

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**“PRODUCTOS FINTECH APLICABLES AL COMERCIO INFORMAL DEL
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR DURANTE EL PERÍODO 2019-2020”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

ADONAY GILBERTO JIMÉNEZ ESCALANTE

MARLON DANILO VALLE PERLERA

PARA OPTAR AL GRADO DE
MAESTRO/A EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

OCTUBRE 2021

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
SECRETARIO GENERAL : INGENIERO FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MAESTRO NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
VICEDECANO : MAESTRO MARIO WILFREDO CRESPIÓN ELÍAS
SECRETARIA : LICENCIADA VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LICENCIADO EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ
TRIBUNAL EXAMINADOR : MAESTRO JUAN VICENTE ALVARADO RODRÍGUEZ
: MAESTRO EFRAÍN ANTONIO RIVAS GARCÍA
: MAESTRO VÍCTOR RENÉ OSORIO AMAYA

OCTUBRE 2021

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, CENTROAMÉRICA

DEDICATORIA

*“A Dios por quien todo fue posible;
A mis padres Julio y Deysi, por siempre estar conmigo,
Con cariño a mi familia, en especial,
a las pequeñas generaciones a quienes insto a luchar por sus sueños;
y a mis amigos, por su apoyo incondicional.”*

Marlon Danilo Valle Perlera

*“Al que es el todo en todos, a las caricias y abrazos,
a las estrellas que fulguran,
a las raíces de un bosque abundante,
pensamiento, extrañeza.”*

Adonay Gilberto Jiménez Escalante

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	7
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	11
I. CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Antecedentes	13
1.2. Definición del Problema.....	16
1.3. Preguntas de Investigación.....	16
1.4. Objetivos de la Investigación	16
1.5. Justificación.....	17
1.6. Hipótesis de Investigación	19
II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1. Antecedentes de las Fintech.....	20
2.2. Teorías del Financiamiento Empresarial	26
2.2.1. Teoría Tradicional	27
2.2.2. La Hipótesis del Mercado Eficiente.....	28
2.2.3. Propositiones de Modigliani y Miller	29
2.2.4. Modelo CAPM.....	32
2.3. Empresas tipo Fintech.....	33
2.3.1. Características de las Fintech.....	35
2.3.2. Ecosistema Fintech	36
2.3.3. Segmentos de Negocio.....	37
2.3.4. Fintech y MYPIMES	39
2.4. Productos tipo Fintech	40
2.4.1. Plataformas de Financiación Alternativa	40
2.4.2. Puntaje Alternativo	41
2.4.3. Soluciones de Pago	42
2.4.4. Gestión de Finanzas Personales	43
2.4.5. Gestión de Finanzas Empresariales	43
2.4.6. Gestión Patrimonial	43
2.4.7. Negociación de activos financieros y mercado de valores	44
2.4.8. Empresas de tecnología para instituciones financieras	45

2.4.9.	Bancos Digitales	46
2.4.10.	Seguros	46
2.5.	Las Fintech y la Inclusión Financiera en El Salvador.....	46
III.	CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.1.	Tipo de Investigación	49
3.2.	Población y Muestra.....	49
3.2.1.	Población	49
3.2.2.	Muestra	50
3.2.3.	Unidades de Análisis	51
3.3.	Técnica e Instrumento de Recolección de Datos.....	51
3.3.1.	Técnica.....	51
3.3.2.	Instrumento	52
3.3.3.	Procedimiento	52
IV.	CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	53
4.1.	Análisis de Datos.....	53
4.2.	Aceptación o rechazo de hipótesis	76
4.3.	Cumplimiento de los Objetivos.....	79
4.4.	Oportunidad de Investigaciones Futuras	79
V.	CAPITULO V: PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE ALCANCE DE LAS FINTECH HACIA EL COMERCIO INFORMAL	80
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
6.1.	Conclusiones.....	97
6.2.	Recomendaciones	99
VII.	ANEXOS.....	105
7.1.	Tablas	105
7.2.	Instrumento	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de las Fintech	22
Figura 2: Descomposición de la cadena de valor de un banco	35
Figura 3: Alternativas Fintech El Salvador	59
Figura 4: Alternativas Fintech El Salvador	59
Figura 5: Probabilidades de la Distribución Normal	77
Figura 6: Esquema de operación de un negocio informal	81
Figura 7: Ecosistema Fintech El Salvador aglutinados en la Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera	82
Figura 8: Ciclo de mensaje-cliente	86
Figura 9: Valores de FIADO APP	94
Figura 10: FIADO en números	94
Figura 11: Plataforma web de FIADO	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución por edades y género de los encuestados	53
Tabla 2: Distribución municipal de aplicación del instrumento	54
Tabla 3: Distribución por nivel educativo	55
Tabla 4: Distribución por rubro del negocio	56
Tabla 5: Planificación Estratégica	84
Tabla 6: Estrategias de publicidad	87
Tabla 7: Estrategias de Información y Contenido	88
Tabla 8: Estrategias de Inclusión	90
Tabla 9: Matriz de indicadores	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Uso de productos o servicios bancarios en los comerciantes informales del departamento de San Salvador	58
Gráfico 2: Tipo de producto o servicio financiero utilizado	59
Gráfico 3: Formas de financiamiento utilizadas.....	60
Gráfico 4: Razones de elección de alternativas en materia de financiamiento	62
Gráfico 5: Documentación presentada para acceder a crédito	63
Gráfico 6: Destino del crédito obtenido	64
Gráfico 7: Montos usados para financiar el negocio	65
Gráfico 8: Periodicidad de amortización de préstamo	66
Gráfico 9: Plazos del crédito adquirido	67
Gráfico 11: Razones por las cuales no aceptaría un crédito aprobado en menos de 24 horas y trámites simplificados.....	70
Gráfico 12: Percepción de las características deseables de un crédito según comerciantes informales	72
Gráfico 13: Uso de aplicaciones bancarias.....	73
Gráfico 14: Conocimiento sobre concepto de fintech	74
Gráfico 15: Uso de plataformas con potenciales aplicaciones al comercio informal.....	75

“La innovación es destrucción creativa, donde los emprendedores combinan elementos existentes de nuevas formas” (Joseph Schumpeter)

RESUMEN

La innovación es un componente incluido en la dinámica del progreso de la humanidad, gradualmente las revoluciones tecnológicas a lo largo de la historia han permitido que la actividad productiva se transforme y permita mayor eficiencia en el manejo de recursos; algunas unidades productivas se adaptan a las nuevas técnicas y procesos mientras que otras son desplazadas y sustituidas por empresas emergentes que logran en el tiempo consolidarse.

Las fintech se suscriben a esta visión, siendo una irrupción que ha iniciado la transformación del sector financiero, adaptando el uso de los avances tecnológicos de los sistemas ciber físicos hacia aplicaciones comerciales; Esto les permite una mayor eficiencia y facilidad operativa en la oferta de productos, que anteriormente eran provistos por las instituciones financieras tradicionales.

Distintos países han observado avances en el ámbito fintech, y en El Salvador ya existen iniciativas de esta naturaleza, que vienen consolidando su participación a nivel interno, ubicándose en etapas iniciales. Aunque gradualmente esto puede potenciar un ecosistema fintech que permita sinergias entre distintos actores como el Estado a través de un marco legal definido, una amplia oferta de productos estimulada por un mayor número de empresas, avances en la infraestructura tecnológica y un clúster de empresas proveedoras de tecnologías de la información.

Las aplicaciones de las fintech son variadas y adaptables a distintas particularidades de cada país, ofreciendo soluciones acordes a las necesidades de sus demandantes; en países de economías con ingresos altos, ofrecen una alternativa más segura para realizar operaciones financieras con una menor exposición al riesgo bancario, situación que se puso en evidencia durante la crisis financiera internacional del 2007-2009, cuando diversas instituciones

financieras de prestigio internacional se declararon en quiebra, afectando a millones de consumidores directos e indirectos.

En economías con ingresos bajos donde el sector informal tiene una amplia participación, como en el caso de El Salvador, las fintech ofrecen productos con una mayor inclusión financiera y acorde a las necesidades del comerciante informal promedio.

Los resultados obtenidos en la investigación “Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal del Departamento de San Salvador Durante el Período 2019-2020” mostraron que el sector informal del departamento de San Salvador, se caracteriza por una amplia participación de mujeres, debido a factores culturales y de acceso al mercado de trabajo; así mismo existe un bajo grado de escolaridad; sin embargo hay comerciantes informales que poseen estudios universitarios, mostrando lo heterogéneo del sector.

Además, existe un uso generalizado de productos y servicios de las instituciones financieras tanto del sector regulado como no regulado; demandando el comerciante informal productos como los créditos bancarios, compra de pólizas de seguro, cuentas de ahorro y servicios relacionados al pago de servicios básicos o el cobro o envío de remesas.

Ante esto se postula que existen alternativas en el área de las fintech para los productos y servicios ofrecidos por las instituciones tradicionales de financiamiento, en el sector informal de la economía; aunque la oferta de estos sigue siendo mínima, pero con un amplio potencial a desarrollarse en los próximos años.

INTRODUCCIÓN

El concepto fintech hace alusión a las finanzas tecnológicas, su aplicación en el ámbito financiero, mediante productos y servicios que tengan como característica una mayor eficiencia operativa y reducción de costos (Fernández Linares, 2018), (Lavalleja, 2020), (Gutiérrez & Scheider, 2019). El modelo de negocio está enfocado en el cliente, ofreciendo una experiencia con soluciones acorde a las necesidades de cada usuario (Arner, Barberis, & Buckley, 2015), (Nava & Medina, 2017), (Barrera & Martínez, 2020).

A nivel mundial este tipo de empresas han presentado crecimientos dinámicos, organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo y la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe han publicado informes sobre las tendencias y datos de las fintech; así como la fundación de una Red Ecosistema Fintech de América Latina y el Caribe financiada por el BID, que agrupa a entes del sector público como privado.

En este ámbito, las fintech ofrecen una alternativa para diversos sectores de la economía, en el caso de El Salvador, donde el sector informal juega un papel importante en la ocupación de la población en edad de trabajar, generando ingresos e insertándose en la provisión de bienes y servicios para segmentos amplios de la población; De esta manera se vuelve relevante analizar la potencialidad de productos y servicios fintech que pueden aplicarse.

En esta línea el documento de investigación “Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal del Departamento de San Salvador Durante el Período 2019-2020”, está elaborado utilizando las Normas APA séptima edición y está estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo uno se incluye el planteamiento del problema, con una descripción de los antecedentes de las fintech, objetivos, preguntas de investigación, hipótesis; que trazan las directrices sobre las cuales versara el trabajo.

En el capítulo dos se recopilan diversas teorías que permitirían generar los esquemas conceptuales del financiamiento del sector informal, así como los principales aportes de investigaciones relacionadas al financiamiento de las unidades económicas, aplicaciones de Fintech, y otros elementos de importancia.

En el capítulo tres se estructura la metodología que se aplicara para la investigación, definiendo la población objetivo, el marco muestral y las técnicas e instrumentos que se utilizaron para recopilar la información de fuentes primarias.

En el capítulo cuatro se presentan los resultados obtenidos mediante formas gráficas y tabulados, en los cuales se ordenó la información y que permite el análisis del sector informal de la economía evaluando los productos y servicios Fintech potencialmente aplicables dando un panorama de la situación actual y evaluando a su vez alternativas a sus requerimientos de financiamiento. En el capítulo cinco se estructura una propuesta de alcance Fintech para el comercio informal, la cual va encaminada a establecer los ejes que se deben tener en cuenta para una estrategia que sea informativa e incluyente; Finalmente en el capítulo seis se concluye y recomienda, sobre iniciativas para aprovechar los productos y servicios aplicables ofertados por las Fintech al sector informal.

I. CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

A nivel mundial el sector financiero ha mantenido un ritmo de avance sin precedentes a través de innovaciones tales como “la inteligencia artificial, tecnologías cognitivas, internet de las cosas y blockchain, que aportan nuevos modelos de trabajo, y además se experimenta un auge de la experiencia del consumidor como elemento de importancia en los negocios” (Saavedra, Pastrana, & Murphy, 2017).

Este conjunto de innovaciones ha permitido el surgimiento de las Fintech (tecnología finanzas), definido como un modelo de negocio entre particulares (P2P) sencillo, la plataforma en Internet pone a disposición de sus clientes un proceso de solicitud de préstamo normalizado y de bajo costo, facilitando el emparejamiento de prestatarios e inversores [prestamistas] y las transacciones directas entre ellos (Claessens, Frost, Turner, & Zhu, 2018). Las Fintech actualmente están perfiladas como la innovación que está cambiando la forma de hacer negocios en todo el mundo; El ecosistema ciber-físico que ha consolidado la cuarta revolución industrial es la base para que este tipo de emprendimientos aproveche una oportunidad en las instituciones financieras de larga data, que durante muchos años dio la apariencia de un monopolio impenetrable.

Esto plantea dos rumbos distintos de las empresas tipo Fintech por un lado su labor en los países con un alto grado de bancarización de su población puede proporcionar la innovación disruptiva para acelerar un proceso de transformación digital de las instituciones financieras.

Mientras que en los países con baja inclusión financiera estas empresas pueden ser una alternativa a los amplios sectores poblacionales para su acceso a productos financieros. Otro elemento importante para tomar en cuenta son los efectos que un mayor acceso a servicios

financieros de la población en general puede tener para el progreso económico y sobre el desarrollo de actividades productivas de las mediana y pequeña empresa.

En relación con América Latina los emprendimientos que ofrecen productos tipo Fintech han experimentado notables crecimientos que lo perfilan como un sector con amplio potencial y además puede generar mayor inclusión financiera; los datos al respecto según una investigación del estado de las Fintech en América Latina y el Caribe realizada por el (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019) “registro 1,166 empresas nuevas y en una investigación anterior se habían identificado 703 emprendimientos”. Lo cual refleja el amplio dinamismo que estas empresas están teniendo en la región, ampliando considerablemente la oferta de productos.

El Salvador no se sitúa a la saga de estas nuevas realidades, según ASAFINTECH (Asociación Salvadoreña de Fintech) al 2020 se cuentan con 4 empresas tipo Fintech, las cuales operan como proveedores de dinero electrónico (Tigo Money), Plataforma para transferencia de dinero electrónico (Pagadito), Aplicación móvil para realizar recargas y pagos de saldos (Yo Vendo Recargas), financiamiento alternativo (Fiado App).

En este contexto El Salvador presentaría un potencial de emprendimientos para atender los pagos y remesas; según cifras del BCR durante el periodo 2018-2020 el flujo de remesas recibidas fue en promedio de US\$5,660.3 millones, lo que representó alrededor del 21.6% del PIB, debido a la creciente diáspora salvadoreña cuyo destino principal son los Estados Unidos y que periódicamente envían transferencias al país.

Además de ello el rubro de préstamos también presenta similares potencialidades; según una investigación de la Asociación Bancaria Salvadoreña (Asociación Bancaria Salvadoreña, 2019) realizada mediante un levantamiento de encuestas en todo el país la mayor parte de comerciantes

informales mantiene créditos fuera del sistema financiero regulado con un total del 99.3% en contraste con el 22.8% que expreso mantener créditos con bancos, un 3.7% con asociaciones de ahorro y crédito y un 2.7% con cajas de crédito.

Todo esto muestra una amplia demanda insatisfecha en el sector informal, que puede solventarse mediante formas innovadoras de financiamiento como son los emprendimientos tipo Fintech, que ofrecen soluciones simples, ágiles y confiables aspectos que dentro de la informalidad son muy importantes.

Debido a que en este sector los niveles de ingreso no son lo suficientemente regulares para operar con capital propio, y ante eventualidades pueden provocar necesidades urgentes de financiamiento y que en una institución tradicional no serán solventadas con esa prontitud, como lo haría una empresa tipo Fintech, ejemplo de ello es que una unidad económica de este tipo “Fiado App” ofrece un crédito con aprobación de 5 horas, lo que vuelve atractiva a este tipo de iniciativas.

Diversos estudios han mostrado las oportunidades derivadas de emprendimientos Fintech enfocadas a la atención de las MYPES (Parada Blanco & Rodríguez Roque, 2014), (Contreras Arias & López Rogel, 2016), (Asociación Bancaria Salvadoreña, 2019); pero no se ha profundizado en una caracterización dirigida al comercio informal mediante el financiamiento de los microcréditos, la cual posee particularidades que deben definirse a la hora de alcanzar al sector, debido a que su funcionamiento es diferente a las otras unidades económicas formales, los medios de pago tradicionales muestran preferencia por el efectivo, y existe bajo uso de plataformas tecnológicas, careciendo de una tendencia hacia la innovación.

1.2. Definición del Problema

Los productos tipo Fintech han mostrado su adaptabilidad y eficiencia a la hora de dar soluciones innovadoras que alcancen a segmentos excluidos de la población, uno ellos es el sector informal de la economía por lo cual se vuelve necesario estudiar a profundidad los elementos que pueden potenciar su aplicación, destacando las ventajas, viabilidad y eficiencia en un marco de acceso a las tecnologías de la información, por tanto en este estudio “Productos Fintech aplicables al comercio informal del departamento de San Salvador” pretende dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cómo contribuyen los productos tipo Fintech en el financiamiento de los negocios del sector informal en El Salvador?

