

**Proyecto de grado**

**El impacto de las Fintech en la Inclusión Financiera: Un Análisis de tarjetas de crédito de NU y RappiPay**

**Elaborado por:**

**Claudia Margarita Vega Alvarez**

**Programa:**

**Especialización en Fintech**

**Universidad EAN**

**25 noviembre 2024**

## Tabla de contenido

<b>1. Resumen.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>3. Problema de investigación.....</b>	<b>4</b>
<b>4. Objetivos.....</b>	<b>6</b>
4.1. Objetivo General.....	6
4.2. Objetivos Específicos.....	6
<b>5. Justificación.....</b>	<b>7</b>
<b>6. Marco Teórico.....</b>	<b>8</b>
6.1 ¿Que se entiende por Inclusión Financiera? .....	9
6.2 ¿Que papel han tenido las Fintech para la Inclusión Financiera? .....	10
6.3 ¿Por qué se seleccionaron los Neobancos Nu y RappiPay? .....	11
6.4 Productos y servicios financieros en crecimiento .....	11
6.5 Marco regularorio.....	12
6.6 Cambios en comportamiento financiero.....	12
<b>7. Metodología.....</b>	<b>13</b>
7.1 Enfoque y diseño de la investigación .....	13
7.2 Diseño metodológico.....	14
7.2.1. Variables y Definiciones Operativas.....	14
7.2.2. Instrumentos de Recolección de Datos .....	15
7.2.3. Hipótesis y supuesto .....	15
<b>8. Análisis de resultados.....</b>	<b>16</b>
8.1 Inclusión financiera en Colombia.....	16
8.1.1. Características de las Barreras tradicionales de inclusión financiera en Colombia.....	16
8.2 Cuadro comparativo tarjetas de crédito Nu y Rappipay .....	19
8.2.1. Características del modelo de negocio de Tarjeta de Crédito Nu .....	19
8.2.2. Características del modelo de negocio Tarjeta de Crédito RappiPay .....	21
8.2.3. Comparación de ventajas del modelo de negocio Tarjeta de Crédito RappiPay .....	23
8.3 El impacto de productos como tarjetas de crédito Nu y RappiPay en la inclusión financiera .....	25
<b>9. Conclusiones.....</b>	<b>31</b>
9.1 Resumen de los hallazgos principales .....	28
9.2 Implicaciones de la inclusión financiera gracias a Nu y RappiPay .....	31
9.3 Limitaciones del estudio .....	33
9.4 Sugerencias para Investigaciones Futuras.....	34
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>35</b>

## 1. Resumen

El presente trabajo analiza cómo las Fintech han contribuido con la inclusión financiera en Colombia, enfrentando barreras tradicionales de acceso a servicios financieros. El objetivo es identificar las razones detrás de este fenómeno, respaldado por casos de éxito de las Fintech Nu y Rappipay con su producto de tarjetas de crédito. Adicionalmente, revisar en la literatura teorías sobre inclusión financiera, innovación tecnológica y desarrollo económico. Se destacan los aportes de autores clave y estudios recientes en el campo para consolidar el crecimiento de las Fintech en el país.

## 2. Introducción

La finalidad del trabajo de investigación es analizar las principales razones por las cuales las Fintech han contribuido con el aumento en la inclusión financiera en Colombia, utilizando como base el estudio de dos casos de éxito reconocidos. En particular, se busca identificar los factores clave que tuvieron en cuenta las Fintech Nu y RappiPay las cuales impulsan esta transformación en el sistema financiero, los retos a los que se enfrentaron y las brechas que aún existen para lograr una inclusión financiera plena en el país.

En los últimos 10 años, las Fintech han jugado un papel crucial en la inclusión financiera de poblaciones tradicionalmente desatendidas, como personas en áreas rurales, ciudadanos sin historial crediticio y emprendedores informales. Gracias a soluciones innovadoras como billeteras digitales, productos de tarjeta de crédito, microcréditos y plataformas de pago móvil, estas empresas han permitido a más colombianos participar en la economía formal e informal. Este acceso a herramientas financieras ha facilitado y a la vez fomentado que millones de colombianos puedan

ahorrar, obtener créditos y realizar transacciones de manera segura a través de productos como las tarjetas de crédito, reduciendo así las barreras históricas que impedían la inclusión financiera.

### **3. Problema de investigación**

Las tarjetas de crédito se podrían catalogar como una herramienta que le facilita a las personas poder acceder a productos y servicios que mejoren su calidad de vida. Esto por supuesto, acompañado de una buena educación financiera para contribuir a la toma de decisiones acertadas. Para el caso de las Fintech, han entendido perfectamente cuales son las necesidades de los clientes y han adaptado su modelo de negocio para tener una ventaja competitiva frente a las entidades financieras tradicionales.

Por otro lado, la desconfianza en el sistema financiero es otro factor clave que ha limitado la adopción de servicios formales, especialmente entre los sectores más vulnerables. La percepción de que las instituciones financieras no atienden sus necesidades o son inaccesibles ha mantenido a muchas personas en el uso de mecanismos informales para ahorrar y acceder a crédito. En un comunicado de prensa, la (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) señala que la desconfianza y los costos percibidos continúan siendo barreras para la adopción masiva de servicios digitales. Con el aumento notable en el acceso de la población a productos y servicios financieros formales, aún persisten barreras significativas que excluyen a ciertos sectores, especialmente a poblaciones vulnerables como personas de bajos ingresos, microempresarios informales y habitantes de zonas rurales. La falta de acceso a servicios financieros adecuados, combinada con una limitada educación financiera, ha perpetuado la exclusión de estos grupos, impidiéndoles participar plenamente en la economía formal y mejorar sus condiciones socioeconómicas.

Según el autor (Jhonathan Malagón, 2024), el acceso a productos financieros no solo es limitado, sino que su uso recurrente sigue siendo un reto. A pesar de que un número creciente de colombianos tiene una cuenta de ahorros, el uso de estos servicios sigue siendo esporádico. En muchas zonas rurales, los adultos que tienen acceso a productos financieros no los utilizan activamente debido a la falta de

educación financiera y la falta de adaptabilidad de estos servicios a sus necesidades diarias.

Otro factor que no promueve la inclusión financiera es la desigualdad de género en el acceso a servicios financieros, esto continúa siendo un problema. Las mujeres, especialmente en sectores rurales o en trabajos informales, tienen menos acceso a crédito y productos de ahorro que los hombres. En el artículo de (Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, & Hess, *The Global Findex Database 2017 : Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution (English)*., 2018) se señala que en Colombia las mujeres tienen un 6% menos de acceso a servicios financieros que los hombres, lo que subraya la persistencia de esta barrera.

A su vez, la falta de confianza en el sistema financiero puede continuar impidiendo que sectores clave de la población aprovechen los beneficios de las Fintech y otras innovaciones tecnológicas. La ausencia de una educación financiera efectiva limitaría la capacidad de los colombianos para hacer un uso adecuado de los servicios disponibles, perpetuando así el ciclo de exclusión financiera y pobreza.

Si la situación actual persiste, las brechas de inclusión financiera en Colombia no solo se mantendrán, sino que podrían ampliarse. La creciente dependencia de servicios financieros digitales puede agravar la exclusión de aquellos que no tienen acceso a internet o dispositivos móviles, particularmente en zonas rurales. Esto perpetuaba la informalidad económica, manteniendo a un porcentaje significativo de la población fuera de la economía formal y, en consecuencia, fuera del acceso a créditos, ahorros seguros y herramientas para mejorar su bienestar financiero.

Sin embargo, no todo son malas noticias. Según el Reporte de inclusión financiera de (Banca de las oportunidades, 2023) es bien sabido que la inclusión financiera en Colombia ha venido mejorado considerablemente en las últimas décadas. El indicador de acceso a productos financieros mencionados en el informe (Banca de las oportunidades, 2023) dice que en el año 2023 subió el porcentaje de adultos con un producto financiero pasando de 92.3% a 94.6% entre 2022 y 2023.

Para contrarrestar este pronóstico, las Fintech ofrecen una solución viable al enfocarse en el desarrollo de productos financieros accesibles, asequibles y adaptados a las necesidades de la población no bancarizada o sub bancarizada. Las

plataformas digitales, como billeteras electrónicas, microcréditos y mecanismos de pagos móviles, han demostrado ser efectivas en reducir las barreras de acceso para millones de colombianos (Banco Interamericano de desarrollo, 2024). Las empresas Fintech han logrado superar algunos de los obstáculos tradicionales de acceso a servicios financieros, como la necesidad de infraestructura física y la necesidad de contar con un historial crediticio formal.

Es por esta razón que este trabajo se enfoca en responder a la pregunta de investigación ¿En qué medida las Fintech Nu y RappiPay han contribuido a una mayor inclusión financiera en el país? Para esto hay que analizar las barreras que existen en Colombia y que frenan la inclusión financiera y cómo la creación de productos Fintech mitigan esas barreras ofreciendo soluciones tecnológicas con productos como las tarjetas de crédito que atienden esa parte de la población que nunca ha tenido acceso a servicios financieros. Para ello, se entrarán a revisar dos casos de éxito de Fintechs, basados en el mismo tipo de producto ofrecido: Tarjetas de Crédito y analizando los desafíos a los que se enfrentaron y cómo lograron ofrecer productos de calidad a esa población desatendida.

