

SISTEMAS DE CRÉDITO FINTECH EN ALMACENES DE ROPA DEL BARRIO CENTRO DE EL ESPINAL – TOLIMA

FINTECH CREDIT SYSTEMS IN CLOTHING STORES IN THE CENTRO
NEIGHBORHOOD OF EL ESPINAL – TOLIMA.

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR “ITFIP”

DOI: [www.doi.org/10.54198/innova15.04](https://doi.org/10.54198/innova15.04)

 Carmen Guzmán Torres¹

 Angie Vanesa Sandoval Palma²

 Danna Valentina Triana Álvarez³

 Shirley Andrea Valderrama Peñuela⁴

 Samuel David Rincón Murcia⁵

Cómo citar este artículo: Torres Guzmán, C., Sandoval Palma, A.V., Triana Álvarez, D.V., Valderrama Peñuela, S. A., Rincón Murcia, S.D., (2024). Sistemas De Crédito Fintech En Almacenes De Ropa Del Barrio Centro De El Espinal – Tolima *ITFIP*, 15 (1), 44-54



Recibido: Mayo de 2024. **Aprobado:** octubre de 2024. **Publicado:** Noviembre 2024

Resumen

Los sistemas de crédito son una herramienta que facilitan a las tiendas de ropa a promover y vender sus productos, pues, les permite a los compradores adquirir bienes costosos sin pagar su precio total al contado. Esto, a su vez, incrementa las ventas y las ganancias para el minorista, por lo tanto, se beneficia tanto el comprador como el vendedor. Se decidió llevar a cabo un estudio a través de la metodología cuantitativa, cuyo objetivo fue determinar el impacto de los sistemas de crédito Fintech en almacenes de ropa del Barrio Centro de El Espinal – Tolima.

¹ Carmen Guzmán Torres, Titulada en administración financiera, con especialización en pedagogía y Magíster en Educación, email: cguzman008@itfip.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-0017-3195>

² Angie Vanesa Sandoval Palma, Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional, email: asandoval54@itfip.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-2224-7465>

³ Danna Valentina Triana Álvarez, Universidad Santo Tomás, Abogada (Derecho) email: dtiana13@itfip.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8851-8685>

⁴ Shirley Andrea Valderrama Peñuela, Pedagogical and Technological University of Colombia: Tunja, Boyacá, CO, email: svalderrama74@itfip.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0009-0001-2621-4037>

⁵ Samuel David Rincón Murcia, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano: Bogotá, Diseñador, editor, animador (Distribución Cinematográfica), email: srincon80@itfip.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4810-9809>

Para ello, se utilizó una encuesta a 18 administradores de almacenes de ropa. Encontrando como resultado que, las empresas con modelos Fintech, como Addi y Sistecredito, buscan transformar y mejorar diversos aspectos del sistema financiero tradicional mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

Que los clientes más usuales son las mujeres, y que el comportamiento de pago es óptimo. Así mismo, el crecimiento en ventas ha sido revelador, gracias a tasas de interés y cuotas cómodas. En ese sentido, las soluciones financieras digitales permiten a los clientes acceder a cualquier producto y fomentar la cultura de pago, ya que es notorio que los sistemas de crédito tradicionales no otorgan crédito a personas sin experiencia financiera. Por lo tanto, el impacto económico de los sistemas de crédito Fintech a nivel local ha sido significativo y se ha evidenciado con el incremento en ventas, inclusión financiera, competitividad, aumento de financiamiento a empresas locales y porque no decirlo, generación de empleo.

Palabras clave: almacenes de ropa, compradores, economía, sistemas de crédito Fintech.

Abstract

Credit systems are a tool that makes it easier for clothing stores to promote and sell their products, as they allow buyers to purchase expensive goods without paying their full price in cash. This, in turn, increases sales and profits for the retailer, therefore benefiting both the buyer and the seller. It was decided to carry out a study through quantitative methodology, whose objective was to determine the impact of Fintech credit systems in clothing stores in the Central Neighborhood of El Espinal – Tolima. To do this, a survey of 18 clothing store managers was used. As a result, companies with Fintech models, such as Addi and Sistecredito, seek to transform and improve various aspects of the traditional financial system through the use of information and communication technologies. That the most common customers are women, and that the payment behavior is optimal. Likewise, the growth in sales has been revealing, thanks to interest rates and comfortable installments. In this sense, digital financial solutions allow customers to access any product and promote a culture of payment, since it is notorious that traditional credit systems do not grant credit to people without financial experience. Therefore, the economic impact of Fintech credit systems at the local level has been significant and has been evidenced by the increase in sales, financial inclusion, competitiveness, increased financing to local companies and why not say it, job creation.