1.3.Preguntas de Investigación

1. ¿Existe un amplio catálogo de productos tipo Fintech aplicables a los comercios informales en el departamento de San Salvador durante el periodo 2019-2020?
2. ¿Cuál es la situación actual y el grado de desarrollo del ecosistema Fintech en departamento de San Salvador en el marco de la economía digital en el período 2019-2020?
3. ¿Qué componentes y elementos de los productos tipo Fintech son aplicables a los comercios informales en el departamento de San Salvador?

1.4.Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar los productos tipo Fintech aplicables a los comercios informales en El Salvador tomando en cuenta la viabilidad, complementariedad y el acceso a las tecnologías de la información de los demandantes de recursos.

Objetivos Específicos

1. Definir el grado de desarrollo de las empresas y productos tipo Fintech en el departamento de San Salvador durante el periodo 2019-2020
2. Identificar la situación actual del ecosistema Fintech en el departamento de San Salvador estableciendo su grado de desarrollo en el marco de la economía digital en el período 2019-2020.
3. Determinar los componentes y elementos de los productos tipo Fintech aplicables a los comercios informales del departamento de San Salvador.

1.5. Justificación

La tecnología es una herramienta cuya utilización se vuelve cada día más creciente, tanto en el trabajo como en la sociedad en general, incluyendo los sectores más tradicionales como la agricultura y la ganadería han encontrado formas de hacer sus procesos eficientes. Otros sectores especializados como la banca y el acceso a los servicios financieros han evolucionado junto al sistema movilizandocapitales.

A medida que el mundo y todos sus sectores cambian, en gran parte por la denominada “revolución tecnológica” surgen nuevas oportunidades de negocios, en especial aquellos que se caracterizan por utilizar la tecnología financiera, una combinación de, finanzas, tecnología y banca.

Las empresas Fintech han demostrado que existen nuevos y mejores métodos para movilizar y administrar el dinero, de ahí la conveniencia de realizar este estudio, dado que es un tema poco desarrollado y estudiado en El Salvador, sin embargo, dentro de la sociedad y en muchos comercios ya es un tema que comienza a generar interés.

Actualmente en El Salvador, pocos son los estudios que se tienen sobre productos Fintech, en especial los dirigidos al sector informal. Esta investigación no solo pretende ser una herramienta de lectura para todas las personas que quieran informarse sobre este tema, sino, también, ser un documento informativo para los sectores económicos en especial el informal, para que conozcan sobre los productos Fintech y como estos pueden ayudar a mejorar la administración de su dinero, de esta forma podrán incluso facilitar el acceso a la banca y la formalización de sus negocios.

En América Latina, cada día surgen nuevas empresas basada en tecnología financieras, incluso los bancos ya no requieren de sucursales físicas, operando en muchas ocasiones desde sus páginas web, se pueden realizar diversas operaciones. Países como México, Brasil y Colombia lideran la promoción de esta industria. El número de empresas Fintech ha ido creciendo considerablemente en El Salvador, y sus expectativas de crecimiento en el futuro siguen siendo favorables, tanto que las autoridades regulatorias como el Banco Central de Reserva, ya está trabajando en crear un marco regulatorio. El simple hecho de no contar con un marco regulatorio en el país demuestra la novedad de la industria, lo cual se traduce en muchas oportunidades de desarrollo económico.

Finalmente se considera a las Fintech como una industria bastante dinámica, novedosa, disruptiva y con muchas oportunidades de desarrollo. En cuanto incrementen los estudios en este tema, la participación de más empresas, el desarrollo de nuevos productos financieros y la participación de las entidades regulatorias se logre fortalecer, esto representará un gran avance en las tecnologías financieras para El Salvador, convirtiéndose en un atractivo para inversionistas internacionales.

1.6.Hipótesis de Investigación

Hipótesis General

El acceso a productos Fintech de los comerciantes informales en El Salvador permitirá el acceso a niveles de financiamiento con menores costes y con mayor agilidad, en comparación con las formas tradicionales de financiamiento.

Hipótesis Específicas

1. El grado de desarrollo de las empresas y productos tipo Fintech en el departamento de San Salvador contribuirán a explicar la dinámica de las necesidades financieras de los negocios informales.
2. Existe un bajo grado de desarrollo del ecosistema Fintech en el departamento de San Salvador en el marco de la economía digital.
3. Existe un amplio número de productos de financiamiento tipo Fintech aplicables a los comercios informales del departamento de San Salvador.

II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de las Fintech

De manera general el cambio tecnológico es un factor productivo que permite la innovación en las actividades económicas que el ser humano desarrolla, desde la revolución industrial hasta la denominada cuarta revolución industrial o industria 4.0; cada una de estas etapas han sido transicionales, lo cual ha progresado en un reemplazo del orden tecnológico que puede implicar una sustitución o modernización del equipamiento, procesos y formas de operación (Pérez, 2004).

Las Fintech se circunscriben en el ámbito de la modernización de las finanzas (Lavallega, 2020), por ello el término Fintech hace alusión a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros con un alto componente de innovación mediante tecnologías o a través de plataformas tecnológicas; según (González Díaz, y otros, 2018) estas han existido desde aproximadamente 150 años, ubicando su inicio en la innovación de Edward Callahan, la cinta ticker, medio electrónico digital más antiguo utilizado para la transmisión de los precios de las acciones a través del telégrafo, lo cual permitía una mayor eficiencia en la transmisión de información relacionada con el mercado bursátil reduciendo los tiempos de espera para la venta y adquisición de títulos valores.

Diversos acontecimientos e innovaciones han dado forma al sistema financiero tal como se conoce hoy día, dentro de estos se pueden mencionar (González Díaz, y otros, 2018)

1. El primer cajero automático (ATM) del mundo fue inaugurado en 1967 por Barclays.
2. La primera cuenta de cheques en línea se utilizó en 1995 por Wells Fargo.

3. La plataforma de procesamiento de pagos online más importante, Pay-Pal, fue fundada en 1998.
4. La primera criptomoneda fue lanzada en 2009 Bitcoin.
5. El lanzamiento de “Apple Pay” en 2016.

Cada una de estas innovaciones dio facilidad para desarrollar operaciones financieras, e incluso las últimas han transformado la naturaleza de los intercambios, evolucionando hasta las monedas digitales como el bitcoin, que promete romper con la hegemonía de los bancos centrales como únicas autoridades en el manejo de la oferta de dinero en las economías.

Dentro del desarrollo de las Fintech se distinguen etapas, dentro de estas siguiendo las clasificaciones de (Arner, Barberis, & Buckley, 2015) se tienen:

Etapas Fintech 1.0:

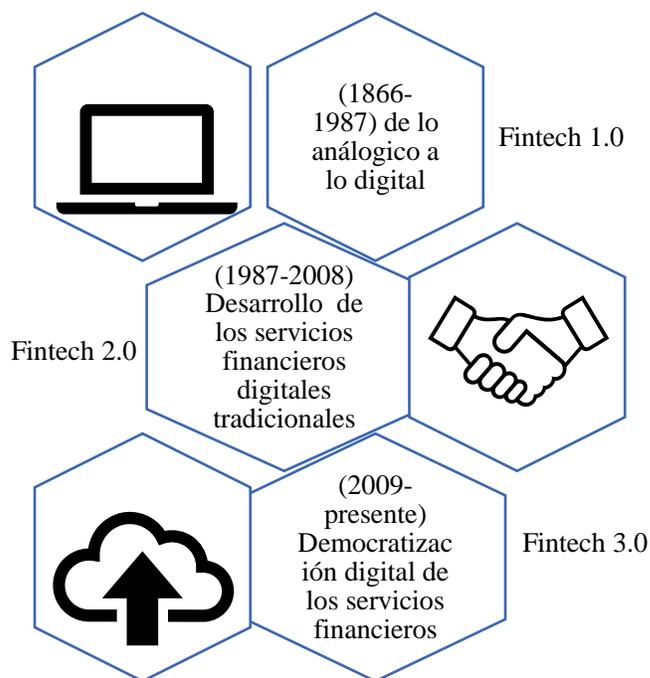
El desarrollo de esta etapa se ubica entre 1866-1987 época de grandes transformaciones en lo político y social; la combinación entre finanzas y tecnología permitió el origen del primer estadio globalizador que duro hasta la primera guerra mundial durante este periodo el telégrafo, los ferrocarriles, los canales y barcos de vapor sustentaron los vínculos entre las fronteras permitiendo la transmisión de información financiera, transacciones y pagos alrededor del mundo.

Durante el periodo de la postguerra surgieron avances tecnológicos, particularmente derivados del tiempo de la guerra, tales como las tecnologías de la información y herramientas para romper códigos, desarrollados comercialmente en las primeras computadoras como la International Business Machines (IBM), también se creó la primera calculadora financiera producida por la empresa Texas Instruments en 1967. Así mismo, fueron comercializados por primera vez el telex y

el fax por Xerox Corporation en 1964 y para 1967 se instaló el primer cajero automático por Barclays en el Reino Unido.

Durante esta etapa se dio forma a los esquemas tradicionales, aunque no son similares a lo que se conoce hoy día; sin embargo lo más relevante de esta época se puede sintetizar en la transición de servicios analógicos a digitales, los primeros permitieron la transmisión de información a través de impulsos eléctricos de amplitud variada, mientras que los digitales lo hacen utilizando el código binario, es decir a través de un lenguaje de criptografía (González Díaz, y otros, 2018).

Figura 1: *Evolución de las Fintech*



Fuente: elaboración propia con datos extraídos de (Arner, Barberis, & Buckley, 2015)

Etapa Fintech 2.0:

Esta etapa tiene como punto de partida 1987, año en el cual se registra el denominado “lunes negro” o “black Monday”, que fue una caída de la bolsa de valores la cual demostró que los movimientos financieros internacionales estaban interconectados, y por lo tanto esto era evidencia que una nueva estructura de transmisión de información se había consolidado.

En la década de los 80 las transacciones entre entidades financieras empezaron a tener auge, teniendo la interrelación entre las instituciones financieras, los participantes del mercado financiero y los clientes.

Posteriormente el auge en la década de los 90 fue permitido por la masificación del internet, para el año 1995 el banco Wells Fargo fue pionero en el uso de la plataforma web, el servicio consistió en proveer comprobación de cuentas en línea. Según (González Díaz, y otros, 2018) para el año 2001 existían en los E.E.U.U por lo menos 8 bancos, con aproximadamente un millón de clientes en línea con alcance global.

Fintech 3.0:

Esta nueva denominación de las etapas por las cuales las finanzas tecnológicas han transcurrido, surge posterior a la crisis del 2008, cuando el sistema financiero internacional mostró sus falencias y su falta de regulación, lo cual permitió que surgieran formas alternativas para manejar las operaciones financieras; unido a esto, el auge de las tecnologías de la información con el “big data” o volumen de datos masivo ha transformado las fintech dotándola de potencial para crecer y consolidarse en el plano empresarial.

Este nuevo ordenamiento en el plano financiero ya no tiene a las instituciones financieras tradicionales, como el eje sobre el cual todo el andamiaje financiero está asentado. Si no que es un

proceso más descentralizado, donde las iniciativas colaborativas han tomado su lugar; no obstante, ese espacio aún se está formando mostrando su gran capacidad de adaptación e innovación.

El paradigma Fintech posee 5 compromisos (CAPGEMINI, 2017), los cuales responden a las necesidades de los consumidores:

1. **Financiamiento e inversión:** Se enfoca en mecanismos alternativos de financiamiento, particularmente crowdfunding o cooperación colectiva y préstamos de persona a persona.
2. **Operaciones y administración del riesgo:** Se trata de las inversiones en tecnologías de la información hechas por las instituciones financieras, especialmente desde 2008, cuando éstas tuvieron que construir un mejor sistema de cumplimiento para atender el volumen masivo de la postcrisis.
3. **Pagos e infraestructura:** Los pagos por Internet y las comunicaciones móviles son un enfoque central de Fintech y han sido la fuerza motriz del nuevo ecosistema.
4. **Seguridad de datos y monetización:** La naturaleza digitalizada de la industria financiera significa que es particularmente vulnerable a la delincuencia cibernética y al espionaje.
5. **Enfoque al cliente:** El cliente es un objetivo primordial en la satisfacción de las necesidades y en la oferta de productos.

Estado actual de las Fintech

En la actualidad las Fintech se ubican en su versión 3.0, anteriormente descritas como una etapa donde se fundamentan las bases para “planificar” el futuro del sistema financiero internacional, superando de esta manera las instituciones bancarias tradicionales.

Los datos relacionados con las Fintech alrededor del mundo presentan un panorama de crecimiento, según el informe del mercado mundial de las finanzas alternativas elaborado por la universidad de Cambridge (U. Cambridge, 2020) durante 2018, el sector global de financiación alternativa facilitó operaciones por US\$304.5 billones; lo cual da cuenta de la magnitud que gradualmente este tipo de transacciones está desarrollando.

Al analizar por mercado individual, China posee el mayor volumen de operaciones relacionadas a las finanzas alternativas, sumando al 2018 un valor de US\$215.4 billones, predominantemente de modelos de financiación alternativa basados en deuda, los Estados Unidos y el Reino Unido, se posicionaron en el segundo y tercer lugar con US\$61 y US\$10.4 billones respectivamente.

Estos países desarrollados, son los principales motores de la industria, a pesar de que poseen un sistema financiero tradicional altamente consolidado; una explicación a esto se deriva de las condicionantes que son necesarias, para que las fintech se desarrollen y es el nivel de masificación tecnológica, realidad de estas latitudes. Y por la tendencia posterior a la crisis económica del 2008 que generó un sentimiento de incertidumbre y desconfianza en la banca tradicional cada vez más extendido, buscando, los consumidores, alternativas para no estar expuestos a los fallos estructurales y asimetrías de información del sistema financiero, altamente globalizado y concentrado.

Por otra parte, los emprendimientos en América Latina muestran una tendencia hacia las soluciones de pagos, demandados entre el conjunto de consumidores, según el (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019) en 2018 se identificaron 11 segmentos en los cuales se clasifican los emprendimientos tipo Fintech en AL siendo los más relevantes pagos y remesas, préstamos y gestión de finanzas empresariales.

La región en su conjunto no posee un sistema financiero consolidado y masificado, razón por la cual una amplia proporción de la población es excluida del sistema financiero, además factores estructurales provocan que los ingresos de la población no les permitan tener un excedente, para insertarse al sistema financiero por medio de la apertura de una cuenta bancaria o el otorgamiento de un crédito.

No obstante, estas situaciones, las Fintech surgen para captar estos segmentos y ofrecer soluciones bancarizadas, al margen de las instituciones tradicionales, en ocasiones con mayor agilidad y eficiencia con soluciones enfocadas al usuario.

2.2. Teorías del Financiamiento Empresarial

De acuerdo con (Ross, Randolph, & Jeffrey, 2012): las teorías de la estructura de capital se cuentan entre las más elegantes y complejas del campo de las finanzas. Tal es así que según (Carretero Seoane, Alarcón Armenteros, & Padrón Rodríguez, 2013) en su estudio “La Estructura Financiera: Método para Aumentar la Contribución del Financiamiento a la Eficiencia Empresarial” exponen que hace más de cincuenta años existe polémica desde el punto de vista teórico sobre la determinación de una estructura financiera en la empresa, según este estudio, las teorías del financiamiento comenzaron con los primeros estudios que realizó David Durand en

1952, cuyos seguidores son considerados como tradicionales y en 1958 con los estudios elaborados por Franco Modigliani y Merton Miller quienes crearon la teoría “MM”.

La Estructura Financiera según diferentes autores puede considerarse como: “La combinación de todas las fuentes financieras a largo plazo de la empresa” (Mascareñas, 2008), para (Brealey, Myers, & Allen, 2010) “A la Mezcla de deuda y capital de una compañía se le denomina Estructura de Capital”. De tal forma que, la Estructura Financiera de una compañía “es la mezcla de las fuentes de financiamiento, deuda o capital propio y que a través de esta permiten adquirir los activos de las empresas”.

Por años, expertos en finanzas, desarrollaron diferentes Teorías de Financiamiento, entre las más conocidas están: La Teoría Tradicional, La Hipótesis del Mercado Eficiente, Las Propositiones de Modigliani y Miller y el Modelo CAPM.

2.2.1. Teoría Tradicional

Se denomina así debido a los aportes teóricos surgidos antes de las primeras publicaciones de Modigliani y Miller en 1958. Los autores más reconocidos son Graham y Dood (1940), Durand (1952), Guthman y Dougall (1955), Schwartz (1959). El enfoque de la tesis tradicional consideraba la existencia de una estructura financiera óptima a partir de un uso moderado del apalancamiento financiero, ya que siendo la deuda una forma más barata de financiación se disminuiría el costo promedio de capital y se incrementaría el valor de la empresa. Cuando se va aumentando el apalancamiento, los accionistas exigen mayores rendimientos hasta un momento en que su exigencia compensa el uso de la deuda más barata (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

El trabajo pionero de esta época es el de Durand “Cost of Debt and Equity Funds for Business: Trends and Problems of Measurement” (1952). Con este trabajo se expandió la creencia de que el

uso moderado de la deuda generaba valor a la firma y disminuía el costo de capital. Aumentar la deuda incrementaba el riesgo de insolvencia y tanto acreedores como accionistas exigirían mayores rendimientos haciendo que se aumentara el costo de capital y se disminuyera el valor de la firma. Por tanto, existía una estructura óptima de capital que el directivo financiero debería encontrar de acuerdo con una combinación óptima entre deuda y capital de los socios (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

La teoría tradicional implica que, cualquier empresa que se financie con un nivel de deuda superior, su coste de capital se reducirá y por ende aumentará el valor de la empresa. Sin embargo, el hecho de financiarse con una mayor proporción de deuda, se asumirá un mayor nivel de riesgo, en este sentido, los accionistas se verán obligados a exigir una mayor rentabilidad.

