, considerado este como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar

los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el VPN y la TIR, nos permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Ilustración 19. Punto de Equilibrio



De los resultados obtenidos, se evidencia que el proyecto es viable, teniendo en cuenta las expectativas de ganancia del 20% conforme al promedio del sector empresarial, el VPN del ejercicio financiero nos permite recuperar después de 5 años de inversión un monto de \$214.630.634,75, haciendo de este proyecto una propuesta interesante bajo un modelo de inversión conservador, por otra parte la TIR o la máxima rentabilidad posible para los inversionistas sería el 37,75% siendo este porcentaje la tasa de rentabilidad que aporta la inversión, teniendo en cuenta el porcentaje de ganancia que tendrá el negocio.

- **Fuentes de financiación**

Inicialmente habrá un aporte de los autores de la propuesta, sin embargo teniendo en cuenta el valor de la inversión inicial, es necesario buscar otras opciones de financiación, en la simulación financiera se tuvo en cuenta un posible crédito con una entidad financiera, con una tasa de interés del 32% E.A, sin embargo teniendo en cuenta la situación actual económica, es de analizar muy bien la posibilidad de endeudarse en este momento, ya que las tasas de interés han aumentado de forma significativa, por esa razón es necesario buscar otras opciones como: un ángel inversionista o presentar el proyecto ante fondos de emprendedores como el fondo emprender, las cámaras de comercio, iNNpulsa, Colciencias entre otros.

- **Evaluación financiera**

Al terminar el desarrollo de la simulación financiera, se destaca la validación de la propuesta de valor, con unas inspecciones interesantes y unos agregados sustanciales para el modelo de negocio. Dentro de la idea de negocios hemos tenido en cuenta la evaluación de los estados financieros, modelo de negocio, estrategias de crecimiento, análisis de los ingresos y gastos, la estructura de costos, el flujo de caja y la proyección financiera, para determinar que nuestra empresa si es viable y tiene un potencial de crecimiento sostenible.

Además, también se deben considerar factores externos, como la competencia, el mercado y las regulaciones, que puedan afectar la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos financieros. Sin embargo, es visible la transformación del modelo de negocio en uno más robusto y conciso; gracias a las validaciones prácticas y los análisis y sugerencias de los

profesionales expertos en el tema; puesto que en algunas oportunidades se aprende del ensayo y error.

En caso de que la idea no sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

En caso de que la idea de negocio propuesta no tenga el éxito esperado, se proponen diferentes planes de salida:

1. Reducción de operaciones: otra opción es reducir las operaciones a un nivel mínimo y mantener la empresa en marcha, aunque a una escala mucho menor, en ese panorama la página o la APP tendría menos funcionalidades, que sean más efectivas y eficientes.
2. Fusionarse con otra empresa en la misma industria, lo que podría generar sinergias y reducir costos.
3. Venta de la empresa: una opción es vender la empresa a otra entidad, aunque es posible que no se pueda obtener el precio deseado debido al bajo rendimiento.
4. Liquidación: Si la empresa no tiene valor de venta, la liquidación es una opción. Esto implica la venta de los activos de la empresa y el pago de cualquier deuda pendiente.
5. Cerrar la empresa: Finalmente, si no hay otras opciones viables, la empresa puede cerrarse por completo. Esto puede implicar la liquidación de activos, la cancelación de contratos y la cancelación de la estructura de propiedad.

En última instancia, la mejor opción dependerá de las circunstancias específicas de la empresa y del equipo de liderazgo. Es importante buscar asesoramiento profesional antes de tomar cualquier decisión importante. Si la idea robusta no funciona por algunos factores internos o externos, se replantearía la situación, tomando decisiones y acciones correspondientes, siempre en pro de sacar adelante el modelo de negocio adaptado a las necesidades identificadas dentro del entorno.

