



La Influencia de las Fintech en la Inclusión y la Educación Financiera en Colombia

Juan Sebastián Giraldo Vasquez

Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración, (CESA)

Bogotá

2025

La Influencia de las Fintech en la Inclusión y la Educación Financiera en Colombia

Juan Sebastian Giraldo Vasquez

Docente: William Ruiz

Administración de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración, (CESA)

Bogotá

2025

Tabla de contenido

1. Introducción	9
1.1. Planteamiento del Problema	10
1.2. Justificación de la Investigación	12
1.3. Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos	15
2. Revisión de la Literatura	16
2.1. Fintech	16
2.2. Inclusión Financiera	18
2.3. Educación Financiera.....	19
2.4. Comparativo del acceso a productos financieros en Colombia	21
2.4.1 Análisis de la Tendencia.....	30
2.4.2. El rol de las Fintech en la expansión del acceso	31
2.4.3. Consideraciones críticas	31
2.5. Hipótesis de la Investigación	32
3. Metodología de la Investigación	35
3.1. Tipo y diseño de la investigación	35
3.2. Población y muestra	36
3.3. Instrumento de recolección de información	37
3.4. Procedimientos	42
4. Resultados.....	44
4.1. Tipos de Inclusión Financiera en Colombia.....	44
4.2. Coyuntura Nacional	46
4.3. Evaluación Crediticia No Convencional	50
4.4. Herramientas Utilizadas por las Fintech para la Educación Financiera	52
4.5. Experiencia del Usuario Frente a la Educación Financiera	54
4.6. Organizaciones Clave en la Difusión de Educación Financiera.....	57
5. Conclusiones	59
6. Recomendaciones	63
Referencias.....	68

Tabla de tablas

Tabla 1 Evolución del acceso a productos financieros (2018–2023)	22
Tabla 2 Cuestionario para el desarrollo de entrevistas a directivos de Fintech.....	37
Tabla 3 Cuestionario para el desarrollo de entrevistas a expertos del sector Fintech.....	39
Tabla 4 Cuestionario guía para el desarrollo de entrevistas a usuarios de servicios Fintech.....	41
Tabla 5 Tipos de Inclusión Financiera en Colombia	46
Tabla 6 Percepción de usuarios sobre educación financiera en Fintech	56

Tabla de figuras

Figura 1 Evolución del acceso a productos financieros (2018–2023)	30
---	----

Resumen

Dentro de esta investigación se analizará el ingreso de un participante innovador dentro del sector financiero como lo son las Fintech en el mercado financiero colombiano. Esto alrededor de la inclusión financiera, la cual está acaparando nuevos nichos de mercado al introducir nuevos productos de fácil acceso que muestran desembolsos de forma casi que inmediata.

En el presente estudio se busca analizar como estos actores, más allá de influir en inclusión de nuevos participantes también deberán estar atentos a la educación financiera de estos para el manejo de estos productos que serán cada vez más codiciados por personas que la banca tradicional no tenía en cuenta anteriormente. Poblaciones de bajos ingresos que buscan apalancarse de financiación fácil pueden llegar a verse completamente beneficiados como también de algún modo altamente afectados en caso de mal uso de estos nuevos productos.

Según lo anterior, es importante analizar el crecimiento de la oferta de préstamos en el país, como el aumento de la tasa de morosidad y como las Fintech están siendo unos actores principales en todo este movimiento. Luego se verán las problemáticas a futuro que este fenómeno puede causar como una desaceleración económica y como las Fintech deben actuar como instructores para todos sus nuevos usuarios. También se podrá ver como diferentes factores como la inclusión financiera, la educación y el ingreso de productos digitales están completamente relacionados. Esto también explicando un poco de dónde vienen estos términos y explicando diferentes estudios que se han llevado alrededor de estos conceptos que cada vez están siendo más codiciados por la academia y por los profesionales, tanto como a nivel global como a nivel nacional.

Finalmente, este proceso investigativo requirió un acercamiento con líderes y expertos del sector Fintech, así como con usuarios activos de estas plataformas, es importante determinar que, si bien las Fintech están desempeñando un papel fundamental en la promoción de la inclusión financiera en Colombia, este esfuerzo no se ve plenamente reflejado en los procesos de educación financiera dirigidos a los nuevos participantes del sistema.

En este contexto, se proponen diversas estrategias orientadas a que las Fintech implementen programas de educación financiera previos al uso de sus servicios, lo que permitiría una participación más informada y sostenible por parte de sus usuarios, fortaleciendo así los resultados a largo plazo de la propuesta de inclusión financiera.

Palabras clave:

Gota a Gota: Préstamos ilegales recurrentemente capitalizados por parte de integrantes del crimen organizado que van acompañados de intimidaciones o agresión física en caso de impago (Padrón, 2023)

Tasa de usura: La tasa de usura establece el límite máximo de interés que las entidades financieras pueden cobrar a los consumidores para algunas categorías específicas de crédito (Campo y Gómez, 2025). Como lo mencionan Campo y Gómez, este mecanismo busca proteger a los usuarios frente a prácticas abusivas y promover condiciones justas en el mercado financiero.

Fintech: Entidades financieras ya establecidas, así como también nuevas empresas que actúan en algún punto de la cadena de valor del servicio financiero aportando innovación, una mejor experiencia de usuario y movilidad. Es también habitual que estas nuevas empresas colaboren

con las entidades financieras tradicionales o incluso que sean adquiridas por ellas (CNMV, 2024, p.2).

Inclusión Financiera: Es un concepto que tiene como objetivo ampliar el acceso a productos y servicios asequibles y responsables para las poblaciones excluidas del circuito bancario tradicional, con el fin de incluir al mayor número posible de personas en el sistema financiero y ofrecerles servicios bancarios adecuados (ADA, s.f.)

Educación Financiera: La educación financiera es un proceso informativo, formativo y de asesoramiento que ayuda a los usuarios a tomar mejores decisiones sobre el dinero, el ahorro y la inversión (BBVA, 2025).

1. Introducción

Desde la introducción de nuevos productos financieros digitales en Colombia se ha vuelto muy interesante poder detallar el cambio en la inclusión financiera del país y la introducción de nuevos jugadores en el sector financiero como lo son los nuevos bancos digitales (Fintech). Según un estudio de Asobancaria (2023) la pandemia de COVID-19 destacó el impacto significativo de los productos financieros digitales en las necesidades de ahorro, transacciones y crédito tanto para individuos como para empresas. Los productos digitales introducidos por las Fintech juegan un papel crucial en la reducción de brechas sociales y la lucha contra la pobreza, convirtiendo la inclusión financiera, impulsada por la transformación digital, en un factor clave para el desarrollo equitativo y sostenible del país (Asobancaria, 2023, p.6).

De igual forma, al analizar la inclusión financiera y su desarrollo en los últimos años en Colombia, el Reporte de Inclusión Financiera 2022, escrito por la Banca de Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia (2023), menciona que el acceso a productos financieros en Colombia experimentó un incremento positivo, reflejado en un aumento del porcentaje de adultos que poseían al menos un producto, pasando del 90,5% al cierre de 2021 al 92,3% en 2022. Este crecimiento se tradujo en que 1,2 millones de colombianos adquirieran productos financieros por primera vez en el transcurso del año, elevando el total de adultos con algún producto del sistema financiero a 34,7 millones (Banca de Oportunidades y

Superintendencia Financiera de Colombia, 2023, p. 18). De esta forma se puede analizar como la introducción las Fintech y el crecimiento de la inclusión financiera han estado ligados en el país. Esto nos permitirá analizar más adelante cuales son las problemáticas y las implicaciones generadas por este nuevo fenómeno de productos financieros digitales. También así podremos analizar como las Fintech, están influyendo en la inclusión y la educación financiera en el país.

1.1. Planteamiento del Problema

En Colombia el sistema financiero ha venido introduciendo el sistema Fintech emergiendo como uno de los principales líderes en Latinoamérica y presentando procesos innovadores que ofrecen una alta oferta en el mercado, tal como lo menciona un informe publicado por Finnovista (2019), Colombia se posiciona como el tercer mercado Fintech más grande en Latinoamérica, después de México y Brasil. Esto, fundamentado principalmente en la naturaleza inclusiva de estos negocios, que facilitan el acceso a estos servicios incluso para aquellos que no están bancarizados o carecen de productos financieros tradicionales (Finnovista, 2019).

Con respecto a los productos de crédito, se evidenció un aumento en el porcentaje total de adultos que tenían al menos un producto de crédito, alcanzando el 36,2%. Las tarjetas de crédito (22,5%) y los créditos de consumo (20,6%) se mantuvieron como los productos más adquiridos por los colombianos. Además, el microcrédito y el crédito de vivienda ocuparon lugares significativos, con el 6,3 % y el 3,4 % de la población adulta, respectivamente, contando con estos productos en diciembre de 2022 (Banca de Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia, 2023, p. 18).

Teniendo en cuenta esta información brindada podemos analizar como el flujo de tarjetas y préstamos financieros están aumentando junto con el crecimiento de los productos digitales brindados por las Fintech. Las Fintech en Colombia vienen buscando atender las necesidades de un nicho que se ha visto completamente desatendido por la banca tradicional (Estrada, 2022). Según una columna por Cristina Estrada en la revista Semana, basado en los estudios hechos por la compañía Tribal, una Fintech que ofrece soluciones de crédito para negocios en distintas etapas de crecimiento, durante el segundo trimestre del año 2022, las solicitudes de crédito y financiamiento en Latinoamérica han aumentado en un 40% y específicamente en

Colombia en un 23%. De igual forma, frente a los consumidores como personas naturales, los resultados del Indicador de la Industria de Crédito de Transunion, para el fin del año 2022 habría aumentado 11 puntos porcentuales anual, esto, “impulsado por el crecimiento en la demanda de crédito, la oferta de crédito y la mejora en el desempeño crediticio” (Transunion, 2023).

De igual forma es importante analizar cuáles son los principales actores en este crecimiento del mercado financiero en términos de créditos y financiación. El papel de las Fintech en la revolución financiera va de la mano junto con el crecimiento de demanda de servicios financieros, “La digitalización ha eliminado las barreras tradicionales y ha democratizado el acceso a la banca, los préstamos, los pagos y las inversiones, brindando oportunidades sin precedentes a las personas” (Sguerra, 2023). Uno de los principales servicios de las Fintech es el de Financiación alternativa, el cual ofrece “préstamos a particulares y negocios, de pequeños importes, concedidos de forma ágil a través de plataformas online” (CNMV, 2020, p.4).

Específicamente, los préstamos prestados por las Fintech se caracterizan por ser completamente virtuales, con un estudio de crédito muy ágil, brindando aprobaciones en tan solo minutos y desembolsos en menos de 48 horas, todo esto sin necesidad de codeudores o cogarantes (Duque, 2024).

El alto crecimiento de la demanda de financiación en el país, junto con el aumento de créditos más fáciles de acceder gracias al papel de las Fintech generan también una preocupación. Según el Informe de Tendencias de la Industria de Crédito TransUnion Primer Trimestre 2024, se ha evidenciado un deterioro en el comportamiento de los usuarios financieros en Colombia, cosa que se puede observar en indicadores como las altas tasas de morosidad, las tasas de rodamiento y cosechas (Transunion, 2024). Investigando un poco más a fondo acerca del comportamiento de los usuarios financieros la compañía Datacrédito Experian hizo un estudio

referente a la utilización de préstamos de los colombianos a través de las Fintech. Dentro del estudio de Datacredito Experian, el 52,90% de los encuestados destinan los fondos de un crédito solicitado a solventar emergencias familiares y un 34.84% al pago de obligaciones vencidas, lo cual puede ocasionar una reducción en la capacidad de endeudamiento y de igual forma se puede afectar directamente al puntaje crediticio de los usuarios (Datacredito Experian, 2020). Por otro lado, dentro de la misma encuesta se pudo analizar que el 41.75% de los encuestados desconocen las afectaciones que puede tener el hecho de incumplir con el pago de un crédito con una Fintech (Datacredito Experian, 2020). De esta forma se puede analizar la razón por la que la morosidad en el país “sigue deteriorándose en los principales productos crediticios” (Transunion, 2024).

Lo anterior muestra una problemática referenciada a la mala educación financiera en Colombia, la cual puede verse aún más pronunciada gracias al crecimiento de endeudamiento en el país y al fácil acceso a nuevos préstamos que están siendo fomentados por las Fintech que están entrando al mercado. Como comentaba Olivella (citado en Transunion, 2024) “Esto refuerza la necesidad de las entidades de crédito de ser resilientes, de adoptar e integrar datos y análisis mejorados en sus estrategias para poder predecir y abordar mejor el deterioro en el desempeño”.

1.2. Justificación de la Investigación

Teniendo en cuenta el aumento de la oferta por parte de los colombianos de créditos financieros, y el crecimiento exponencial de las Fintech y el fácil acceso que estas brindan a más colombianos a acceder a diferentes métodos de financiación es importante analizar cuáles pueden ser las principales repercusiones que puedan causar. Todo lo anterior, ligado al análisis hecho por Datacredito Experian, que demuestra un mal uso de los créditos en Colombia pueden causar que los consumidores financieros puedan verse en grandes problemas en el

futuro.

Dentro de diferentes factores como lo son los incrementos a las tasas de interés del Banco de la República, y la desaceleración económica mundial, los colombianos se han visto enfrentados a la dificultad de cumplir con sus deudas (Gil, 2024). Para el año 2024, según los datos reportados por la Superfinanciera, en Colombia hay \$686 billones en cartera con un total de 434 mil créditos aprobados, de estos \$35 billones se encuentran en mora y \$67 billones se encuentran en cartera de riesgo (Alguero, 2024). Estos datos muestran una situación desfavorable en el sector crediticio del país y pueden ser causantes de repercusiones a los consumidores como lo son el que los hogares financieros aumenten el gasto en pago obligaciones vencidas, que cada vez haya más personas reportadas en centrales de riesgo, afectando su vida crediticia, e inclusive que la salud mental y física de estos consumidores se vea afectada por el ahogo financiero.