2.2.2. La Hipótesis del Mercado Eficiente

En 1970, Eugene Fama publicó un artículo sobre la "teoría de los mercados de capitales eficientes" (Hyme, 2003). Esta teoría se basa en que, los precios de los valores reflejan en forma apropiada la información disponible y responden con rapidez a la nueva información, tan pronto como está disponible (Brealey, Myers, & Allen, 2010). Según estos autores la teoría de los mercados eficientes tiene tres formas que corresponden a diferentes definiciones de "Información Disponible" estas son:

La forma débil (o teoría del camino aleatorio) postula que los precios reflejan toda la información que se encuentra en los precios anteriores. La **forma semi fuerte**, dice que los precios reflejan toda la información públicamente disponible, y la **forma fuerte**, sostiene que los precios reflejan toda la información que se pueda adquirir (Brealey, Myers, & Allen, 2010).

Esta eficiencia informacional se debe principalmente a tres factores: la competencia, la relativa entrada libre y el bajo coste de la información de los mercados financieros. Si se recibe una señal o información, actualmente no reflejada en el precio, de que un valor futuro va a subir, entonces los “traders” comprarán este valor provocando la subida del precio. El precio subirá hasta que éste refleje completamente esta nueva información (García, 2016).

Muchos investigadores consideran que la hipótesis del mercado eficiente descuida aspectos importantes de la conducta humana. Por ejemplo, los psicólogos encuentran que la gente tiende a acentuar demasiado los hechos recientes cuando prevén el futuro. Si ello es cierto, podemos encontrar que los inversionistas son responsables de sobre reaccionar a nueva información. Será interesante ver cuánto nos pueden ayudar las observaciones conductuales a entender aparentes anomalías (Brealey, Myers, & Allen, 2010).

2.2.3. Propositiones de Modigliani y Miller

Las proposiciones de Modigliani y Miller se hicieron evidentes con el artículo titulado “The Cost of Capital, Corporation Finance, and the theory of the Firm” (1958) en donde los autores demostraron que en mercados perfectos de capitales (sin impuestos, costes de transacción y otras imperfecciones del mercado) las decisiones de estructura financiera son irrelevantes. De esta forma, dicha teoría apoya la corriente que sostenía que el valor de la empresa dependía de los resultados operativos de la misma (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

El estudio de MM se basaba en algunas suposiciones importantes como las siguientes (Ehrhardt & Brigham, 2007):

1. No existen costos de corretaje.
2. No existen impuestos.

3. La quiebra no conlleva costos.
4. Los inversionistas pueden obtener préstamos a la misma tasa que las sociedades
5. Todos los inversionistas cuentan con la misma información que los ejecutivos sobre las oportunidades futuras de inversión de una empresa.
6. Las utilidades antes de intereses e impuestos no se ven afectadas por la deuda.

Modigliani y Miller demostraron que, si las suposiciones anteriores se cumplen el valor de una empresa no se verá afectado por su estructura del capital, existiendo por tanto la situación:

$$V_L = V_U = A_L + D$$

Donde:

V_L = empresa apalancada = V_U = empresa no apalancada

A_L = acciones de la empresa apalancada

D = valor de la Deuda

Proposición I: afirma que ninguna combinación es mejor que otra, que el valor global de mercado (el valor de todos los valores que emite) es independiente de su estructura de capital. Las empresas que se endeudan sí ofrecen a los inversionistas un menú más complejo de valores, pero los inversionistas responden lentamente (Brealey, Myers, & Allen, 2010). Es decir, que el valor de la empresa no se ve afectado por apalancamiento financiero

Proposición II. El costo del capital propio es una función lineal del nivel de endeudamiento y se puede expresar de la siguiente forma:

$$K_e = K_o + (K_o - K_i) D/S$$

No obstante, deja de ser lineal cuando K_i aumente por la presión ejercida por los acreedores ante un incremento de la deuda; por tanto, K_e reduciría su crecimiento. El rendimiento esperado

del capital es directamente proporcional al apalancamiento, porque el riesgo para los dueños del capital aumenta (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

Donde:

K_o = CPCC (Costo Promedio Ponderado de Capital) en un escenario sin impuestos.

K_i = Costo de la Deuda.

K_e = Costo del Capital Social

D = Valor de la Deuda.

S = Capital propio a valor de mercado.

Las principales críticas a la irrelevancia de la estructura del capital en el valor de la empresa se deben a la ausencia de imperfecciones en el mercado. Sin embargo, en la medida en que dichas imperfecciones existan, los cambios en la estructura de capital de la firma pueden afectar el valor de esta y el costo del capital social. Una de las principales imperfecciones es la presencia de impuestos (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

No obstante, si los supuestos a los MM hacen referencia existieran, los cambios que estos originen en la estructura de capital pueden afectar a la empresa, tal es el caso de la existencia de los impuestos. Modigliani y Miller junto con sus seguidores formularon una teoría de relación inversa de la estructura del capital. Demostraron que la deuda es útil porque los intereses son deducibles de impuestos, pero también que conlleva costos asociados a una quiebra real o potencial. La estructura óptima del capital logra el equilibrio entre los beneficios fiscales de la deuda y los costos de la quiebra (Ehrhardt & Brigham, 2007).

Con lo publicado de 1963 Modigliani y Miller corrigen su primera versión, publicada en 1958, en donde había subvalorado la enorme ventaja fiscal que ofrece el uso de la deuda. MM fueron,

por tanto, los primeros autores en tener en cuenta la influencia de los impuestos en la estructura de capital (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011).

2.2.4. Modelo CAPM

El CAPM (Capital Asset Pricing model) Modelo para la Valuación de Activos de Capital creado por William Sharpe, este modelo calcula la rentabilidad que debe exigir el propietario de un portafolio de inversión por el riesgo que asume al decidirse a incluir una determinada acción (Gómez Restrepo & García Molina, 2011).

El CAPM, estudia las decisiones del inversionista en el mercado de valores, sobre la base de una distribución normal de probabilidades. Miden la rentabilidad esperada y el riesgo asumido, es decir, la desviación estándar de los resultados respecto al valor esperado. De esta manera el inversionista toma sus propias decisiones de inversión comparando su propia intercompensación riesgo y rentabilidad, con la que ofrece el mercado, denominada “Precio de Equilibrio del Riesgo” (Gómez Restrepo & García Molina, 2011).

El CAPM involucra tres elementos: El primero es la tasa libre de riesgo y es definida como aquella inversión que tiene una desviación estándar de cero respecto al valor esperado de su rendimiento, en otras palabras, aquella de la que se espera un rendimiento absolutamente seguro.

El segundo es la prima de riesgo del mercado de valores entendida como la rentabilidad esperada del mercado de valores en exceso de la tasa libre de riesgo, y que representa la prima que debe conceder el mercado a los inversionistas para incentivarlos a invertir en él asumiendo un determinado nivel de riesgo. El tercero es un factor de ajuste de la prima de riesgo, denominado Beta de la acción, que se mide a través del coeficiente de regresión (pendiente de la recta) entre el

rendimiento del mercado de valores [variable independiente] y el rendimiento de la acción [variable dependiente] (Marisa, 2006).

El cálculo de este modelo viene dado por la siguiente ecuación:

$$R_e = R_f + (\beta * (R_m - R_f))$$

Donde:

R_e = Rentabilidad esperada de un activo.

R_f = Rentabilidad del activo sin riesgo.

β = Medida de sensibilidad del activo.

R_m = Tasa de rentabilidad del mercado

2.3. Empresas tipo Fintech

Según (Lavalleja, 2020) el término Fintech hace referencia a una denominación genérica de aquellas empresas que proveen productos y servicios financieros innovadores, mediante la utilización de tecnología o plataformas de esta naturaleza. Lo cual beneficia a los consumidores a través de dos vías 1) reducción de costos, operar mediante la utilización de un entorno virtual permite una menor utilización de infraestructura física, así como un menor empleo de personal, y 2) la simplicidad de procedimientos ya que continuamente se busca una mayor eficiencia en la utilización de recursos.

Para (Molina, 2018) las Fintech son empresas innovadoras que ofrecen nuevas soluciones financieras con el apoyo de nuevas tecnologías, de esta manera son especialistas en áreas concretas de los servicios financieros.

Otra definición se encuentra en (Fernández Linares, 2018) en la cual se cataloga a cualquier innovación de tecnología aplicada a los servicios financieros como Fintech, esto da lugar a una

mayor inclusión para determinar qué tipo de empresas o productos pueden catalogarse bajo esta definición.

Estás compañías se basan en la democratización de los servicios de conectividad, tecnologías móviles, el análisis de datos e incluso la inteligencia artificial y la nueva economía colaborativa, para crear alternativas puntuales como el servicio bancario y de aseguradoras tradicionales que durante mucho tiempo han mantenido cuantiosas inversiones en infraestructura física para la atención (Gutiérrez & Scheider, 2019).

Según la definición del (Banco de Desarrollo de América Latina, 2016) el sector Fintech es el conjunto de empresas no financieras que usan la tecnología digital y herramientas asociadas: computación en la nube, blockchain, big data, inteligencia artificial, redes sociales, etc. para prestar servicios financieros a consumidores y empresas de una forma innovadora y bajo nuevos modelos de negocio. Estas se integran de dos sectores:

- a) Nuevos emprendimientos y empresas jóvenes que innovan en las soluciones que ofrecen y tienden a especializarse en nichos dentro de la cadena de valor de los bancos
- b) Gigantes de la tecnología, el comercio electrónico y telefonía, que son empresas que se ubican en varios segmentos del negocio bancario de forma simultánea, e integra los servicios financieros a sus modelos de negocios y paquete de servicios.

Figura 2: Descomposición de la cadena de valor de un banco



Fuente: (Banco de Desarrollo de América Latina, 2016)

2.3.1. Características de las Fintech

Las empresas Fintech debido a su cualidad de innovación y adaptación en el sistema financiero, poseen características que las diferencian de otras instituciones y marcan un punto de inicio para entender su potencial; dentro de estas se pueden resumir las siguientes (Molina, 2018):

1. Propuesta centrada en algún aspecto concreto de las finanzas: Esta simplicidad les otorga una oferta muy vertical de la actividad financiera, que contrasta con la oferta multi producto de los bancos.
2. Mediante el uso intensivo de nuevas tecnologías, las Fintech ofrecen soluciones a problemas financieros de los clientes o a necesidades mal atendidas. Utilizan

- innovadoras plataformas tecnológicas (principalmente a través de dispositivos móviles), con aplicaciones intuitivas y amigables.
3. Las empresas Fintech proceden de la cultura de la innovación y de startup, creadas desde cero, con una filosofía de romper con los anteriores formatos. Conviven y se desarrollan en un contexto de redes sociales, con una cultura peer to peer (compartir información) más que de sumisión a una entidad poderosa como la que representan los bancos.
 4. Se plantean, en su inicio, como una alternativa retadora respecto a la banca tradicional. Su oferta es combativa respecto al producto bancario, y uno de sus argumentos principales es presentarse como una opción nueva, más eficiente y transparente que los productos ofrecidos por la banca.

2.3.2. Ecosistema Fintech

El desarrollo y consolidación de las Fintech no sucede en un vacío, sino que por lo contrario es necesario un espacio en el cual existan sinergias que proporcionen complementariedad, a esto se le llama ecosistema Fintech que es el entorno heterogéneo e instrumental (González Díaz, y otros, 2018) donde interactúan emprendedores, gobiernos, fondos e instituciones financieras tradicionales y otros.

Dentro de los elementos preponderantes que conforman el ecosistema Fintech están (González Díaz, y otros, 2018):

1. La empresa emergente Fintech: Empresas de reciente creación que están dedicadas a proporcionar servicios financieros a través de la tecnología. Por ejemplo, las plataformas de crowdfunding, de préstamos, de remesas, entre otros.

2. Desarrolladores tecnológicos: Son los proveedores y creadores de las tecnologías que soportan a la empresa emergente Fintech. Algunas de estas tecnologías son el Big Data, Cloud Computing, Social Media, entre otras.
3. Gobierno: Su función principalmente es regular y legislar para el ecosistema.
4. Clientes financieros: Todos los individuos y organizaciones que utilizan los servicios Fintech.
5. Instituciones financieras tradicionales. Los bancos, compañías de seguros, casas corredoras de bolsa, entre otros.

Estos elementos conviven de manera simbiótica para la innovación. Además, estimulan la economía y facilitan la colaboración y la competencia en la industria de servicios financieros, lo que a su vez contribuye a un ciclo constante de innovación. Su objetivo último es cubrir las necesidades del cliente financiero de una manera más ágil, eficiente y flexible (González Díaz, y otros, 2018).

2.3.3. Segmentos de Negocio

Las empresas tipo Fintech cubren diversos tipos de negocios, los cuales pueden estar relacionados a pagos, préstamos o crowdfunding, coexistiendo con la industria compartiendo de esta manera características de los productos y servicios que ofrecen, lo que permite agruparlos en segmentos y estos a su vez en subsegmentos (González Díaz, y otros, 2018), siendo los más relevantes:

Pagos y remesas: Estos modelos son bastante genéricos dentro de las innovaciones tipo Fintech, las empresas dedicadas a este segmento se enfocan en pagos que se pueden hacer de forma eficiente

y rápida; Esto se logra a través monederos móviles, pagos de persona a persona (p2p lending), pagos al extranjero y remesas, pagos en tiempo real y pagos con moneda digital.

El rubro de pagos enfocado a remesas cobra especial importancia en Latinoamérica ya que es una región donde las remesas han incrementado en los últimos años para países como Ecuador, Nicaragua, México, Guatemala, El Salvador y Honduras.

Otro segmento de negocio son los préstamos p2p de personas y los p2b de negocios, que permiten a los consumidores y negocios prestar o pedir prestado entre ellos sin intermediarios financieros; una de las ventajas de este tipo de productos Fintech es que pueden ofrecer tasas de interés bajas y reducir los procesos mediante una simplificación de trámites, volviéndose con ello atractivos al mercado.

Inversiones Roboadvisor: Este tipo de servicios relacionado al asesoramiento financiero que las instituciones financieras tradicionales han ofrecido sistemáticamente desde sus inicios, es un segmento donde ha incursionado las Fintech, permitiendo asesorías automatizadas, presentando menores costos de gestión, y un análisis de las opciones de inversión carente de subjetividad y una fuerte capacidad de rebalanceo de carteras para la reducción de riesgos.

Puntaje alternativo, identidad y fraude: Segmento que agrupa aquellas soluciones para la verificación y autenticación de personas, así como medidas desarrolladas para la prevención de fraudes. Dentro de los servicios con más alto potencial están aquellos que incorporan tecnologías que reconocen rasgos físicos o de conducta de un determinado individuo.

2.3.4. Fintech y MYPIMES

La importancia de las MYPIMES en la economía mundial se ha hecho cada vez más evidente, estimándose que representan casi la mitad del producto interno bruto mundial y ocupando a la tercera parte de la mano de obra (World Economic Forum, 2015).

Uno de los consumidores objetivo de los productos y servicios ofertados por las Fintech son las MYPIMES, ya que algunas de estas son emprendimientos que no tienen trayectorias largas que las presenten como unidades económicas consolidadas, también sus requisitos de financiamiento no son lo suficientemente altos, y por tanto son segmentos de mercado con necesidades insatisfechas por parte de las instituciones tradicionales de financiamiento.

Otro elemento adicional lo integra el hecho que las MYPIMES representan un grupo de negocios heterogéneo en términos de industria, tamaño y modelos de negocio, lo cual dificulta la comprensión de sus necesidades y potencial de crecimiento en su totalidad (Hoder, Wagner, Sguerra, & Bertol, 2016).

Los bancos a menudo poseen modelos de riesgo crediticio usados para empresas grandes o ya establecidas, ponderando su permanencia en el mercado u otros indicadores lo cual dificulta el acceso a financiamiento de las MYPIMES; Esto trae como consecuencia que estas unidades económicas suplán estas carencias mediante escasas ganancias retenidas, préstamos familiares o prestamistas informales (usureros) (Hoder, Wagner, Sguerra, & Bertol, 2016).

Los productos Fintech ofrecen soluciones ante los obstáculos descritos anteriormente, realizando su propuesta de valor con reducción de costos y menores tiempos de espera, logrando todo esto por medio del uso de las nuevas tecnologías como por ejemplo la empresa fiadito app

(El Salvador) que ofrece microcréditos con una aprobación de 5 horas, siendo una solución altamente atractiva entre las pequeñas empresas.