En caso de que la idea sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

En caso de que la idea de negocio propuesta sea exitosa y tenga una respuesta positiva y significativa dentro del mercado, debemos estar preparados para dar respuesta a la demanda a través de infraestructuras robustas, sistemas seguros, capacidad y un portafolio de servicios que este a la vanguardia, cumpla y satisfaga las necesidades y deseos de todos nuestros stakeholders. Si la idea funciona debemos cuidar nuestra ventaja comparativa, el servicio y la oferta de valor ofrecida debe mejorar. Si nuestro modelo de negocio es exitoso, tendremos mayor poder de decisión y participación dentro del mercado, lo cual nos permitirá tomar decisiones más globales que nos permitan ofrecer escenarios y beneficios más amplios que busquen un ganar-ganar para todos nuestros stakeholders.

8. Enfoque hacia la sostenibilidad

▪ Dimensión social

Las actuales brechas de inclusión financiera demuestran que la innovación financiera digital representa un agente de cambio no solo en las estadísticas, sino también en el impacto social del país. Encontramos regiones que poco a poco vienen presentando una dinámica importante en la adhesión de ese tipo de tecnologías en su rutina que les permite acceder a herramientas y soluciones a las cuales bajo los canales tradicionales difícilmente tenían acceso.

Y no solo es el impacto que las Fintech causa en la cobertura, sino también en la tipología del usuario; como se mencionó en el estado del mercado, evidenciamos la brecha que, aunque se viene reduciendo, aún permanece en las colocaciones de productos crediticios entre hombres y mujeres. Este tipo de soluciones abre posibilidades para que las mujeres de

poblaciones rurales mejoren su calidad de vida porque podrán acceder de forma más fácil a la información y beneficios que existen en relación con los créditos productivos. Lo cual les permite que puedan ubicarse en posiciones parejas con los hombres en temas de scoring, riesgo, saldos y tasas de interés.

Aún quedan desafíos por asumir en temas de conectividad, sin embargo, existe un compromiso por parte del gobierno de mejorar la cobertura del internet en las zonas más alejadas de la tecnología como Vaupés, Vichada y Guainía los cuales son los departamentos con menor acceso y uso de los productos financiero. Esta cobertura de internet contribuiría no solo a dar conectividad a las poblaciones alejadas de las principales ciudades, sino acceder a herramientas digitales que brinden como es el caso de las Fintech, una posibilidad de oportunidades para la generación riqueza mediante los servicios financieros.

- **Dimensión ambiental**

La compañía y App es ambientalmente responsable porque se preocupa constantemente porque las operaciones y el uso de los productos generen en todos los stakeholders, conciencia sobre el impacto ambiental que generamos día a día con cada una de las actividades del diario vivir, en donde como sello característico, se pretende ser identificado por la búsqueda de un crecimiento económico que vaya de la mano con el desarrollo y la sostenibilidad empresarial y de nuestro entorno Ambiental.

El Objetivo es ser una empresa que no solo se preocupa por obtener un rendimiento económico, sino que busca trascender e impactar en la interpretación de la vida, forma de actuar (Comportamientos) del ser humano, con respecto a su entorno natural y ambiental. Aunque la una empresa propone servicios financieros y se utilice la tecnología para llevar a

cabo la idea de negocio, siempre se vislumbra no sólo con ser transaccionales sino relacionales, crear un vínculo y una experiencia de ganar con todos nuestros stakeholders, en donde siempre promoveremos la conciencia del cuidado, protección y buen uso de nuestros recursos naturales.

Como compromiso y responsabilidad con nuestro medio ambiente nos enfocamos en 5 pilares importantes sobre los cuales buscamos generar conciencia y cambio a través de comunicados, emails interactivos y actividades a nivel corporativo y empresarial sobre: El Cuidado del agua, Consumo de Energía responsable, Compras inteligentes, Manejo de residuos (Reciclaje) para contribuir con la reducción de la huella de Carbono.

- **Dimensión económica**

La dinámica de aperturas, adquisiciones y fusiones por parte de entidades financieras y empresas desarrolladoras de soluciones Fintech vienen presentando un alto grado en la consecución de integraciones verticales e inserción al mercado de nuevas firmas; según datos de la Asobancaria entre 2020 y 2021, las instalaciones de estas compañías y la descarga de aplicaciones crecieron hasta 80%, pasando de tener 200 firmas en 2020 a 350 en el primer semestre de 2021.