Según los datos recolectados por el reporte anual de Transunion se vio reflejado un incremento en la proporción del ingreso de los hogares que es destinado a pagar deudas en los segmentos con puntajes crediticios de mayor riesgo en el país, como lo son las obligaciones para vivienda y automóvil, hasta llegar al 28% de los ingresos del colombiano promedio (Rodríguez, 2024). Según Olivella (citado en Rodríguez, 2024), los resultados en todos los segmentos de riesgo muestran un aumento en la carga financiera para los deudores. Colombia presenta poca educación financiera, lo que causa malos manejos de los créditos y lleva a la mala toma de decisiones frente a sus gastos personales e ingresos (Leal et. al, 2021, p.19). El aumento de los gastos de los hogares colombianos en el pago de obligaciones financieras implica un menor uso de los recursos en diferentes ámbitos como lo puede ser la alimentación, viajes, educación, etc...

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente es importante tener en cuenta que dentro del sector de financiación existen reportes negativos en centrales de riesgo, estos “ocurren cuando las personas no cumplen con el pago oportuno de su obligación y acumula una mora” (Minjusticia, 2022). Estos reportes en centrales de riesgo son utilizados para dar un resumen del manejo y comportamiento financiero de las personas, así dando a las entidades financieras una herramienta para facilitar o entorpecer el acceso a créditos o tarjetas de crédito al consumidor financiero (FNA, 2023). Como lo menciona el Fondo Nacional del Ahorro (2023), este reporte resulta muy importante para la vida de ellos colombianos ya que es un pilar importante para la obtención de vivienda, automóvil y demás préstamos que pueden impulsar la vida de una persona. Las desventajas más importantes de estar reportados en estas centrales de riesgo son la pérdida de credibilidad, la dificultad para el apalancamiento financiero y la imposibilidad de compra o arriendo de bienes inmuebles (Solorzano, 2023).

Por último, es importante saber que el ahogo financiero, los reportes negativos y la mala educación financiera también es causa comprobada de agravar o detonar el desarrollo de diferentes enfermedades mentales (Herrera, 2023). Inclusive, es posible analizar que en momentos de recesión y austeridad se han podido evidenciar como los intentos de suicidio y suicidios reales aumentaron (Ásgeirsdóttir et al., 2017). Según el estudio realizado por la American Psychological Association, “el estrés crónico producido por los retos financieros afecta al 26% de los estadounidenses” (BBVA, 2023). La desatención financiera genera situaciones de estrés, ansiedad, miedo e incertidumbre, cosa que puede llegar a detonar enfermedades mentales o empeorar condiciones de salud mental, comentaba la psicóloga Daniela Piña (citada en Herrera, 2023).

Los resultados de esta investigación aportarán a un vacío en el conocimiento dado que puede servir como insumo para avanzar en el desarrollo de las condiciones retos financieros e innovar

frente a la educación financiera brindada al consumidor final, todo esto teniendo en cuenta las repercusiones que puede llevar un mal hábito financiero, causado por falta de educación financiera. Y el aumento de probabilidad de que estas ocurran gracias a una mayor demanda de endeudamiento en el país junto con la ayuda de mayor número de créditos cedidos gracias a las Fintech se considera importante analizar: **¿Cuál es el impacto de las Fintech, dentro de su mercado objetivo, en la educación e inclusión financiera en**

Colombia?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar el impacto que las empresas Fintech están generando en la incorporación de nuevos nichos de consumidores al sistema financiero colombiano, con énfasis en la inclusión financiera y en los mecanismos de educación que se están implementando para estos nuevos usuarios en Colombia.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Conocer cuáles son los tipos de inclusión financiera promovidos por las Fintech.
- Identificar los criterios de evaluación crediticia utilizados por las Fintech, los cuales están permitiendo que estas puedan otorgar créditos a personas que no califican en el sistema bancario tradicional.
- Conocer los métodos por los cuales las Fintech están transmitiendo mensajes de educación financiera a sus usuarios.
- Analizar posibles aliados para la transmisión de mensajes de educación financiera al público.

2. Revisión de la Literatura

En el contexto de las Fintech, se hace necesario realizar una revisión teórica y conceptual que permita comprender cómo estas han emergido como una alternativa complementaria para facilitar el acceso a los servicios financieros. Esta aproximación resulta fundamental para entender su papel dentro de los procesos de transformación del sistema financiero tradicional, así como su impacto en la inclusión de nuevos actores que históricamente han estado excluidos del mismo.

Dentro de este segmento podremos analizar diferentes conceptos clave para la investigación, dando contexto acerca de las Fintech a nivel mundial y a nivel nacional. De igual forma podremos ver el estudio detrás de la inclusión financiera, la cual se ve más que todo reflejada en países en etapa de desarrollo. Por último, podremos analizar como la educación financiera juega un papel importante en el conocimiento de los usuarios y como este se ve reflejado en el día a día.

Estos conceptos son de alta importancia en la investigación teniendo en cuenta que las Fintech son los principales actores en el fomento de la inclusión financiera en el país. Y a consideración de la investigación es importante resaltar que la educación financiera es parte importante de estos avances en el país.

2.1. Fintech

El termino Fintech ha generado mucha popularidad en los últimos años por lo cual se ha venido presentando diferentes estudios que hablan acerca de cómo las Fintech están revolucionando la comunidad de los negocios y al mismo tiempo estas van a dar pie a que haya un crecimiento duradero de nuevas compañías (Haitao et al, 2024). Se ha mencionado como estas compañías

brindan finanzas digitales, las cuales funcionan como estrategias para desafíos socioeconómicos, centrándose en poblaciones vulnerables y países en crecimiento (Valencia et al, 2024). Todo esto también enfocado en como los colombianos universitarios han adoptado a las Fintech como una forma de crecimiento y educación financiera (Bermeo-Giraldo et al, 2024). Además, se pudo analizar cómo no solo los estudiantes sino como las personas de bajos recursos también se han adaptado a estas Fintech para poder tener una inclusión financiera, brindándoles nuevas oportunidades de ahorro y de manejo de negocios (Correa et al, 2022).

En general se puede ver como estas han ayudado a países como lo es Colombia en la lucha contra la pobreza ya que la banca tradicional no les da acceso a personas de bajos ingresos y las Fintech han traído soluciones de acceso a todas estas personas que la banca tradicional no considera como un buen usuario (Sanchez y Jiménez, 2022).

Arner et al (2019) mencionan como las Fintech son un jugador clave para la inclusión financiera, lo cual atrae muchas personas y empresas nuevas para un desarrollo sostenible. Dentro de la expansión que brindan las Fintech también se ve reflejado como esto puede ser una ayuda los estados para educar y agregar personas de bajos ingresos al modelo financiero (Gabor y Brooks, 2017). De igual forma “la investigación sobre tecnología financiera puede mejorar la inclusión financiera de los pobres al centrarse en estrategias comerciales, artefactos digitales, entornos comerciales, micro fundamentos e impactos en el desarrollo” (Lagna y Ravishankar, 2021).

La palabra Fintech viene de la abreviación del término Financial Technology, estas compañías son consideradas como la innovación más importante en el sector financiero y se encuentra evolucionando de una forma muy rápida (Lee y Shin, 2018). Esta palabra describe a empresas que cubren una alta gama de técnicas dentro de la prestación de servicios financieros y es un término muy actual que tiene una alta demanda tanto para académicos como profesionales (Gai et al, 2018). Este es un término que está revolucionando el mundo financiero, introduciendo

nuevas tecnologías y está atrayendo nuevos clientes por su forma fácil de utilizar y su innovación para la inversión (Goldstein et al, 2019). Este nuevo jugador en el sistema financiera será de mucha importancia para esta investigación dado a que es el principal actor en la inclusión financiera para nuevos nichos en Colombia, este deberá educar y proporcionar una mayor cantidad de créditos de igual forma será una parte importante donde recolectaremos las estadísticas de crecimiento de los préstamos en Colombia y el buen comportamiento de ellos usuarios. La inclusión financiera impacta al crecimiento económico particularmente en países de bajos recursos con una inclusión baja y donde hay nichos de usuarios sin explorar (Van et al, 2019).

2.2. Inclusión Financiera

El termino de inclusión financiera ha sido analizada sobre todo en países en desarrollo, ya que esta acelera el acceso y monitorea el compromiso con el sector financiero, esta ofrece nuevas formas para que los gobiernos incluyan hogares de bajos ingresos (Gabor y Brooks, 2017). Se estudia como esta inclusión les da a las instituciones financieras una mayor estabilidad, especialmente donde hay una calidad institucional solida brindando una mayor proporción de financiamiento y deposito a clientes (Ahamed et al, 2017). Se ha venido identificando como esta inclusión puede dar crecimiento a pequeñas y medianas empresas para desarrollar nuevos negocios y encontrar una forma de financiamiento y apoyo económico en todo su proceso de crecimiento (Ahmad et al, 2022). Se menciona que la inclusión financiera debe ser un término para crear empresas en lugar de solo una intervención central de desarrollo en favor de los hogares de bajos ingresos, liderada por el sector privado (Mader, 2018).

En Colombia, los bancos están cada vez más preocupados en crear nuevos productos y sistemas que puedan dar acceso a poblaciones vulnerables a través de la innovación social, incluyendo a la inclusión financiera dentro de sus mayores objetivos (Gómez et al, 2015). Se han introducido

aplicaciones para la inclusión financiera para agricultores rurales para así poder brindarles acceso a créditos, aunque se deben considerar habilidades tecnológicas y determinante sociales de educación para su adopción (Nova y González, 2022). Se les ha dado acceso a nuevos nichos de mercado al sector financiero, lo que ha impulsado a nuevas compañías a portar al crecimiento económico del país, esto gracias a más prestamos brindados y oportunidades de aceleración financiera (Cao-Alvira y Palacios-Chacón, 2019).

Como inclusión financiera se refiere al termino que define introducción de nuevos actores al sector financiero, esto al abordar las barreras a los servicios financieros para individuos des bancarizados y empresas (Gupta, 2018). Bajo esta introducción de nuevos participantes se les da acceso a prestamos formales y activos financieros, lo que mitiga la inversión insuficiente a la educación, aunque esta no contribuya a la inequidad de ingresos, ya que esta permite el ahorro de los que no tienen mayores ingresos (Kling et al, 2020). Esta puede brindar acceso a todos los servicios financieros a quienes no lo tenían de una forma responsable y sostenible en caso de ser bien usada (Ozili, 2020). Este concepto va a ser altamente utilizado en la investigación ya que muestra el ingreso al sector financiero de nuevos nichos de personas de bajos ingresos y empresas con poca financiación al mercado, estos van a utilizar productos como préstamos o métodos de financiación diferentes a través de las empresas que más estén fomentando el uso de nuevos integrantes de una forma fácil y segura.

2.3. Educación Financiera

La educación financiera es un término altamente estudiado, esto ya que se plantea la necesidad de desarrollar programas de educación desde una educación temprana como el colegio, lo cual en un futuro brinda buen manejo de productos financieros con utilización más profunda y actores de edades menores que producen mayores beneficios (Kaiser y Menkhoff, 2020). Aun así, también se ha estudiados en otros casos que la educación financiera no representa un cambio

mayor a futuro, esta tiene un impacto limitado en el comportamiento financiero de los consumidores y con un efecto decreciente en el tiempo (Fernandes et al, 2014). Lo anterior también ha sido apoyado por Fox et al (2005), mencionando que la educación financiera, aunque si ha sido de importancia para dar conocimiento a las personas, debe ser bien evaluada y dar una continuidad en el tiempo a las personas creando nuevos programas de desarrollo a través del tiempo. Aun así, si se resalta que la educación financiera a jóvenes estudiantes i ha dado frutos en que estos se incluyan en el sector financiero y sepan un poco más de conceptos que no son básicos y pueden dar buena fuente de ahorro (Walsatd et al, 2010). Dentro de un estudio hecho en Alemania se ha visto como esta promueve el uso responsable de derechos y obligaciones contractuales, facilitando futuros negocios y la acumulación de recursos a través de las finanzas (Weiss, 2020).

La educación financiera debería ser una condición necesaria en los programas educativos, ya que puede beneficiar a la sociedad económica, aun así, países como Colombia muestran un muy bajo nivel de desarrollo en las mediciones de competencia financiera (Patiño et al, 2022). La profundización en estudios financieros en Colombia impacta positivamente en la creación de empresas, el crecimiento económico regional y la creación en el sector industrial a través del uso de productos desconocidos para el colombiano común (Cao-Alvira y Palacios-Chacón, 2019). Inclusive, yendo un poco más fondo se pudo ver en un estudio hecho en Colombia, como la buena utilización de productos financieros y buen manejo económico permite persistencia y acceso a la educación universitaria, combatiendo la deserción estudiantil (Melguizo et al, 2011).

La educación financiera es un concepto que debe variar con el tiempo, aun así, se describe como el proceso en el que se brinda conocimiento, habilidades y motivación a los individuos para administrar el dinero de manera efectiva (Remund, 2010). La educación financiera brinda conocimiento crucial para que las personas tomen decisiones económicas acertadas, lo que

impacta se planificación de jubilación, su participación en el mercado de valores y su comportamiento de endeudamiento (Lusardy, 2014). Este concepto varío en la práctica y el contexto y no es solamente algo que pueda identificarse a través de una lectura y escritura en lenguaje financiero y contable, esto ya que debe dar también opción al cambio teniendo en cuenta la volatilidad e innovación en el sector económico (Bay, 2014). El concepto muestra una relevancia importante frente a lo hablado anteriormente, teniendo en cuenta que cada vez más personas de diferentes edades y rasgos sociales se están viendo involucradas en el sector financiero, se considera de lata importancia para la problemática estudiada tener un buen manejo económico al estar recibiendo cada vez más información y productos de fácil acceso.