2.4.Productos tipo Fintech

2.4.1. Plataformas de Financiación Alternativa

Las definiciones de “financiación o financiamiento” y “financiamiento alternativo” son: el primero según la (Asociación de Jovenes Empresarios, 2009) se refiere a la obtención de fondos o capital para crear y desarrollar un proyecto empresarial. El financiamiento alternativo se define aquella que proviene de los servicios de empresas Fintech que aprovechan las nuevas tecnologías dentro del ámbito financiero (Circulantis, 2018). Entre los tipos de financiamiento alternativo se encuentran:

Business Angels: son inversores particulares que invierten su propio dinero, aportando además sus conocimientos, contactos y tiempo en las primeras fases del ciclo de vida de una empresa con el fin de impulsar el desarrollo de esta. La mayoría son o han sido empresarios con éxito que acumulan una gran experiencia, y que se caracterizan por su gran dinamismo, sus ganas de empezar nuevos proyectos y su deseo de transferir sus conocimientos y habilidades a gente joven y comprometida dispuesta a poner en marcha un nuevo proyecto empresarial (Verona Martel, García Cardona, & Déniz Mayor, 2013).

Crowdfunding: Es una forma de financiación que consiste en utilizar el capital de individuos a través de pequeñas aportaciones. Ayuda también a pequeñas empresas a conseguir financiación más allá de la que pueden aportar los mismos bancos. Es utilizada como fuente de financiación para proyectos muy diversos, desde campañas políticas o empresariales hasta proyectos que tienen

que ver con arte. Sin embargo, se utiliza para financiar nuevos proyectos, estas plataformas permiten que personas puedan ofrecer dinero a personas o empresas (Barrera & Martínez, 2020).

Sociedades de capital riesgo: es un fondo colectivo compuesto por aportaciones de un grupo de inversionistas. Estos fondos invierten en negocios nuevos o en desarrollo, que además del financiamiento requieren asesoría en áreas tales como marketing, administración y finanzas, por lo cual, permiten que los inversionistas le brinden asistencia a cambio de la adquisición de acciones. Por otra parte, la administración de este fondo es realizada por individuos o firmas de Capital de Riesgo, quienes en conjunto con los inversionistas deciden el tipo de inversión y la forma de efectuarla (Banco Central de Reserva de El Salvador, 2000).

Factoring: Es una herramienta financiera que le permite a las empresas obtener liquidez a partir de la negociación de sus facturas en virtud de un contrato con una entidad autorizada para realizar operaciones de factoring, en este sentido, la empresa recibe de manera anticipada el dinero de su venta a cambio de asumir un porcentaje en concepto de descuento por las facturas (Barrera & Martínez, 2020).

2.4.2. Puntaje Alternativo

Ofrecen alternativas para la medición de riesgo crediticio de personas o empresas (Britto Cañas & Castro Peñaloza, 2019). Según una investigación de (El Economista, 2017) este segmento, llamado puntaje alternativo, se define como la implementación y uso de algoritmos o sistemas de calificación crediticia contruidos con fuentes alternativas de información, sin necesidad de emplear los burós de crédito tradicionales y es el más pequeño dentro de las Fintech en América Latina, con apenas siete firmas que se dedican a ello.

Es decir, en vez de basarse en los créditos que ha pedido una persona para definir qué tan buena pagadora es, utilizan otros criterios como su cumplimiento en el pago de servicios básicos como el agua, la luz, el teléfono, Internet, etcétera (El Economista, 2017). Esta información puede servir para otorgar créditos para: tarjetas de crédito, créditos para compra de vehículos, préstamos de salud y para educación.

2.4.3. Soluciones de Pago

El comercio electrónico por internet se ofrece como un nuevo canal de distribución sencillo, económico y con alcance mundial las 24 horas del día, todos los días del año. Lo que ha dado como resultado la constitución de sistemas de pagos y transferencias diseñados por compañías especializadas en pagos móviles, ofreciendo un servicio que permite al usuario acceder de forma segura, administrar y utilizar instrumentos de identificación y de pago para realizar transacciones desde un teléfono móvil, un PC o una Tablet (Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores-IIMV, 2017).

Los sistemas de pago electrónico, también conocidos como EPS, por sus siglas en inglés, realizan la transferencia de dinero entre compradores y vendedores a través de una entidad financiera autorizada para ambos que facilita la aceptación de pagos para las transacciones en línea a través de Internet. Existen diferentes sistemas de pago empleados en internet, que pueden englobarse en varias categorías: cajeros automáticos, dinero electrónico, transferencias bancarias y tarjetas de crédito y débito (Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores-IIMV, 2017).

2.4.4. Gestión de Finanzas Personales

Los startups Fintech para gestión de finanzas personales explotan datos, tecnología de vanguardia y fuerza de voluntad absoluta para superar los confines tradicionales del sistema financiero. Están experimentando con nuevos modelos de negocio en un intento por alinear sus incentivos con los consumidores. Ayudan a los usuarios a actuar de forma más inteligente en torno al uso de su dinero. El resultado es que nunca ha sido más fácil ahorrar, gastar, invertir y encontrar buenas tasas de interés, además de asegurar los activos y contar con información para la toma de decisiones (Bancomext, 2015).

2.4.5. Gestión de Finanzas Empresariales

El segmento que agrupa a las Fintech de gestión de finanzas empresariales ha desempeñado un papel crucial en el crecimiento de las PYMES. Estos startups están ayudando a las pequeñas empresas de muchas maneras, desde software contable innovador hasta servicios de gestión financiera, valoración de empresas y facturación electrónica. Se trata de un conjunto de nuevas herramientas que permiten a estos negocios a enfocarse a su crecimiento y a sus propósitos, en lugar de estancarse en cuestiones financieras y de contabilidad, prestan servicios en áreas como: Facturación electrónica, contabilidad digital, gestión financiera e inteligencia de negocios y cobranzas (Bancomext, 2015).

2.4.6. Gestión Patrimonial

La gestión patrimonial es un elemento clave para los usuarios, tanto personas naturales como empresas, los primeros buscan experiencias que los lleven a equilibrar sus decisiones de consumo y ahorro, mientras que las segundas son altamente relevantes la maximización de beneficios; por ello, las Fintech intentan solventar esas necesidades, usando ampliamente los datos y la tecnología de vanguardia (González Díaz, y otros, 2018).

Los objetivos que persigue la oferta de este producto se dirige a facilitar las decisiones de ahorro, gasto e inversión, encontrando tasas de interés competitiva y asegurando los activos disponibles; tal facilidad viene dada por la provisión de información completa, esto no implica actividades enmarcadas como no éticas (información privilegiada, sobornos, colusiones, otros), sino que más bien se explica por la recolección de datos y su posterior análisis a través de modelos de big data y econometría, los cuales proporcionan información sobre tendencias futuras, esto complementado con el criterio del experto que procesa esa información y la traduce en decisiones que buscan la mayor eficiencia y rentabilidad.

Dentro de las principales herramientas de este producto, se mencionan (González Díaz, y otros, 2018):

1. Ahorro y eficiencia financiera: herramientas digitales para consumidores que facilitan la gestión de ahorros y la organización de gastos.
2. Gestión de la deuda: herramientas digitales para consumidores que facilitan la gestión y reestructuración de deudas personales
3. Plataformas de comparación: plataformas en línea que contrastan diferentes productos financieros y sus características
4. Otros: Principalmente soluciones tecnológicas para la gestión financiera de los individuos.

2.4.7. Negociación de activos financieros y mercado de valores

Dentro de la negociación de activos financieros y del mercado de valores abarcan un amplio cúmulo de áreas tales como: inversiones, divisas, negociaciones bursátiles, gestión de riesgos, entre otras (González Díaz, y otros, 2018). Las cuales presentan enfoques prometedores; en relación con estos las negociaciones bursátiles conectan inversionistas con negociadores para

colocar ordenes, vender commodities y acciones, además de monitorear el riesgo en tiempo real; lo cual puede tener efectos positivos acercando el mundo de las inversiones financieras a más personas, ampliando los participantes en el mercado.

Las soluciones ofrecidas en la intermediación de activos financieros pueden catalogarse como:

1. Soluciones FX: soluciones de compra/venta de divisas extranjeras para personas o empresas.
2. Soluciones para el mercado de valores: Enfocadas en la compra/venta de acciones y deuda.
3. Otros: Las otras soluciones tecnológicas enfocadas en facilitar y ejecutar transacciones de otras clases de activos.

2.4.8. Empresas de tecnología para instituciones financieras

Existe un amplio potencial de estas empresas como proveedoras de servicios para las instituciones tradicionales de financiamiento, las cuales pueden ver en estas, emergentes aliados para desarrollar soluciones acordes a sus necesidades. El objetivo de este tipo de emprendimientos es cubrir los espacios dejados por los bancos en la oferta de servicios, debido a costos que pueden ser un factor restrictivo o los alcances que pueden ser limitados (Bancomext, 2015).

La ventaja de las sinergias que pueden derivar de la alianza entre bancos y Fintech proveedoras de tecnología para instituciones financieras es que pueden ser fácilmente insertadas en las cadenas de valor, debido a su versatilidad y adaptabilidad, lo cual las hace atractivas para ampliar las soluciones enfocadas en el cliente, y no en el producto, como anteriormente se ha mencionado.

Existe una heterogénea clasificación de los servicios tecnológicos para instituciones financieras, pero se pueden agrupar en soluciones de identidad y conocimiento del cliente en su relación con los proveedores de servicios financieros, contratos inteligentes que están relacionados

a los aspectos protocolarios que tiene como fin facilitar, asegurar, reforzar y ejecutar relaciones contractuales (González Díaz, y otros, 2018).

2.4.9. Bancos Digitales

Los bancos digitales en la era Fintech 3.0 son entidades financieras con licencia bancaria propia o utilizando la de un tercero (González Díaz, y otros, 2018). Estas soluciones son apreciadas por su conveniencia y ahorro de tiempo, lo cual se vuelve muy atractivo para los clientes que buscan la optimización de recursos.

Este tipo de iniciativas han aprovechado la brecha existente entre las nuevas demandas de los clientes y los servicios, en ocasiones obsoletos (Argentaria, La transformación digital de la banca, 2015); que ofrecen los bancos tradicionales, lastrados por el peso de su regulación, estructura y cultura corporativa.

2.4.10. Seguros

Un producto que mantiene su vigencia por el aspecto precautorio son los seguros que permiten mantener cierta previsión sobre eventos fortuitos que pudieren causar daños sobre los activos de los consumidores; Las opciones de seguros desde las finanzas tecnológicas se conoce como insurtech (González Díaz, y otros, 2018), el cual utiliza el análisis de datos para calcular el riesgo, así como generar un clúster de clientes potenciales a los cuales se le puede ofrecer el servicio; esto lo realizan mediante plataformas en línea, que contrastan todos los productos aseguradores y su características; siendo de esta manera, bien recibidas por las compañías tradicionales de seguros.

2.5. Las Fintech y la Inclusión Financiera en El Salvador

En el 2018 el Banco Central de Reserva de El Salvador llevó a cabo el Primer Foro Nacional de Inclusión y Educación Financiera titulado “Innovaciones financieras, retos para la regulación,

educación financiera y protección al consumidor” contando con expertos nacionales e internacionales. Posteriormente se han desarrollado foros anuales, durante el 2019 fueron impulsados por la Asociación Salvadoreña de Fintech (ASAFINTECH) con la temática “Las políticas para la prevención del lavado dinero, la inclusión financiera y las Fintech”. (Zometa Martínez, 2019).

El desarrollo de las Fintech en El Salvador fue potenciado por parte de los actores financieros regulados, cómo los bancos que ganaron terreno en este rubro. Posteriormente se han incorporado actores no tradicionales como empresas de telecomunicaciones incursionando como proveedores de dinero electrónico y, por último, la participación de emprendedores incursionando en dichas actividades. No obstante, existe actualmente mucho mercado por desarrollar prácticamente es un mercado en su fase inicial (Leiva, 2021).

Actualmente en El Salvador no existe una ley especializada que regule el tema de las Fintech, pero se han incorporado leyes que pueden regular gran parte de segmentos del tipo de tecnología o plataforma que se estén utilizando en el país como la “Ley para facilitar la Inclusión Financiera” que aborda regulaciones sobre el dinero electrónico, billeteras virtuales y las cuentas simplificadas (Zometa Martínez, 2019).

En marzo de 2021, el Banco Central de Reserva de El Salvador oficializó el lanzamiento de la “Política Nacional de Inclusión Financiera”. La cual tiene por objetivo “Definir directrices generales para promover un sistema financiero inclusivo, en el cual las personas de menores ingresos, las mujeres, las micro y pequeñas empresas, puedan acceder y usar los productos y servicios financieros en mejores condiciones de seguridad, eficiencia y transparencia; para lo cual, se vuelve importante fortalecer las capacidades de conocimiento y empoderamiento del consumidor financiero” (Banco Central de Reserva, 2021).

Dicha política tiene cuatro áreas de trabajo, (1) compromiso y coordinación entre el sector público y privado, (2) marco de regulación y supervisión, (3) recolección de datos y medición de la inclusión financiera, e (4) infraestructura, identidad y conectividad, esta última se centra en el empoderamiento del consumidor, dentro de ella se espera promover la digitalización de servicios financieros a través del impulso del entorno Fintech, pagos gubernamentales, y otros temas que no estén sujetos de supervisión y regulación (Banco Central de Reserva, 2021).

III. CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

La investigación “Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal del Departamento de San Salvador Durante el Período 2019-2020” desarrollo un carácter de estudio cuantitativo no experimental (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014). El tipo de la investigación cuantitativa se debe al hecho que, siguiendo la metodología se comprobó la hipótesis general mediante el estado actual del ecosistema Fintech, identificando los diferentes productos que lo componen y caracterizando aquellos que por la naturaleza del sector informal son aplicables, lo cual reforzó los resultados obtenidos. Mediante este hilo conductor se respondieron las preguntas de investigación, alcanzándose los objetivos planteados.

El carácter de no experimental fue debido a que se explicó la realidad a partir de un segmento y esto no como una intervención del investigador, sino como una observación de hechos desarrollados que tienen una dinámica propia en el sector informal.

3.2.Población y Muestra

3.2.1. Población

La población es el conjunto de todos los casos a ser estudiados y sobre los cuales se pretende generalizar los resultados (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014). Para esta investigación se consideró como población objetivo, a los comerciantes del sector informal que pertenecen al departamento de San Salvador. Los datos fueron tomados de la “Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa” (Comisión Nacional de la Micro y la Pequeña Empresa, 2017), que registró durante el año 2017 un total de 37,774 unidades económicas en la informalidad.

3.2.2. Muestra

El universo en la investigación fue conformado por todos los comerciantes del sector informal que pertenecen al departamento de San Salvador.

Según (Sampieri, Fernández, & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014), la muestra requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros, sin embargo, para la investigación las unidades de análisis representaron 200 comerciantes, seleccionados de la muestra planteada según el método recuperado de (del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011, pág. 103):

$$n = \frac{(N) (Z_{\alpha}^2) (p)(q)}{(i^2) (N - 1) + (Z_{\alpha}^2) (p)(q)}$$

Donde:

n = tamaño muestral

N = total de la población

Z_α = valor correspondiente a la distribución de Gauss, $Z_{\alpha=0.05} = 1.96$ considerando un nivel de confianza del 95%.

p = probabilidad esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($p = 0.5$).

q = $1-p = (1-0.5) = 0.50$ complemento de “p”

i = error muestral, se ha considerado un error equivalente a 0.07.

$$n = \frac{37,774 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.0692)^2 \times (37,774 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = 199.50 \approx 200$$

Total de unidades a investigar 200.

3.2.3. Unidades de Análisis

Las unidades de análisis identificadas para el estudio fueron negocios y/o empresas informales, siguiendo la clasificación de la (Organización Internacional del Trabajo, 2013), la cual define las características que clasifican a una empresa o unidad económica informal, estas son:

- i. Es una empresa no constituida en sociedad, lo cual significa que no es una entidad legal distinguible de sus propietarios.
- ii. Está controlada por uno o más miembros de uno o más hogares.
- iii. Los controles internos son débiles y no llevan contabilidad formal
- iv. Es una empresa de mercado: esto significa que vende al menos una parte de los bienes o servicios que produce. Por tanto, esto excluye a los hogares que emplean personal doméstico remunerado.

Incluye los siguientes criterios:

- a. El número de personas o asalariados contratados de manera continua se encuentra por debajo de los límites determinados por el país de origen.
- b. La empresa no está registrada en el ministerio de hacienda y alcaldía.
- c. Los asalariados de la empresa no están incluidos en un régimen de prestaciones sociales (ISSS, AFP, vacaciones anuales, remuneradas)

3.3. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

3.3.1. Técnica

La encuesta fue la técnica utilizada para la investigación, siguiendo la conceptualización de (Cea D'Ancona, 2001) que define la encuesta como la aplicación de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos. Además,

señala que esta ha de ser representativa de la población de interés, limitando la información recopilada por las preguntas que componen el cuestionario precodificado.

3.3.2. Instrumento

El instrumento utilizado para la aplicación de la técnica de la encuesta fue el cuestionario, consistiendo en un listado de preguntas estandarizadas, formuladas de manera idéntica para cada encuestado (Cea D´Ancona, 2001).