Estas soluciones han resultado para el país unas herramientas eficientes para la optimización del recaudo de nuevos contribuyentes; el diario la Republica lo describe de la siguiente manera: “Según la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) en el 2021 aumentó un 11% el número de contribuyentes en comparación con el año gravable de 2019, al pasar de 3,57 millones de personas a 3,98 millones.”

Por otro lado, tenemos las prácticas de evasión de Impuestos como los del IVA y la Renta los cuales representan un 20% del recaudo del país y en conjunto, presentan una evasión de 4% del PIB, valor que representa un poco menos de una tercera parte de los ingresos tributarios del Gobierno Nacional, este porcentaje puede llegar a disminuirse gracias a la migración de métodos de pago mano a mano al uso de herramientas digitales (métodos de pago digital, billeteras digitales, link de pago) los cuales generan unas oportunidades de desarrollo compartido entre el cliente y el estado.

- **Dimensión de gobernanza**

La gobernanza es una de las dimensiones que como compañía y App ha tenido en cuenta, en sus intereses y competencia, porque dependiendo de cómo los gobernadores orienten los objetivos como país, será el comportamiento y actuar de la compañía y todos los involucrados, puesto que debe haber una constante comunicación e interrelación con el entorno y lo que en este sucede. Es por ello que se debe garantizar que a nivel Colombia se cuente con líderes, que promuevan el desarrollo, calidad, bienestar, efectividad y crecimiento responsable del país en las diferentes dimensiones.

“La buena gobernanza, explica Jeffrey Sachs, implica un compromiso con el desarrollo sostenible y debe regirse como mínimo por los principios de responsabilidad para que las empresas respondan por sus actos, la transparencia para dar a conocer las acciones y comportamientos, evitando secretismos y evadir responsabilidades, y la participación al establecer mecanismos claros de involucramiento de los grupos de interés en la toma de decisiones.” (Martínez, 2019). Es por ello que se debe trabajar sincronizados con los gobernantes. Como empresa, hay un compromiso indiscutible con los reglamentos, normas, proyectos y responsabilidades que se encomienden como parte del buen ejercicio del

cumplimiento de las obligaciones con el país, entorno y gobernantes, siempre buscando ser transparentes, íntegros, correctos y obrando de buena fe y con conciencia en pro de resultados y objetivos comunes y no particulares.

Por otra parte, desde la junta directiva, administración y gestión de nuestra idea de negocio, seremos una empresa que dentro de sus principios, valores, normas, código de conducta, procedimientos, planes de acción, estrategias y demás estructuras y lineamientos, buscaremos garantizar el buen funcionamiento y transparencia en nuestro actuar, teniendo en cuenta la legislación colombiana y los objetivos gubernamentales en pro de contribuir no solo al desarrollo de nuestra compañía sino también al de nuestro país. Buscamos ser coherentes, justos, legales y garantizar una excelente experiencia a todos nuestros clientes e involucrados.

9. Conclusiones

El desarrollo de la investigación de la plataforma Solucionador banca digital mostró que la idea de negocio es innovadora, viable y rentable, ya que ofrece una alternativa sostenible a corto, mediano y largo plazo. Es diferencial por qué su alta demanda, popularidad, fácil uso y acceso a la información que allí se encuentra brinda valores agregados a todos sus stakeholders. Los resultados obtenidos en la investigación realizada se enuncian a continuación:

- Se realizó el diseño estructural de una plataforma on line que brinda los servicios financieros de la banca comercial a personas naturales con el fin de ofrecer la opción más conveniente de los productos financieros requeridos por los usuarios.
- Se demuestra la viabilidad financiera de la idea de negocio “Solucionador banca digital” por medio de la aplicación del simulador en el programa Excel detallando los factores más relevantes en los procesos de creación de empresa como el punto de equilibrio, la TIR y el ROE del proyecto.
- El estudio de mercado realizado evidenció la viabilidad del proyecto a partir del modelo de las 5 fuerzas de Porter y la aplicación de encuestas y entrevistas a los clientes potenciales y expertos para la clasificación de sus perfiles.
- La viabilidad técnica y operativa mostraron resultados favorables en la implementación, mantenimiento y sostenimiento de la aplicación junto con los estándares requeridos en términos de hardware y software para el óptimo funcionamiento de la plataforma.
- Se realizó un estudio económico que evidenció aspectos relevantes del entorno macro y microeconómico basado en la herramienta del PESTEL.