2.4. Comparativo del acceso a productos financieros en Colombia

La inclusión financiera en Colombia ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años reflejando avances en el acceso de la población a productos y servicios del sistema financiero formal. Por lo que, este comportamiento puede observarse en la evolución porcentual de adultos con al menos un producto financiero entre 2018 y 2023, la tendencia resulta imprescindible para comprender el contexto de transformación financiera digital que ha acompañado la irrupción del ecosistema Fintech en el país.

Tabla 1 Evolución del acceso a productos financieros (2018–2023)

Indicador	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Observaciones / Evolución
% adultos con algún producto financiero	81,40%	82,50%	87,80%	89,40%	92,30%	94,60%	Tendencia sostenida al alza: +13,2 p.p. entre 2018 y 2023. Aceleración significativa entre 2019–2020 debido a digitalización forzada por pandemia.
Adultos con producto financiero	28 millones	29,4 millones	32 millones	33,3 millones	34,3 millones	36,1 millones	Crecimiento neto de 8,1 millones en 6 años. Refleja expansión de la oferta financiera y bancarización masiva.

Nuevos usuarios financieros	≈ 2 millones	más 1,4 millones (aprox.)	2,6 millones	1,3 millones	1 millón	1,4 millones	Aumento constante con picos en 2020 (pandemia) y 2023. El ingreso de nuevos usuarios ha sido clave para superar metas del PND.
Adultos con producto activo/vigente	23,5 millones	23,3 millones	26,4 millones	28,7 millones	29,1 millones	31,3 millones	Aumento estable desde 2020. Paso de 23,5M (2018) a 31,3M (2023), puesto que, refleja una mejora no solo en acceso sino en uso efectivo.
% de uso (producto activo)	68,5% (Población total) / 84,1% (usuarios)	66,0% (población total) / 80% (usuarios)	72,6%	77,6%	77,20%	82,00%	Mejora en intensidad de uso: sube de 68,5% en 2018 a 82% en 2023. Indicador más sensible a

							crisis y políticas de digitalización.
							Aumento de 16 puntos porcentuales en cinco años. Alcance casi universal en 2023 (94%). Refleja diversificación de productos y medios digitales.
% adultos con algún producto transaccional/ahorro	78%	79,30%	85,70%	87,80%	88,10%	94,00%	
Adultos con cuentas de ahorro	25,8 millones	26,7 millones	27, 9 millones	28,6 millones	29,7 millones	30,8 millones	Incremento continuo: +5 millones desde 2018. Ligado a estrategias de inclusión con productos simplificados.
Adultos con depósitos de bajo monto	4,9 millones	6,7 millones (DE), 4,2 millones (CATS), 4,2 millones (CAE)	34,7% (~12,7 millones)	14,4 millones	13,2 millones (≈ 38% de usuarios con depósitos pequeños)	27 millones	Fuerte crecimiento tras política de digitalización de billeteras. Se triplica entre 2019 y 2023, con salto

							notable en 2023 (27M).
% adultos con producto de crédito formal	40,50%	36,60%	22,2% (tarjeta) / 18,8% (consumo)	33,50%	35,9% (consolidado crédito formal – Superfinanciera)	35,30%	Caída en 2020 por pandemia y riesgo crediticio, con recuperación posterior moderada. Consolidación en torno al 35% a partir de 2021.
Empresas con acceso financiero	947.464	939.682	925.255 (personas jurídicas)	915.000 (personas jurídicas y naturales)	963.411 (personas jurídicas y naturales)	73,10%	Leve retroceso 2018–2021; repunte desde 2022. La formalización y digitalización del tejido empresarial impulsa el acceso.
Empresas registradas (total)	≈ 1.200.000	1.635.641 (según RUES)	≈ 1.750.000	1.705.000 (según RUES)	1.768.037 (RUES, 2022)	1,6 millones	Crecimiento acelerado hasta 2022, con leve corrección en 2023. Influye cierre de empresas

							inactivas y depuración del RUES.
Distribución sectorial empresarial	Cuenta de ahorro (650.189)						Mayor participación de servicios y comercio; manufactura y agro con rezagos. La banca digital y Fintech han impulsado inclusión en sectores informales.
	Cuenta corriente (502.986)					Servicios (41%), Comercio (40,6%), Manufactura (16,4%), Agro (2%)	
	Crédito comercial (255.410)				—		
	Tarjetas (96.499)						
	Microcrédito (12.952)						
Total, puntos físicos de contacto	465 por 100.000 adultos (≈ 135.797 puntos)	≈ 136.000 puntos	≈ 131.000 puntos	127.000 puntos (leve reducción por digitalización)	135.000 puntos (ligero aumento vs. 2021)	+1,9 millones	Estabilidad hasta 2021 con leve descenso por digitalización; recuperación en 2022–2023. Aumento por expansión en periferias y alianzas tecnológicas.

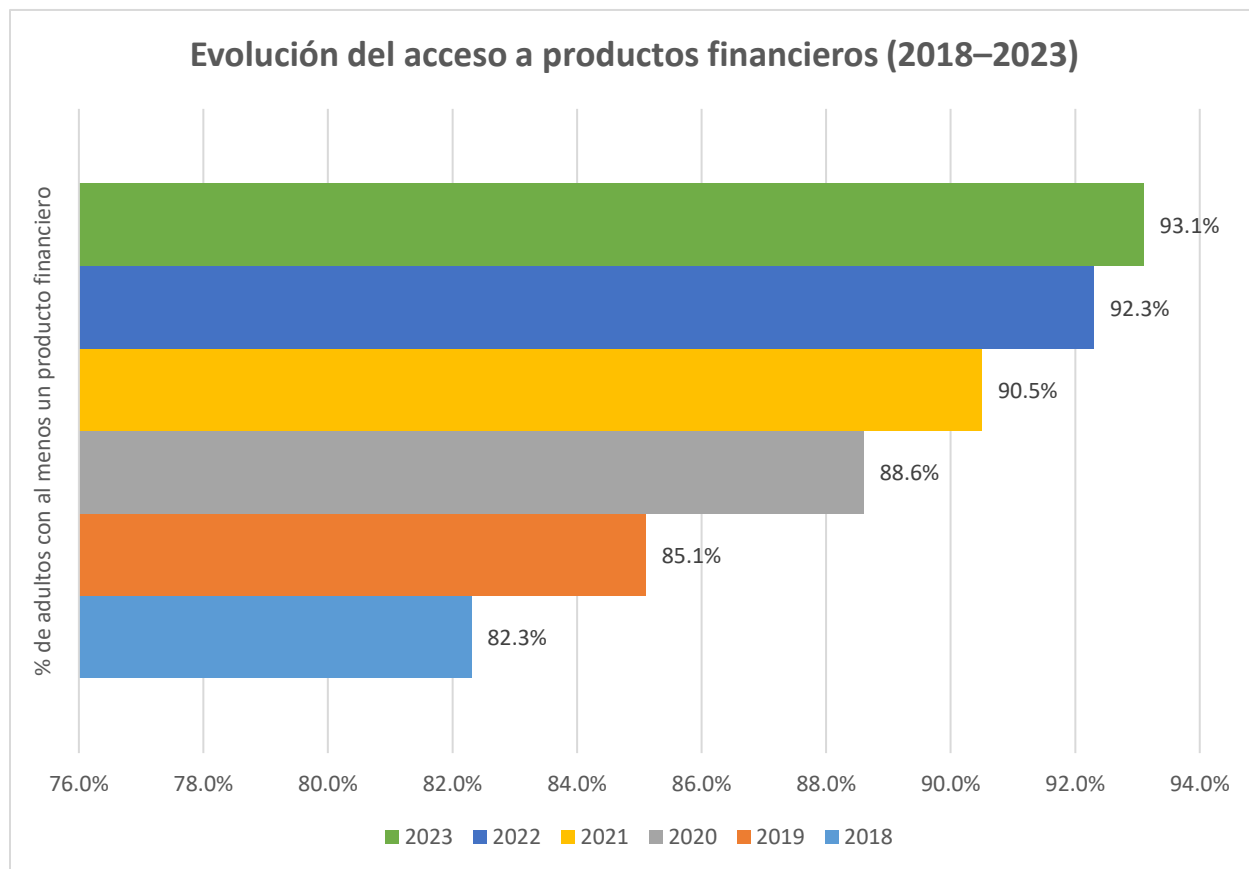
Contratos de corresponsalía activos	No disponible (pero 80% de corresponsales reportados activos)	80% de los registrados	80% activos	80% de los registrados (tendencia histórica)	494.210	587.983	Crecimiento fuerte entre 2022–2023 (+93.000 nuevos contratos). Aumento en corresponsales digitales y redes minoristas.
Densidad de corresponsales (por 10.000 adultos)	~46,5 (por 100.000 adultos) = 4,65 (estimado)	159,5 por 10.000 adultos	63,8	62,5 por 10.000 adultos	74 por 10.000 adultos	84	Alta variabilidad por metodologías. Mejora sostenida desde 2021, alcanzando 84 por 10.000 en 2023.
% operaciones monetarias digitales	19,90%	50%	60 a 65%	66,1%	70,3% (avance postpandemia)	62,90%	Crecimiento acelerado 2018–2022 con pico postpandemia (70,3%). Ligero descenso en 2023 posiblemente por consolidación de uso multicanal.
% operaciones no monetarias digitales	—			30,2% (consultas,	33,8% (consultas,	96,80%	Evolución explosiva: de 30%

				transferencias, apertura)	apertura, transferencias sin dinero)		en 2021 a 96,8% en 2023. Refleja madurez del ecosistema digital (consultas, apertura, actualizaciones, etc.).
Género, Ruralidad y Periferia	Mujeres: 80,0% – Hombres: 82,6%; Centenials (18–25): 57,2% vs. Baby Boomers (41–65): 89,1%; Rurales dispersos: 55,4%	Persisten	Persisten, con mayor énfasis en digitalización y cobertura rural	Brechas persistentes: Mujeres (87,5%) vs Hombres (91,2%); Rural (75,9%) vs Urbano (91,4%)	Persisten: brechas en zonas rurales (78,1%) vs urbanas (93,2%); mujeres (90,4%) vs hombres (94,1%)	Persisten	Persisten brechas de género y territoriales. Mujeres y zonas rurales siguen con menores niveles de inclusión y uso activo, pese a avances digitales.
Avances vs. Retos	Metas del PND: alcanzar 85% de inclusión y 77% de uso activo. Necesidad de cerrar brechas	Consolidación territorial y digital	6,6 p.p. en uso vs. 2019	Consolidación digital, brechas territoriales, acceso con equidad	Consolidación de acceso y digitalización; aún se mantienen brechas territoriales y demográficas	Agenda disruptiva: productos, canales, finanzas verdes, datos abiertos	Evolución desde metas estructurales del PND hacia una agenda más compleja: sostenibilidad, finanzas verdes,

territoriales, de
género y edad.

equidad territorial,
interoperabilidad y
datos abiertos.

Fuente: SFC (2023).

Figura 1 Evolución del acceso a productos financieros (2018–2023)

Fuente: Elaboración propia con base en reportes de Banca de las Oportunidades, Superintendencia Financiera de Colombia y Asobancaria (2023).

2.4.1 Análisis de la Tendencia

La gráfica revela un crecimiento constante de más de 10 puntos porcentuales en apenas cinco años. En 2018, solo el 82.3% de los adultos colombianos accedía a al menos un producto financiero, puesto que, esta cifra se elevó a 93.1% en 2023, marcando un aumento del 13.1% en términos relativos. Por lo que, el mayor salto se produjo entre 2019 y 2021, coincidiendo con la pandemia por COVID-19, evento que aceleró la digitalización de la economía y motivó la adopción de canales digitales para la realización de transacciones, apertura de productos y

solicitud de créditos. Ahora bien, este crecimiento también se relaciona con la diversificación de entidades financieras no tradicionales, especialmente las Fintech, que, a través de plataformas móviles, interfaces simplificadas y procesos ágiles de validación, han contribuido a la expansión del sistema hacia públicos antes desatendidos por la banca tradicional.

2.4.2. El rol de las Fintech en la expansión del acceso

En este contexto, el crecimiento del acceso financiero en Colombia no puede entenderse sin reconocer el papel de las Fintech como agentes facilitadores de inclusión, con base en que, estas empresas han aprovechado la penetración móvil y la conectividad digital para ofrecer productos financieros a personas sin historial crediticio, con ingresos informales o localizadas en zonas donde no hay cobertura bancaria física. Por lo que, las plataformas como Nequi, Lulo Bank, Tuya y Plurall han permitido a millones de colombianos abrir cuentas, recibir pagos y acceder a microcréditos a través de aplicaciones digitales, democratizando así el acceso al sistema. De la misma forma, estudios recientes de la Superintendencia Financiera y de Banca de las Oportunidades (2023) indican que más de 1.2 millones de personas accedieron por primera vez a un producto financiero durante el año 2022, en gran parte gracias a la intermediación digital, ya que, esto eleva los niveles de bancarización aparte que igualmente posiciona a Colombia como uno de los ecosistemas Fintech más dinámicos de América Latina, después de Brasil y México.

2.4.3. Consideraciones críticas

Pese a este panorama alentador, es importante matizar que el aumento en el acceso no necesariamente implica una participación financiera informada o sostenible. Tal como se ha evidenciado en otras secciones de esta investigación, la expansión del acceso no ha sido acompañada en igual medida por estrategias de educación financiera, con base en que, esto representa un desafío estructural que corresponde a los usuarios que ingresan al sistema, pero

sin las herramientas cognitivas ni el acompañamiento adecuado para gestionar sus finanzas de manera responsable. De este modo, de ahí que el análisis de esta gráfica no deba interpretarse únicamente como una victoria cuantitativa, sino como una oportunidad para profundizar en la calidad de la inclusión financiera, es decir, avanzar hacia un modelo en el que el acceso se traduzca en permanencia, salud financiera y empoderamiento económico.