Keywords: clothing stores, shoppers, economy, Fintech credit systems.

Introducción

Las nuevas tendencias de Fintech se volcaron a la transformación digital de las finanzas con una rápida digitalización de las economías. Así es, como las Fintech se caracterizan por bajos costos marginales por cuenta de las transacciones, la interacción directa y personalizada entre las empresas tecnológicas y sus clientes (Colombia Fintech, 2022). Las Instituciones de Tecnología Financiera (ITF), distinguidas como Fintech, son empresas que se han convertido en proveedores directos de servicios financieros, llegando a cautivar los clientes con productos financieros

innovadores de manera más accesible y flexible, lo que ha transformado la forma en que los consumidores acceden y utilizan estos servicios (Feyen et al 2023).

Según Jagtiani y Lemieux (2018) las empresas fintech están llenando un vacío importante al ofrecer servicios financieros a segmentos del mercado que han sido históricamente desatendidos por los bancos tradicionales. Esto implica que estas empresas están abordando las necesidades financieras de grupos que previamente no tenían acceso a servicios bancarios convencionales, lo que promueve la inclusión financiera y el desarrollo económico en estas comunidades.

De modo que, el mercado y las tendencias en métodos de financiación han abierto un amplio abanico de posibilidades para que los consumidores accedan a productos mediante sistemas de crédito que facilitan su adquisición en cuotas (BBVA, 2017). En este contexto, los créditos Fintech han surgido como aliados valiosos que no solo mejoran la vida de los consumidores al brindarles acceso a opciones financieras innovadoras, sino que también proporcionan a las tiendas estrategias para promover y vender sus productos de manera más efectiva (Banco Interamericano de Desarrollo, 2022). Esto no solo impulsa las ventas, sino que también fortalece la relación entre las tiendas y sus clientes, creando una experiencia de compra más personalizada y accesible para todos. Del mismo modo, Restrepo (2020) señala que el sector de soluciones Fintech ha revolucionado la relación entre los usuarios y los operadores financieros tradicionales, convirtiéndose en una herramienta clave para eliminar barreras de acceso al sistema financiero. Estas nuevas tecnologías tienen el potencial de mejorar el acceso financiero, especialmente para clientes de bajos ingresos. Considerando que, las fintech han desempeñado un papel cada vez más importante por la variedad de servicios, desde préstamos hasta opciones de compra, permitiendo a los consumidores adquirir productos sin necesidad de pagar el total de inmediato, lo que resulta especialmente útil en momentos críticos (Lavalleja, 2020). Lo que a futuro les beneficiaría al recibir ofertas formales de préstamos que puede influir en los resultados crediticios que exige la banca tradicional (Gallagher y Azevedo, 2020).

En cuanto a la evaluación del acceso al crédito, Seder (1995) identifica cinco elementos clave: carácter, capital, garantía, capacidad de pago y condiciones económicas. Estos factores son esenciales para determinar la viabilidad de otorgar un crédito a un solicitante. En el ámbito específico de los almacenes de ropa, existen diversas plataformas Fintech que ofrecen créditos y medios de pago a los usuarios. Startupeable (2020) menciona que Colombia se ha consolidado como el tercer ecosistema Fintech más grande de la región. Entre las Fintech destacadas se encuentran Sistecredito, Addi, Bold y Mesfix, que no solo agilizan el proceso de obtención de crédito, sino que también brindan oportunidades a aquellos con historial crediticio limitado. Siendo Sistecredito un aliado del comercio al permitir otorga crédito para productos como la ropa (Domínguez, 2023). Y Addi, ha fomentado el comercio con créditos de consumo en puntos de compra, logrando así que los colombianos logren adquirir sus productos de interés en menos de cinco minutos (Revista Semana, 2020). Con flexibilidad en el medio de pago a través de créditos otorgados en tienda física y en ecommerce para personas naturales (Addi, 2024).