- Se consolidó la información para la constitución legal y técnica de la empresa respecto a la reglamentación requerida para el manejo de información y de datos de usuarios.
- El propósito de la empresa está enfocado en el objetivo 10 de los ODS relacionado con la reducción de las desigualdades, ya que el modelo de negocio pretende reducir las brechas de conocimiento y alfabetización financiera que actualmente se presenta en el país. Se busca fomentar y promover el desarrollo de una empresa que sea social y ambientalmente responsable, que genere valor e innovación, promueva relaciones a largo plazo y sea fuente de confianza e inspiración para los clientes potenciales.

9. Referencias

Academia Pragma. (27 de 02 de 2022). Obtenido de Guía básica sobre Banca Abierta: <https://www.pragma.com.co/academia/conceptos/guia-basica-sobre-open-banking>

Accenture. (15 de 02 de 2022). Obtenido de <https://www.accenture.com/co-es/insight-banking-distribution-marketing-consumer-study>

Aval, C. d. (01 de Febrero de 2022). Casa de Bolsa la comisionista de bolsa de grupo Aval . Obtenido de <https://www.casadebolsa.com.co/febrero-2022-analisis-elecciones-presidenciales-el-impacto-sobre-las-monedas-bonos-y-acciones>

Becerra, B. X. (04 de Junio de 2022). Diario la Republica. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/crisis-en-ucrania/efectos-economicos-de-la-guerra-entre-rusia-y-ucrania-que-se-sienten-en-colombia-3376721>

Better Than Cash Alliance. (2022). Obtenido de <https://www.betterthancash.org/news/boton-pse-ha-transformado-el-panorama-de-pagos-en-colombia#:~:text=La%20plataforma%20fue%20desarrollada%20por,el%20apoyo%20>

Botero, M. C. (28 de Febrero de 2022). Pesquisa Javeriana. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/10-preguntas-para-entender-que-pasa-entre-rusia-y-ucrania/>

Calle, C. (2019). KPMG Tendencias . Obtenido de tendencias.kpmg.es/2019/07/los-6-principales-retos-del-sector-financiero/

Colombia Fintech. (2021). Obtenido de <https://colombiafintech.co/lineaDeTiempo/articulo/como-pueden-financiarse-los-emprendedores-en-colombia>

Colombia Games . (s.f.). Obtenido de <https://colombiagames.com/cuanto-cuesta-desarrollar-una-aplicacion-movil/>

Forbes. (s.f.). Obtenido de <https://forbes.co/seccion/tecnologia/>

Funcas. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcas.es/odf/la-digitalizacion-de-los-clientes-bancarios-tras-la-pandemia/>

Funcas. (03 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://www.funcas.es/odf/la-nueva-demanda-digital-de-servicios-financieros/>

Giménez, J. (10 de Abril de 2022). Chequeado. Obtenido de <https://chequeado.com/el-explicador/como-afecta-la-guerra-en-ucrania-a-la-economia-mundial-y-que-efectos-tiene-en-la->

Universia.net. (2021). Obtenido de <https://www.universia.net/es/actualidad/orientacion-academica/cual-es-el-volumen-de-negocio-del-desarrollo-de-apps.html>

Yeeply.com. (s.f.). Obtenido de <https://www.yeeply.com/blog/beneficio-economico-de-las-apps/>

Zelada, S. (20 de Febrero de 2022). Deloitte. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/pe/es/pages/technology/articles/COVID19-un-acelerador-de-la-transformacion-digital.html>

Academia Pragma. (27 de 02 de 2022). Obtenido de Guía básica sobre Banca Abierta: <https://www.pragma.com.co/academia/conceptos/guia-basica-sobre-open-banking>

Accenture. (15 de 02 de 2022). Obtenido de <https://www.accenture.com/co-es/insight-banking-distribution-marketing-consumer-study>

ADEFINITIVAS. (2020). *ADEFINITIVAS*. Obtenido de <https://adefinitivas.com/arbol-del-derecho/nuevas-tecnologias/aspectos-legales-desarrollo-apps/>