El tipo de preguntas desarrolladas fueron de respuesta fija también denominadas cerradas o precodificadas.

3.3.3. Procedimiento

El procesamiento de los datos se realizó con software estadístico, para el caso se utilizó el software SPSS, elaborándose la base de datos con referencia a respuestas obtenidas en la encuesta. La elección de este software se debió al fácil manejo y a la cantidad de herramientas de análisis de datos que posee, permite elaborar informes, gráficos y análisis de datos, de esta forma se comprobó las hipótesis planteadas.

El proceso se enunció de la siguiente manera:

Proceso

- i) Obtener la información de la muestra objeto de la investigación.
- ii) Definir las variables o los criterios para ordenar los datos obtenidos del trabajo de campo.
- iii) Definir las herramientas estadísticas y el programa de cómputo que va a utilizarse en el procesamiento de datos.
- iv) Introducir los datos en el computador y activar el programa (SPSS) para que procese la información.
- v) Analizar los resultados.

Fuente: adaptado de (A. Bernal, 2010)

IV. CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis de Datos

En el marco de la investigación Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal del Departamento de San Salvador Durante el Período 2019-2020, se desarrolló un proceso de encuestas que tuvo como objetivo, recopilar información relevante que permitiera establecer el tipo de productos Fintech aplicables al comercio informal, con la delimitación geográfica del departamento de San Salvador.

Tabla 1: *Distribución por edades y género de los encuestados*

Rangos de edad en años	encuestados	
	Hombre	Mujer
10 a 15	0	1
15 a 20	6	6
21 a 25	9	16
26 a 30	5	14
31 a 35	6	17
36 a 40	12	26
41 a 45	8	16
46 a 50	10	16
51 a 55	4	13
56 a 60	2	8
61 a 65	3	2
Total	65	135

Fuente: Elaboración propia

En total se encuestaron 200 personas que se dedican al comercio informal, de los cuales 65 son hombres y 135 son mujeres (tabla 1) los resultados fortalecen los hallazgos de otros estudios (Asociación Bancaria Salvadoreña, 2019), (Comisión Nacional de la Micro y la Pequeña Empresa, 2017) en los cuales se evidencia que la mayor proporción de propietarias de pequeños comercios informales y propietarias de micro y pequeñas empresas son mujeres, el aspecto que explica esta asimetría con relación a los hombres se entiende por múltiples factores dentro de los cuales se

distinguen aquellos relacionados con mercado laboral (tendencia a contratar mayormente hombres, políticas empresariales, y otras) y a la dinámica de asignación de roles en las familias en el cual la madre ejerce el cuidado de los hijos desde las edades tempranas, dejando menos tiempo para emplearse en una jornada laboral establecida, optando por una actividad que le permita mayor adecuación de horarios o espacios para atender el negocio y a la vez atender a sus hijos.

La segmentación se efectuó considerando los municipios más populosos, donde se encuentran los mercados municipales más reconocidos por la población; un municipio relevante en este ámbito es San Salvador que cuenta con una amplia población según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2019 (Dirección General de Estadística y Censos, 2020), y además concentra la mayor parte del sector informal del país. En esta zona se recopilaron 35 encuestas, desagregadas por género, se identifican 15 hombres y 20 mujeres.

En total se estratificó la población muestral en 10 municipios del departamento de San Salvador.

Tabla 2: *Distribución municipal de aplicación del instrumento*

Municipio de aplicación de la encuesta	Género del encuestado		Distribución porcentual			
	Hombre	Mujer	Total	%Hombres	%Mujeres	%Participación
San Salvador	15	20	35	23.1	14.8	17.5
Soyapango	6	18	24	9.2	13.3	12.0
Ilopango	5	9	14	7.7	6.7	7.0
Mexicanos	6	14	20	9.2	10.4	10.0
Ciudad Delgado	4	17	21	6.2	12.6	10.5
Apopa	8	13	21	12.3	9.6	10.5
San Martín	10	5	15	15.4	3.7	7.5
Ayutuxtepeque	1	14	15	1.5	10.4	7.5
Cuscatancingo	5	10	15	7.7	7.4	7.5
San Marcos	5	15	20	7.7	11.1	10.0
Total	65	135	200	100.0	100.0	100

Fuente: Elaboración propia

Del total de la distribución muestral, el 48.5% cuenta con educación básica siendo el grupo etario preponderante dentro de la encuesta, el 40.5% cuenta con educación media (bachillerato); en conjunto agrupan el 89.0% de la muestra (ver capítulo 3). Esto evidencia que la población insertada en el sector informal de la economía posee una baja cualificación, lo cual es un factor de los muchos que pueden explicar la dinámica compleja del sector. Llama la atención que del total de encuestados un 9.0% posee estudios universitarios, mostrando que cierto nivel de formación educativa de nivel superior no es garantía para acceder a un empleo formal.

El mercado laboral formal al no absorber toda la oferta de mano de obra cualificada y no cualificada provoca que la población busque alternativas de subsistencia y de generación de ingresos en la informalidad, en algunos casos generando remuneraciones que pueden superar el salario mínimo del país. Además, existe cierta correlación entre el sector informal y los índices criminales, no obstante, ese aspecto supera los objetivos de esta investigación [al respecto véase, (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2020)]

Tabla 3: *Distribución por nivel educativo*

Nivel educativo	Género del encuestados		Distribución			
	Hombre	Mujer	Total	% Hombre	% Mujeres	%Total
No cuenta con nivel de educación	2	2	4	3.1	1.5	2.0
Educación Básica (1° a 9° grado)	34	63	97	52.3	46.7	48.5
Bachillerato	26	55	81	40.0	40.7	40.5
Universitario	3	15	18	4.6	11.1	9.0
Total	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

El sector informal de la economía es un amplio abanico de actividades comerciales, que abarca el sector de bienes y servicios; cuatro de los principales rubros de negocios identificados durante la recopilación de información, fueron los relacionados a comida, accesorios varios, ropa y

calzado, venta de frutas y verduras que representan el 86.5% del total encuestado (tabla 4); todos con inversiones que no sobrepasan los US\$500 dólares en el inicio de las operaciones. En el ámbito de los servicios se observa que no es un rubro mayoritario, consolidando solamente el 7.5% del total, esto puede explicarse por los requerimientos mínimos que se necesitan para iniciar operaciones relacionadas a los servicios que en muchos casos necesita de infraestructura física donde operar, elevando con ello los costos para consolidar el negocio.

Además de ello la prestación de servicios mantiene un componente de competencia monopolística dentro de los comerciantes, ofreciendo el mismo servicio, pero diferenciándose por los precios, calidad y preferencias del consumidor, en muchos casos transcurre cierto periodo de tiempo para “fidelizar” al cliente y de esta manera mantener un catálogo de posibles demandantes.

Tabla 4: *Distribución por rubro del negocio*

Rubro del negocio	Género del encuestado			%Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombres	%Mujeres	%Total
Accesorios (bocinas, celulares, lámparas, otros)	17	26	43	26.2	19.3	21.5
Comida (antojitos, pupusería, lácteos, otros)	12	48	60	18.5	35.6	30.0
Ropa/calzado	14	27	41	21.5	20.0	20.5
Servicios (car-wash, llantería, peluquería, otros)	11	4	15	16.9	3.0	7.5
Granos básicos	2	5	7	3.1	3.7	3.5
Frutas y verduras	7	22	29	10.8	16.3	14.5
Insumos agrícolas y artículos de ferretería	1	2	3	1.5	1.5	1.5
Medicina	1	1	2	1.5	0.7	1.0
Total	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos del levantamiento de encuestas muestran que una proporción importante de los comerciantes informales han tenido contacto con las instituciones bancarias, realizando transacciones que van desde pago de bienes y servicios, hasta la contratación de créditos para operar sus negocios.

De manera puntual la potencialidad de los productos Fintech que pueden aplicarse al comercio informal de acuerdo a los datos, es amplia, tanto para alcanzar a la población que posee un financiamiento, como aquellos que no se han insertado a la dinámica del sistema financiero por razones de requisitos u otros, esto debido a que en la mayoría de los casos no existe una oferta acorde a sus necesidades, ofreciéndoles créditos catalogados como “consumo”, cuando en realidad son micro unidades productivas que no destinan la mayor parte del financiamiento a sus necesidades hogareñas.

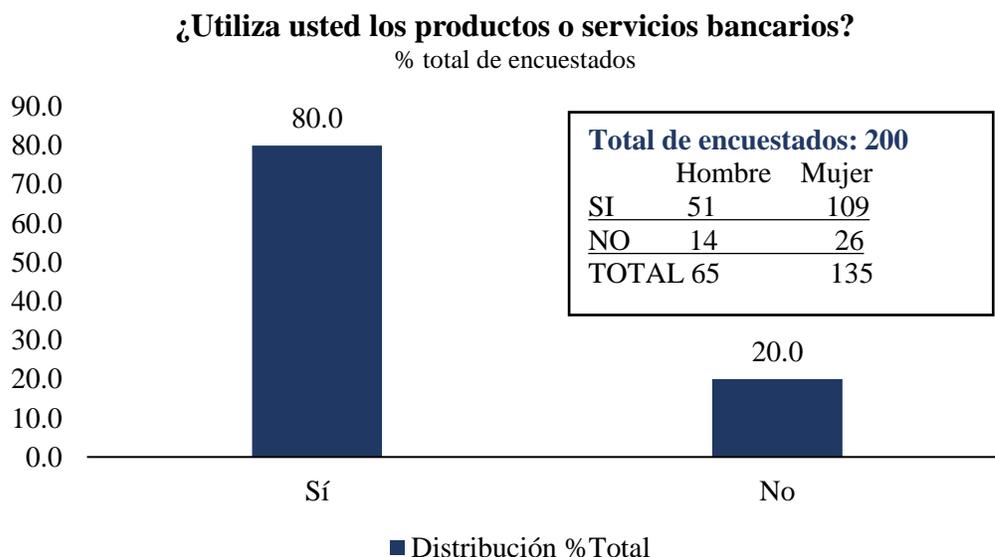
Como se observa en el gráfico 1, el 80% de los encuestados afirmo usar productos o servicios financieros, el indicador es considerablemente elevado no obstante es de tomar en cuenta que existe una asimetría entre adquirir un producto bancario y solamente hacer uso de un servicio prestado por la entidad bancaria; En relación con lo anterior, se observa en el grafico 2 donde se catalogan los productos financieros relacionados a las cuentas de ahorro, créditos y pólizas de seguros, así mismo los servicios financieros relacionados al pago de otros servicios y el cobro o envío de remesas.

El 31.7% de los comerciantes informales afirmo usar el producto bancario de las cuentas de ahorro y el 25.4% mantiene o ha utilizado el uso de créditos; ambos datos son relevantes a la hora de analizar la viabilidad del uso de productos tipo Fintech en el sector. En consonancia con el uso de los servicios bancarios el 42.0% los utiliza, siendo los que mantienen una correspondencia indirecta con la entidad bancaria, pero que puede ser un mercado objetivo.

En el transcurso de la investigación se identificó 5 empresas tipo Fintech que proveen productos y servicios, que potencialmente pueden utilizar los comerciantes informales para la atención de sus necesidades de financiamiento o de operación del negocio. En este ámbito existe una empresa

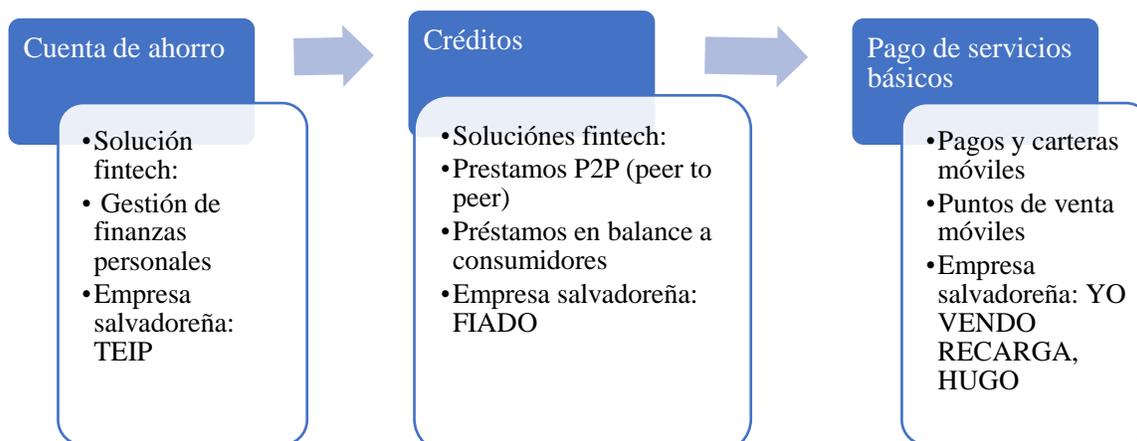
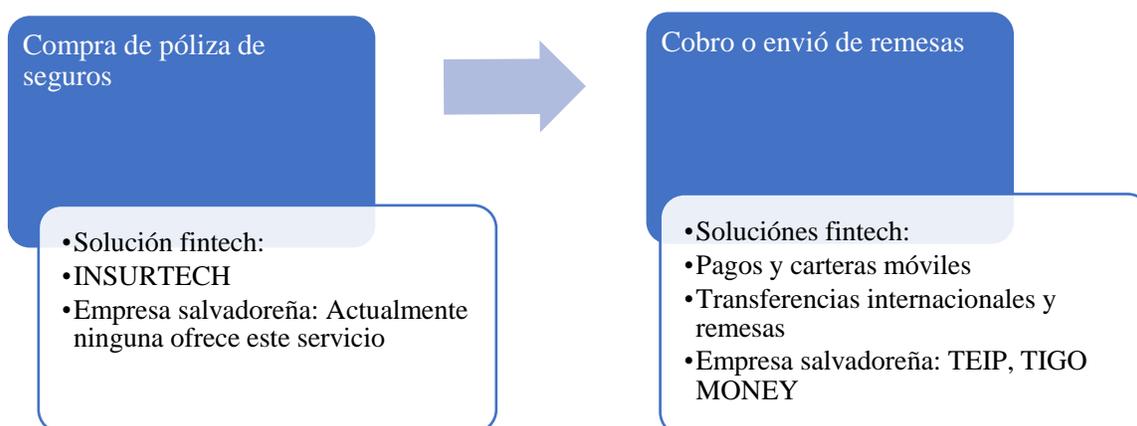
que provee préstamos con una aprobación de 5 minutos, a tasas competitivas lo cual se vuelve atractivo para acceder a financiamiento de muy corto plazo.

Gráfico 1: *Uso de productos o servicios bancarios en los comerciantes informales del departamento de San Salvador*



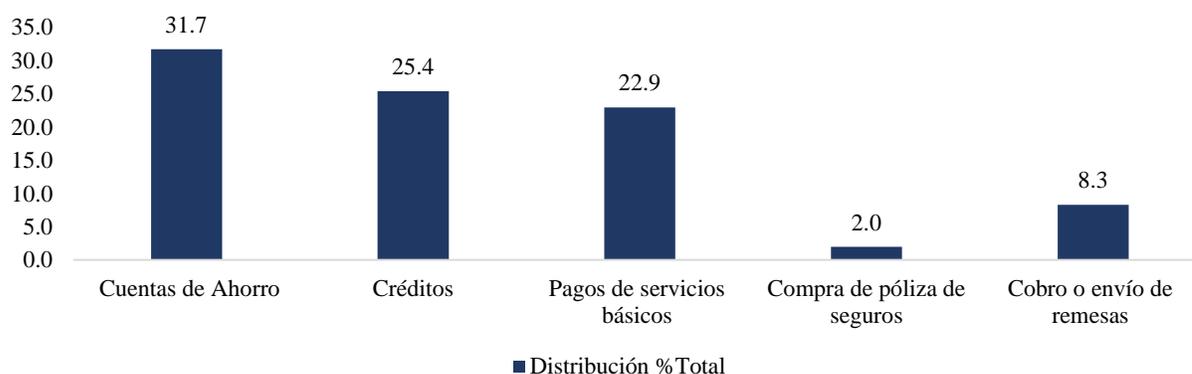
Fuente: Elaboración propia

Además de ello el uso generalizado de dispositivos móviles con acceso a internet, en la población en general puede ser aprovechado para la comercialización de productos al interior de los comercios informales, por ejemplo, la compra y venta en línea de sus productos, prestación de servicios a domicilio, y otros; lo ventajoso de esto es que ya existen plataformas que pueden adaptarse a esas necesidades.

Figura 3: Alternativas Fintech El Salvador**Figura 4: Alternativas Fintech El Salvador****Gráfico 2: Tipo de producto o servicio financiero utilizado**

¿Cuál o cuáles de los siguiente productos o servicios bancarios ha realizado o solicitado?