## **4. Objetivos**

### **4.1. Objetivo General**

Analizar en qué medida las Fintech han acelerado la inclusión financiera en Colombia, identificando los factores clave que impulsan su impacto transformador en el sistema financiero del país tomando como base los casos de éxito como Nu y RappiPay,

### **4.2. Objetivos Específicos**

1. Identificar las barreras tradicionales de inclusión financiera en Colombia que han enfrentado Fintech como Nu y RappiPay y como han superado dichas barreras mediante la adopción de tecnologías innovadoras.
2. Entender los modelos de negocio de las Fintech Nu y RappiPay como casos de éxito en Colombia, y revisar cuál es su oferta de valor basada en las necesidades que tienen los colombianos con los productos de Tarjetas de Crédito.

3. Identificar cómo ha sido el comportamiento del uso de las tarjetas de crédito en Colombia resultado del acceso a servicios Fintech y bancos tradicionales.

## 5. Justificación

La presente investigación es relevante porque las Fintech han demostrado ser una herramienta poderosa para reducir las barreras de inclusión financiera, especialmente en economías emergentes como la de Colombia. En un país donde la desigualdad social y económica sigue siendo significativa, una porción considerable de la población aún no tiene acceso adecuado a los servicios financieros tradicionales. Según el (Banco Mundial, 2022) aunque el acceso a productos financieros ha mejorado, persisten importantes brechas en el uso recurrente de estos servicios, particularmente entre las poblaciones más vulnerables como las mujeres, los microempresarios informales y los habitantes de zonas rurales. En este sentido, el estudio de las Fintech y su impacto en la inclusión financiera se vuelve no solo necesario, sino urgente, para entender cómo estas nuevas tecnologías pueden acelerar el cierre de estas brechas.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo las Fintech han superado las barreras tradicionales, como la necesidad de una infraestructura bancaria física, altos costos de los productos financieros y la falta de historial crediticio formal, factores que han sido limitantes históricos en el acceso financiero en Colombia. Esta investigación se centrará en identificar los modelos de negocio de Nu y RappiPay dentro del ecosistema Fintech en el país. Específicamente con el producto de tarjeta de crédito ofrecido por estas dos Fintech. Esto es fundamental, ya que según el (Banco Interamericano de desarrollo, 2024) el sector Fintech ha crecido exponencialmente en América Latina, y en Colombia, el 60% de las startups Fintech se concentran en soluciones de pago, las cuales han tenido un impacto directo en la inclusión financiera.

Finalmente, la importancia de esta investigación radica en entender su capacidad para ofrecer soluciones aplicables al sistema financiero colombiano. Al identificar los factores que han permitido a las Fintechs Nu y RappiPay fomentar la inclusión financiera, este estudio puede influir tanto en el diseño de políticas públicas como en el desarrollo de productos más inclusivos basado en los casos de éxito mencionados.

Esto es particularmente importante para los segmentos de la población que han sido tradicionalmente excluidos del sistema financiero formal, como las mujeres y los habitantes de zonas rurales. El autor (Dairo Estrada, 2017) menciona que aunque Colombia ha avanzado en términos de inclusión financiera y realizado varios ajustes en el marco institucional y regulatorio existen retos particularmente en las zonas rurales y donde aunque hay red de corresponsales debido a factores como fallas en infraestructura financiera. El autor (Dairo Estrada, 2017) también menciona que la brecha de inclusión financiera entre zonas urbanas y rurales sigue siendo significativa, con un acceso del 99% en ciudades grandes frente a sólo un 56% - 69% en áreas rurales.

En conclusión, esta investigación no solo es pertinente desde un punto de vista académico y empresarial, sino que también tiene un impacto social profundo al contribuir al diseño de estrategias y políticas que promuevan la inclusión financiera, un elemento clave para el desarrollo económico y la reducción de la pobreza en Colombia. La transformación del sistema financiero mediante la innovación tecnológica es una oportunidad única para reducir la desigualdad, y este estudio buscará identificar cómo se puede maximizar ese impacto.

## **6. Marco Teórico**

El presente marco teórico permitirá fundamentar el problema de investigación mediante una revisión crítica de las teorías y marcos conceptuales relacionados con la inclusión financiera y el impacto específico que han tenido Fintech como Nu y RappiPay en Colombia. En primer lugar, se realizará un análisis del contexto actual, identificando investigaciones previas que examinen el impacto de las tarjetas de crédito de estas Fintech en la inclusión financiera en mercados emergentes. Luego, se profundizará en los conceptos clave que sustentan este estudio, como la inclusión financiera, el desarrollo de la tecnología financiera (Fintech) y la innovación disruptiva en servicios financieros que han tenido estos modelos de negocio.

Este análisis se centrará en tratar de demostrar cómo las Fintech han impactado positivamente la inclusión financiera en Colombia acotando la investigación con los casos de éxito de Neobancos como Nu y RappiPay, y cómo estos han facilitado el acceso a servicios financieros a sectores tradicionalmente desatendidos. Asimismo,

se abordarán los factores que han permitido a estas Fintechs generar soluciones accesibles y adaptadas a las necesidades del mercado colombiano, tales como la eliminación de cuotas de manejo, procesos digitales simplificados y enfoques centrados en el usuario, contribuyendo así a una mayor inclusión financiera en el país.

A nivel global, las Fintech han revolucionado la inclusión financiera al proporcionar servicios accesibles y asequibles a poblaciones tradicionalmente excluidas del sistema financiero. La investigación de (Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, & Hess, The Global Findex Database 2017 : Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution (English), 2017) basada en el Global Findex Database, resalta cómo las Fintech han reducido la exclusión financiera a través de soluciones innovadoras como las billeteras electrónicas y los microcréditos. Este estudio concluye que el uso de tecnología financiera ha permitido a millones de personas acceder por primera vez a productos financieros formales. En Colombia, el informe de (Banca de las oportunidades, 2023) destaca cómo la proliferación de startups Fintech ha facilitado la inclusión financiera, con un aumento significativo en el acceso a servicios digitales, especialmente en pagos móviles y préstamos en línea.

Por otro lado, (Villegas-Carrasquilla, 2024) señala que aunque el acceso financiero ha mejorado en Colombia, persisten brechas significativas, especialmente en áreas rurales y entre poblaciones vulnerables como mujeres y microempresarios informales. Este autor sugiere que las barreras tradicionales, como la falta de infraestructura física y el historial crediticio, han sido mitigadas por las Fintech, pero enfatiza que aún queda un largo camino para lograr la inclusión financiera universal. Este análisis es apoyado por el informe del (Banco Interamericano de desarrollo, 2024), que indica que en América Latina, el 60% de las Fintech se concentran en soluciones de pago, lo que ha tenido un impacto directo en la inclusión financiera, aunque también señala que es crucial mejorar el marco regulatorio para garantizar una adopción más amplia y segura de estos servicios.

## **6.1 ¿Que se entiende por Inclusión Financiera?**

La inclusión financiera se refiere al acceso y uso de productos financieros adecuados y asequibles por parte de todos los segmentos de la sociedad. (Claessens, (PDF) Access to Financial Services: A Review of the Issues and Public Policy Objectives,

2024) define la inclusión financiera como un proceso continuo que implica no solo el acceso, sino también la utilización efectiva de servicios financieros para mejorar el bienestar económico y social de los individuos. El (Banco Mundial, 2022), por su parte, sostiene que la inclusión financiera es un factor clave para la reducción de la pobreza y la promoción del crecimiento económico sostenible. Estas teorías destacan la importancia de proporcionar servicios financieros que no solo estén disponibles, sino que también sean accesibles para todas las capas de la población, incluidas aquellas en zonas rurales y de bajos ingresos.

En el libro Digital financial inclusion as a pillar of disaster resilience de (Daniel Cardona Valencia, 2024) se aborda el destacado papel que han tenido las fintech en Colombia como estrategia para la inclusión financiera digital (DFI) dada la crisis global por la pandemia de COVID-19.

## **6.2 ¿Que papel han tenido las Fintech para la Inclusión Financiera?**

Las Fintech han emergido como facilitadoras clave en este proceso, al eliminar muchas de las barreras tradicionales que impedían la inclusión financiera en poblaciones vulnerables, como la infraestructura física y la necesidad de historial crediticio. King y Levine (1993) sostienen que el desarrollo financiero, impulsado por la innovación tecnológica, tiene un impacto directo en el crecimiento económico al mejorar el acceso al crédito y reducir los costos de transacción, lo que permite a las personas y pequeñas empresas participar más activamente en la economía.

El concepto de innovación disruptiva, propuesto por Christensen (1997), es clave para entender el impacto de las Fintech en la inclusión financiera. Christensen argumenta que la innovación disruptiva ocurre cuando una nueva tecnología o modelo de negocio irrumpe en un mercado y transforma la forma en que se ofrecen los servicios, desafiando a los actores establecidos. Las Fintech encajan perfectamente en esta definición, ya que han transformado el sector financiero al ofrecer productos más accesibles, flexibles y adaptados a las necesidades de las poblaciones no bancarizadas o sub bancarizadas.

### 6.3 ¿Por qué se seleccionaron los Neobancos Nu y RappiPay?

Evidentemente uno de los facilitadores más reconocidos en Colombia es Nu, una de las plataformas de servicios financieros digitales más grandes del mundo, con más de 105 millones de clientes en Brasil, México y Colombia. Como se describe Nu en su página web (Nu, 2024) “La empresa ha liderado una transformación en la industria al aprovechar los datos y la tecnología propia para desarrollar productos y servicios innovadores. Guiada por su misión de luchar contra la complejidad y empoderar a las personas, Nu acompaña el recorrido financiero completo de los clientes, promoviendo el acceso y el avance financiero con prácticas de préstamo responsables y transparencia.”