A causa de las microfinanzas tienen un efecto positivo en el crecimiento económico en países en desarrollo (Sanz, 2014). Asimismo, la CEPAL (2018) destacó que las grandes empresas tienen mayor acceso al crédito que las pequeñas, lo que limita su expansión. Además, Asobancaria (2022) ha analizado los avances en inclusión financiera, resaltando la importancia de políticas públicas flexibles que promuevan tanto el acceso como el uso efectivo de productos financieros.

En este contexto, el objetivo principal de este estudio es determinar el impacto de los sistemas de crédito Fintech en los almacenes de ropa del Barrio Centro de El Espinal. Esto implica analizar cómo estos métodos flexibles y accesibles influyen en el comportamiento de compra y mejoran el historial crediticio de los consumidores jóvenes, ofreciendo alternativas viables para quienes han sido excluidos del sistema financiero tradicional. La creciente relevancia de las Fintech en Colombia, que están transformando el acceso al crédito, justifica esta investigación. Al centrarse en el sector minorista, especialmente en almacenes de ropa, este estudio busca proporcionar información valiosa sobre las oportunidades y desafíos que presentan estos nuevos modelos financieros. Los hallazgos contribuirán al conocimiento sobre la adopción de tecnologías financieras y su impacto en entornos comerciales tradicionales, ofreciendo información crucial para futuras investigaciones y decisiones estratégicas.

Materiales y Métodos

La investigación es de carácter exploratorio, dado que el uso de sistemas de crédito Fintech en almacenes de ropa del Espinal (Tolima), puede ser un tema relativamente nuevo o poco estudiado en la región. Este enfoque busca comprender mejor la naturaleza y el alcance de dicho impacto. Para lograrlo, se adoptó un enfoque cuantitativo, que implica la recolección y el análisis de datos con el fin de establecer relaciones utilizando técnicas estadísticas que permitan entender cómo funcionan e interactúan los sistemas de crédito Fintech. La población objeto de estudio está constituida por los almacenes del centro del municipio de El Espinal, Tolima, que están registrados en la Cámara de Comercio. La muestra se seleccionó por conveniencia, considerando la disponibilidad y accesibilidad de los almacenes, y se conformó por 18 almacenes de ropa ubicados en el Barrio Centro, específicamente desde la carrera 4 con calle 13 hasta la carrera 8 con calle 9. Para la recolección de datos, se utilizó una encuesta a través de un formulario de Google Forms, que contenía 16 preguntas, y los datos obtenidos fueron analizados utilizando el programa Excel.

Resultados

A continuación, se presenta un análisis exhaustivo de los resultados obtenidos, con el fin de dar conclusiones a una muestra de 18 almacenes de ropa del barrio Centro del municipio de El Espinal-Tolima.

Conforme al primer objetivo, identificar cuáles son los sistemas de crédito Fintech en almacenes de ropa del Barrio Centro de El Espinal, Tolima, se concluye que, los sistemas de crédito Fintech utilizados por los almacenes de ropa se centran principalmente en Sistecredito, que es utilizado por el 89% de los establecimientos encuestados. Este predominio sugiere que Sistecredito es la opción más popular y confiable entre los comercios locales. Por otro lado, un pequeño porcentaje, el 11%, que corresponde a dos almacenes, utiliza Addi como sistema de crédito. Addi se caracteriza por ofrecer pagos a cuotas sin necesidad de tarjetas de crédito ni papeleos, lo que puede atraer a clientes que buscan opciones más flexibles y sencillas. La diversificación entre estos dos sistemas indica que los almacenes están explorando diferentes modelos para satisfacer las necesidades financieras de sus clientes.

Para el segundo objetivo, desarrollar un perfil de los consumidores de crédito Fintech en almacenes de ropa del Barrio Centro de El Espinal, Tolima, se presentan los resultados en la tabla 1.