% de encuestados (Múltiples respuestas)

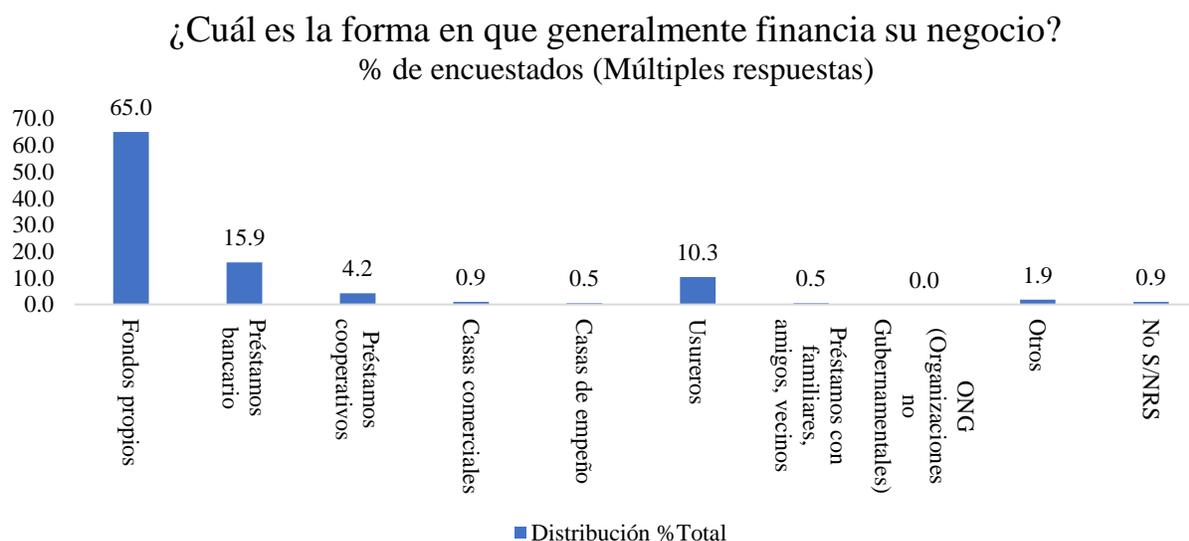


Fuente: Elaboración propia

Al consultar la forma de financiamiento de los comerciantes informales el 65.0% afirmó que utiliza fondos propios para operar su negocio, esto guarda correspondencia con la accesibilidad y los costos del financiamiento; Ejemplo de ello son las estrategias de los bancos que ofrecen créditos de consumo a los comerciantes informales, con altas tasas de interés y con múltiples requisitos.

El restante 35.0% se subdivide entre un 15.9% que posee créditos con bancos, y el 19.1% a través de formas alternativas que van desde las casas de empeño, hasta los préstamos entre redes familiares, vecinos y amigos; Esto sugiere tal como se registra en los comentarios anteriores, que la falta de acceso a un financiamiento bancario tradicional en el sector formal genera las condiciones para que surjan alternativas no reguladas y en algunos casos con costos excesivos. El 10.3% que obtiene su financiamiento mediante los usureros es un caso circunscrito en esta línea.

Gráfico 3: *Formas de financiamiento utilizadas*



Fuente: Elaboración propia

Los préstamos con los usureros son altamente costosos en términos de tasa efectiva anual, según lo confirmo un estudio de la Asociación Bancaria Salvadoreña (Asociación Bancaria Salvadoreña,

2019) llegando a tasas del 96.0%, y si el préstamo es recurrente puede alcanzar tasas mayores, la población no se percató de estos costos ya que el acuerdo con el usurero solamente incluye el monto de la cuota y la periodicidad de pago dejando de lado los cálculos de tasas de interés, real y efectiva,

Dentro de las razones por las cuales los comerciantes informales eligen su forma de financiamiento el 34.6% afirmó que es por el tiempo de espera para obtener el desembolso del financiamiento, la segunda razón en orden de importancia con 32.1% se debe a que piden menos requisitos y el 14.8% porque le aprueban el monto solicitado; el restante 18.5% se divide entre no poseer un récord crediticio en el sistema financiero tradicional, garantías requeridas y otros.

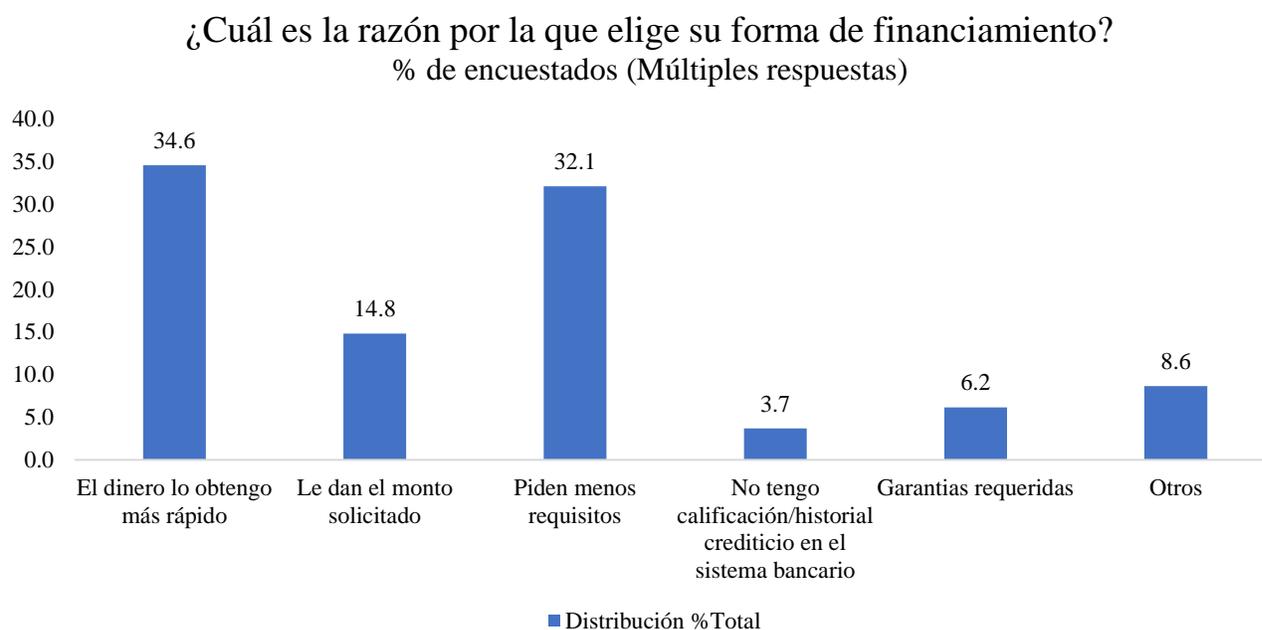
Esto se explica porque el rubro del negocio de los comerciantes informales, en muchas ocasiones implica tener disponibilidad de efectivo para adquirir mercancía diaria o semanal y liquidarla en un corto periodo, porque tratan de minimizar las pérdidas que pueden obtener al tener mercadería que se deteriora rápidamente. Además, deben cubrir pagos diarios, semanales o mensuales por impuestos municipales y otros.

Los requisitos al ser otro factor que incide en la elección del financiamiento o la única opción a la que puede acceder el comerciante informal, permite inferir en la situación del comercio informal en el departamento de San Salvador, que al ser un factor con muy poca regulación, no poseen documentación que pueda respaldar aspectos financieros de su negocio, ventas, compras, emisión de facturas, declaraciones fiscales; requisitos que son necesarios para acceder como una institución comercial a un financiamiento bancario.

Con ello podemos identificar las necesidades inmediatas del requerimiento de financiamiento en el sector informal, que es un sector que puede alcanzarse por medio de las fintech cuya oferta

de productos se resume en la simplificación de trámites y la disponibilidad inmediata de financiamiento, perfilándose como una alternativa viable para que los comerciantes informales puedan aprovechar sus ventajas.

Gráfico 4: Razones de elección de alternativas en materia de financiamiento



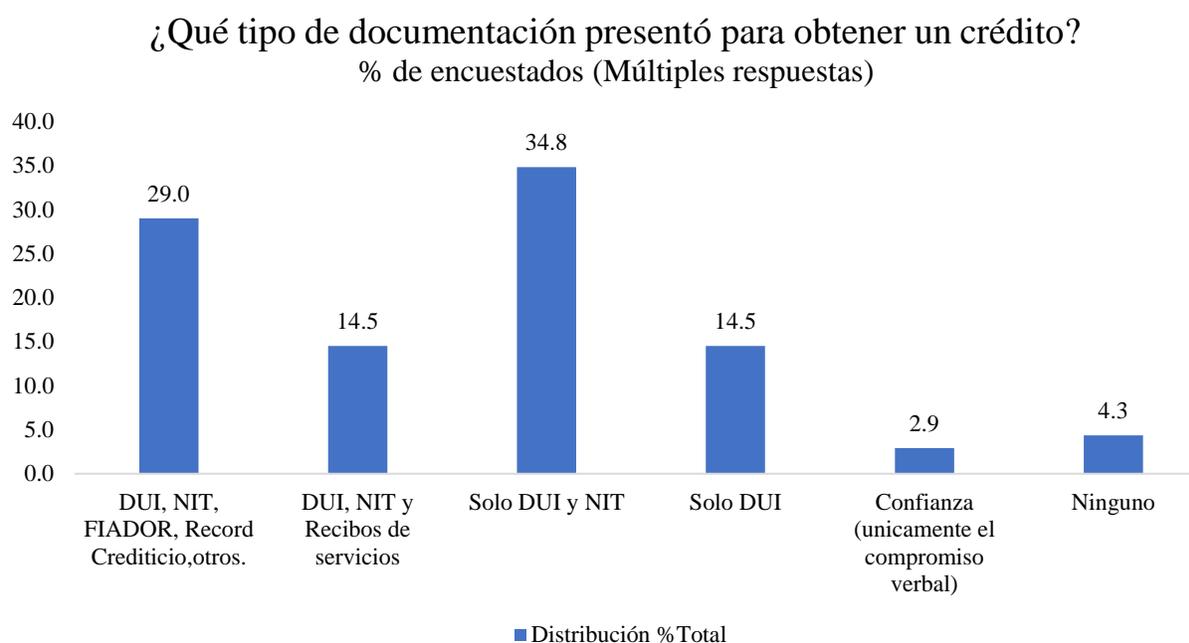
Fuente: Elaboración propia

Dentro del tipo de documentación que se les requirió para acceder a un crédito, el 34.8% afirmó presentar por lo menos DUI y NIT, esto se entiende por la forma mayoritaria de financiamiento alternativo que los encuestados manifestaron haber utilizado, es por ello que se vuelven atractivos los prestamos cooperativos, usureros, casas de empeño y otros, ya que dentro de sus ventajas es que solo es necesaria la presentación de documentos personales.

En el caso de acceder a un préstamo con una institución bancaria, los requisitos y documentación a presentar se vuelve mucho más numerosa y en algunos casos restrictiva para que un comerciante informal pueda presentarla.

En conjunto la presentación de documentos personales, récord crediticio, y por lo menos un recibo de servicios básicos agrupo el 43.5% del total, por lo tanto, como mínimo un comerciante informal debe poseer un espacio de alquiler, o ser propietario de un determinado inmueble como justificante para acceder a un producto bancario.

Gráfico 5: Documentación presentada para acceder a crédito

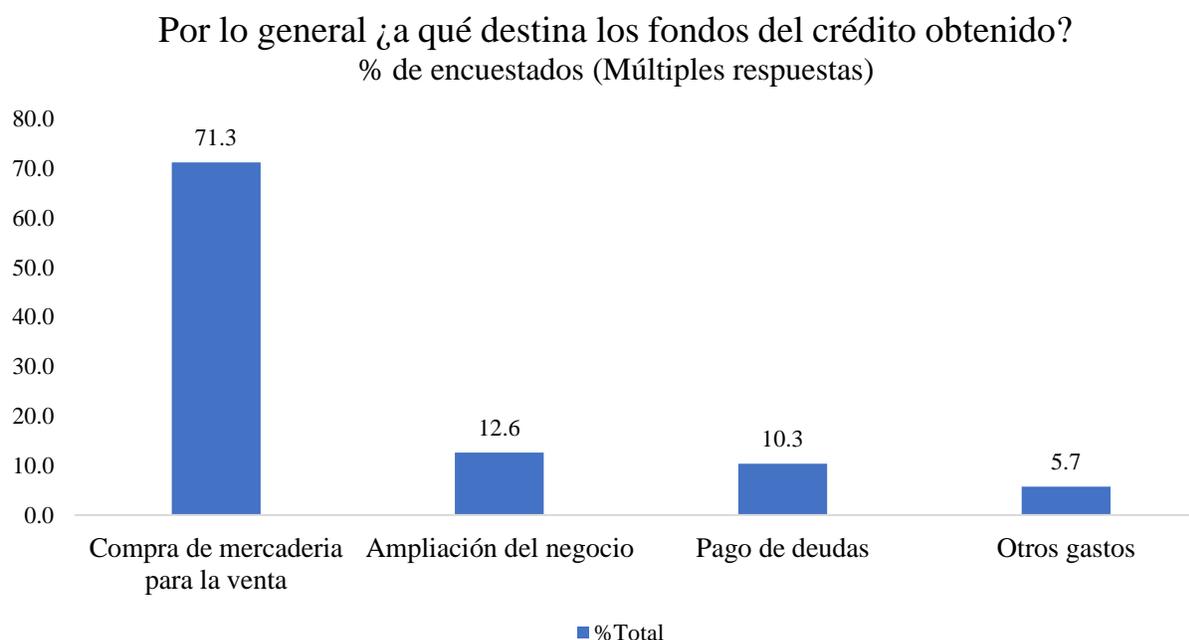


Fuente: Elaboración propia

En relación con la documentación requerida por las fintech radicadas en el país para la obtención de un crédito, únicamente se debe presentar el DUI y llenar un formulario simplificado; lo cual llena un vacío y permite que los comerciantes informales puedan acceder a un financiamiento con tramites simplificados. A la vez este tipo de plataformas reducen sustancialmente sus costos operativos al desarrollar sus actividades bajo un esquema de economía colaborativa (Definición que engloba a todas aquellas actividades que suponen un intercambio entre particulares de bienes y servicios a cambio de una compensación pactada entre ambos, generalmente facilitada por las nuevas tecnologías).

Al consultar sobre el destino del crédito el 71.3% de los encuestados que afirmaron poseer un crédito, lo destino hacia la compra de mercadería, el 12.6% lo utilizó para ampliación del negocio, el 10.3% hacia la cobertura de obligaciones y el restante 5.7% hacia otros gastos.

Gráfico 6: *Destino del crédito obtenido*



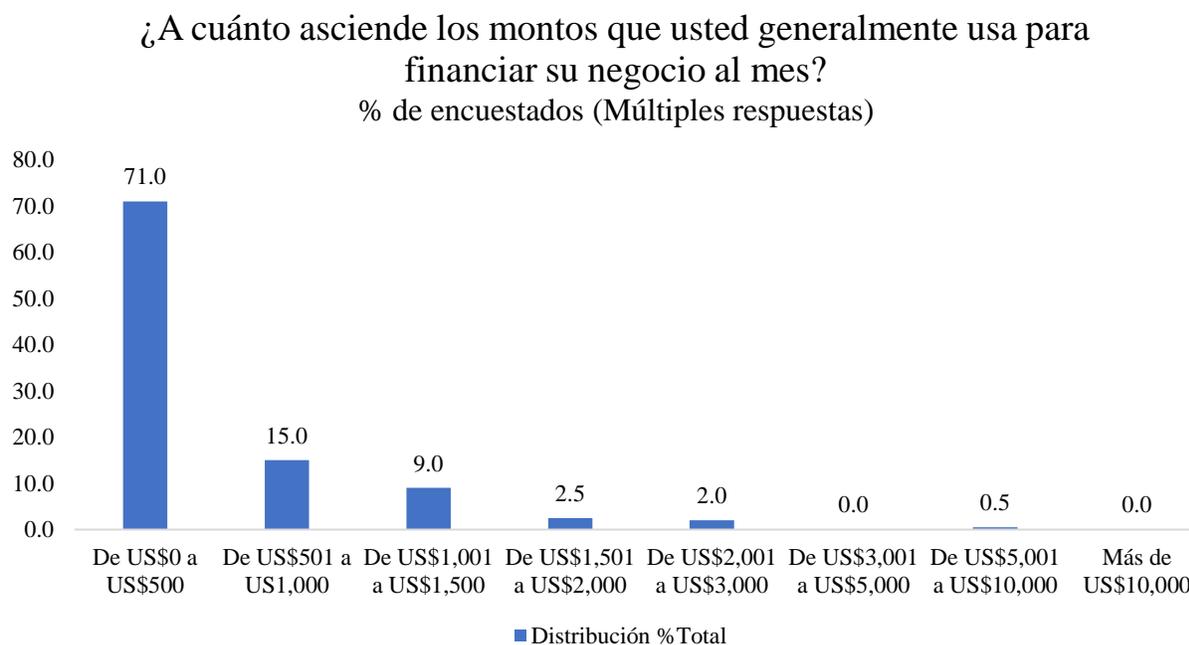
Fuente: Elaboración propia

Una característica relevante de los comercios informales es que operan con un bajo nivel de inversiones y existe cierta tendencia a liquidar toda la mercadería, hasta realizar una nueva adquisición.

Según los datos recopilados se deduce que muchos negocios informales, no alcanzan a expandir sus operaciones, y son utilizados como medio de subsistencia y de generación de autoempleo, motivo por el cual los créditos no tienen un destino de ampliación del negocio y así potencialmente convertirse en una pequeña empresa formalizada.