Fintech como Nu y RappiPay impulsan modelos de negocio eficientes y escalables, que combinan tecnología y finanzas con un enfoque en resolver los problemas que enfrentan las personas con los servicios financieros tradicionales.

### 6.4 Productos y servicios financieros en crecimiento

Otro ejemplo importante que, aunque no se abordará en este trabajo, es relevante mencionar al hablar de inclusión financiera en Colombia son las billeteras electrónicas como Nequi y Daviplata, que con innovación disruptiva han permitido a millones de colombianos acceder a servicios financieros básicos sin la necesidad de una cuenta bancaria tradicional. Estos modelos han sido especialmente exitosos en zonas rurales y entre jóvenes, segmentos que históricamente han estado excluidos del sistema financiero formal. Según Asobancaria (2023), las billeteras electrónicas representan una herramienta clave para la inclusión financiera, ya que permiten a los usuarios realizar transacciones sin necesidad de acceso a infraestructura bancaria tradicional.

Además, el uso de la inteligencia artificial y big data en las Fintech ha permitido desarrollar productos más personalizados y adaptados a las necesidades individuales de los usuarios. El modelo de "conocimiento del cliente" o KYC (Know Your Customer) es esencial para minimizar riesgos como el fraude y el lavado de activos, al tiempo que permite a las Fintech ofrecer productos financieros más adecuados a las circunstancias específicas de cada usuario (BBVA Innovation Center, 2015).

## 6.5 Marco regulatorio

El marco regulatorio es uno de los factores más importantes en el crecimiento y desarrollo del ecosistema Fintech. En Colombia, la Ley 2155 de 2021 ha introducido reformas clave para regular el sector de las Fintech, incluyendo disposiciones para la protección de datos y la promoción de la competencia. El Decreto 1234 de 2020 también establece un marco legal para las billeteras electrónicas y los pagos digitales, lo que ha facilitado la adopción de estos servicios por parte de la población. Sin embargo, como señala Cardenas (2022), todavía hay áreas grises en la regulación de las Fintech que requieren mayor atención, como la protección de los consumidores y la supervisión de las Fintech que operan fuera del perímetro regulatorio tradicional.

El informe de (Banco Interamericano de desarrollo, 2024) destaca la importancia de los marcos regulatorios flexibles y adaptables para fomentar la innovación sin comprometer la seguridad del sistema financiero. En este sentido, Colombia ha avanzado en la creación de "sandboxes regulatorios", que permiten a las Fintech probar nuevos modelos de negocio bajo la supervisión de las autoridades financieras, lo que facilita la innovación sin los riesgos asociados a la falta de regulación.

## 6.6 Cambios en comportamiento financiero

El cambio en el comportamiento financiero de los colombianos es otro eje fundamental en este estudio. Lusardi y Mitchell (2014) argumentan que la educación financiera es clave para mejorar el comportamiento financiero, ya que permite a los individuos tomar decisiones más informadas sobre el uso de productos financieros. En Colombia, la falta de educación financiera sigue siendo un obstáculo para la inclusión financiera, especialmente en poblaciones de bajos ingresos y zonas rurales. Según Villegas (2024), la adopción de servicios financieros digitales por parte de estos segmentos de la población ha sido lenta, en parte debido a la falta de confianza en las nuevas tecnologías y la poca comprensión de los productos financieros.

Clavijo (2024), menciona que la demanda y la oferta de dinero del banco central ha cambiado. Esto debido a que gracias a las soluciones Fintech han venido desapareciendo las cuentas corrientes a través de cheques y el sistema se ha ido migrado a soluciones de pago más ágiles como lo son las pasarelas de pago. Con

éstas el papel de las billeteras virtuales como Nequi, Daviplata, entre otras cobran sentido para enviar y recibir pagos al instante.

Para superar estas barreras, las Fintech han desarrollado plataformas que no solo ofrecen productos financieros, sino que también educan a los usuarios sobre cómo utilizarlos de manera efectiva. Según el Banco de la República (2023), las Fintech que incluyen programas de educación financiera han tenido mayor éxito en la adopción de sus servicios, ya que los usuarios confían más en los productos cuando comprenden cómo funcionan.

## **7. Metodología**

El auge de las Fintech en Colombia ha catalizado una transformación significativa en el acceso a productos financieros por parte de segmentos de la población previamente no bancarizados o con acceso limitado a servicios financieros formales. La inclusión financiera, un objetivo estratégico tanto para el desarrollo económico como para la reducción de desigualdades, ha sido acelerada gracias a la irrupción de estas nuevas tecnologías. Este fenómeno plantea importantes interrogantes sobre los factores que impulsan este cambio y los mecanismos a través de los cuales las Fintech están logrando ampliar el acceso a servicios financieros en el país.

El presente estudio tiene como objetivo general analizar las principales razones por las cuales las Fintech han acelerado la inclusión financiera en Colombia, a través del estudio de dos casos de éxito: Tarjeta de crédito Nu y Tarjeta de crédito RappiPay. Estas empresas han adoptado estrategias innovadoras que han permitido una mayor penetración de productos financieros en un contexto donde muchas personas aún carecían de acceso a servicios bancarios tradicionales.

### **7.1 Enfoque y diseño de la investigación**

Este análisis se enmarca dentro de un enfoque cualitativo, dado que se busca comprender los factores subyacentes que explican cómo y por qué las Fintech han logrado impulsar la inclusión financiera. Se utilizará un diseño de investigación no experimental, donde no se manipulan variables, y transversal, ecogiendo datos en un solo momento del tiempo, y el estudio será de carácter descriptivo.

Este trabajo pretende documentar y describir los factores clave que ha permitido que las Fintechs Nu y RappiPay se posicionen como motores de la inclusión financiera en Colombia. La investigación se centrará en recopilar datos cualitativos a través de fuentes secundarias, como informes y estudios previos, y se complementará con entrevistas que se han realizado en diferentes podcasts a expertos del sector para obtener una visión más profunda de los elementos que han facilitado esta transformación.

La razón por la cual no se optó por un enfoque cuantitativo o mixto es debido a que aún hace falta un largo camino por recorrer para las regulaciones en las Fintech. Es decir, que como aún no todas las Fintech están vigiladas por la Superintendencia Financiera, estas no están obligadas a reportar la información correspondiente. Por ejemplo, para el producto de tarjetas de crédito Nu, el cual está bajo la razón social de Nu Colombia SA no está vigilada por la Superfinanciera. Por esta razón no están obligados a reportar información a la Superfinanciera y no se puede obtener el número de tarjetavientes por año asociado a estos Neobancos.

A través de este enfoque, se espera identificar los elementos clave que han permitido a estas Fintech no solo ganar cuota de mercado, sino también contribuir al desarrollo financiero del país. Factores como la innovación tecnológica, la flexibilidad regulatoria, el enfoque en la experiencia del usuario y las alianzas estratégicas serán analizados para ofrecer una visión integral del fenómeno.

## **7.2 Diseño metodológico**

Este estudio cualitativo se centra en analizar el papel crucial que juegan las Fintech en la inclusión financiera en Colombia. A continuación, se definen operativamente las variables clave, se describen los instrumentos de recolección de datos, y se justifica el enfoque metodológico seleccionado.

### **7.2.1. Variables y Definiciones Operativas**

Para el presente proyecto se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

- Acceso a tarjetas de crédito por grupos etarios

- Acceso a tarjetas de crédito por zonas
- Transaccionalidad anual de uso de tarjetas de crédito

### 7.2.2. Instrumentos de Recolección de Datos

La recolección de datos se basará en fuentes secundarias, tales como Reportes entregados por la Super financiera de Colombia, entrevistas con expertos del sector Fintech, análisis de casos documentados, podcasts especializados y estudios de mercado sobre los productos de Nu y Rappipay. Para asegurar la confiabilidad de los datos, se aplicarán los siguientes criterios de selección:

- **Selección de fuentes:** Se priorizarán informes de empresas de investigación reconocidas en el sector Fintech, como la Asociación de Fintech de Colombia, la Super Intendencia Financiera de Colombia, estudios de instituciones bancarias y de inclusión financiera, y análisis publicados en las páginas web de Nu y Rappipay sobre el impacto de sus productos en la inclusión financiera.
- **Protocolo de recolección de datos:** Se implementará un protocolo de análisis documental que evaluará la actualidad, relevancia y coherencia de las fuentes con los objetivos del estudio. Este protocolo estructurado permitirá garantizar la integridad y la validez de la información recolectada.

### 7.2.3. Hipótesis y supuesto

Si bien el presente trabajo de investigación integra métodos cualitativos, para poder demostrar el enfoque se requiere del análisis de datos históricos entregados por las entidades financieras en Colombia para responder a la hipótesis.

- **Hipótesis:** El incremento de las Fintech ha contribuido positivamente en términos de inclusión financiera en Colombia.
- **Supuesto:** Se asume que las Tarjetas de Crédito son consideradas como un mecanismo de inclusión financiera en Colombia.