Por lo tanto, la evolución positiva del acceso financiero entre 2018 y 2023 refleja una transformación estructural en el sistema financiero colombiano, dinamizada en gran medida por la irrupción del ecosistema Fintech. A pesar que, el verdadero reto está en convertir este acceso masivo en una participación sostenible, equitativa y responsable, lo cual exige integrar la educación financiera como eje transversal de las estrategias de inclusión, más allá de los indicadores de cobertura.

2.5. Hipótesis de la Investigación

Las Fintech en Colombia han sido cruciales para el mejoramiento de varios indicadores de acceso y uso de servicios en el sector financiero del país, esto siendo muy evidente en la contingencia causado por la pandemia de Covid-19 en el año 2020 (Chaparro, 2021, p.2). Las Fintech, como nuevo participante del sector financiero, “han logrado aumentar los ingresos y los márgenes de las entidades del sector, gracias al aumento de la cobertura, pero también han beneficiado al sector público y a la sociedad civil” (Chaparro, 2021, p.16). La inclusión financiera en el país, aunque también se ha visto aumentado gracias al avance del reconocimiento del crédito como un apalancador, también ha sido altamente influenciada por las Fintech, esto ya que promueven el acceso al crédito combatiendo modalidades informales de crédito como el llamado gota a gota (Carreño, 2023). Inclusive la Reina Máxima de los Países Bajos, que visitó Colombia como asesora del secretario general de las Naciones Unidas referente a Inclusión financiera para el

Desarrollo, menciona como en Colombia hace 10 años tan solo el 30% de los adultos tenían acceso a la banca formal y hoy esa cifra se ha duplicado (Montes, 2024).

Dentro de los análisis vistos anteriormente cabe resaltar que las Fintech han brindado nuevos productos de fácil acceso por lo que se llega a la siguiente hipótesis: **Las Fintech son un actor principal para los usuarios de bajos ingresos en Colombia introducidos en la inclusión financiera.**

Como lo menciona Carlos Rodriguez (2024) en su columna de revista semana, en un informe realizado por el Foro Económico Mundial, se ha podido ver como las Fintech muestran solidez y resistencia, esto a pesar del panorama económico incierto. Dentro de sus principales países de actuación se pueden ver Estados Unidos, Reino Unido, Singapur, México e India, lo que resalta el principal desafío que estas tienen en América Latina, esto debido a aspectos socio culturales (Rodriguez, 2024). Es importante para los nuevos usuarios integrados por la inclusión financiera poder tener una educación financiera que permita acceder a productos y servicios innovadores y que al acceder a estos también tengan la facilidad de entenderlos claramente (Coinscrap Finance, 2022). Como lo menciona Janeth Murillo (2022), cofundadora y CEO de Enbanca, las personas deben tener más información, “por el simple hecho que el tenerla les permitirá mejorar su vida crediticia, los podrá acercar a diferentes opciones en el sistema financiero y podrán identificar posibles intentos de suplantación de identidad de manera temprana con las huellas de consulta que puede ver en la plataforma” (Murillo, 2022).

Teniendo en cuenta lo anterior y analizando el aumento de la morosidad en Colombia se llega a la siguiente hipótesis: **Las Fintech no dan suficiente educación financiera a los nuevos integrantes de la inclusión financiera.**

Como lo menciona Paola Arias, directora de la Banca de Oportunidades, desde el año 2006 al año 2023 el número de adultos en Colombia con productos financieros aumento en más de 22 millones de personas. Aun así, según el Informe de Tendencias de la Industria de Crédito TransUnion Primer Trimestre 2024, se ha evidenciado un deterioro en el comportamiento de los usuarios financieros en Colombia, cosa que se puede observar en indicadores como las altas tasas de morosidad, las tasas de rodamiento y cosechas (Transunion, 2024). También es importante destacar que “La cartera de crédito no caía desde inicios de los 2000. En 2023 hubo una fuerte desaceleración, al punto que la profundización financiera ha caído a niveles de 2013” (El Espectador, 2024).

Basados en la información anterior viendo como ha habido un aumento de personas bancarizadas, pero lamentablemente este año hemos llegado a desaceleraciones económicas y alta tasas de morosidad se llega a la última hipótesis: **La educación y la inclusión financiera en el país no van de la mano.**

3. Metodología de la Investigación

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Con el propósito de verificar la validez de las tres hipótesis planteadas, se optó por la utilización del método de investigación cualitativa. Esto ya que se consideró como la mejor opción para poder conocer acerca de los procesos a través de los cuales las Fintech están promoviendo la inclusión financiera y las estrategias que estas emplean para la educación financiera de sus usuarios. Dado que se trata de procesos en constante evolución e innovación, se acudió directamente a aquellas personas que lideran e impulsan este sector. Por ello, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con un grupo de expertos del ecosistema Fintech, incluyendo dirigentes y cofundadores de algunas de las principales Fintech reconocidas en Colombia, quienes son los que tienen un mayor conocimiento frente a las iniciativas de inclusión y de educación financiera, dado que desempeñan un papel activo en la implementación de estas en el país.

Sin embargo, con el fin de complementar la perspectiva que nos brindan estos expertos, también se utilizó el método de investigación cualitativo para desarrollar un focus group conformado por diez personas que han hecho uso de los servicios ofrecidos por plataformas Fintech. Esta dinámica permitió recoger percepciones y experiencias desde el punto de vista de las personas que son mercado objetivo de las iniciativas de inclusión financiera. Al obtener ambos puntos de vista, el de los expertos del sector y los usuarios, se logró obtener una visión más completa del impacto real de las Fintech tanto en la inclusión como en la educación financiera al público.

Dentro de la entrevista se tocarán temas específicos de los conceptos antes estudiados, como Fintech, Inclusión Financiera y Educación Financiera.

3.2. Población y muestra

Con el objetivo de obtener información precisa y de primera mano, se llevaron a cabo entrevistas con diversos referentes del sector financiero, específicamente dentro del ecosistema Fintech en Colombia. Entre los participantes se encuentran altos directivos de Fintech respaldadas por grandes grupos empresariales, como los gerentes generales de RappiPay, Lulo Bank y Tuya, quienes aportaron una visión estratégica sobre la inclusión financiera desde estructuras corporativas consolidadas. Asimismo, se entrevistó a cofundadores de startups emergentes en el sector, como Avanzo, Mono y Plurall, quienes ofrecen un tipo de experiencia distinta en el sector. También se incluyeron representantes con experiencia en cargos directivos de empresas como Experian, Solventa y RapiCredit, entidades de análisis crediticio y financiamiento digital. Finalmente, se contó con el aporte de expertos dedicados a la consultoría en Fintech y miembros activos de gremios del sector, como Inswitch y Colombia Fintech, quienes brindaron una mirada transversal del sector referente a las preguntas realizadas en la entrevista.

Por otro lado, se hizo un ejercicio de “focus group”, en el cual se habló con diez personas que han hecho uso de los servicios ofrecidos por plataformas Fintech, muchas de las cuales se mencionaron en el párrafo anterior. Dentro de estas personas encontramos 6 profesionales recién graduados que previamente no habían tenido historial crediticio y 4 personas que trabajan en labores de servicio, un segmento de la población que históricamente ha sido excluida del sistema financiero tradicional en Colombia. Voces que resultaron fundamentales para comprender cómo las Fintech están logrando llegar a usuarios nuevos.

3.3. Instrumento de recolección de información

Para la recolección de datos cualitativos, se realizaron entrevistas semiestructuradas dirigidas a altos directivos de Fintech reconocidas en el país. Estas entrevistas se diseñaron con una estructura progresiva, la cual inició con una sección introductoria orientada a generar un ambiente de confianza y conocer la trayectoria y experiencia directivo. Luego, se abordaron temas de interés general y coyuntura nacional relacionados con el ecosistema financiero, lo que permitió contextualizar la conversación. Finalmente, las preguntas se enfocaron específicamente en los temas centrales de la investigación, adentrándose sobre los procesos de inclusión financiera desarrollados por sus empresas, sus estrategias comerciales para alcanzar poblaciones no bancarizadas y, particularmente, las iniciativas de educación financiera al público implementadas.

Las preguntas a estos altos directivos se encuentran en la tabla 2 a continuación:

Tabla 2 Cuestionario para el desarrollo de entrevistas a directivos de Fintech

Preguntas
¿Cuál es su nombre?
¿En qué empresa labora?
¿Cuánto tiempo lleva en esta empresa?
¿A qué se dedica su empresa?
¿Cuáles son los objetivos principales de su empresa para el 2025?
¿Cuál es el segmento de las empresas con quienes compiten?
¿Cómo atacan el problema de lavado de activos?

¿Son parte de la banca tradicional o no tradicional?

¿Cómo atacan el llamado “gota a gota”?

¿En que los afecta los últimos movimientos de la tasa de usura?

¿Cuál cree que es la solución a este debate?

¿Qué necesidades han encontrado para poder llegar a nuevos clientes?

¿Qué es la inclusión financiera?

¿Su empresa es participe de poder llegar a una mayor inclusión financiera?

¿Tiene un modelo para evaluar la capacidad de crédito del solicitante?

¿Cómo funciona su modelo?

¿Dentro del modelo que ustedes utilizan tienen en cuenta la inclusión financiera?

¿Cómo hacen para poder incluir a gente con menor capacidad de crédito?

¿Cuál es el proceso de validación de los datos financieros del solicitante?

¿Qué incentivos tiene el equipo comercial a la hora de ofrecer créditos?

¿Ofrecen contenido de educación financiera a sus clientes?

¿Considera que es suficiente el trabajo que hacen a la hora de educar a sus clientes?

Fuente: Elaboración propia

Como complemento a las entrevistas realizadas a directivos, también se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con expertos del sector, quienes, si bien no ocupan cargos directivos dentro de las empresas, cuentan con una amplia trayectoria en la consultoría y desarrollo de soluciones dentro del ecosistema Fintech en Colombia. La estructura de estas

entrevistas siguió una lógica similar: se inició con una fase introductoria para conocer la experiencia profesional de los entrevistados y su vínculo con el sector. Luego, se abordaron temas de coyuntura nacional y tendencias del mercado Fintech. Finalmente, se profundizó en aspectos clave de la investigación, tales como los avances en inclusión financiera y su percepción sobre la educación financiera que acompañen estos procesos de inclusión.

Las preguntas a estos expertos se encuentran en la tabla 3 a continuación:

Tabla 3 Cuestionario para el desarrollo de entrevistas a expertos del sector Fintech

Preguntas
¿Cuál es su nombre?
¿En qué empresa labora?
¿Cuánto tiempo lleva en esta empresa?
¿A qué se dedica su empresa?
¿Cuáles son los objetivos principales de su empresa para el 2025?
¿Cuál es el segmento de las empresas con quienes compiten?
¿Según su conocimiento como atacan las Fintech el problema de lavado de activos?
¿Ha trabajado anteriormente en una Fintech?
¿Cómo atacan el del llamado “gota a gota”?
¿En que afecta a las Fintech los últimos movimientos de la tasa de usura?
¿Cuál cree que es la solución a este debate?
¿Qué necesidades han encontrado para poder llegar a nuevos clientes en el pasado?

¿Qué es la inclusión financiera?

¿Cómo ha trabajado con la inclusión financiera?

¿Conoce un modelo para evaluar la capacidad de crédito del solicitante?

¿Cómo funcionan esos su modelo?

¿Conoce de modelos alternativos de capacidad de crédito?

¿Cómo Funcionan los modelos de alternativos de capacidad de crédito?

¿Cuál es el proceso de validación de los datos financieros del solicitante?

¿Conoce de los incentivos a los comerciales que ofrecen crédito?

¿Dentro de su experiencia ha trabajado con inclusión financiera?

¿Considera que es suficiente el trabajo que hacen las Fintech para educar a sus clientes?

Fuente: Elaboración propia

Por último, como parte del proceso de recolección de datos cualitativos, también se llevó a cabo un focus group con diez personas usuarias de plataformas Fintech, utilizando también un formato de conversación semiestructurada que permitió guiar la discusión sin restringir la espontaneidad. Esto con el propósito de comprender en profundidad las percepciones y experiencias de los usuarios, especialmente aquellos que han accedido recientemente al sistema financiero a través de estas plataformas. Al igual que las entrevistas anteriores la conversación se desarrolló en tres momentos. Primero se dio una primera parte introductoria orientada a conocer el perfil y el primer contacto de los participantes con las Fintech. Luego, se profundizó en las experiencias de uso de los servicios prestados centrándonos en el acceso al crédito. Y por último se habló acerca del acompañamiento recibido por parte de las entidades y su percepción frente a la educación brindada por las Fintech. Este ejercicio permitió contrastar las estrategias del mundo corporativo

con las experiencias reales de los usuarios, dando así una mirada más completa sobre la efectividad de las iniciativas de inclusión y educación financiera en el país.

Las preguntas a estos expertos se encuentran en la tabla 4 a continuación:

Tabla 4 Cuestionario guía para el desarrollo de entrevistas a usuarios de servicios Fintech.

Preguntas
¿Cuál es su nombre?
¿En qué empresa labora?
¿Cuánto tiempo lleva en esta empresa?
¿A qué se dedica su empresa?
¿Tiene cuenta de ahorros?
¿Ha tenido alguna vez un tipo de crédito?
¿Qué tipos de crédito ha utilizado?
¿ha utilizado crédito de los bancos tradicionales?
¿Alguna vez le han negado un crédito?
¿Lo instruyeron en el motivo por el cual se lo negaron?
¿Ha utilizado créditos de Fintech?
¿Considera que el acceso a estos fue más fácil que con banca tradicional?
¿Ha dejado de pagar por falta de recursos?
¿Ha recibido llamadas o mensajes de cobro?