Tabla 1.
Perfil del consumidor de crédito Fintech

Perfil del consumidor de crédito Fintech			
Demografía			
Edad:	Adulto joven (18-22 años)		El 61% son los principales usuarios
	Adultos		El 28% indicó que es el adulto
	Adulto mayor		El 11% indicó que es el adulto mayor
Género	Femenino		El 61% es el más propenso a adquirir ropa a crédito
	Masculino		El 39% corresponde a los hombres
Comportamiento de Compra			
Frecuencia de Compras:	Una vez al mes		El 61% compra una vez al mes
	1 a 3 veces por semana		El 28% compra una a tres veces por semana.
	4 a 7 veces por semana		El 17% compra de 4 a 7 veces por semana
Número de Cuotas:	Cuotas de 2 a 4		El 61% de los almacenes indicaron que los clientes adquieren cuotas entre 2 a 4
	Cuotas de 4 a 6		El 17% declaró que los clientes optan por llevar los productos de 4 a 6 cuotas
	Cuotas de 6 a 12		El 22% manifestó que los clientes acceden a cuotas 6 a 12.
Cupo			
Cupo Inicial:	Entre \$150.000 y \$200.000		El 67% de los almacenes manifestaron que el rango de cupo que se les otorga a los clientes por primera vez es de \$150.000 a \$200.000
	Entre \$210.000 a \$500.000		El 33% indicó que el rango que proporcionan a los clientes es de 210.000 a 500.000 por primera vez
Cupo Posterior:	Entre \$300.000 y \$600.000		El 72% de los almacenes encuestados señalaron que de \$300.000 a \$600.000,
	Entre \$300.000 y \$500.000		El 28% indicó que el rango que proporcionan a los clientes es de \$300.000 a \$500.000
Cumplimiento			
Cumplimiento de Pagos:	Cumplidos con el pago de las cuotas		El 72% de los almacenes señalaron que cuando el cliente tiene un crédito con el almacén son cumplidos con el pago de las cuotas
	Poco cumplidos con el pago de las cuotas		El 28% manifestaron que los clientes son pocos cumplidos con el pago de las cuotas.

En los resultados, se pueden destacar varios aspectos claves como la edad, los adultos jóvenes entre 18 y 22 años son los principales usuarios de créditos Fintech, representando el 61% de los casos. Los adultos representan el 28%, mientras que los adultos mayores solo el 11%. El género

femenino es más propenso a adquirir ropa a crédito, con un 61% de los casos, en comparación con el 39% del género masculino.

En cuanto al comportamiento de Compra, la mayoría de los clientes compra una vez al mes (61%), aunque un porcentaje significativo realiza compras con mayor frecuencia, entre 1 a 3 veces por semana (28%). Así mismo, los clientes prefieren cuotas de 2 a 4 (61%), aunque también hay una preferencia por cuotas más largas de 6 a 12 (22%). Destacándose que el cupo inicial suele estar entre \$150.000 y \$200.000 (67%), aumentando a entre \$300.000 y \$600.000 después de la primera compra (72%). Lo que concluye que, la mayoría de los clientes son cumplidos con el pago de las cuotas (72%), lo que sugiere un uso responsable de los créditos Fintech.

En cuanto al tercer objetivo, analizar el comportamiento económico de los almacenes en relación con los sistemas de crédito Fintech, se destacan los beneficios entregados por las empresas, cuando los clientes inician con créditos, que incluyen, como se aprecia en la tabla 2.

Tabla 2.

Comportamiento económico de los almacenes

Comportamiento económico de los almacenes	
Beneficios del crédito al iniciar	
Aumento del puntaje	El 44% manifestó que los beneficios que se le otorgan al iniciar es el aumento del puntaje en Datacrédito.
Entrega inmediata del producto	El 56% señaló que los beneficios que se adquieren al iniciar es la entrega inmediata del producto.
Aumento en ventas debido a créditos	
Si	El 83% de los almacenes manifestaron que sí han experimentado un aumento en sus ventas de ropa.
No	El 17% señalaron que no han notado un aumento en sus ventas de ropa a causa de la disponibilidad de sistemas de crédito.
Sistemas de crédito como tendencia a largo plazo	
Si	El 94% de los almacenes encuestados indicaron que sí consideran que los sistemas de crédito son tendencia a largo plazo.
No	El 6% señaló que no son una tendencia a largo plazo en la industria y en los almacenes de ropa.
Opciones de financiamiento en línea	

Si	El 67% de los almacenes encuestados manifestaron que sí ofrecen opciones de financiamiento en línea a través de su sitio web.
No	el 33% indicó que no ofrecen financiamiento en línea a través de su sitio web, aplicación móvil u otros canales digitales.
Medidas de educación financiera	
Si	El 94% indicó que sí se implementan medidas de educación financiera.
No	El 6% manifestó que no se implementan medidas de educación financiera para los clientes.
Incremento en ventas al usar sistemas de crédito	
Del 1% al 5%	El 83% de los almacenes encuestados indicaron que al hacer uso de sistemas de crédito sus ventas incrementaron de 1% a 5%.
Del 5% a 10%	El 17% manifestó que sus ventas incrementaron de 5% a 10%.