Según el Reporte de Inclusión financiera (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) la presencia de las Fintech en Colombia se han venido fortaleciendo desde 2019 principalmente después de la pandemia donde se vió la necesidad de acercar

personas con servicios financieros en medio del confinamiento por el COVID-19. También se destaca como gracias a esta adopción acelerada por estas soluciones tecnológicas los bancos tradicionales han tenido que transformar sus procesos de adopción tecnológica e innovación.

## **8. Análisis de resultados**

### **8.1 Inclusión financiera en Colombia**

Para el (Banco Mundial, 2022) “La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades —transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros— y que se prestan de manera responsable y sostenible.”

Como mencionan en un artículo de La República (La industria fintech en Colombia: Motor de la inclusión financiera, 2023). En la última década, el sistema financiero colombiano ha cambiado significativamente debido al crecimiento de las empresas Fintech. Estas compañías, enfocadas en ofrecer soluciones tecnológicas para el sector financiero, han logrado desafiar las estructuras tradicionales del mercado regulado, promoviendo una mayor dinamización y ofreciendo nuevas oportunidades de inclusión financiera que benefician a los consumidores al ampliar las opciones disponibles

Sin embargo, las brechas para la inclusión financiera siguen siendo grandes. Según Marcela Torres (Torres, 2023), gerente general de Nu Colombia, en el artículo "Inclusión financiera y transformación digital", solo el 22.5% de los adultos colombianos tienen una tarjeta de crédito, y el 36.2% tienen acceso a productos de crédito. A pesar de que el 79.6% de los adultos posee cuentas de ahorro, solo el 51.9% las utiliza activamente, debido a tarifas, mal servicio y confusión.

#### **8.1.1. Características de las Barreras tradicionales de inclusión financiera en Colombia**

Las barreras tradicionales de inclusión financiera a las que se han tenido que enfrentar las Fintech en Colombia han sido múltiples y han limitado el acceso de gran parte de la población a servicios financieros formales. A continuación se detallan algunas de las barreras más relevantes para el caso de estudio.

- **Acceso geográfico limitado**

Generalmente las instituciones bancarias tradicionales se concentran en las grandes ciudades, dejando sin cobertura a poblaciones rurales y áreas más alejadas. Neobancos como Nu y RappiPay han superado esta barrera al operar completamente de forma digital. Esto elimina la necesidad de sucursales físicas, permitiendo que cualquier persona con acceso a internet y un celular pueda acceder a los servicios financieros sin necesidad de desplazamientos.

- **Costos elevados y burocracia**

Los bancos tradicionales suelen cobrar tarifas altas por servicios básicos y requieren una gran cantidad de trámites para otorgar una tarjeta de crédito. Esto desincentiva a la población de bajos ingresos a utilizar servicios financieros formales. Nu y RappiPay han implementado estructuras de costos mucho más accesibles y con cero cobro de cuota de manejo para tarjetas de crédito. Además, han simplificado los procesos para apertura de cuentas, ofreciendo un acceso más rápido y sencillo mediante aplicaciones móviles.

- **Falta de educación financiera**

La falta de conocimiento sobre cómo manejar productos financieros es una barrera clave para muchas personas, quienes pueden sentirse intimidadas por la complejidad de los productos ofrecidos por los bancos tradicionales.

Citando una parte del artículo (Mis finanzas para Invertir, 2022) Colombia tiene una enfermedad que podría catalogarse de carácter cultural y que impacta negativamente el desarrollo del país y es el desconocimiento financiero. La falta de educación financiera es un problema del que son responsables los ciudadanos, las instituciones educativas, el Gobierno y las instituciones financieras.

Nu y RappiPay han adoptado una comunicación más amigable y accesible, usando plataformas digitales. También brindan educación financiera a través de la misma aplicación o mediante blogs y redes sociales, ayudando a los usuarios a comprender mejor sus productos.

- **Requisitos crediticios estrictos**

Muchas personas en Colombia no cumplen con los requisitos tradicionales para obtener un crédito o una tarjeta bancaria (historial crediticio, ingresos formales, etc.), lo que les impide acceder a estos servicios.

Mediante el uso de algoritmos y análisis de datos, Nu y RappiPay han desarrollado métodos más inclusivos para evaluar el riesgo crediticio. Por ejemplo, consideran factores adicionales como comportamiento de pago de servicios y actividad en redes sociales, facilitando el acceso a crédito a personas no bancarizadas.

Por ejemplo, como se menciona en el artículo en el blog de Nu (Nu E. , 2020) el cual habla del Machine Learning y cómo su algoritmo para aprobación o no de un cliente se alimenta constantemente con nueva información para mejorar la toma de decisiones. Esto conlleva a que cada vez puedan otorgar mas tarjetas de crédito de acuerdo con el comportamiento de los usuarios.

- **Desconfianza en las instituciones bancarias**

La desconfianza hacia los bancos tradicionales, debido a malas experiencias o falta de transparencia, ha sido otro factor que ha limitado el uso de servicios financieros formales.

Según un artículo de La República escrito por (Salcedo, 2023) menciona que solo el 29% de los colombianos confían plenamente en las entidades bancarias. Siendo este porcentaje inferior que en otros países de latinomaerica donde superan el 30% de confianza en entidades bancarias.

Por esta razón Fintechs como Nu y RappiPay se han centrado en eliminar la fricción que existe con los bancos tradicionales y mejorar la experiencia del cliente con procesos transparentes, sin costos ocultos, y una atención al cliente digital eficiente. Además, la simplicidad y transparencia de sus plataformas genera confianza entre los usuarios.

- **Exclusión de sectores informales**

La informalidad económica ha sido otro obstáculo, ya que los bancos tradicionales suelen requerir pruebas de ingresos formales para acceder a productos financieros.

Los neobancos utilizan datos alternativos y modelos de evaluación que permiten a trabajadores informales acceder a productos financieros, basándose en la actividad de sus cuentas, pagos y otros comportamientos financieros no tradicionales.

La inclusión financiera en Colombia ha sido impulsada significativamente por el auge de las Fintech, como Nu y RappiPay, que han logrado romper con las barreras tradicionales del sistema financiero. Estos neobancos han facilitado el acceso a productos financieros mediante plataformas digitales, eliminando la necesidad de sucursales físicas, reduciendo costos y simplificando procesos. A pesar de estos avances, persisten desafíos importantes, como la falta de educación financiera y la exclusión de sectores informales. No obstante, las Fintech están liderando la transformación al ofrecer soluciones más accesibles y adaptadas a las necesidades de una población diversa, lo que demuestra su papel crucial en la reducción de brechas y el aumento de la participación en el sistema financiero formal.

## **8.2 Cuadro comparativo tarjetas de crédito Nu y Rappipay**

### **8.2.1. Características del modelo de negocio de Tarjeta de Crédito Nu**

El modelo de negocio de Nu (Nubank) en Colombia se basa en una estrategia digital innovadora que desafía los paradigmas de los bancos tradicionales. Al centrarse en ofrecer productos financieros sencillos, accesibles y sin costos ocultos, Nu ha logrado captar rápidamente una base creciente de usuarios.

Para el presente trabajo de investigación se realizó una revisión exhaustiva de la página web (NU Colombia, 2024) para analizar los beneficios que ofrece la Fintech. Adicionalmente se tuvo en cuenta lo mencionado por el CEO de Nu, David (Velez, 2024) en el Podcast La fórmula Nubank para crear un Océano Azul. Con base en el análisis de la información se categoriza el modelo de negocio basado en los siguientes puntos considerados como los más relevantes.

Nu no cuenta con sucursales físicas, lo que reduce costos operativos significativamente. Todas las interacciones con los clientes se realizan a través de su aplicación móvil, desde la apertura de cuentas hasta la gestión de productos financieros. Esta estructura digital permite a Nu ser más eficiente y ágil en la entrega de servicios, brindando una experiencia de usuario simple e intuitiva.

Nu se distingue por priorizar la satisfacción del cliente. La atención al usuario es ágil y eficaz, con respuestas rápidas a través de canales digitales como chat y correo electrónico. Se eliminan procesos burocráticos que suelen caracterizar a los bancos tradicionales, permitiendo una mayor comodidad para los usuarios.

Uno de los productos más populares de Nu en Colombia es su tarjeta de crédito sin cuota de manejo. Este producto ha sido clave para atraer a usuarios jóvenes y a aquellos que buscan alternativas a los bancos tradicionales. La ausencia de tarifas ocultas y la transparencia en los cobros son valores agregados que generan confianza y diferencian a Nu de sus competidores tradicionales.

El modelo utiliza algoritmos avanzados y análisis de datos para evaluar la solvencia crediticia de los usuarios, lo que permite ofrecer productos financieros a personas que, en muchos casos, no serían aprobadas por los bancos tradicionales debido a la falta de un historial crediticio convencional. Esta inclusión de nuevos métodos para la evaluación de riesgos permite a Nu acceder a una base más amplia de clientes.

Nu no solo se enfoca en ofrecer productos financieros, sino también en educar a sus usuarios sobre finanzas personales. A través de su app y plataformas como blogs y redes sociales, ofrece contenido educativo para ayudar a los usuarios a tomar mejores decisiones financieras.

Además, Nu se posiciona como una empresa comprometida con la inclusión financiera, buscando generar un impacto positivo en la vida de personas tradicionalmente excluidas del sistema financiero.