¿Considera que en estos mensajes lo están educando financieramente?

¿Cuál es el nombre de la Fintech que utilizo?

¿Sabe que es la inclusión financiera?

¿Ha estado reportado en alguna central de riesgo?

¿Considera que en sus estudios tuvo educación financiera?

¿Lo han llamado a ofrecerle algún servicio de crédito?

¿Los asesores o la empresa le han dado educación financiera?

¿Considera que es suficiente el trabajo que hacen las Fintech para educar a sus clientes?

Fuente: Elaboración propia

3.4. Procedimientos

El proceso de investigación inició con una revisión rigurosa de la literatura existente sobre Fintech, inclusión y educación financieras en Colombia, lo que permitió contextualizar el problema. A partir de este marco teórico, se formularon preguntas clave que orientaron el diseño de las preguntas guía para las entrevistas semiestructuradas.

Con base en esas preguntas, se identificaron tres perfiles para entrevistar. En primer lugar, se definió la necesidad de hablar con altos directivos de Fintech, quienes ofrecieron una visión institucional. En segundo lugar, se consideró clave incluir a expertos del sector, con una percepción transversal para aportar una opinión sin sesgos sobre las dinámicas del sector. Finalmente, se pensó en la experiencia de los usuarios, especialmente aquellos que están siendo incluidos por primera vez en el sistema financiero digital, con el fin de entender cómo perciben la educación financiera brindada las Fintech.

Una vez definidos los grupos, se procedió a realizar las entrevistas semiestructuradas y el focus group, recolectando así perspectivas distintas. Posteriormente, se realizó un análisis cualitativo, que permitió identificar patrones y coincidencias entre los entrevistados. Este análisis llevo a conclusiones alineadas con los objetivos planteados y en la formulación de recomendaciones y propuestas concretas que buscan aportar a la solución del problema evidenciado tanto en las hipótesis iniciales como en los hallazgos obtenidos.

4. Resultados

4.1. Tipos de Inclusión Financiera en Colombia

Dentro del análisis realizado a partir de las entrevistas semiestructuradas aplicadas a distintos actores del ecosistema Fintech, se identificaron dos enfoques marcadamente distintos respecto a cómo se concibe y se implementa la inclusión financiera desde estas entidades. Esta diferencia está fuertemente influenciada por el tipo de organización al que pertenecen las Fintech entrevistadas. Por un lado, se encuentran aquellas Fintech respaldadas por grandes grupos empresariales con estructuras corporativas más rígidas y burocráticas, como es el caso de RappiPay y Lulo Bank. Por otro lado, están las Fintech independientes o emergentes, de menor escala institucional y con una mayor flexibilidad operativa, como Tuya, Solventa, Lineru, RapiCredit y Anticipo. La comparación entre ambos grupos permite evidenciar dos maneras muy diferentes de interpretar y aplicar el concepto de inclusión financiera.

En el caso de las Fintech con estructuras más corporativas, si bien en sus discursos institucionales se hace énfasis en la importancia de la inclusión financiera, esta se concibe principalmente desde la lógica del acceso digital. Es decir, su propuesta de valor se enfoca en facilitar el acceso a productos y servicios financieros a través de plataformas digitales intuitivas, que lleguen a zonas geográficas donde la banca tradicional no tiene presencia física. Un ejemplo claro de esto es Lulo Bank, que dentro de su estrategia busca captar a usuarios jóvenes y tecnológicamente activos, a quienes se les brinda una experiencia bancaria ágil y sin fricciones. Sin embargo, al analizar sus criterios de otorgamiento de crédito, se observa que estas entidades priorizan perfiles con ingresos constantes, historial crediticio positivo y una estabilidad financiera comprobable. En consecuencia, su modelo de negocio no se dirige principalmente a personas que históricamente han sido excluidas del sistema financiero, como trabajadores informales o personas sin historial crediticio previo. Por tanto, la inclusión que promueven se limita a una

ampliación del acceso tecnológico, pero no necesariamente abarca una democratización del crédito o la integración efectiva de poblaciones vulnerables.

En contraposición, las Fintech independientes o de menor escala, a excepción de Tuya, quien es subsidiaria de Bancolombia, muestran un compromiso más explícito y operativo con la inclusión financiera en su sentido más profundo. Entidades como Tuya, Solventa, Lineru, Rapicredit y Anticipo centran sus esfuerzos en llegar precisamente a aquellos segmentos de la población que han sido sistemáticamente marginados por la banca tradicional. Estos incluyen personas con ingresos variables o informales, jóvenes sin historial crediticio o con antecedentes heredados desfavorables, e incluso individuos con acceso limitado a documentación financiera formal. Para estas Fintech, la inclusión financiera implica brindar oportunidades reales de acceso al crédito, acompañadas —en algunos casos— de mecanismos para construir historial crediticio desde cero. Su modelo se basa en evaluar otros factores más allá del historial bancario convencional, utilizando tecnologías alternativas de análisis de riesgo que permiten ampliar significativamente la base de usuarios potenciales. En este sentido, su enfoque representa una aproximación más transformadora y socialmente orientada al concepto de inclusión financiera.

En suma, el trabajo de las Fintech en Colombia en torno a la inclusión financiera se expresa de formas distintas según su estructura organizacional y modelo de negocio. Mientras que unas promueven el acceso digital como sinónimo de inclusión, otras abordan el problema desde la raíz, permitiendo que personas tradicionalmente excluidas puedan ingresar y permanecer activamente en el sistema financiero. Esta dualidad de enfoques demuestra que, aunque el ecosistema Fintech en su conjunto está jugando un papel relevante en la ampliación del acceso a servicios financieros, aún persisten diferencias sustanciales en los objetivos, estrategias y poblaciones objetivo de estas entidades.

Tabla 5 Tipos de Inclusión Financiera en Colombia

Criterio	Fintech Tradicionales (Ej. RappiPay, Lulo Bank)	Fintech Disruptivas (Ej. Plurall, Tuya, Solventa)
Acceso geográfico	Alto, vía canales digitales	Alto, con enfoque en zonas rurales y vulnerables
Criterios de crédito	Ingresos formales, historial positivo	Data alternativa, ingresos informales
Público objetivo	Jóvenes digitales con empleo estable	Usuarios sin historial o informales
Enfoque pedagógico	Limitado, reactivo	Pilotos educativos puntuales, bajo alcance
Relación con gota a gota	Indirecta	Directa: buscan reemplazar crédito informal
Innovación crediticia	Algoritmos tradicionales	Evaluación psicométrica y comportamiento digital

Fuente: Elaboración propia

4.2. Coyuntura Nacional

Uno de los temas transversales que emergió durante las entrevistas realizadas a expertos del sector Fintech y a altos cargos directivos de entidades reconocidas fue la situación coyuntural que enfrenta Colombia en torno al acceso al crédito informal, particularmente con el fenómeno

del gota a gota, y los desafíos regulatorios ligados a la tasa de usura vigente. Estas dos problemáticas fueron recurrentemente señaladas como barreras que limitan tanto la inclusión financiera como la sostenibilidad de los modelos de negocio de las Fintech que buscan atender a poblaciones tradicionalmente excluidas.

El fenómeno del gota a gota hace referencia a una práctica informal de préstamo de dinero caracterizada por ofrecer montos bajos con desembolsos inmediatos, sin requisitos formales ni garantías contractuales, como nos comentaba el CEO de Tuya. Este mecanismo esconde tasas de interés extremadamente altas, mecanismos coercitivos de cobranza y condiciones opacas para el deudor, puesto que, es una expresión directa de la exclusión financiera estructural en Colombia, donde una parte significativa de la población acude a este tipo de prestamistas ante la imposibilidad de acceder al sistema financiero formal (Superintendencia Financiera, 2022). Según Banca de las Oportunidades (2021), más del 10% de los hogares colombianos ha accedido a este tipo de préstamos en algún momento, principalmente por la falta de historial crediticio, ingresos formales o acceso a entidades bancarias. Lamentablemente, aunque de fácil acceso, estos comprometen la estabilidad económica del deudor debido a su carga financiera desproporcionada, como nos continuaba explicando el CEO de Tuya.

Los entrevistados coincidieron en destacar la gravedad de este fenómeno en distintas regiones del país. Se trata de una modalidad de financiamiento informal, en la que individuos acceden a préstamos rápidos ofrecidos por prestamistas ilegales, generalmente sin intermediación bancaria ni garantías formales, pero con condiciones altamente riesgosas. Las tasas de interés en estos esquemas son extremadamente elevadas, y las condiciones de pago implican amenazas, coacción y, en algunos casos, violencia, lo que genera consecuencias sociales y económicas profundamente negativas para los usuarios, como nos explicaba el actual CEO de Lulo Bank. Lo más preocupante es que este tipo de endeudamiento suele ser la única opción para personas

que no califican en los filtros tradicionales de riesgo utilizados por la banca formal, por lo que el gota a gota se ha posicionado como un síntoma directo de la exclusión financiera estructural.

Frente a esta realidad, varios directivos entrevistados —específicamente de las Fintech Tuya, Mono, Solventa y Plurall— expresaron que uno de los objetivos centrales de su operación es precisamente ofrecer una alternativa legítima y sostenible para este tipo de usuarios. Estas empresas han estructurado sus productos pensando en atender a personas sin historial crediticio, con ingresos informales o intermitentes, y que normalmente son rechazadas por el sistema bancario tradicional. Para estos directivos, la inclusión financiera no es únicamente una meta comercial, sino también un mecanismo de contención social ante prácticas informales peligrosas, como el gota a gota. Al integrar tecnologías de evaluación crediticia alternativa, canales digitales de bajo costo y modelos de acceso simplificados, estas Fintech buscan reemplazar al prestamista informal con soluciones que brinden seguridad, trazabilidad y eventualmente, movilidad financiera ascendente.

Por otro lado, otro aspecto profundamente debatido en las entrevistas fue el de la tasa de usura vigente en Colombia, que para el momento de la investigación se encontraba en 25.97%. Este límite legal representa la tasa máxima de interés que puede cobrarse por un crédito, y aunque está diseñado como un mecanismo de protección al consumidor, los directivos de entidades como RappiPay, Lulo Bank y Tuya expresaron una preocupación compartida: este techo regulatorio limita la capacidad de las Fintech de asumir el riesgo que implica prestar a poblaciones con bajo historial crediticio o sin ingresos formales. A diferencia de la banca tradicional, muchas Fintech están dispuestas a asumir un mayor riesgo crediticio, pero necesitan margen suficiente para compensar posibles pérdidas por morosidad o incobrabilidad. Al estar atadas a una tasa máxima que no siempre cubre este riesgo, se ven obligadas a restringir el acceso al crédito, afectando directamente a los usuarios que más necesitan inclusión. Algunos entrevistados

llegaron a comparar esta situación con otros países de la región, como México, donde no existe una tasa de usura legalmente establecida, lo que les da a las Fintech una mayor maniobrabilidad para diseñar productos adaptados a poblaciones diversas y con mayores niveles de riesgo.

En conjunto, estos hallazgos permiten comprender que la inclusión financiera en Colombia no solo depende de la voluntad de innovación de las Fintech, sino que también está sujeta a condiciones estructurales y regulatorias que pueden limitar su impacto. Si bien las Fintech se perfilan como actores clave en la lucha contra prácticas como el gota a gota, su capacidad de respuesta está condicionada por marcos legales que aún no se adaptan con suficiente flexibilidad a la naturaleza dinámica y disruptiva del ecosistema digital financiero. Esta tensión entre innovación y regulación se presenta como uno de los grandes desafíos actuales del sector, y será fundamental para determinar el alcance real de la inclusión financiera en los próximos años.

Por último, también se ha podido hablar con un entrevistado acerca de cómo la falta de educación financiera puede ser una causante de una coyuntura como el aumento de cartera vendida en el país. Teniendo en cuenta lo mencionado en capítulos anteriores, la educación financiera puede definirse como el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes que permiten a los individuos tomar decisiones informadas sobre el uso del dinero, el crédito y el ahorro (Remund, 2010). Por lo que, una adecuada alfabetización financiera previene el sobreendeudamiento, mejora la planificación del gasto y fortalece la capacidad de evaluación de riesgos. En Colombia, múltiples investigaciones y reportes oficiales han vinculado directamente la falta de educación financiera con el endeudamiento irresponsable. Según el Informe de la Industria de Crédito de TransUnion (2024), un porcentaje significativo de los créditos en mora correspondían a personas que utilizaron altos cupos de crédito sin tener la capacidad de pago correspondiente. En este contexto, un estudio de Datacrédito (2020) encontró que más del 50% de los usuarios usaron los

recursos de sus créditos para resolver emergencias o pagar otras deudas vencidas, mientras que el 41.75% desconocía el impacto negativo del impago sobre su historial crediticio.

Cabe destacar que, este comportamiento de impago, luego de un largo tiempo se traduce en lo que se conoce como “cartera vendida”, es decir, créditos incobrables que son transferidos por los prestamistas a empresas de recuperación, como no lo explicaba el fundador y CEO de Avanzo. Por lo que, esta dinámica ha aumentado en los últimos años, y expertos del sector entrevistados para este estudio han coincidido en que uno de los principales factores es la asignación de cupos altos de crédito sin un acompañamiento formativo previo, es decir, la facilidad de acceso no ha sido equilibrada con una comprensión de las implicaciones de asumir compromisos financieros elevados.