ASOBANCARIA, O. Y. (Octubre de 2019). *DESAFÍOS DEL RIESGO CIBERNETICO*. Obtenido de <https://www.oas.org/es/sms/cicte/docs/Desafios-del-riesgo-cibernetico-en-el-sector-financiero-para-Colombia-y-America-Latina.pdf>

Banca de las oportunidades. (30 de 10 de 2022). Obtenido de Banca de las oportunidades: https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-01/RIF_trimestral_junio_21.pdf

Banco de la República. (30 de 10 de 2022). *Banco de la República*. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10458/Informe_especial_de_inclusion_2022_1.pdf

Banco de la República. (30 de 10 de 2022). *Banco de la República*. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10458/Informe_especial_de_inclusion_2022_1.pdf

Banco de la República. (30 de 10 de 2022). *Banco de la República*. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10458/Informe_especial_de_inclusion_2022_1.pdf

Banco de la República. (2022). *Informe de Política Monetaria*. Bogota.

Banco de la República. (03 de 2023). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>

Bancolombia. (16 de Septiembre 2022 de 2022). *Bancolombia*. Obtenido de <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>

- Camara de Comercio de Bogota. (17 de Septiembre de 2022). *Camara de Comercio de Bogota*.
Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Temas-clave-para-su-proyecto-de-empresa/Legal-y-tramites>
- Cifuentes, V. (2021). Hacia donde va la banca tradicional de Colombia? *Colombia Forbes*, 46-49.
- CINCODIAS. (13 de Octubre de 2010). *CINCODIAS*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2010/10/13/finanzas_personales/1287183553_850215.html
- Colombia Fintech*. (2021). Obtenido de <https://colombiafintech.co/lineaDeTiempo/articulo/como-pueden-financiarse-los-emprendedores-en-colombia>
- Colombia, A. B. (2019). *Estudio de cultura financiera 2019*.
- ColombiaGames*. (s.f.). Obtenido de <https://colombiagames.com/cuanto-cuesta-desarrollar-una-aplicacion-movil/>
- Compara*. (s.f.). Obtenido de <https://www.comparaonline.com.co/>
- comparabien.com*. (s.f.). Obtenido de <https://comparabien.com.co/>
- CREDILEMON*. (s.f.). Obtenido de <https://www.credilemon.com/co/>
- Dane. (30 de 10 de 2022). *Dane*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/edit/Bol_EDIT_servicios_2018_2019.pdf
- Dane. (30 de 10 de 2022). *Dane*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/edit/Bol_EDIT_servicios_2018_2019.pdf
- FINDETER. (22 de Enero de 2021). *DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO*. Obtenido de <https://www.findeter.gov.co/system/files/internas/Canales%20de%20atencio%CC%81n%20DCF%20%20FINDETER%202012021.pdf>
- Forbes*. (s.f.). Obtenido de <https://forbes.co/seccion/tecnologia/>
- FUENTES, J. D. (2017). *Repositorio USTA*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%C3%ADguezjuan2017.pdf>
- Funcas*. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcas.es/odf/la-digitalizacion-de-los-clientes-bancarios-tras-la-pandemia/>

Funcas. (03 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://www.funcas.es/odf/la-nueva-demanda-digital-de-servicios-financieros/>

Función Pública. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53646#:~:text=Objeto,el%20%C3%A1mbito%20personal%20o%20dom%C3%A9stico.https://www.sic.gov.co/preguntas-frecuentes-pdp>

Gomez, F. (29 de Junio de 2022). *Valora Analitik.* Obtenido de <https://www.valoraanalitik.com/2022/06/29/bancarizacion-en-colombia-60-de-poblacion-adulta/>

González, J. M. (06 de 03 de 2023). *AsoBancaria.* Obtenido de <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2023/03/1367-BE.pdf>

Grupo Bancolombia . (2021). *Proyecciones económicas para Colombia 2021-2025.*

IMPACTOTIC. (03 de 2020). Obtenido de <https://impactotic.co/tiempo-de-esperar-en-app-movil-movizzon/>