Al operar sin sucursales físicas y utilizando tecnología moderna, Nu puede ofrecer productos con costos reducidos, eliminando o minimizando tarifas asociadas a los servicios financieros. Los procesos de apertura de cuenta o solicitud de tarjeta de crédito son rápidos y se pueden realizar desde cualquier lugar con un dispositivo móvil, democratizando el acceso a servicios bancarios.

Nu promueve la simplicidad en todos sus productos, presentando información clara y sin términos complicados. Esto contrasta con la oferta de los bancos tradicionales, que a menudo incluye contratos extensos con cargos adicionales ocultos. Este enfoque de transparencia ayuda a generar una relación de confianza con los usuarios.

Si bien Nu comenzó en Brasil, su expansión hacia otros países como Colombia ha seguido un enfoque escalable. La infraestructura digital le permite replicar su modelo de negocio en diferentes mercados sin tener que incurrir en los altos costos de abrir sucursales o adaptarse a estructuras bancarias locales complicadas.

En Colombia, Nu busca seguir expandiendo su oferta, incluyendo más productos financieros como cuentas de ahorro o seguros, utilizando siempre su plataforma digital.

Nu ha crecido rápidamente en Colombia debido a su enfoque en usuarios que buscan alternativas más modernas y accesibles que las que ofrecen los bancos tradicionales. Este crecimiento ha sido impulsado en gran parte por recomendaciones boca a boca y su presencia digital.

### **8.2.2. Características del modelo de negocio Tarjeta de Crédito RappiPay**

El modelo de negocio de RappiPay en Colombia, específicamente para su tarjeta de crédito, se basa en una asociación entre la plataforma de entregas Rappi y el banco Davivienda. A través de esta alianza, han desarrollado un producto financiero innovador, completamente digital, que busca diferenciarse de los bancos tradicionales y mejorar la experiencia del usuario.

Para el presente trabajo de investigación se realizó una revisión exhaustiva de la página web (RappiCard, 2024) para analizar los beneficios que ofrece la Fintech. Adicionalmente se tuvo en cuenta lo mencionado por el CEO de Rappi, Simón (Borrero, 2023) en una entrevista de YouTube de título: Fracasó 3 Veces Antes de Crear Rappi, Que Hoy Vale 5.400 Millones de Dólares!.

La tarjeta de crédito de RappiPay es emitida y gestionada de manera 100% digital, eliminando la necesidad de visitar una sucursal bancaria. La solicitud, aprobación y gestión de la tarjeta se realiza desde la aplicación móvil de Rappi. Esta digitalización reduce los costos operativos y permite a los usuarios acceder rápidamente al producto, agilizando la experiencia de compra y transacción.

La tarjeta RappiPay no cobra cuota de manejo, lo que la hace atractiva para usuarios que buscan evitar los costos tradicionales asociados con las tarjetas de crédito de los

bancos tradicionales. Además, ofrece una política clara y transparente en cuanto a los intereses, con tasas competitivas dentro del mercado colombiano.

Uno de los principales incentivos de la tarjeta RappiPay es su programa de recompensas. Los usuarios acumulan Rappi Créditos con cada compra realizada con la tarjeta, que pueden utilizar para adquirir productos y servicios dentro de la aplicación de Rappi, como entregas a domicilio, compras en supermercados, o servicios de Rappi Travel. Este programa de fidelización integra el ecosistema de Rappi con los hábitos de consumo de los usuarios, incentivando el uso continuo de la tarjeta.

RappiPay ofrece a los usuarios de su tarjeta de crédito un sistema de Cash Back en ciertas compras, lo que significa que los usuarios reciben un porcentaje de sus gastos de vuelta. Esto ha sido un diferenciador clave en el mercado, atrayendo a clientes que buscan maximizar el valor de sus compras diarias. El Cash Back puede variar según la categoría de gasto o promociones específicas dentro de la aplicación.

Al ser un producto de Rappi, la tarjeta de crédito está integrada en su aplicación. Los usuarios pueden no solo pagar servicios de Rappi con la tarjeta, sino también ver el estado de sus transacciones, saldo y recompensas acumuladas directamente en la App. Esta integración permite una experiencia fluida y sin interrupciones para los usuarios que ya están acostumbrados a utilizar Rappi como parte de su vida diaria.

Similar a otros Neobancos, RappiPay utiliza datos alternativos para evaluar la solvencia de los usuarios, permitiendo que personas sin un historial crediticio tradicional puedan acceder a la tarjeta de crédito. La aprobación de la tarjeta es rápida, y muchos usuarios pueden recibir una respuesta en cuestión de minutos. Esto contrasta con los procesos más largos y burocráticos de los bancos tradicionales.

En el artículo de La República (Soto, 2021) mencionan la alianza con Davivienda respaldando la tarjeta RappiPay en términos de infraestructura bancaria y regulación, aprovechando la experiencia financiera de uno de los bancos más importantes de Colombia. Esta colaboración permite a RappiPay ofrecer una tarjeta de crédito regulada y segura, mientras mantiene su enfoque en la innovación y la experiencia digital.

RappiPay se diferencia por ofrecer un servicio al cliente ágil y enfocado en resolver problemas rápidamente. Al operar de manera digital, han optimizado la atención a través de su aplicación, permitiendo que los usuarios realicen consultas o resuelvan dudas sin necesidad de acudir a una sucursal física.

Aunque la tarjeta de crédito RappiPay se lanzó inicialmente en Colombia, existe una estrategia de expansión a otros mercados de América Latina donde Rappi tiene presencia, como México y Brasil. Este enfoque escalable le permite capitalizar la base de usuarios de Rappi en toda la región.

Aunque RappiPay no cobra cuota de manejo, genera ingresos a través de comisiones de las transacciones realizadas con la tarjeta (intercambio de pagos) y a través de los intereses aplicados a los saldos pendientes que no son pagados dentro del ciclo de facturación. Además, los acuerdos con Davivienda y otros aliados permiten a RappiPay mantener un flujo de ingresos sostenible mientras expande su oferta de productos financieros.

### 8.2.3. Comparación de ventajas del modelo de negocio Tarjeta de Crédito RappiPay

Con el siguiente cuadro comparativo se muestra en resumen las características que de los modelos de negocio de Nu y RappiPay para el producto de tarjeta de crédito.

Características	Nu	RappiCard
Operación 100% digital	Si	Si
Enfoque en la experiencia del cliente	Si	Si
Cero costos ocultos y tarifas competitivas	Si	Si
Evaluación crediticia innovadora	Si	Si
Cash back en compras	No	Si
Simplicidad y transparencia	Si	Si
Evaluación crediticia inclusiva y rápida	Si	Si
Alianzas estratégicas	No	Si
Expansión regional	Si	Si
Educación financiera y compromiso social	Si	No
Estrategia de crecimiento orgánico y adquisiciones	Si	Si

**Fuente:** Elaboración propia con información recopilada en las páginas web de Nu y RappiPay

Lo que tienen en común estas dos Fintech es que desde sus inicios su operación ha sido 100% digital lo que promueve que su enfoque sea centrado en la experiencia del usuario. Así mismo esto permite que los costos de la operación se reduzcan debido a que no tienen puntos físicos para atención de clientes. Por lo anterior sus canales digitales ofrecen toda la información requerida por sus clientes y el proceso de adquisición del producto es autogestionado y simple para eliminar la fricción que existía en los bancos tradicionales al momento de adquirir un nuevo producto.

Un aspecto importante a destacar es el uso de la tecnología NFC, que permite a los usuarios realizar pagos mediante billeteras digitales como Apple Pay y Google Pay, eliminando la necesidad de llevar la tarjeta física. Esto refuerza el enfoque en la comodidad y seguridad para el usuario.

A continuación se presenta un cuadro comparativo donde se listan los beneficios ofrecidos por estas dos Fintech enfocado en el producto de tarjeta de crédito.

Carcterísticas	Nu	RappiCard
Tasa de interés %	28.1% E.A	28.85% E.A
Cuota de manejo	0	0
Seguros	No hay seguros obligatorios	No hay seguros obligatorios
Intereses a 1 cuota	0% interés por compras a 1 cuota	0% interés por compras a 1 cuota
Permite re diferir compras	Si	Si
Avances en efectivo	\$ 6.800	\$ 9.900
Tarjeta Física	Si	Si
Tarjeta Digital	Si	Si
Tecnología NFC Wallet	Si	Si
Cash Back	0	1% Cash back en Rappi si eres Pro Black
Costo por usar la App	0	0
Descuentos en comercios	No	Si

**Fuente:** Elaboración propia con información de las páginas web de NU y RappiCard

Las personas en Colombia pueden escoger entre una tarjeta de crédito de Nu o RappiPay debido a las ventajas que ambos Neobancos ofrecen en comparación con los bancos tradicionales. Estas plataformas se destacan por eliminar comisiones de manejo, simplificar los requisitos de aprobación, y ofrecer acceso rápido y fácil a sus productos mediante aplicaciones móviles. Además, tanto NU como RappiPay brindan transparencia en los costos, atención al cliente digital eficiente, y experiencias de

usuario intuitivas, lo que genera mayor confianza entre los usuarios, especialmente aquellos que han tenido malas experiencias con la banca tradicional.

Nu se diferencia al ser altamente valorado por su enfoque en la educación financiera y su atención al cliente amigable, mientras que RappiPay se distingue por su integración con el ecosistema Rappi, lo que permite a los usuarios acceder a descuentos y beneficios adicionales en la plataforma de delivery y servicios. Ambos ofrecen alternativas atractivas, pero la decisión de los consumidores dependerá de factores como la conveniencia, el acceso a beneficios adicionales, y la facilidad de uso que mejor se ajuste a sus necesidades financieras y de consumo.