El comportamiento económico de los almacenes en relación con los sistemas de crédito Fintech reflejan un impacto en las ventas y la percepción de los comercios sobre estas herramientas financieras. En primer lugar, los beneficios del crédito al iniciar incluyen el aumento del puntaje en Datacrédito para el 44% de los almacenes, lo que sugiere que los clientes valoran la mejora de su perfil crediticio. Sin embargo, la entrega inmediata del producto es aún más atractiva, con un 56% de los almacenes destacando este beneficio. Esto indica que la conveniencia y la rapidez en la obtención de productos son fundamentales para los clientes.

En cuanto al impacto en las ventas, el 83% de los almacenes reportan un aumento debido a la disponibilidad de sistemas de crédito, lo que sugiere que estos servicios son efectivos para impulsar el consumo. Además, la gran mayoría de los almacenes (94%) considera que los sistemas de crédito son una tendencia a largo plazo, lo que refleja una confianza significativa en su sostenibilidad y relevancia futura. Por lo que la adopción de opciones de financiamiento en línea también es notable, con el 67% de los almacenes ofreciendo este servicio a través de sus sitios web o aplicaciones móviles. Esto facilita el acceso a créditos para los clientes y refleja una tendencia hacia la digitalización en el sector retail.

Finalmente, el 94% de los almacenes implementa medidas de educación financiera, lo que es crucial para promover un uso responsable de los créditos y mejorar la salud financiera de los clientes. En términos del incremento en ventas, el 83% de los almacenes experimentó un aumento entre el 1% y el 5%, mientras que el 17% reportó un incremento más significativo del 5% al 10%. En conjunto, estos resultados indican que los sistemas de crédito Fintech son una herramienta valiosa para impulsar las ventas y mejorar la experiencia del cliente en el sector de la ropa.

Discusión e impacto

Los resultados de la investigación revelan que los sistemas de crédito Fintech han otorgado un acceso a servicios financieros, en áreas donde los bancos tradicionales no tienen presencia, ofreciendo productos personalizados como han sido los almacenes de ropa, lo que ha logrado aumentar la satisfacción y fidelidad del cliente en las compras, como lo ha manifestado Feyen et al (2023); Jagtiani y Lemieux (2018).

En ese sentido, los sistemas de crédito en los almacenes de ropa del Barrio Centro del Municipio de El Espinal, Tolima, han impulsado significativamente las ventas en estos almacenes, los cuales reportan un aumento en sus ventas debido a la disponibilidad de estos sistemas, lo que sugiere que los créditos facilitan el acceso a productos para los clientes y estimulan el consumo. Lo que concuerda con Lavalleya (2020) y Gallagher y Azevedo (2020) quienes mencionan que, es una oportunidad para iniciar la vida crediticia y que a futuro les servirá como experiencia para ingresar a banca tradicional. Así mismo, consideran que este tipo de créditos son una tendencia sostenible en la industria, lo que sugiere que seguirán siendo relevantes en el futuro y continuarán impactando positivamente las ventas y la economía local.

Aspectos como, evaluar la solvencia económica de un cliente, los fintech ofrecen créditos a personas sin historial crediticio formal, lo que es una forma acceder a un crédito sin tantos requisitos. Lo que concuerda con Alvarado (2022) al mencionar que, las empresas que ofrecen créditos en línea son fundamentales para promover la inclusión financiera y atraer clientes. Del mismo modo, los créditos Fintech suelen ofrecer condiciones más flexibles en términos de plazos y montos, lo que es atractivo para los clientes que buscan opciones de pago más manejables, siendo, Sistecredito y Addi, las plataformas más utilizadas por los clientes de las tiendas. En concordancia con lo expuesto, por, Domínguez (2023); Revista Semana (2020); Addi (2024) dada la flexibilidad de cuotas, tasa de interés oportunidades de compra en tiendas físicas y en ecommerce, mejorando siempre la experiencia del cliente y fomentando la fidelización. En ese sentido, las mujeres son quienes más han hecho uso de ellas. La edad de los usuarios del crédito oscila con edades entre los 18 a 22 años. Por otro lado, la frecuencia con la que los clientes utilizan estas plataformas es aproximadamente una vez al mes, lo que fomenta la fidelización y un aumento en las ventas. Los créditos iniciales suelen oscilar entre \$150,000 y \$200,000, con opciones de pago en cuotas que van de 2 a 4 meses. A medida que los clientes continúan utilizando el crédito, pueden acceder a montos más altos, como lo ha referido Hoyos (2022) las tasas de interés ofrecidas por Sistecredito son competitivas en el mercado, lo que conlleva a un aumento de créditos entre los consumidores.