4.3. Evaluación Crediticia No Convencional

Uno de los aportes más significativos del ecosistema Fintech a la inclusión financiera en Colombia tiene que ver con la transformación de los modelos de evaluación crediticia, especialmente orientados a poblaciones que históricamente han sido excluidas por los criterios tradicionales del sistema bancario. Durante el proceso de entrevistas con directivos y cofundadores de diferentes Fintech, se evidenció una clara diferenciación entre aquellas empresas que mantienen un enfoque de riesgo más tradicional —como RappiPay y Lulo Bank, cuyos productos están dirigidos principalmente a personas con historiales crediticios sólidos, ingresos formales y un perfil financiero consolidado—, y aquellas que han decidido enfocarse de manera explícita en segmentos no bancarizados o subatendidos, como Tuya, Solventa, Lineru, Plurall y Anticipo.

La conversación con el cofundador de Mono, si bien esta Fintech actualmente no otorga créditos, fue clave para introducirnos en el concepto de data alternativa, entendida como todo tipo de información no financiera tradicional que puede ser utilizada para evaluar el comportamiento de

riesgo crediticio de una persona. A partir de esta y otras entrevistas con líderes de Fintech dedicadas al crédito, se evidenció que uno de los mecanismos más innovadores en el sector es precisamente la integración de esta data alternativa en los modelos de decisión automatizada.

Entre los ejemplos más comunes de datos alternativos utilizados por estas Fintech se encuentran: el historial de pagos de servicios públicos como agua, luz o gas; los pagos de planes de telefonía celular ya sean pospago o incluso recargas frecuentes en planes prepago; el comportamiento de compra en supermercados o cadenas minoristas, monitoreado a través de membresías o tarjetas de fidelización; así como información sobre la frecuencia y puntualidad con que se realizan estas transacciones. Adicionalmente, algunas empresas analizan el comportamiento del usuario durante sus primeras interacciones crediticias (como microcréditos o créditos piloto), y con base en la respuesta frente al pago de estas pequeñas deudas, se construyen perfiles predictivos sobre su riesgo futuro.

Otros factores interesantes que se utilizan como variables de análisis incluyen aspectos como la ubicación geográfica dentro de la ciudad (lo cual puede reflejar niveles de informalidad o zonas de riesgo crediticio), el idioma configurado en el celular, o la disposición del usuario a responder llamadas o correos electrónicos, lo cual se asocia con su potencial nivel de compromiso y disponibilidad para procesos de cobranza. Estas variables, aunque pueden parecer atípicas desde una lógica bancaria tradicional, se están convirtiendo en indicadores de comportamiento clave para segmentar a la población sin historia crediticia formal.

Además, algunas Fintech están empezando a incorporar herramientas de análisis psicométrico, en las cuales, a través de formularios breves o pruebas cognitivas digitales, se pueden inferir rasgos de personalidad asociados a la propensión al pago, como la responsabilidad, la aversión al riesgo o la planificación a largo plazo. Otras empresas analizan el uso del dispositivo móvil:

por ejemplo, cuántas veces cambia de número el usuario, qué aplicaciones financieras utiliza o si realiza transacciones digitales con frecuencia.

Este enfoque integral de evaluación permite a las Fintech ampliar significativamente su base de clientes, sin comprometer su sostenibilidad financiera. Al combinar tecnología, análisis predictivo y datos no convencionales, están logrando incluir a sectores que la banca tradicional no contempla, y al mismo tiempo construir una nueva lógica de crédito más contextual, personalizada y sensible a la realidad del mercado colombiano. Sin embargo, también se hace evidente la necesidad de establecer marcos regulatorios claros y éticos para el uso de datos, especialmente cuando se trata de información sensible que podría implicar sesgos o decisiones automatizadas sin transparencia.

4.4. Herramientas Utilizadas por las Fintech para la Educación Financiera

Uno de los hallazgos más relevantes dentro de esta investigación fue el contraste entre la retórica de inclusión financiera promovida por las Fintech y los métodos reales utilizados para educar financieramente a los nuevos usuarios que acceden a sus servicios. Durante las entrevistas realizadas tanto con directivos como con expertos del ecosistema, se identificó un fenómeno común: la educación financiera está, en la mayoría de los casos, relegada a procesos reactivos, en lugar de ser concebida como una estrategia preventiva y estructurada.

Esto fue señalado de forma clara por una experta en consultoría del sector Fintech, anteriormente CEO de Solventa y actualmente parte del equipo de Inswitch. Según su testimonio, muchas Fintech consideran que el acto de advertir al usuario sobre las consecuencias de no pagar una deuda —como el reporte negativo en centrales de riesgo— equivale a brindar educación financiera. Sin embargo, como ella misma lo enfatiza, esta información suele llegar en una etapa muy tardía del proceso, cuando el usuario ya se encuentra en mora y ha sufrido las consecuencias financieras de sus decisiones. En este sentido, la llamada “educación” no es

preventiva, sino punitiva y tardía, lo que impide una verdadera transformación en los hábitos de consumo y en la toma de decisiones económicas de los usuarios.

Esta visión fue compartida por directivos de empresas como RappiPay, Lulo Bank, Tuya, Solventa y Mono, quienes coincidieron en que la implementación de programas formales de educación financiera previos al acceso al crédito implicaría un esfuerzo operativo y económico considerable, que muchas veces las Fintech no están dispuestas a asumir. El cofundador de

Mono fue particularmente enfático al describir el desinterés estructural por desarrollar este tipo de iniciativas, señalando que la mayoría de las Fintech priorizan la expansión de negocio, la captación de usuarios y la eficiencia operativa por encima de los objetivos formativos.

Esta tendencia también fue confirmada por el exdirector de Experian y actual líder de riesgo en Solventa, quien relató cómo, en múltiples juntas directivas, se propusieron iniciativas de educación financiera, pero estas no fueron aprobadas debido a su alto costo y a la falta de métricas claras que permitieran demostrar un retorno de inversión en términos de disminución de morosidad. De hecho, algunos directivos expresaron literalmente que no estaban dispuestos a invertir recursos en programas que no ofrecieran evidencia contundente de impacto, afirmando que, si alguien deseaba “experimentar con ese tipo de modelos, debía hacerlo con su propio capital, no con el de la empresa”.

A pesar de este panorama, algunas excepciones sí fueron reportadas. Empresas como Tuya y Solventa han intentado implementar programas piloto o contenidos informativos destinados a preparar financieramente a sus usuarios. Sin embargo, incluso en estos casos, los esfuerzos fueron percibidos como ineficientes o poco valorados por los mismos usuarios, lo que condujo a su discontinuación. En ese sentido, la cofundadora de Plurall fue una de las pocas personas entrevistadas que afirmó con convicción que su empresa sí realiza esfuerzos sostenidos en

educación financiera, aunque reconoció que el problema principal radica en la baja receptividad de los usuarios, quienes en su mayoría no leen ni prestan atención a los materiales educativos que les son enviados.

Finalmente, otro punto crucial fue mencionado por un directivo que reflexionó sobre la lógica competitiva que rige al sector Fintech. Desde su perspectiva, muchas empresas otorgan crédito por la simple presión del mercado y no tanto por un análisis responsable del impacto de ese crédito en la vida financiera del usuario. Comparó esta lógica con la industria del retail, donde

“una tienda de ropa no va a dejar de vender una chaqueta solo porque el cliente ya tiene muchas”. Esta analogía ilustra con crudeza la ausencia de una visión de corresponsabilidad en la construcción de hábitos financieros saludables.

En conclusión, los resultados de las entrevistas demuestran de manera consistente que, si bien el discurso de inclusión financiera está presente en la narrativa de muchas Fintech, la educación financiera no es actualmente una prioridad estructurada dentro del modelo de negocio del sector. La mayoría de los entrevistados fueron tajantes al reconocer que los métodos actuales no son suficientes ni verdaderamente efectivos. Esto abre la puerta a una conversación urgente sobre la necesidad de crear alianzas estratégicas, incentivos regulatorios o mecanismos colaborativos que permitan mejorar la alfabetización financiera de los nuevos usuarios sin que esto represente una carga excesiva para las empresas.

4.5. Experiencia del Usuario Frente a la Educación Financiera

Como parte del componente cualitativo de esta investigación, se desarrolló un focus group con diez participantes que han utilizado servicios Fintech como su principal o único canal de acceso al sistema financiero. La muestra estuvo compuesta por seis jóvenes profesionales recientemente graduados, sin historial crediticio previo, y cuatro trabajadores del sector de

servicios, un grupo históricamente excluido por la banca tradicional en Colombia. La conversación se centró en sus experiencias de uso, su comprensión de los productos financieros ofrecidos y sus percepciones sobre la educación financiera brindada por estas entidades.

Uno de los hallazgos más consistentes fue la percepción positiva respecto a la facilidad de acceso a los productos financieros. El 90% de los participantes manifestó que las Fintech facilitaron significativamente el proceso de solicitud, especialmente en comparación con la banca tradicional. La posibilidad de realizar todos los trámites desde un dispositivo móvil, sin acudir físicamente a una sucursal ni presentar documentación extensa, fue valorada como un atributo diferencial. No obstante, esta agilidad también tuvo implicaciones negativas: varios usuarios admitieron haber accedido a créditos sin comprender plenamente las condiciones contractuales o sin evaluar adecuadamente su capacidad real de endeudamiento. Esta situación refuerza la urgencia de incorporar estrategias de orientación financiera desde el primer punto de contacto con el usuario.

Desde otra perspectiva, los resultados más preocupantes surgieron al abordar la dimensión pedagógica de los servicios Fintech. Ninguno de los participantes indicó haber recibido algún tipo de orientación o contenido educativo por parte de la entidad en la que obtuvo su crédito. Además, todos los participantes reconocieron haber recibido mensajes relacionados con la morosidad, los cuales reflejan un enfoque reactivo en lugar de preventivo. Sin embargo, estos mensajes no son percibidos como mecanismos efectivos de educación financiera. Esta brecha evidencia que la educación financiera no está siendo integrada como una parte estructural del ciclo de vida del cliente, debilitando así el verdadero potencial transformador de la inclusión digital. Cabe subrayar que el 70% de los participantes no comprendía completamente las condiciones de su crédito al momento de contratarlo y el 50% desconocía las consecuencias específicas de incurrir en mora, como el reporte a centrales de riesgo o el impacto negativo en su historial crediticio. Esta

desinformación contribuye directamente al sobreendeudamiento y a decisiones financieras poco informadas, especialmente entre los nuevos usuarios sin experiencia previa en productos financieros.

Tabla 6 Percepción de usuarios sobre educación financiera en Fintech

Ítem Evaluado	% de Respuestas	% de Respuestas
	Positivas	Negativas
¿El acceso fue más fácil que en banca tradicional?	90%	10%
¿Recibió educación financiera previa al crédito?	0%	100%
¿Comprendió completamente las condiciones del crédito?	30%	70%
¿Considera útiles los contenidos educativos recibidos?	0%	100%
¿Conocía el impacto de no pagar a tiempo (morosidad, reportes, etc.)?	50%	50%

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, el ejercicio permitió constatar que, aunque las Fintech han logrado ampliar significativamente el acceso financiero a nuevos nichos de población, no han integrado de manera efectiva mecanismos de educación financiera preventiva. Esta omisión representa no solo un riesgo para la salud financiera de los usuarios —al facilitar decisiones poco informadas y

el sobreendeudamiento—, sino también una amenaza para la sostenibilidad del modelo de negocio Fintech, al contribuir al aumento de los niveles de morosidad y al deterioro de la cartera. No obstante, los testimonios recogidos sugieren una alta receptividad por parte de los usuarios hacia modelos de formación que sean accesibles, claros y contextualizados, siempre que estos se integren de manera orgánica en la experiencia del usuario y no se limiten a advertencias tardías o cláusulas contractuales. Por lo que, en consecuencia, se hace urgente repensar el rol formativo que deben asumir las Fintech dentro del ecosistema de inclusión financiera.

4.6. Organizaciones Clave en la Difusión de Educación Financiera

Dentro del grupo de expertos entrevistados, fue posible identificar a varios actores clave que, más allá de su rol dentro del ecosistema Fintech, se han convertido en verdaderos activistas y promotores de la educación financiera como herramienta fundamental para la sostenibilidad de los procesos de inclusión financiera. Una de las voces más destacadas fue la de una consultora con amplia trayectoria en el sector, actualmente directora de operaciones en Inswitch, quien ha liderado múltiples iniciativas en conjunto con gremios como Colombia Fintech. Esta experta ha promovido, por ejemplo, espacios de conversación enfocados en mujeres, con el fin de cerrar brechas históricas de acceso al crédito y transformar la visión tradicionalmente masculina del sistema financiero. Estas iniciativas no solo se orientan a la alfabetización financiera básica, sino también al empoderamiento económico y a la construcción de ciudadanía financiera activa.

Otro caso representativo fue el actual CEO de Lulo, ex CEO de RappiPay, quien compartió con énfasis su visión crítica frente a la forma en que muchas Fintech abordan la inclusión financiera, centrada casi exclusivamente en la oferta de crédito. Según su perspectiva, esta estrategia puede distorsionar el verdadero propósito de la inclusión, pues muchas personas ingresan al sistema financiero a través del endeudamiento, sin una comprensión clara de sus implicaciones. Como respuesta a esto, él ha impulsado iniciativas educativas tempranas a través de un proyecto

denominado Autonomistas, que promueve una visión de inclusión basada en el ahorro, el manejo responsable del dinero y la planificación financiera, más allá del acceso al crédito como única puerta de entrada.

Adicionalmente, en el marco de las entrevistas, surgieron otras menciones relevantes de actores que podrían ser aliados estratégicos en la difusión de contenidos educativos, tales como Mis Propias Finanzas, una plataforma ampliamente reconocida por su enfoque pedagógico y cercano, especialmente para públicos jóvenes. A pesar de estos esfuerzos individuales, tanto expertos como directivos coincidieron en señalar la falta de inversión por parte de las Fintech en programas estructurados de educación financiera, lo cual refuerza la necesidad de que entidades gubernamentales asuman un rol más activo. Instituciones como la Superintendencia Financiera, la Superintendencia de Industria y Comercio, o incluso organismos como la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, fueron mencionadas como actores con potencial para articular estrategias más amplias. Asimismo, surgió el nombre de Atenea, una agencia estatal enfocada en la educación de jóvenes en Colombia, que podría convertirse en un aliado crucial para promover una formación financiera desde edades tempranas, como parte integral de la política pública.