### **8.3 Contribución de Neobancos a la inclusión financiera**

Según información publicada en el artículo (RappiPay logra financiación por 500 mil millones de pesos para seguir entregando más y mejores productos a los colombianos, 2024) de su página web; a la fecha, la entidad ha entregado 220 mil tarjetas en el país donde para el 40% de los usuarios ha sido su primera tarjeta de crédito. Esto solo refuerza el impacto positivo que ha tenido este tipo de soluciones tecnológicas en el proceso de inclusión financiera.

Adicionalmente, para el caso de Nu crearon un algoritmo de inclusión financiera llamado Betty. Con este tipo de iniciativas se promueven la democratización del acceso al crédito. Una de las Data Science Manager en Nu, menciona en su artículo (Bruna, 2021) que Betty es un algoritmo de inteligencia artificial creado por la compañía como una alternativa para la evaluación crediticia de las personas a las cuales generalmente un buró de crédito tradicional no le otorgaría un producto financiero.

### **8.4 Impacto de productos financieros en cifras**

#### **8.3.1. Acceso a tarjetas de crédito por grupos etarios**

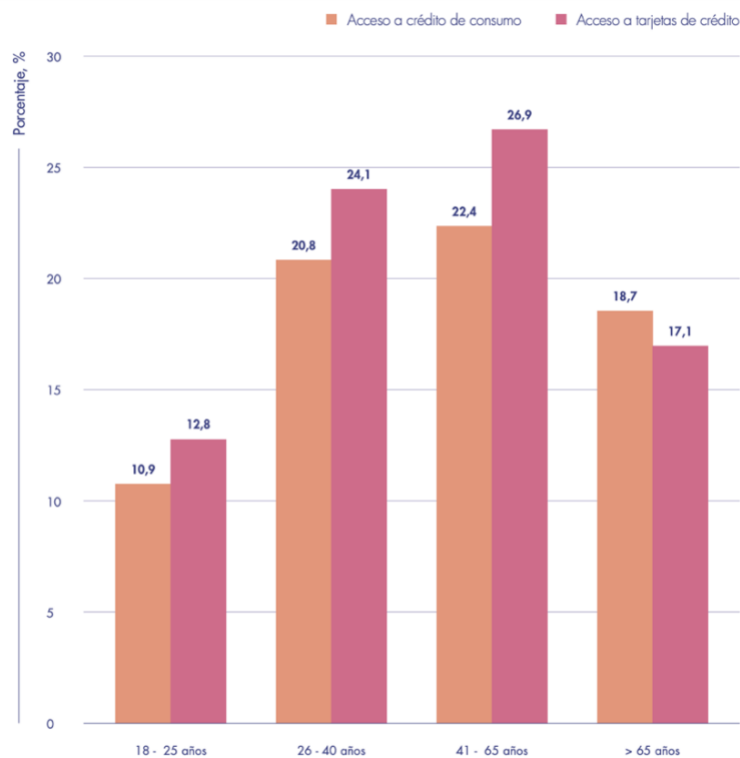
Según el Reporte de inclusión Financiera 2023 publicado por la (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) se habla del acceso a productos financieros mencionando que “El indicador de acceso a productos financieros mostró un comportamiento favorable en el último año. El porcentaje de adultos con algún

producto financiero aumentó del 92,3% al 94,6% entre 2022 y 2023, registrando un incremento de 2,3 pp. Esto equivale a que 36,1 millones de adultos poseen un producto financiero transaccional, de ahorro o de financiamiento formal. En efecto, más de 1,4 millones de usuarios nuevos tuvieron productos financieros frente a 2022.”

Es importante hablar de otras cifras operacionales referentes a los canales digitales utilizados y aplicaciones móviles. Según (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) “En 2023 se realizaron 15.308 millones de operaciones, 55,9 % de las cuales fueron monetarias y 44,1% no monetarias. La proporción de transacciones monetarias realizadas por medio de canales digitales pasó de 23 % en 2019 a 62,9% en 2023 , un crecimiento de cerca de 10 pp. por año.”

Parte de los beneficios de la inclusión financiera gracias a las Fintech es el comportamiento por grupos etarios. Por ejemplo, años atrás para los jóvenes era mucho más difícil poder adquirir una tarjeta de crédito en un banco tradicional debido a la falta de vida crediticia.

Según cifras entregadas en el último informe de la (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) se obtuvieron resultados variados en cuanto a las edades de las personas que adquirieron tarjetas de crédito. Los jóvenes entre 18 y 25 años presentaron niveles más bajos de acceso en comparación al resto de la población.



Fuente: tomado de Reporte de inclusión financiera 2023

Basados en esas cifras podemos ver como aún predominan las barreras mencionadas anteriormente para el acceso a servicios financieros. Muchos jóvenes no tienen un historial crediticio tradicional, lo que les dificultaba acceder a productos financieros a través de la banca tradicional. Las fintech utilizan tecnologías de big data, inteligencia artificial y análisis alternativos para evaluar la capacidad crediticia, permitiendo que más jóvenes puedan acceder a los productos financieros como las tarjetas de crédito.

Uno de los principales objetivos mencionados en la página de (Nu Colombia, 2022) es promover la inclusión financiera liberando a las personas de la complejidad del sistema financiero. Muchas personas que no tienen empleo formal o ingresos constantes pueden aún ser buenos administradores de crédito. NU busca atender a este segmento de la población que a menudo es excluido por los bancos tradicionales, dándoles la oportunidad de construir un historial crediticio con bajos montos.

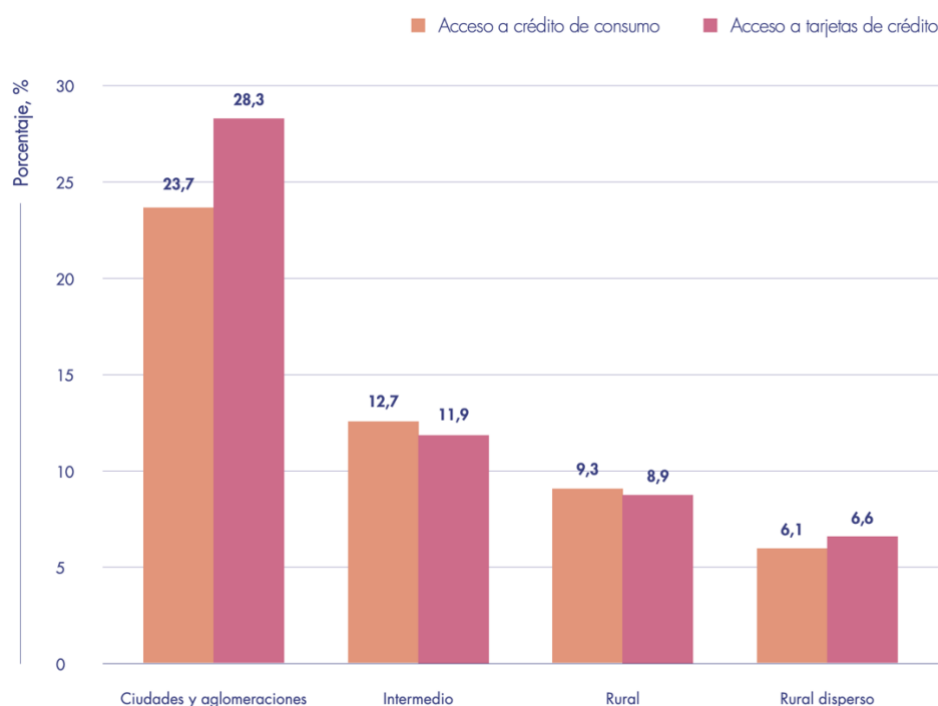
### 8.3.2. Acceso a tarjetas de crédito por zonas

Para (Ferrari, 2024), Superintendente Financiero de Colombia menciona en un artículo publicado este año, que las Fintech han sido una de las formas de cerrar las

brechas financieras en poblaciones desatendidas. Esto debido a que gracias a la mezcla de tecnología y finanzas ha sido posible ofrecer productos y servicios financieros a personas que antes no tenían acceso.

En el mismo artículo (Ferrari, 2024) menciona que “Los procesos de digitalización del sistema financiero se evidencian en el aumento de la participación en el uso de canales digitales para realizar transacciones financieras en Colombia, la cual paso de 58.1% en 2018 a 77.2% 2023.”

De acuerdo con las cifras entregadas por la (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) el acceso a los productos financieros se divide en cuatro zonas así: Ciudades y aglomeraciones, Intermedio, Rural y rural disperso.



**Fuente:** tomado de Reporte de inclusión financiera 2023

Según la gráfica se puede ver que entre más cerca estén las personas a las zonas rurales el acceso a servicios financieros disminuye. Aquí se puede evidenciar como la infraestructura de un país puede contribuir a favor o en contra de su población.