Por otro lado, la implementación de medidas de educación financiera es común entre estos sistemas, lo que ayuda a promover un uso responsable del crédito y mejora la salud financiera de los clientes, como lo ha referido la CEPAL (2018) esta inclusión es crucial para satisfacer las necesidades financieras de las empresas y estimular el crecimiento económico; y el banco BBVA (2017) al considerar De esta manera, el mercado y las tendencias en métodos de financiación han creado una amplia variedad de oportunidades para que los consumidores puedan adquirir productos a través de sistemas de crédito que permiten el pago en cuotas, facilitando así su compra.

Conclusiones

En este apartado se presentan las conclusiones que responden al objetivo general, los objetivos específicos y la pregunta de investigación, ¿Cuál es el impacto de los sistemas de crédito en los almacenes de ropa del Barrio Centro del Municipio de El Espinal, Tolima?

El impacto de los sistemas de crédito Fintech en los almacenes de ropa del Barrio Centro del Municipio de El Espinal, Tolima, ha sido significativo en varios aspectos clave. En primer lugar, estos sistemas han facilitado el acceso a servicios financieros en áreas donde los bancos tradicionales tienen una presencia limitada, lo que ha mejorado la inclusión financiera y ha permitido a más personas acceder a créditos sin necesidad de un historial crediticio formal.

Además, los sistemas de crédito Fintech han impulsado los créditos en estos almacenes al ofrecer condiciones más flexibles en términos de plazos y montos, lo que es atractivo para los clientes que buscan opciones de pago manejables. Esto ha contribuido a mejorar la experiencia del cliente y fomentar la fidelización, ya que los consumidores pueden comprar a crédito con cuotas accesibles. La percepción general es que estos sistemas de crédito son una tendencia sostenible en la industria, lo que sugiere que seguirán siendo relevantes en el futuro y continuarán impactando positivamente las ventas y la economía local. La implementación de medidas de educación financiera también ha sido crucial para promover un uso responsable del crédito y mejorar la salud financiera de los clientes.

La frecuencia de compra es generalmente mensual, y la mayoría opta por adquirir productos en dos a cuatro cuotas, especialmente porque plataformas como Sistecredito y Addi no cobran intereses en las primeras tres cuotas; siendo las mujeres las compradoras frecuentes, y la edad de los compradores oscila entre los 18 a 22 años, lo que indica una mayor capacidad de pago y un interés en establecer un historial crediticio, debido a que se les ofrecen opciones financieras innovadoras, motivando así más compras de ropa.

Los datos muestran un impacto positivo en las ventas de los almacenes, con incrementos del 1% al 10%, así como una expansión en la base de clientes. Sin embargo, también se identifican desafíos y oportunidades en la integración de estos sistemas. La gestión estratégica es crucial para maximizar beneficios y mitigar riesgos asociados. La educación financiera es esencial, especialmente para los jóvenes adultos que son más propensos a utilizar estos créditos. Comprender conceptos como presupuesto y ahorro les permite tomar decisiones informadas y mejorar su bienestar financiero.

Recomendaciones

Si una persona está interesada en adquirir créditos Fintech, se recomienda, hacer una búsqueda sobre las plataformas disponibles en el mercado, en especial cuando se habla de términos y condiciones y tasas de interés, pues lo que se espera es que se adapte a las necesidades y condiciones económicas de los clientes, para evitar cobros jurídicos, reporte a centrales de riesgo. Ahora bien, para el empresario que otorga sistemas de crédito, es importante recomendarle la asociación estratégica, atender las normativas para evitar problemas legales; así como implementar medidas sólidas de seguridad de la información para proteger los datos de los clientes; y al parecer de los investigadores, fomentar la educación financiera para los clientes, lo que a futuro le contribuirá con pagos oportunos.

El éxito en la implementación de créditos Fintech requiere una combinación de tecnología eficiente, cumplimiento normativo, transparencia y un enfoque centrado en el cliente.