5. Conclusiones

Los hallazgos obtenidos a través de las entrevistas semiestructuradas realizadas a directivos, expertos del sector Fintech y usuarios vinculados al sistema financiero evidencian que estas nuevas entidades digitales han logrado consolidarse como actores protagónicos en los procesos de inclusión financiera en Colombia. En particular, Fintech como Tuya, Solventa, Lineru, Plurall y Anticipo han orientado su modelo de negocio hacia poblaciones que históricamente han sido excluidas del sistema financiero tradicional, como personas con ingresos informales, sin historial crediticio o con antecedentes financieros deteriorados. A través del uso de data alternativa, estas entidades evalúan el riesgo crediticio mediante variables como el pago de servicios públicos, el comportamiento digital, la ubicación del usuario o sus hábitos de consumo. Este enfoque les ha permitido asumir mayores niveles de riesgo con el propósito explícito de integrar financieramente a grupos que, bajo los modelos tradicionales, no habrían accedido a servicios formales. En ese sentido, estas Fintech representan un esfuerzo concreto y directo de inclusión financiera, al abrir las puertas del sistema a quienes antes estaban estructuralmente excluidos.

Por el contrario, empresas como Rappipay y Lulo, aunque ampliamente reconocidas en el ecosistema Fintech, no han orientado sus esfuerzos a la inclusión de usuarios marginados del sistema financiero. Sus modelos se centran en la digitalización de servicios ya existentes, dirigidos principalmente a segmentos con cierto nivel de bancarización, historial crediticio o estabilidad económica. Si bien optimizan la experiencia del usuario mediante plataformas ágiles e interfaces digitales, esto no implica una transformación real de las barreras estructurales de acceso que afectan a millones de colombianos. Al no incluir a públicos sin acceso previo, ni desarrollar mecanismos alternativos para evaluar riesgos o adaptar sus productos a realidades informales, su contribución se limita a mejorar la eficiencia del sistema para quienes ya estaban

dentro, sin ampliar el alcance real de la inclusión. Esto pone en evidencia una disonancia importante: aunque se posicionan como parte del ecosistema de inclusión financiera, en la práctica reproducen las lógicas excluyentes de la banca tradicional

Aun así, este conjunto de enfoques diversos permite analizar que el ecosistema Fintech en Colombia está atravesando un proceso de transformación que combina, por un lado, propuestas que verdaderamente abren nuevas puertas a poblaciones vulnerables y, por otro, modelos que se enfocan en optimizar la experiencia de usuarios ya bancarizados. Las primeras, como Tuya, Solventa, Lineru, Plurall y Anticipo, están ampliando de forma genuina los límites de la inclusión financiera mediante la flexibilización de requisitos, el uso de data alternativa y la adaptación a contextos de informalidad económica. Mientras tanto, otras Fintech, como Lulo y Rappipay, están contribuyendo más a una modernización del sistema tradicional que a una expansión del acceso, al mantener prácticas similares a las de la banca formal y no adaptar sus productos a las necesidades de los históricamente excluidos. Esta dualidad evidencia que, aunque el ecosistema Fintech en su conjunto está replanteando ciertos estándares de agilidad, accesibilidad y digitalización, no todas sus expresiones están comprometidas con la transformación estructural de la inclusión financiera en el país.

A pesar del papel protagónico que las Fintech han asumido en la transformación del sistema financiero en el país, los resultados también revelan una desconexión profunda entre los procesos de inclusión y las estrategias de educación financiera. Este vacío es particularmente preocupante si se considera que el 100% de las Fintech entrevistadas reconocieron que su comunicación con el usuario en términos educativos es mínima y completamente reactiva. Aún más grave resulta la idea compartida por varias de estas entidades de considerar como “educación financiera” el envío de mensajes automatizados en momentos de mora, advirtiendo sobre el aumento de la deuda o los reportes negativos a centrales de riesgo. Este tipo de

mensajes, lejos de formar financieramente al usuario, se perciben por parte de los clientes como simples mecanismos de presión tardíos, sin ningún valor pedagógico real.

Reducir la educación financiera a este tipo de alertas reactivas no solo evidencia un desconocimiento del concepto, sino también una alarmante falta de compromiso con la sostenibilidad de los procesos de inclusión. Educar financieramente implica acompañar al usuario desde el inicio, brindarle herramientas para tomar decisiones informadas, entender los términos del crédito, sus derechos y obligaciones, y fomentar hábitos de ahorro y planificación. Por tanto, insistir en que un mensaje de cobro equivale a educación financiera, además de ser conceptualmente erróneo, revela una visión reduccionista que desatiende la responsabilidad que estas entidades tienen con los nuevos usuarios que ingresan al sistema. Esta forma tardía y superficial de “educar” no solo limita la comprensión del producto, sino que también puede contribuir al sobreendeudamiento y a la desconfianza generalizada hacia las soluciones digitales.

La falta de estrategias pedagógicas estructuradas refuerza una inclusión donde los usuarios pueden endeudarse sin entender plenamente las condiciones de los créditos y las consecuencias del incumplimiento. Tendencia que puede ser explicada por una baja disposición de las Fintech para destinar recursos a la formación financiera de sus clientes. Como señalaron varios directivos, el diseño y ejecución de programas educativos requiere tiempo, inversión y seguimiento, factores que muchas empresas consideran poco prioritarios frente a objetivos como la rentabilidad, la eficiencia operativa y la expansión acelerada del negocio.

Como consecuencia, se refuerza la idea de que la inclusión financiera, entendida como el acceso a productos financieros, no va necesariamente acompañada de una educación financiera que permita a los usuarios participar de manera informada, consciente y sostenible en el sistema. Esta desconexión plantea riesgos importantes para la salud financiera de los nuevos usuarios, quienes pueden incurrir en sobreendeudamiento, desconocimiento de sus derechos y

obligaciones contractuales, o adoptar prácticas de consumo poco responsables que terminen afectando su estabilidad a largo plazo. Dada la limitada disposición de estas entidades a asumir por sí solas esa responsabilidad surge con fuerza la necesidad de construir alianzas estratégicas que puedan aportar capacidades, experiencia y alcance.

En ese sentido, se identificaron actores clave que podrían desempeñar un papel relevante en este proceso. Por ejemplo, iniciativas como Autonomistas o Mis Propias Finanzas, que ya trabajan en formación financiera desde un enfoque accesible, representan aliados potenciales para acompañar a las Fintech en la implementación de contenidos educativos significativos. Asimismo, entidades como Colombia Fintech podrían liderar esfuerzos sectoriales para generar estándares comunes de educación financiera, mientras que instituciones del Estado como la Superintendencia Financiera, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y la agencia de educación Atenea tienen el potencial de diseñar y programas de gran escala, alineados con las necesidades de formación de la población y con los objetivos de inclusión del país.

6. Recomendaciones

Tras analizar en profundidad las dinámicas actuales del sector Fintech en Colombia frente a los procesos de inclusión y educación financiera, y evidenciar las percepciones tanto de los altos directivos como de expertos y usuarios, se plantean las siguientes recomendaciones para contribuir a una mejora real, sostenible y proactiva del panorama financiero del país:

- **Implementar programas piloto de educación financiera con respaldo académico y evaluación rigurosa del impacto.**

La renuencia de muchas Fintech a invertir en estrategias formales de educación financiera suele justificarse con la ausencia de evidencia cuantitativa sobre su efectividad en indicadores como la reducción de morosidad o la fidelización de clientes. Sin embargo, esta postura resulta problemática, pues ignora el hecho de que dicha evidencia no existe precisamente porque no se han desarrollado esfuerzos serios ni sistemáticos para medirla. En este sentido, se vuelve imperativo el diseño de programas piloto de educación financiera con un enfoque preventivo, ejecutados en alianza con universidades, centros de investigación, entidades regulatorias y gremios como Colombia Fintech. Estos programas deben incorporar componentes de acompañamiento pedagógico desde el inicio de la experiencia del usuario, y no limitarse a intervenciones tardías como los mensajes de cobro.

La implementación de estos pilotos permitiría evaluar, con herramientas científicas, el impacto real que tiene la formación financiera temprana sobre el comportamiento de los usuarios, especialmente en términos de decisiones de endeudamiento, cumplimiento de pagos y confianza en el sistema. Es solo a través de esta evidencia —obtenida con rigor metodológico y seguimiento constante— que las Fintech podrán dejar atrás la excusa de la incertidumbre y reconocer que la educación no es un valor agregado opcional, sino una condición estructural para garantizar una inclusión financiera sostenible, ética y responsable.

- **Construir alianzas estratégicas con actores sociales y gubernamentales especializados en educación.**

Dado el claro desinterés mostrado por muchas Fintech en asumir una responsabilidad real frente a la educación financiera de sus usuarios —limitándose a comunicaciones reactivas y meramente informativas en momentos de crisis—, resulta evidente que el sector no puede, ni debe, cargar solo con esta tarea. Sin embargo, esto no exime a las Fintech de la obligación de garantizar que sus usuarios comprendan adecuadamente los productos que contratan.

Por ello, se recomienda construir alianzas estratégicas con entidades que ya cuentan con experiencia y estructuras orientadas al cierre de brechas educativas. Instituciones públicas como la Superintendencia Financiera, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y la Agencia Atenea pueden convertirse en socios clave para diseñar contenidos formativos con enfoque público. A su vez, organizaciones como Mis Propias Finanzas o Autonomistas, mencionadas por expertos durante el trabajo de campo, han demostrado capacidades pedagógicas para transmitir conceptos financieros de manera clara y contextualizada.

En este esquema, las Fintech deberían asumir el rol de canal y garante del acceso a la información, mientras que los actores especializados lideran la producción y validación de contenidos. Esta distribución de responsabilidades permitiría avanzar hacia un modelo más ético y sostenible de inclusión financiera, en el que el acceso no esté desligado de la comprensión.

- **Incluir contenidos obligatorios y accesibles de educación financiera desde el inicio del proceso de vinculación.**

Uno de los hallazgos más preocupantes de esta investigación es que muchas Fintech aún consideran que enviar mensajes de texto en momentos de cobranza puede ser catalogado como educación financiera. Esta visión es no solo insuficiente, sino profundamente equivocada: advertencias reactivas enviadas en contextos de crisis financiera del usuario no constituyen formación ni acompañamiento real. Esta omisión educativa es especialmente grave si se tiene en cuenta que muchas de estas entidades están captando a personas sin experiencia previa en el sistema financiero, quienes toman decisiones de endeudamiento sin entender sus implicaciones.

Frente a esta negligencia, es indispensable que se establezcan contenidos educativos mínimos, obligatorios y comprensibles, integrados dentro del proceso de vinculación de nuevos usuarios, antes de la activación de cualquier producto financiero. Al igual que existen regulaciones estrictas para el conocimiento del cliente (KYC), debería exigirse que las Fintech incorporen módulos básicos —como videos breves, simulaciones interactivas o infografías— que expliquen conceptos fundamentales como tasas de interés, consecuencias de la mora, funcionamiento del historial crediticio y nociones básicas de endeudamiento responsable.

No se trata de imponer capacitaciones extensas, sino de establecer un piso educativo mínimo que, además de proteger a los usuarios, mejore la sostenibilidad del modelo Fintech a largo plazo. La alfabetización financiera no puede seguir siendo una responsabilidad desplazada al usuario; debe ser una obligación estructural de quienes ofrecen los productos.

- **Diferenciar los enfoques de inclusión financiera para evitar el uso oportunista del concepto.**

Actualmente, muchas Fintech utilizan el término “inclusión financiera” como parte de su discurso comercial, sin que sus modelos de negocio respalden realmente esa promesa. Este

uso indiscriminado y superficial del concepto no solo diluye su significado, sino que también dificulta la identificación de iniciativas que efectivamente están ampliando el acceso a servicios financieros para poblaciones tradicionalmente excluidas.

Por ello, es urgente que las Fintech adopten una postura más responsable y transparente en torno a su enfoque de inclusión. Aquellas cuyo público objetivo son usuarios con capacidad de pago, historial crediticio y fácil acceso al sistema bancario tradicional —como es el caso de varias Fintech orientadas al segmento medio-alto— deben abstenerse de utilizar el discurso de inclusión como estrategia de marketing. Esta práctica no solo es engañosa, sino que también genera una percepción errónea sobre los avances reales del ecosistema en materia de equidad financiera.

De manera complementaria, las Fintech que sí operan con poblaciones excluidas tienen la responsabilidad de reforzar sus mecanismos de acompañamiento, especialmente en educación financiera y gestión del riesgo. Diferenciar estos enfoques no es una cuestión estética o comunicativa, sino una condición mínima para construir un ecosistema Fintech coherente, ético y comprometido con el cierre de brechas estructurales.

Finalmente, como toda investigación, este trabajo no está exento de limitaciones que es importante reconocer para entender mejor el alcance de los hallazgos aquí presentados, razón por la cual se encontraron las siguientes limitaciones en la investigación:

Si bien durante las entrevistas surgieron menciones recurrentes a entidades como la Superintendencia Financiera, la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Atenea (la agencia de educación del Distrito) y Colombia Fintech como gremio articulador del sector, no fue posible concretar entrevistas con representantes directos de estas instituciones. Esta ausencia impidió tener una visión más integral desde el ámbito de las políticas públicas, especialmente frente al

rol que debería tener el Estado como aliado estratégico en la educación financiera de los nuevos usuarios que están ingresando al sistema a través de canales alternativos como las Fintech.