El acceso limitado a servicios financieros ha sido históricamente atribuido a factores estructurales como la falta de infraestructura bancaria en regiones rurales, el elevado costo de los productos financieros tradicionales, y la exclusión de individuos sin

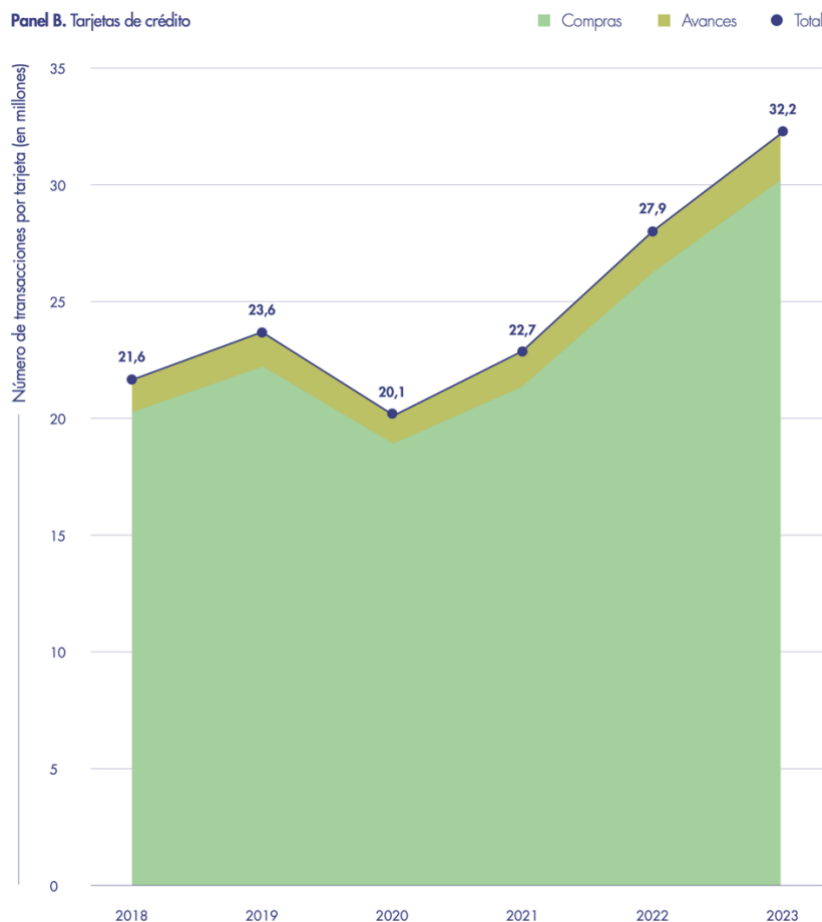
historial crediticio. Según datos del (Banco Mundial, 2022) un 31% de la población adulta colombiana no tenía acceso a productos financieros formales en 2017, una cifra que ha disminuido en años recientes pero que sigue evidenciando importantes brechas. Adicionalmente, en áreas rurales, esta situación se agrava por la falta de conectividad digital, lo que limita el acceso a las plataformas Fintech que han facilitado el acceso en áreas urbanas.

### **8.3.3. Transaccionalidad anual de uso de tarjetas de crédito**

La inclusión financiera ha empoderado a los colombianos para administrar mejor sus finanzas personales. Con acceso a cuentas de ahorro y plataformas digitales, ahora es más fácil para muchas personas controlar sus ingresos, ahorrar, realizar pagos y gestionar gastos. La mayor disponibilidad de herramientas digitales también facilita la planificación financiera y el seguimiento de los hábitos de consumo.

La tasa de interés se considera una de las características que más tienen en cuenta las personas al momento de adquirir una tarjeta de crédito. Según un artículo de El Tiempo, (García Mahecha, 2019, pág. Este es el perfil de los usuarios de tarjetas de crédito en Colombia ) menciona que al momento de diferir las compras a través de tarjetas de crédito, el 26% de los tarjetahabientes prefieren el corto plazo y para evitar el pago de intereses.

De acuerdo con las cifras entregadas por la (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024) en Colombia se realizaron 497 millones de operaciones con Tarjetas de crédito. La inclinación del uso de las tarjetas es hacia el efectivo, siendo retiros y avances las opciones más utilizadas por los colombianos.



**Fuente:** tomado de Reporte de inclusión financiera 2023

La inclusión financiera ha permitido que más colombianos accedan a productos como cuentas bancarias, tarjetas de débito y crédito, pagos móviles, y plataformas de ahorro e inversión. Esto ha facilitado la transición de una economía en efectivo hacia una más digital. A medida que más personas tienen acceso a servicios financieros, el uso de métodos de pago electrónicos ha aumentado, mejorando la eficiencia y seguridad en las transacciones.

Las Fintech a menudo integran programas de educación financiera dentro de sus aplicaciones, ayudando a los jóvenes a aprender a manejar su dinero, ahorrar, invertir y utilizar crédito de manera responsable. Todo este movimiento ha permitido que las personas se interesen más en sus finanzas personales y aprovechen las opciones que traen las Fintech que más se ajusten a sus necesidades.

## 9. Conclusiones

### 9.1 Implicaciones de la inclusión financiera gracias a las Fintech

Se acepta la hipótesis ya que, queda demostrado por medio del análisis descriptivo que la inclusión financiera en Colombia ha experimentado una transformación significativa con el auge de Fintech como Nu y RappiPay, dos ejemplos de neobancos que han logrado superar las barreras tradicionales del sistema financiero. Estas plataformas han generado varias implicaciones positivas para el acceso y la participación de la población en el sistema financiero formal, especialmente para aquellos segmentos excluidos o subatendidos por los bancos tradicionales.

Adicionalmente se pudo observar como después de la pandemia del COVID-19 se ha venido incrementado el uso de canales digitales y como también se han incrementado los niveles de inclusión financiera en todo el país. Para el caso puntual de Fintech como Nu y RappiPay han diseñado procesos 100% digitales para la solicitud y aprobación de tarjetas de crédito. Esto elimina barreras como los trámites físicos y largos tiempos de espera que tradicionalmente ofrecían los bancos, facilitando el acceso para usuarios no bancarizados o con historiales crediticios limitados.

Gracias a la digitalización completa de sus servicios, tanto Nu como RappiPay han eliminado la necesidad de sucursales físicas, lo que ha permitido a millones de colombianos acceder a productos financieros desde cualquier lugar con acceso a internet. Esto ha sido crucial para las poblaciones en áreas rurales y apartadas, donde las sucursales bancarias tradicionales son escasas o inexistentes. La accesibilidad a través de aplicaciones móviles ha democratizado el acceso a tarjetas de crédito, ahorro y otros productos financieros.

Ambos neobancos han logrado reducir considerablemente los costos asociados a los servicios financieros. Nu, por ejemplo, ofrece tarjetas de crédito sin cuota de manejo y una estructura de costos transparente, sin cargos ocultos. RappiPay sigue una línea similar, eliminando cuotas de manejo y ofreciendo tasas competitivas. Esta reducción de costos ha facilitado que personas de estratos bajos y trabajadores informales, que históricamente han sido excluidos del sistema financiero, puedan acceder a productos financieros sin los altos costos tradicionales que los bancos solían imponer.

El uso de datos alternativos por parte de Nu y RappiPay para evaluar la solvencia crediticia ha sido clave para incluir a sectores informales de la economía. Estos neobancos no dependen únicamente de un historial crediticio formal para aprobar productos, sino que analizan comportamientos como pagos de servicios o actividad en redes sociales. Esta metodología ha permitido que trabajadores informales, que no tienen acceso a un crédito tradicional debido a la falta de un historial bancario, puedan acceder a productos como tarjetas de crédito, lo que fomenta una mayor inclusión financiera.

A través de sus plataformas digitales, tanto Nu como RappiPay ofrecen contenidos educativos y recursos para mejorar el conocimiento financiero de sus usuarios. Estas herramientas ayudan a los clientes a comprender mejor cómo manejar sus finanzas personales, tomar decisiones informadas sobre sus productos financieros y evitar el sobreendeudamiento. La educación financiera es crucial en un país con niveles de alfabetización financiera bajos, como Colombia, y ambas Fintech están contribuyendo al desarrollo de una cultura financiera más sólida.

La transparencia en los productos y la atención al cliente eficiente han sido factores diferenciadores clave para Nu y RappiPay. A medida que más usuarios confían en estos servicios digitales, la desconfianza histórica hacia las instituciones bancarias tradicionales comienza a reducirse. Las políticas claras sobre tarifas, sin costos ocultos, y la interacción directa y rápida a través de canales digitales han creado una relación más cercana entre los usuarios y las Fintechs, lo que mejora la confianza en el sistema financiero.

La entrada de Nu y RappiPay al mercado ha presionado a los bancos tradicionales a revisar sus modelos de negocio, mejorar sus servicios y ofrecer productos más accesibles y competitivos. La competencia generada por estos neobancos ha contribuido a mejorar la oferta de servicios financieros en general, beneficiando a los consumidores con mejores condiciones y mayor variedad de productos financieros.

En resumen, la inclusión financiera facilitada por Nu y RappiPay ha tenido implicaciones profundas en la economía colombiana. Estas Fintechs han logrado romper las barreras que excluían a amplios sectores de la población, promoviendo la accesibilidad, reduciendo costos y utilizando innovaciones tecnológicas para crear un

sistema financiero más inclusivo. Aunque aún persisten desafíos, como la educación financiera y la exclusión de sectores informales, las plataformas digitales están demostrando ser agentes clave en el cambio hacia un sistema financiero más equitativo y accesible.