Los obstáculos para superar el umbral de subsistencia incluyen el acceso al financiamiento, las facilidades para operar, entorno institucional, seguridad entre otros factores; estos componentes se conjugan para limitar la expansión de los emprendimientos en el país.

Gráfico 7: Montos usados para financiar el negocio



Fuente: Elaboración propia

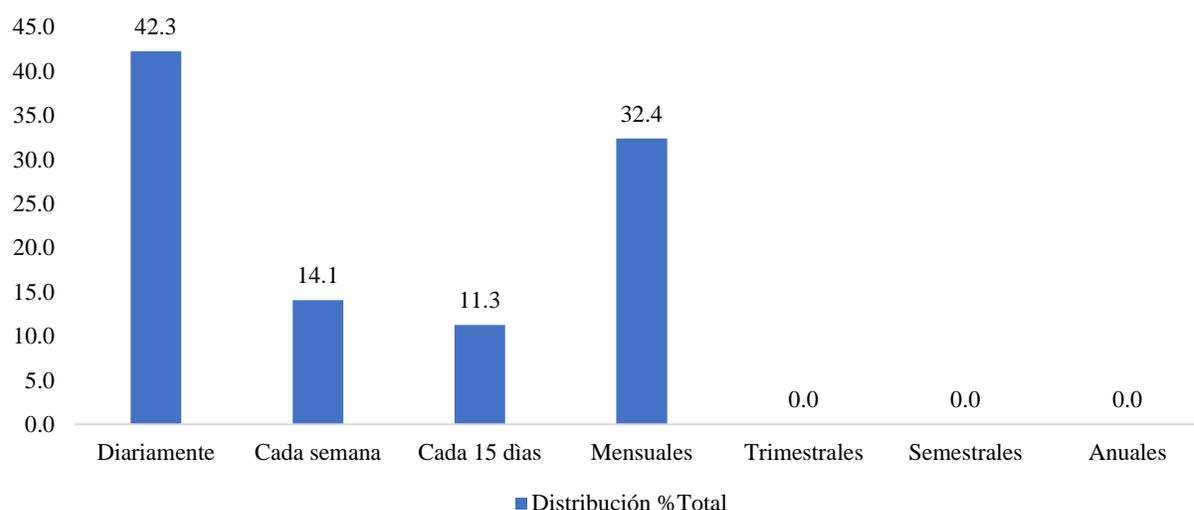
Lo anterior es fortalecido al consultar sobre los montos usados para financiar los negocios, ya que el 71.0% de los encuestados (ver gráfico 7) utiliza hasta US\$500 para financiar sus negocios de manera mensual, el 15.0% utiliza hasta US\$1,000 y el 9.0% hasta US\$1,500; En conjunto el 95.0% de los encuestados afirmaron utilizar menos de US\$1,501, lo cual muestra que la mayor parte de los negocios cumplen con la característica de auto empleo y de ingresos de subsistencia.

Una de las razones adicionales, por las cuales las instituciones bancarias dejan de lado el segmento del comercio informal es el nivel mínimo en términos de montos solicitados, que pueden ser de US\$20 o US\$100, no resultando un mercado objetivo debido a los altos costos operativos de otorgar un crédito por estos niveles.

Una observación adicional sobre los montos de los créditos solicitados por los comerciantes del sector informal es que las soluciones tipo Fintech se adaptan a las necesidades en materia de volumen de transacciones, prestando desde US\$20 hasta montos importantes para financiar operaciones de empresas consolidadas o emergentes; la figura del inversionista es desplazada por una multiplicidad de pequeños inversionistas que en conjunto tienen un impacto relevante.

Gráfico 8: *Periodicidad de amortización de préstamo*

¿Cada cuánto realiza los pagos de su cuota para amortizar (pagar) el préstamo?
% de encuestados



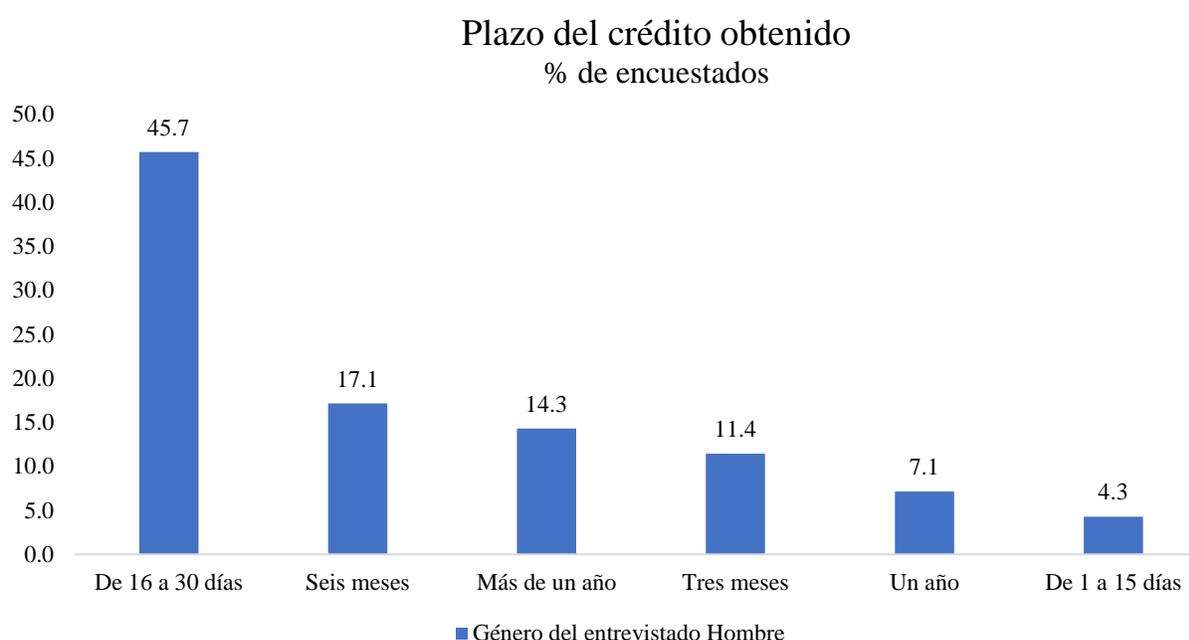
Fuente: Elaboración propia

En términos de periodicidad de pagos el 42.3% afirmó hacer los pagos de sus créditos de manera diaria, el 14.1% semanalmente, el 11.3% quincenal y el 32.4% de manera mensual; Al consolidar el resultado el 100% de los encuestados por lo menos realiza sus pagos de manera mensual.

En concordancia con las características del sector informal, las necesidades de liquidez son inmediatas y a la vez el flujo de comercialización permite que los inventarios se renueven de manera continua.

Las soluciones tipo Fintech permiten reducir los costos de transacción para el manejo de los créditos, por dos vías: la primera que abarca un primer momento dirigido a proveer una respuesta eficiente en materia de costos de desplazamiento y de reducción de tiempos para las solicitudes de préstamos; esto se vuelve una ventaja para el sector informal que necesita liquidez inmediata para realizar operaciones de compra y venta de mercadería o provisión de servicios.

Gráfico 9: *Plazos del crédito adquirido*



Fuente: Elaboración propia

La segunda enfocada en los pagos para la gradual liquidación del crédito, esto puede incentivar un uso generalizado de soluciones tipo Fintech, ya que una plataforma con una infraestructura tecnológica permitiría pagos diarios, en concordancia con la manera actual del manejo de los pagos; donde el sector no regulado o al margen del sistema financiero tradicional mantiene una amplia participación.

De manera complementaria la consulta de la periodicidad de pagos está el plazo de los créditos otorgados (ver gráfico 9) donde el 4.3% de los consultados mantiene créditos con plazos de 1 a 15 días, el 45.7% 16 a 30 días, el 11.4% de tres meses, el 17.1% de seis meses, el 7.1% de un año y el 14.3% de más de un año; resultados acordes con la dinámica del sector informal y a las formas de financiamiento evidenciadas anteriormente.

Resaltar que el plazo de por lo menos el 50% de los encuestados sea hasta de un mes, permite comprender la periodicidad de los pagos, en los cuales queda implícito el interés pagado por el deudor, ya que este no se evidencia de manera clara, en el pago diario de las cuotas, especialmente en los créditos con plazos mensuales.

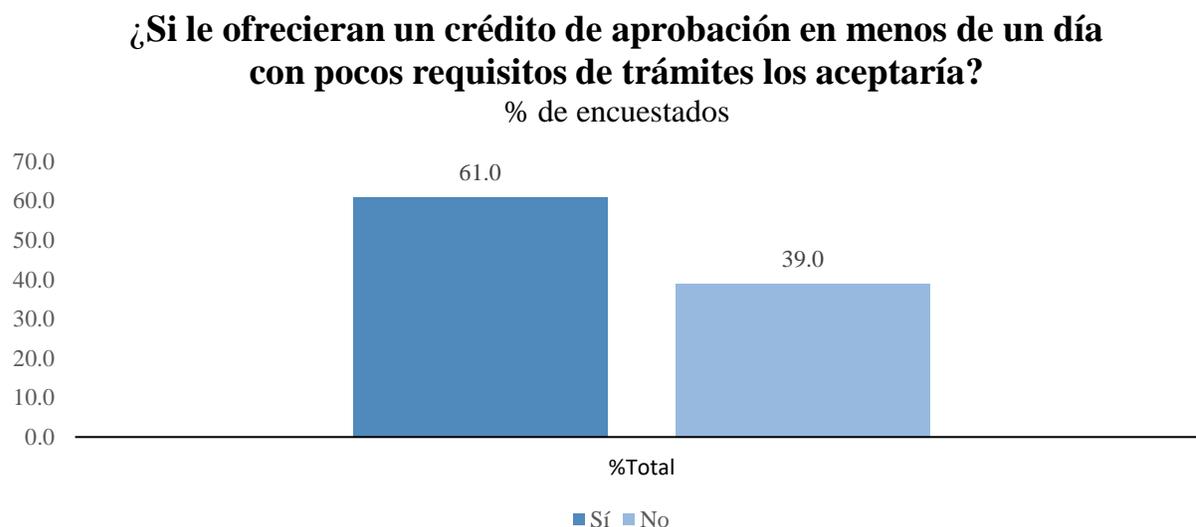
Al conocer la estructura y operatividad del financiamiento utilizado por el sector informal, se incluyen dos segmentos para consultar sobre el nivel de receptividad de productos con una solución acorde a sus necesidades, además el conocimiento y uso de plataformas tecnológicas Fintech que ya proveen servicios de financiamiento u otros servicios que de manera latente puede utilizar el sector.

El gráfico 10, muestra el nivel de respuesta de una hipotética aceptación o rechazo de un crédito que incluyera:

- 1) Una aprobación en menos de 24 horas
- 2) Una tramitología simplificada

De los encuestados el 61.0% afirmó la potencial aceptación de un crédito que incluyera estas características, lo cual muestra que el sector informal puede responder positivamente e insertarse en soluciones tipo Fintech, pero estas deben cumplir al menos los requisitos enumerados.

Gráfico 10: *Receptividad de un préstamo con aprobación de menos de un día y tramites simplificados*



Fuente: Elaboración propia

A los que no aceptarían el crédito, que incluye el 39%, se le consulto por las razones que lo llevarían a rechazar este tipo de iniciativas, en el grafico 11, se muestran diversas razones siendo las más relevantes el tener apatía para financiar sus negocios mediante más deudas, con una participación del 29.9%.

El 15.6% afirmo que no lo necesitaba al momento de la consulta, lo cual es comprensible ya que sus operaciones las estaba desarrollando con recursos actuales o algún tipo de préstamo de los enunciados anteriormente.

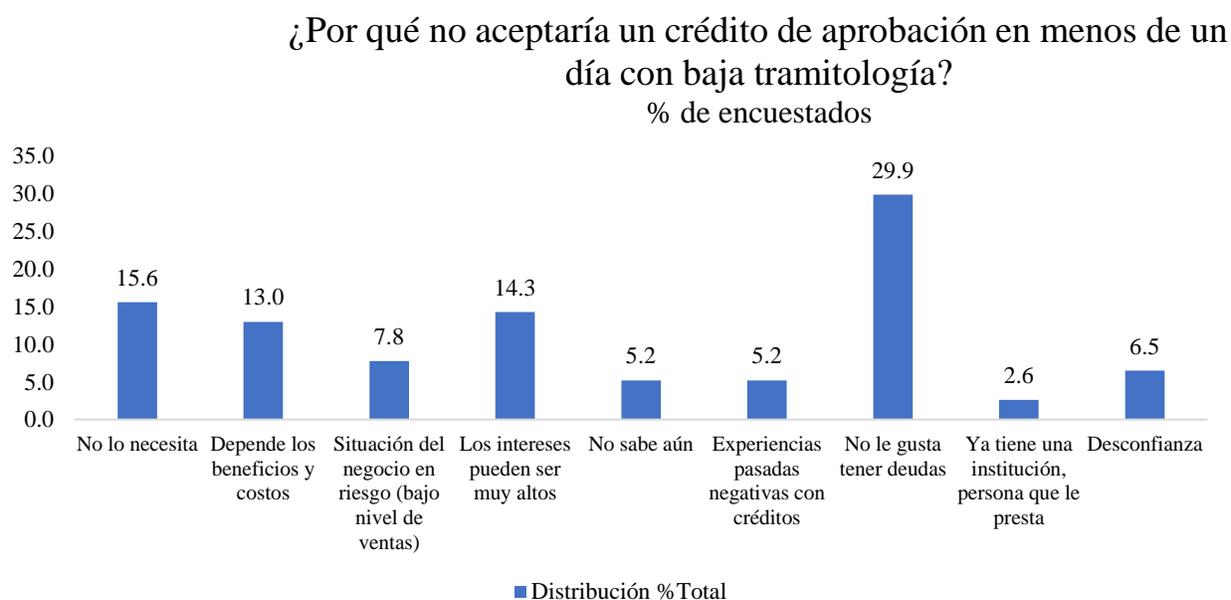
El 13.0% su aceptación o no aceptación dependería de los beneficios y costos que este tipo de entidad o sistema le ofreciese, esto guarda una estrecha relación con la incertidumbre que le genera al sector, propuestas que no están acorde a las formas que se conocen tanto en sector regulado de las instituciones bancarias, como aquellos no regulados como los llamados usureros; además los

niveles de inseguridad y la prevalencia de estafas relacionadas con las transacciones financieras, generan un ambiente de desconfianza entre los usuarios de un préstamo.

El 7.8% no lo aceptaría por que la situación del negocio está muy riesgosa y no podría hacer frente a las obligaciones derivadas de la adquisición de un préstamo; este porcentaje de los encuestados puede explicarse por la disminución de las ventas y la situación de crisis económica que han atravesado diversos emprendimientos en el país por las medidas del Estado ante la propagación del Covid-19, lo cual ha provocado que muchos negocios cierren o estén en dificultades para continuar operando.

Un 14.3% expreso preocupación por unos intereses que pueden ser muy altos, esto también es motivo de incertidumbre ya que la población tiene una noción negativa de los préstamos con instituciones bancarias, ya que los intereses suelen ser elevados.

Gráfico 11: Razones por las cuales no aceptaría un crédito aprobado en menos de 24 horas y trámites simplificados



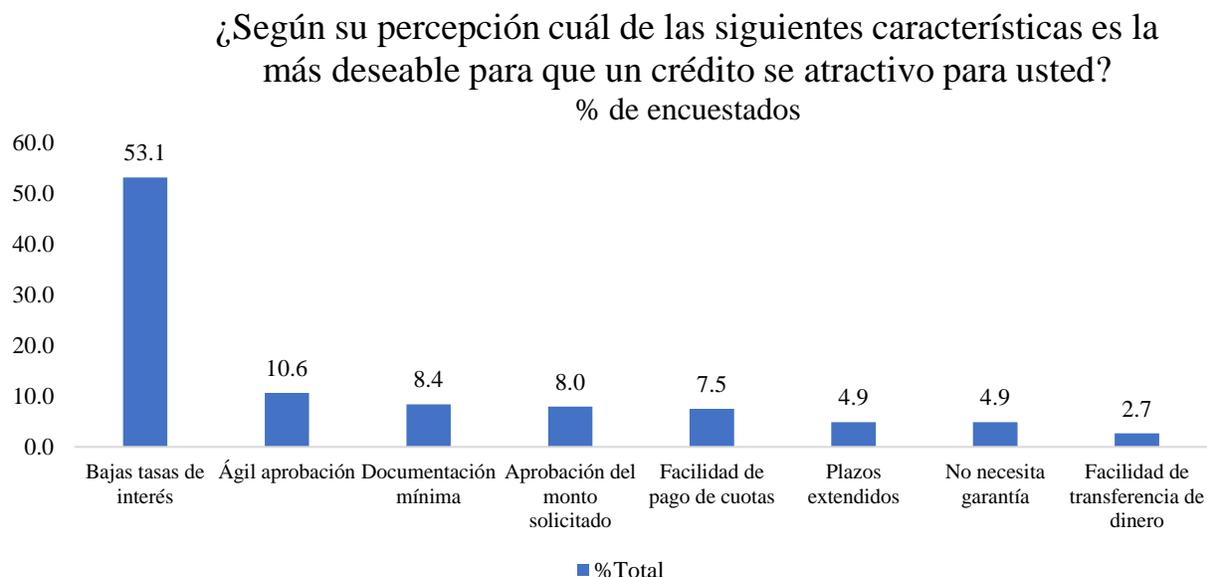
Fuente: Elaboración propia

Las restantes respuestas estuvieron encaminadas a mostrar dudas en relación con la conveniencia de aceptar un préstamo, desconfianza, experiencias pasadas negativas con créditos y la fidelización con determinadas instituciones que les han provisto de financiamiento.