Infobae. (05 de 03 de 2022). Obtenido de <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/03/25/nueve-de-cada-diez-colombianos-estan-bancarizados/>

InnovaSFC. (2022). *Superfinanciera.gov.co.* Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/10097165>

Iuvity. (22 de 07 de 2022). Obtenido de <https://blog.todo1services.com/la-banca-m%C3%B3vil-se-impone-en-colombia>

KEMP, S. (12 de 02 de 2023). *Datareportal.* Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-colombia>

Martínez, S. I. (14 de Junio de 2019). *La republica - Sostenibilidad y gobernanza.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/sandra-i-fuentes-martinez-512656/sostenibilidad-y-gobernanza-2873713>

Medina, K. R. (21 de 06 de 2022). *Branch.* Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/#:~:text=Por%20otro%20lado%2C%20el%20n%C3%BAmero,el%2081%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.>

MI MEJOR CREDITO. (s.f.). Obtenido de <https://www.mimejorcredito.com/>

Mi mejor crédito. (01 de 06 de 2022). *Mi mejor crédito.* Obtenido de <https://www.mimejorcredito.com/>

- Minhacienda*. (29 de 10 de 2021). Obtenido de https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-180418%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (s.f.). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/regulacion/proteccion-del-consumidor>
- Neira, J. G. (16 de 02 de 2023). *Valora Analitik*. Obtenido de <https://www.valoraanalitik.com/2023/02/16/top-10-de-las-apps-mas-descargadas-en-colombia-en-2022/>
- Nueva ISO 14001:2015*. (2018). Obtenido de <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/norma-iso-14001-que-es/>
- oportunidades, b. d. (29 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-01/RIF_trimestral_junio_21.pdf
- oportunidades, b. d. (29 de 10 de 2022). *banca de las oportunidades*. Obtenido de https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-01/RIF_trimestral_junio_21.pdf
- oportunidades, b. d. (29 de 10 de 2022). *banca de las oportunidades*. Obtenido de https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-01/RIF_trimestral_junio_21.pdf
- oportunidades, b. d. (29 de 10 de 2022). *banca de las oportunidades*. Obtenido de https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-01/RIF_trimestral_junio_21.pdf
- Ortiz, A. M. (2016). La competencia y la eficiencia en la banca colombiana. *FEDESARROLLO* .
- PY+. (24 de Septiembre de 2022). *5 REQUISITOS JURÍDICOS QUE NO PUEDE DEJAR PASAR PARA CREAR EMPRESA EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/ayuda-legal/requisitos-juridicos-para-crear-empresa>
- República, B. d. (2019). *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera - ENIF 2019*.
- republica, b. d. (30 de 10 de 2022). *banco de la republica*. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10458/Informe_especial_de_inclusion_2022_1.pdf
- Republica, L. (05 de Octubre de 2018). *LR La Republica* . Obtenido de <https://www.larepublica.co/finanzas/transacciones-por-apps-bancarias-crecieron-63-5-en-un-ano-segun-reporte-2778529>

STATES, O. O. (2023). OAS. Obtenido de <https://www.oas.org/en/>

Urán-Sierra, V. (13 de 02 de 2023). ¿Qué tan consumidores de internet y redes sociales somos en Colombia? *El colombiano* .

Yo decido mi banco. (s.f.). Obtenido de <https://www.yodecidomibanco.com/>

10. Anexos

- Encuesta de aplicación de conocimiento del consumidor:
<https://forms.gle/q1gRX4pBcWwzy1B19>
- Link de anexos guía 3 (Entrevistas, Sistem Mapping, Lienzo Modelo de Negocio)
<https://universidadeaneducos.sharepoint.com/:f:/s/SEMINARIO718/Ek8D4BEH1UdJtNHY3AKOPYgBsNdxUxlJLchc9srZDCOmA?e=SiX5fx>
- Link de anexos guía 4 (Análisis DOFA, Ficha técnica, Poster y Simulador Financiero)
<https://universidadeaneducos.sharepoint.com/:f:/s/SEMINARIO718/Eogn5r25e95HtOIY7Q-tPUoBBkzY7CbziUZlq4JcgrszQ?e=HQELvo>