## 9.2 Limitaciones del estudio

Aunque el estudio sobre el impacto de las Fintech, específicamente Nu y RappiPay, en la inclusión financiera en Colombia proporciona información valiosa, existen algunas limitaciones que deben ser consideradas para contextualizar los hallazgos y el alcance de la investigación:

1. **Enfoque limitado a dos Fintech:** Este proyecto se centra únicamente en los casos de Nu y RappiPay, lo que restringe la generalización de los resultados a otras Fintechs o modelos de negocio que operan en Colombia. Si bien estos dos actores son representativos del fenómeno, otros modelos digitales podrían presentar características y resultados diferentes en términos de inclusión financiera.
2. **Disponibilidad de datos:** La investigación se basa en fuentes de información disponibles públicamente, como sitios web y artículos de prensa, lo que puede limitar el acceso a datos más específicos o confidenciales que podrían proporcionar una visión más profunda de los procesos internos de las Fintechs.
3. **Falta de una muestra representativa:** Este estudio se ha basado en información de fuentes secundarias, entrevistas y análisis de caso, lo que implica que no se cuenta con una muestra representativa de usuarios de Nu y RappiPay. Sin una investigación primaria que incluya encuestas o entrevistas directas con usuarios de estas plataformas, las conclusiones podrían estar sesgadas por una visión limitada de las experiencias de los consumidores.
4. **Impacto limitado de la educación financiera:** Aunque se destaca la importancia de la educación financiera como parte de la propuesta de valor de las Fintechs, medir el verdadero impacto de estas iniciativas en la mejora de la educación financiera y la toma de decisiones de los usuarios puede ser un desafío. La investigación no cuenta con datos suficientes sobre cómo los usuarios de Nu y RappiPay realmente implementan los conocimientos

adquiridos a través de las plataformas digitales en su comportamiento financiero diario.

### **9.3 Sugerencias para Investigaciones Futuras**

Para avanzar en la comprensión del impacto de las Fintech en la inclusión financiera en Colombia, investigaciones futuras pueden explorar varios aspectos no cubiertos por el presente estudio. Algunas sugerencias para continuar esta línea de investigación incluyen:

#### **1. Ampliación del Análisis a Otras Fintechs**

Sería valioso incluir en estudios futuros una mayor variedad de Fintechs que operan en Colombia, analizando casos adicionales para comprender si las características que impulsan el éxito de Nu y RappiPay se replican en otros modelos o si existen estrategias diferenciadas. Esto permitiría una perspectiva más amplia y comprensiva del ecosistema Fintech en el país.

#### **2. Análisis del Entorno Regulatorio y su Influencia en el Sector Fintech**

Considerar cómo el entorno regulatorio colombiano afecta el crecimiento y desarrollo de las Fintechs sería un enfoque valioso para investigaciones futuras. Un análisis de políticas podría identificar los cambios regulatorios que favorecen o limitan la inclusión financiera digital, así como evaluar el impacto de posibles reformas en el desarrollo de estos servicios.

#### **3. Investigación en Segmentos Específicos de la Población**

Futuras investigaciones podrían enfocarse en analizar el impacto de las Fintechs en segmentos específicos de la población, como personas de bajos ingresos, zonas rurales, jóvenes, o trabajadores del sector informal. Esto proporcionaría una comprensión más detallada de cómo estos grupos adoptan o se benefician de los productos Fintech y si persisten barreras específicas dentro de estos segmentos.

## 10. Bibliografía

- (2024, June 20). Retrieved September 15, 2024 from Estudio: Ecosistema fintech en América Latina y el Caribe supera las 3.000 startups: <https://www.iadb.org/es/noticias/estudio-ecosistema-fintech-en-america-latina-y-el-caribe-supera-las-3000-startups>
- Banca de las oportunidades. (2023). *Reporte de inclusión financiera 2023: avances y retos en Colombia*. Bogotá: Superintendencia Financiera de Colombia.
- Banco Interamericano de desarrollo. (2024). *Fintech en América Latina y el caribe*. Washington.
- Banco Mundial. (2022). *Inclusión financiera*. From Grupo Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview>
- BBVA Innovation Center. (2015). *BBVA Innovation Center (Fintech Series)*.
- Borrero, S. (2023, septiembre 30). Fracasó 3 Veces Antes de Crear Rappi, Que Hoy Vale 5.400 Millones de Dólares! Simón Borrero . (F. Pouzet, Interviewer)
- Cano, C., & Esguerra, M. (n.d.). *Inclusión financiera en Colombia*. Retrieved September 15, 2024 from Banco de la República: [https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sem\\_357.pdf](https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sem_357.pdf)
- Cardona valencia, D., & Calabuig, C. (2024). Digital financial inclusion as a pillar of disaster resilience. In *Digital financial inclusion as a pillar of disaster resilience* (pp. Pages 241 - 259). IGI Global.
- Claessens, S. (2024). From (PDF) Access to Financial Services: A Review of the Issues and Public Policy Objectives: [https://www.researchgate.net/publication/5217978\\_Access\\_to\\_Financial\\_Services\\_A\\_Review\\_of\\_the\\_Issues\\_and\\_Public\\_Policy\\_Objectives](https://www.researchgate.net/publication/5217978_Access_to_Financial_Services_A_Review_of_the_Issues_and_Public_Policy_Objectives)
- Claessens, S. (n.d.). (PDF) *Access to Financial Services: A Review of the Issues and Public Policy Objectives*. Retrieved September 15, 2024 from ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/5217978\\_Access\\_to\\_Financial\\_Services\\_A\\_Review\\_of\\_the\\_Issues\\_and\\_Public\\_Policy\\_Objectives](https://www.researchgate.net/publication/5217978_Access_to_Financial_Services_A_Review_of_the_Issues_and_Public_Policy_Objectives)
- Clavijo, S. (2024). Banca Central, Política monetaria y Mercados Fintech en Colombia. *Revista de Economía Institucional*, 26(51), 251–260. From <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/9537>
- Dairo Estrada, P. Z. (2017). *Ensayos sobre inclusión financiera en Colombia*.
- Daniel Cardona Valencia, C. C. (2024). In *Digital financial inclusion as a pillar of disaster resilience (Pages 241 - 259)*.
- Dauro Estrada, P. Z. (2017). *Ensayos sobre Inclusión Financiera en Colombia*. Asobancaria.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. R. (2018). The Global Findex Database 2017 : Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution (English). *World Bank Group*.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. R. (2017). *The Global Findex Database 2017 : Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution (English)*. From <http://documents.worldbank.org/curated/en/332881525873182837/The-Global>
- Ferrari, C. (2024). *Superintendencia Financiera de Colombia*. From <https://www.superfinanciera.gov.co/>: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115018/regulacion-financiera-en-colombia-ha-sido-habilitante-para-las-fintech/>
- García Mahecha, C. A. (2019). <https://www.eltiempo.com/economia/>. From El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/perfil-del-usuario-de-tarjeta-de-credito-en-colombia-448916>

- Jhonathan Malagón, A. V. (2024). *Principales hitos y desafíos de la banca colombiana: Informe de Gestión Gremial 2023*. Asobancaria.
- La industria fintech en Colombia: Motor de la inclusión financiera. (2023). *La República*.
- Mis finanzas para Invertir*. (2022, agosto). From Davivienda:  
<https://www.misfinanzasparainvertir.com/la-falta-de-educacion-financiera-una-enfermedad-cultural-en-colombia/>
- Nu Colombia. (2022, noviembre 01). *Nu Colombia*. From ¿Por qué es importante la educación financiera? : <https://blog.nu.com.co/educacion-financiera-por-que-es-importante-para-colombia/>
- NU Colombia. (2024). *NU*. From <https://blog.nu.com.co/>: <https://blog.nu.com.co/por-que-ser-parte-de-nu/>
- Nu, E. (2020, noviembre). *Nu*. From <https://blog.nu.com.co/>: <https://blog.nu.com.co/que-es-machine-learning/>
- Nu. (2024). *Sobre Nu*. From Nu: <https://international.nubank.com.br/es/sobre-nu/>
- RappiCard. (2024). *RappiCard*. From <https://www.rappicard.co/>:  
<https://www.rappicard.co/beneficios-rappicard>
- Salcedo, C. R. (2023, mayo). Colombia está entre los países en los que menos se confía en los bancos en la región. *La República*.
- Soto, S. A. (2021). *La República*. From En alianza con Rappi, Davivienda anunció que Rappi Bank llegará a Colombia en 2022 : <https://www.larepublica.co/finanzas/en-alianza-con-rappi-davivienda-anuncio-que-rappi-bank-llegara-a-colombia-en-2022-3266312>
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2024). <https://www.superfinanciera.gov.co>. From Superintendencia Financiera de Colombia:  
<https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115193/reporte-de-inclusion-financiera-2023-avances-y-retos-en-colombia/#:~:text=El%20indicador%20de%20acceso%20a,incremento%20de%202%2C3%20pp>.
- The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. (n.d.). Retrieved September 15, 2024 from American Economic Association:  
<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.52.1.5>
- Torres, M. (2023). Inclusión financiera y transformación digital: El futuro de la banca en nuestra región. *Newsroom NU*.
- Velez, D. (2024, junio 5). La fórmula Nubank para Crear un Océano Azul. (E. Cavalie, Interviewer)
- Villegas-Carrasquilla, L. (2024). La industria Fintech en Colombia, motor de la inclusión financiera. *La república*. From La industria Fintech en Colombia, motor de la inclusión financiera.