Esto resulta relevante dado que una de las grandes conclusiones del estudio es que la mayoría de las Fintech no están dispuestas a asumir, por sí solas, los costos operativos y financieros que implica educar previamente a los usuarios, y, por tanto, insisten en la necesidad de un trabajo conjunto con entidades del Estado. La falta de voces institucionales en esta investigación impide evaluar de forma directa los planes, limitaciones, o posibles compromisos reales por parte del sector público frente a esta necesidad. Además, se pierde la posibilidad de identificar sinergias existentes o futuras entre Fintech, organizaciones civiles y gobierno para el diseño de estrategias sostenibles de educación financiera.

En futuras investigaciones será fundamental incorporar estas voces institucionales, no solo para enriquecer el análisis, sino para comprender de manera más profunda los desafíos estructurales, regulatorios y presupuestales que enfrenta el país en la tarea de unir la inclusión financiera con procesos de formación adecuados y preventivos.

Referencias

- ADA - Appui au développement autonome. (s. f.) Definición de Inclusión Financiera. ADA – Microfinance. https://www.ada-microfinance.org/es/acerca-de-ada/definicion-de-inclusion-financiera?utm_source=chatgpt.com
- Ahamed, M., & Mallick, S. (2017). Is financial inclusion good for bank stability? International evidence. Journal of Economic Behavior & Organization. <https://doi.org/10.1016/J.JEBO.2017.07.027>.
- Ahmad, M., Ahmed, Z., Bai, Y., Qiao, G., Popp, J., & Oláh, J. (2022). Financial Inclusion, Technological Innovations, and Environmental Quality: Analyzing the Role of Green Openness. ,
- Alguero, M. (2024). Comportamiento de créditos y morosidad durante segundo trimestre de 2023 Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/comportamientode-creditos-y-morosidad-durante-segundo-trimestre-de-2023-587747>
- Alianza EFI. (2021). Educación financiera en Colombia (Documento de trabajo No. WP3-2021-003). <https://alianzaefi.com/wp-content/uploads/2023/01/WP3-2021003.pdf>
- Arner, D. W., Buckley, R. P., Zetsche, D. A., & Veidt, R. (2020). Sustainability, FinTech and financial inclusion. European Business Organization Law Review, 21, 7–35. <https://doi.org/10.1007/s40804-020-00183-y>
- Arner, D., Buckley, R., Zetsche, D., & Veidt, R. (2019). Sustainability, FinTech and Financial
- Banca de las Oportunidades (2023). Reporte de Inclusion Financiera. <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2023->

Banco de la República. (s. f.) Tasa de usura. Banco de la República.
<https://www.banrep.gov.co/es/glosario/tasa-usura>

Bay, C., Catasús, B., & Johed, G. (2014). Situating financial literacy. *Critical Perspectives on Accounting*, 25, 36-45. <https://doi.org/10.1016/J.CPA.2012.11.011>.

BBVA (2022). ¿Hasta qué punto afecta el dinero a la salud mental? BBVA NOTICIAS.
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/hasta-que-punto-afecta-el-dinero-a-la-salud-mental/>

BBVA. (2025). Educación financiera: qué es, para qué sirve y por qué es clave para tu futuro. BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-educacion-financiera/>

Campo, J., & Gómez, J. (2025). Costos y beneficios de la tasa de usura en Colombia. Razón Pública. <https://razonpublica.com/costos-beneficios-la-tasa-usura-colombia-hora-eliminarla/>

Cao-Alvira, J. J., & Palacios-Chacón, L. A. (2021, febrero). Financial Deepening and Business Creation: A Regional Analysis of Colombia. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(3), 875–890. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1602764>

Cao-Alvira, J., & Palacios-Chacón, L. (2019). Financial deepening and business creation: A regional analysis of Colombia.

Cárdenas, S. (2023). Conozca el lado positivo y el negativo de estar reportado en las centrales de riesgo. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/finanzas/conozca-el-lado-positivo-y-elnegativo-de-estar-reportado-en-las-centrales-de-riesgo-3538879>

Carreño, C. (2023). 'Fintech' y tecnología promueven inclusión financiera en Colombia.

Chaparro, A. (2021) FINTECH, UNA APUESTA DE LA TECNOLOGÍA PARA LA INCLUSIÓN

CNMV (2024) ¿Qué es Fintech?
https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Fichas/GR03_Fintech.pdf

Coinscrap Finance (2022). Cómo las FinTech podemos mejorar la salud financiera de los usuarios. <https://coinscrapfinance.com/es/fintech-news/como-las-fintech-podemos-mejorar-lasalud-financiera-de-los-usuarios/#h-financial-education-key-to-financial-health-through-fintech>.

El Espectador. (2024). Inclusión financiera en Colombia: hay avances, pero ¿son suficientes?. <https://www.elespectador.com/economia/inclusion-financiera-en-colombia-hay-avances-peroson-suficientes-noticias-hoy/>

Fernandes, D., Lynch, J. G., Jr., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. Management Science, 60(8), 1861–1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>

Fernandes, D., Lynch, J. G., Jr., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. Management Science, 60(8), 1861–1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>

Finnovista. (2021). Colombia se consolida como el tercer ecosistema Fintech, con un crecimiento del 45% y 78 nuevas startups - Finnovista. <https://www.finnovista.com/radar/colombia-se-consolida-como-eltercer-ecosistema-fintech-con-un-crecimiento-del-45-y-78-nuevas-startups/>

Fondo Nacional del Ahorro. (s. f.). Reporte en Centrales de Riesgo. <https://www.fna.gov.co/Blog/Paginas/Reporte-en-centrales-de-riesgo.aspx>

Forbes. (2023). El papel de las fintech: Innovación en el mundo financiero. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2023/06/22/red-forbes/el-papel-de-las-fintech-innovacion-en-el-mundo-financiero>

Gabor, D., & Brooks, S. (2017). The digital revolution in financial inclusion: international development in the fintech era. *New Political Economy*, 22, 423 - 436. <https://doi.org/10.1080/13563467.2017.1259298>.

Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, 103, 262–273. <https://doi.org/10.1016/j.inca.2017.10.011>

Gil, D. (2024). Colombianos solicitan menos créditos, pero ahora se cuelgan más con sus deudas. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/finanzas/los-colombianos-solicitanmenos-creditos-pero-ahora-e-cuelgan-mas-con-sus-deudas-3790546>

Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G. A. (2019). To FinTech and Beyond. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3328172>

Gupta, A. (2018). Financial inclusion: Challenges and opportunities. *Journal for Studies in Management and Planning*, 4(4). <https://journals.eduindex.org/index.php/jsmap/article/view/2113>

Haitao, X., Yang, C., Xuetao, L., Liu, R., & Zhang, Y. (2024) How do fintech, digitalization, green technologies influence sustainable environment in CIVETS nations? An evidence from CUP FM and CUP BC approaches. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0->

Hall, J. (2016). International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10, 990–997.

Herrera, J. (2023). *¿Qué efecto tienen tus finanzas en tu salud mental?* *El Economista*.
<https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Que-efecto-tienentus-finanzas-en-tu-salud-mental-20231024-0106.html>

Jaramillo Gómez, M. L., Turriago Hoyos, Á., & Thoene, U. (2015). Financial inclusion from the perspective of social innovation: The case of Colombia. *Proceedings of Business and Management Conferences* (No. 3104801). International Institute of Social and Economic Sciences.

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2020). Financial education in schools: A meta-analysis of experimental studies. *Economics of Education Review*, 78, Article 101930.
<https://doi.org/10.1016/J.ECONEDUREV.2019.101930>

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2020). Financial education in schools: A meta-analysis of experimental studies. *Economics of Education Review*, 78, Article 101930.
[https://doi.org/10.1016/S0272-7757\(18\)30694-0](https://doi.org/10.1016/S0272-7757(18)30694-0)

Kling, G., Pesqué-Cela, V., Tian, L., & Luo, D. (2020). A theory of financial inclusion and income inequality. *The European Journal of Finance*, 28, 137 - 157.
<https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1792960>.

Lagna, A., & Ravishankar, M. (2021). Making the world a better place with fintech research. *Information Systems Journal*, 32, 102 - 61. <https://doi.org/10.1111/isj.12333>.

Lee, I., & Shin, Y. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61, 35-46. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2017.09.003>.

Lusardi, A. (2015). Financial literacy: Do people know the ABCs of finance? *Public Understanding of Science*, 24(3), 260–271. <https://doi.org/10.1177/0963662514564516>

Mader, P. (2018). Contesting Financial Inclusion. *Development and Change*, 49, 461-483.
<https://doi.org/10.1111/DECH.12368>

Melguizo, T., Torres, F., & Jaime, H. (2011). The association between financial aid availability and the college dropout rates in Colombia. *Higher Education*, 62, 231-247.
<https://doi.org/10.1007/S10734-010-9385-8>.

Montes, S. (2024) Análisis | El futuro de la inclusión financiera en Colombia depende de que fortalezca su narrativa. <https://forbes.co/2024/02/28/economia-y-finanzas/analisis-el-futuro-de-la-inclusion-financiera-en-colombia-depende-de-que-fortalezca-su-propia-narrativa>

Murillo, J. (2022). Fintech impulsará carrera de inclusión financiera en Colombia en 2022.
<https://www.portafolio.co/mis-finanzas/fintech-impulsara-carrera-de-inclusion-financiera-en-colombia-en-2022-560199>

Nova, N. A., & González, R. A. (2023). A financial inclusion app and USSD service for farmers in rural Colombia. *Information Development*, 39(3), 581–599.
<https://doi.org/10.1177/02666669221120050>

Nova, N. A., & González, R. A. (2023). A financial inclusion app and USSD service for farmers in rural Colombia. *Information Development*, 39(3), 581–599.
<https://doi.org/10.1177/02666669221120050>

Ozili, P. (2020). Theories of Financial Inclusion. *ERN: Other Monetary Economics: Financial System & Institutions (Topic)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3526548>.

Padrón, S.(2023). Gota a gota: qué son y cómo funcionan los préstamos ilegales ofrecidos por grupos criminales. *El País América Colombia*. <https://elpais.com/america-colombia/2023-10->

[03/gota-a-gota-que-son-y-como-funcionan-los-prestamos-ilegales-ofrecidos-por-grupos-criminales.html](#)

Patiño C., O. A., Ramírez Díaz, J. A., & Patiño Gutiérrez, L. M. (2021). *Financial education from school age: Analysis in small municipalities in Colombia*. En *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 125–132). IEOM Society International. <https://ieomsociety.org/brazil2020/papers/43.pdf>

Patiño, O. A., Ramírez, J. A., & Patiño, L. M. (2022). Financial Education from school age - analysis in small Municipalities in Colombia / Educação financeira desde a idade escolar - análise em pequenos Municípios da Colômbia. *Brazilian Journal of Development*, 8(4), 24244–24259. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n4-099>

Pulido, C. (2024). Créditos que se aprueban en menos de 48 horas buscan competir con el gota a gota. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/finanzas/creditos-que-se-apruebanen-menos-de-48-horas-y-le-compiten-al-gota-a-gota-3846215>

Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.X>

Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44, 276-295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>

Rudas, C. E. (2022). Solicitud de crédito y financiamiento incrementó 23% en segundo trimestre de 2022. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/finanzas/solicitud-de-credito-y-financiamiento-incremento-23-en-segundo-trimestre-de-2022-3408085>

Salcedo, C. (2024). Falta de educación, principal desafío al que se enfrentan las fintech en América Latina. Diario la República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/falta-deeducacion-es-el-principal-desafio-al-que-se-enfrentan-las-fintech-globalmente-3783436>

Salcedo, C. (2024). Hogares tienen que destinar cada vez más ingresos al mes para el pago de sus deudas. Diario la República. <https://www.larepublica.co/finanzas/hogares-tienen-quedestinar-cada-vez-mas-ingresos-al-mes-para-el-pago-de-sus-deudas-3815111>

Staff Portafolio. (2022). Las fintech han impulsado la inclusión financiera. Portafolio. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/las-fintech-han-impulsado-la-inclusion-financiera-585177>

Transunion. (2022). Crecimiento de nuevos créditos en Colombia impulsado por consumidores de la generación Z. Noticias Transunion. <https://noticias.transunion.co/crecimiento-de-nuevoscreditos-en-colombia-impulsado-por-consumidores-de-la-generacion-z/>

Transunion. (2024). La actividad crediticia sigue disminuyendo a medida que la morosidad empeora en un entorno económico desafiante. Transunion. <https://www.transunion.co/iir/reports/q1->

Van, L. T.-H., Vo, A. T., Nguyen, N. T., & Vo, D. H. (2021). Financial inclusion and economic growth: An international evidence. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(1), 239–263. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1697672>

Van, L. T.-H., Vo, A. T., Nguyen, N. T., & Vo, D. H. (2021). Financial inclusion and economic growth: An international evidence. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(1), 239–263. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1697672>

Vera, A. y Tamayo, C. (2022). Ensayos Sobre la Inclusión Financiera en Colombia.
[https://asobancaria.com/wpcontent/uploads/Ensayos sobre Inclusion Financiera en Colombi
a-II.pdf](https://asobancaria.com/wpcontent/uploads/Ensayos_sobre_Inclusion_Financiera_en_Colombia-II.pdf)

Walstad, W. B., Rebeck, K., & MacDonald, R. A. (2010). The effects of financial education on the financial knowledge of high school students. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01172.X>

Walstad, W. B., Rebeck, K., & MacDonald, R. A. (2010). The effects of financial education on the financial knowledge of high school students. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 336–357.
<https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01172.x>

Weiss, H. (2020). The reproduction of capital through financial education. *Economy and Society*, 49, 312 - 328. <https://doi.org/10.1080/03085147.2019.1690278>.