Por otro lado, es necesario mirar otras líneas de investigación hacia la percepción de los clientes para la toma de decisiones y la exclusión financiera. Así mismo, se plantea a futuro trabajar con una muestra más amplia y con los demás comercios del municipio y la región.

Referencias Bibliográficas

- Addi (15 de marzo de 2024). *¿Cómo funciona Addi y qué beneficios tienen las Fintech en las empresas?* <https://co.addi.com/blog/herramientas-para-negocios/como-funciona-addi-y-que-beneficios-tienen-las-Fintech-en-las-empresas/>
- Alvarado, M. (2022). *Mercado Fintech de Crédito en Colombia: una solución a la barrera de acceso al crédito formal para la población con ocupación informal y sin vida crediticia*. [Trabajo de grado, Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/59130/Mercado%20FINTECH%20de%20Crédito%20en%20Colombia%20%20Maria%20Camila%20Alvarado%20Bulla.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). *Fintech en América Latina y el Caribe. Un ecosistema consolidado para la recuperación*. <https://publications.iadb.org/es/fintech-en-america-latina-y-el-caribe-un-ecosistema-consolidado-para-la-recuperacion>
- BBVA. (2017). *Las compañías tecnológicas llegan a la banca. Revolución Fintech. Innovación center*. <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/en/2017/08/ebook-revolucion-fintech-bbva.pdf>
- CEPAL. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/48c62b04-7611-4a61-bd9f-f6dcc5c27c7d/content>
- Colombia Fintech. (5 de febrero de 2022). *¿Qué beneficios tiene tomar un crédito con una Fintech en vez ir a un banco?* <https://www.colombiafintech.co/lineaDeTiempo/articulo/que-beneficios-tiene-tomar-un-credito-con-una-fintech-en-vez-ir-a-un-banco>
- Domínguez, L. (2023). *Sistecredito: ¿qué es y cómo obtener un crédito?* El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/sistecredito-que-es-y-como-obtener-un-credito-772098>
- Feyen, E., Natarajan, H. y Saal, M. (2023). *Fintech and the future of finance. Market and policy implications*. The World Bank Group. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/f2a4afd9-1011-43e3-972b-3fd1e525a623/content>
- Jagtiani, J., & Lemieux, C. (Marzo de 2018). *Do Fintech Lenders Penetrate Areas That Are Underserved by Traditional Banks?* Journal of Economics and Business. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148619518300390>
- Gallagher, T., y Azevedo, V. (18 de septiembre de 2020). *El acceso a crédito, ¿beneficia o perjudica a la gente?* BID Invest. <https://idbinvest.org/es/blog/instituciones-financieras/el-acceso-credito-beneficia-o-perjudica-la-gente>
- Lavalleja, M. (2020). *Panorama de las Fintech: principales desafíos y oportunidades para el Uruguay*, serie Estudios y Perspectivas-Oficina de la CEPAL en Montevideo, N° 48 (LC/TS.2020/53; LC/MVD/TS.2020/3), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a2f979b7-4e6b-481e-ba08-317b68cbbf23/content>

Restrepo, S. (2020) *Una aproximación a los servicios bancarios y el mercado crediticio colombiano* (Tesis de Pregrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración, Colombia)

https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2460/ADM_108494927_2020_1.pdf?sequence=4

Revista Semana. (2020). Fintech Addi cierra importante ronda de inversión en medio de la pandemia. https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/a_ddi-una-de-las-Fintech-que-mas-inversion-ha-recibido-en-colombia/286542/

Sanz, A. J (2014). *El impacto de las microfinanzas sobre el crecimiento económico de los países en vía de desarrollo*. (Tesis Doctoral, Universidad de Valladolid, España). <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/10385/TESIS658-150407.pdf;jsessionid=46E9E425E26045FE7DB017AB449C6A44?sequence=1>

Seder, J. (1995). *Crédito y Cobranzas*. México: CECSA y Compañía Editorial Continental. S. A. DE C.V.

Sistecredito (s.f) *Preguntas frecuentes*. <https://www.sistecredito.com/preguntas-frecuentes.html>

Startupeable (2 de diciembre de 2020) *Fintech Colombia: Top 11 Fintech colombianas en 2022*. https://startupeable.com/Fintech-colombia/#Top_11_startups_Fintech_en_Colombia