Para sondear las características más deseables, que los comerciantes informales esperarían de un crédito acorde a sus necesidades, se incluyó una interrogante para conocer su percepción ((ver gráfico 12); Registrándose las principales:

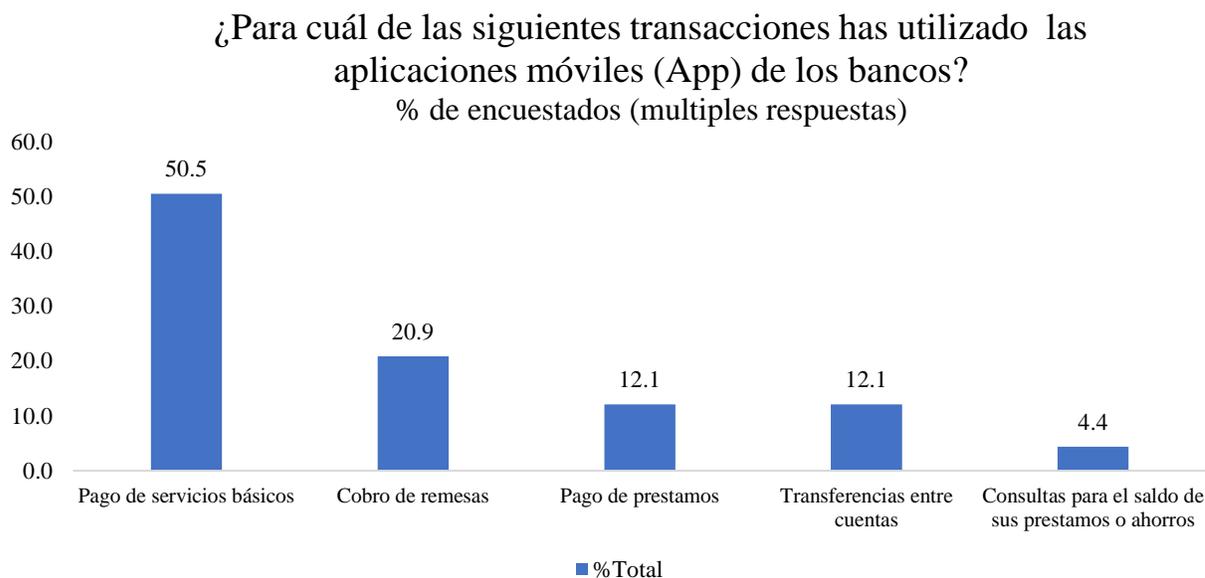
- a) Créditos con bajas tasas de interés (53.1%)
- b) Ágil aprobación (10.6%)
- c) Documentación mínima (8.4%)
- d) Aprobación del monto solicitado (8.0%)
- e) Facilidad para el pago de cuotas (7.5%)
- f) Plazos extendidos (4.9%)
- g) La no necesidad de garantías (4.9%)
- h) Facilidad de desembolso del dinero del crédito (2.7%)

Gráfico 12: *Percepción de las características deseables de un crédito según comerciantes informales*



Fuente: Elaboración propia

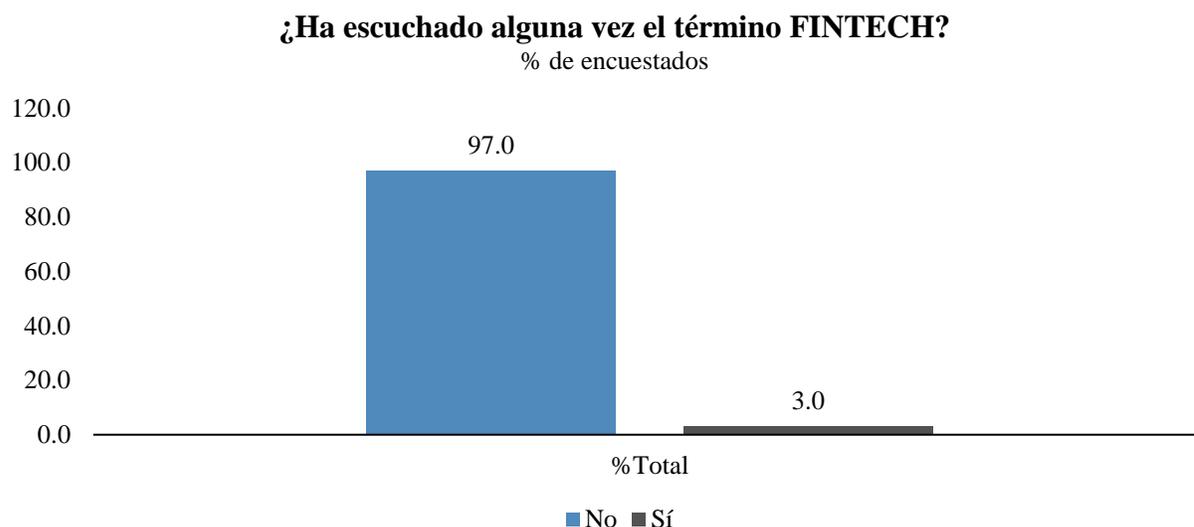
La percepción generalizada pondera las tasas de interés, la ágil aprobación y la documentación mínima como esencial para que un crédito cumpla con las expectativas del comerciante informal promedio, esto es importante conocerlo y contrastarlo con las ofertas tipo Fintech del mercado salvadoreño. Actualmente solo una empresa ofrece financiamiento cumpliendo con las características de una Fintech de este rubro, siendo una plataforma 100% en línea; y siendo pionera en el mercado salvadoreño ya cumple las principales demandas de los comercios informales encontradas en la investigación.

Gráfico 13: *Uso de aplicaciones bancarias*

Fuente: Elaboración propia

El uso de aplicaciones móviles está íntimamente relacionado al uso de plataformas Fintech, ya que este tipo de medios cuenta con una infraestructura de uso generalizado y con versatilidad para adaptarlo a cualquier uso.

En términos de uso de las aplicaciones móviles de los bancos el 50.5% expreso utilizarlas para el pago de servicios básicos, el 20.9% para el cobro de remesas, el 12.1% tanto para el pago de préstamos, como las transferencias entre cuentas y el 4.4% para la consulta de sus préstamos y ahorros.

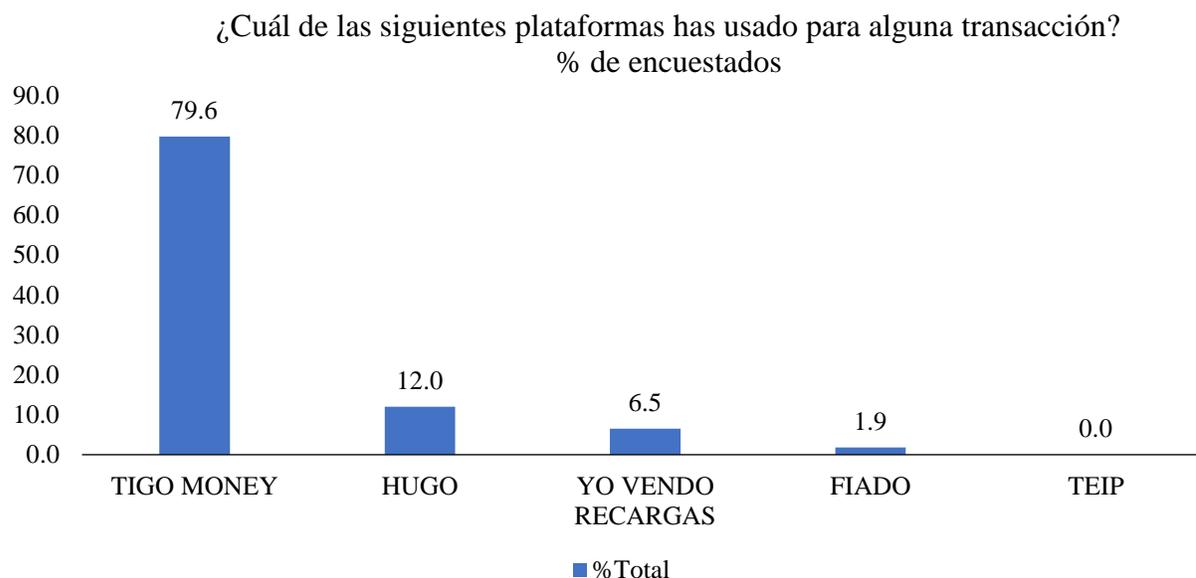
Gráfico 14: *Conocimiento sobre concepto de Fintech*

Fuente: Elaboración propia

El concepto Fintech en sí mismo es algo novedoso, tal como se presentó en el marco teórico, no obstante, la gradual generalización de uso y acceso a servicios web, unido a iniciativas gubernamentales como la ley bitcoin aprobada y publicada durante el mes de junio/2021 (Diario Oficial República de El Salvador, 2021) permitiría una mayor difusión del conocimiento referido a las tecnologías de la información y comunicación aplicadas a las finanzas.

La consulta relacionada al conocimiento sobre el termino Fintech (ver gráfico 14) demostró un desconocimiento casi total, según los datos el 97.0% de los encuestados asevero desconocer el termino Fintech, mientras que solo el 3.0% expreso conocerlo.

Esto se vuelve un desafío para aquellas empresas que intenten acercar sus productos y servicios a los comercios informales, ya que el nivel de desconfianza incrementa sustancialmente al fusionarse con un desconocimiento de las propuestas ofrecidas. Esto puede superarse enfocando las ventajas y costos de esta oferta Fintech, aspectos clave para el comerciante informal promedio.

Gráfico 15: *Uso de plataformas con potenciales aplicaciones al comercio informal*

Fuente: Elaboración propia

En el actual ecosistema Fintech del país, entendido este como el conjunto de sinergias entre instituciones que permiten que las soluciones financieras surjan, apliquen y consoliden mediante los desarrollos tecnológicos; se identifican 5 empresas tipo Fintech que pueden proporcionar ciertas aplicaciones enfocadas en el comercio informal. Sin embargo, como se mencionó antes solamente una está enfocada en la provisión de créditos.

De las 5 empresas identificadas según ranking de uso por parte de los encuestados, se detallan:

- 1) Tigo Money (dependencia de Telemovil El Salvador, enfocada en transferencia y recepción de remesas a nivel nacional) (79.6%)
- 2) HUGO (Enfocada en el envío de comida, encomiendas, servicios de lavandería y otros) (12.0%).

- 3) YO VENDO RECARGAS (Enfocada en la venta de recargas en línea a través de intermediarios) (6.5%)
- 4) FIADO (Enfocada en la oferta de créditos a través de su plataforma 100% en línea) (1.9%)
- 5) TEIP (Enfocada en la transferencia de dinero y gestión de finanzas personales)

Los resultados muestran que existe un uso y cierto conocimiento de algunas aplicaciones Fintech que pueden aplicarse al comercio informal, aunque se necesita una mayor oferta de productos y servicios, fortalecido esto con una mayor educación financiera sobre las nuevas tecnologías financieras para gradualmente consolidar una mayor difusión de estas en el sector informal del país.

4.2. Aceptación o Rechazo de Hipótesis

Para el rechazo o no rechazo de la hipótesis general, se tomará como base los resultados obtenidos en el instrumento de investigación, específicamente los datos obtenidos en la pregunta número 17 la cual relaciona el uso de las plataformas Fintech en El Salvador.

Se hará una prueba de hipótesis para una proporción con una muestra de 200 observaciones y un nivel de significancia del 0.05 o del 5%. La prueba se hará utilizando el software SPSS y se hará mediante los tres métodos, a través del estadístico de prueba (valor de Z), a través del valor crítico (valor p) y mediante un intervalo de confianza.

Paso 1: Establecer la hipótesis nula y la alternativa.

Hipótesis Nula (H₀): los comerciantes del departamento de San Salvador utilizan los productos Fintech, por los múltiples beneficios que estos ofrecen a sus usuarios.

Hipótesis Alternativa (Ha): los comerciantes informales del departamento de San Salvador no utilizan los productos Fintech, por los múltiples beneficios que estos ofrecen a sus usuarios.

Paso 2: Determinar el nivel de significancia, para este caso es de 0.05 o 5% el valor de $Z_{\alpha/2}$ encontrado en la tabla de la distribución normal es 1.96.

Figura 5: Probabilidades de la Distribución Normal

TABLA A: Probabilidades de la normal estándar (cont.)										
z	.00	.01	.02	.03	.04	.05	.06	.07	.08	.09
0.0	.5000	.5040	.5080	.5120	.5160	.5199	.5239	.5279	.5319	.5359
0.1	.5398	.5438	.5478	.5517	.5557	.5596	.5636	.5675	.5714	.5753
0.2	.5793	.5832	.5871	.5910	.5948	.5987	.6026	.6064	.6103	.6141
0.3	.6179	.6217	.6255	.6293	.6331	.6368	.6406	.6443	.6480	.6517
0.4	.6554	.6591	.6628	.6664	.6700	.6736	.6772	.6808	.6844	.6879
0.5	.6915	.6950	.6985	.7019	.7054	.7088	.7123	.7157	.7190	.7224
0.6	.7257	.7291	.7324	.7357	.7389	.7422	.7454	.7486	.7517	.7549
0.7	.7580	.7611	.7642	.7673	.7704	.7734	.7764	.7794	.7823	.7852
0.8	.7881	.7910	.7939	.7967	.7995	.8023	.8051	.8078	.8106	.8133
0.9	.8159	.8186	.8212	.8238	.8264	.8289	.8315	.8340	.8365	.8389
1.0	.8413	.8438	.8461	.8485	.8508	.8531	.8554	.8577	.8599	.8621
1.1	.8643	.8665	.8686	.8708	.8729	.8749	.8770	.8790	.8810	.8830
1.2	.8849	.8869	.8888	.8907	.8925	.8944	.8962	.8980	.8997	.9015
1.3	.9032	.9049	.9066	.9082	.9099	.9115	.9131	.9147	.9162	.9177
1.4	.9192	.9207	.9222	.9236	.9251	.9265	.9279	.9292	.9306	.9319
1.5	.9332	.9345	.9357	.9370	.9382	.9394	.9406	.9418	.9429	.9441
1.6	.9452	.9463	.9474	.9484	.9495	.9505	.9515	.9525	.9535	.9545
1.7	.9554	.9564	.9573	.9582	.9591	.9599	.9608	.9616	.9625	.9633
1.8	.9641	.9649	.9656	.9664	.9671	.9678	.9686	.9693	.9699	.9706
1.9	.9713	.9719	.9726	.9732	.9738	.9744	.9750	.9756	.9761	.9767

Paso 3: Recabar los datos muestrales y calcular el valor del estadístico de prueba, para ello se utilizó el software SPSS, importante mencionar que este software trabaja con la distribución t-student como una aproximación a la distribución normal.

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prueba_2	200	.54	.500	.035

One-Sample Test

	Test Value = 0.5			
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Prueba_2	1.132	199	.259	.040

12/9/2021 21:33:51

Bienvenido a Minitab, presione F1 para obtener ayuda.

Prueba e IC para una proporción

Prueba de $p = 0.5$ vs. $p \neq 0.5$

Muestra	X	N	Muestra p	IC de 95%
1	108	200	0.540000	(0.468276; 0.610521)

El valor del estadístico de prueba para una proporción es $Z = 1.132$

El Valor P es igual a 0.259

El intervalo de confianza (calculado por el software de MINITAB) tiene un límite inferior de -0.468276 un superior de 0.610521

Paso 4: Rechazar o no rechazar la Hipótesis de investigación o nula por los tres métodos.

Método 1: valor del estadístico de prueba (valor de Z).

Regla de rechazo: si $-Z_{\alpha/2} \leq Z \leq Z_{\alpha/2} = -1.96 < 1.132 < 1.96$ por tanto la H_0 no se rechaza.

Método 2: valor crítico o valor P.

Regla de rechazo: si valor P $< \alpha$ (nivel de significancia) = $0.259 > 0.05$ por tanto H_0 no se rechaza.

Método 3: intervalo de confianza.

Regla de rechazo: Si el intervalo de confianza contiene el valor del estadístico, H_0 no es rechazada. En caso contrario, H_0 es rechazada.

Límite inferior 0.468276 $P=0.54$ Límite superior 0.610521, el valor del estadístico de la proporción se encuentra dentro del intervalo, por tanto, no se rechaza H_0 .

Paso 5: Conclusión

Como se ha observado en los 3 métodos de pruebas de hipótesis las H_0 no es rechazada, por tanto, los comerciantes del departamento de San Salvador han utilizado los productos Fintech, por los múltiples beneficios que estos ofrecen a sus usuarios.

4.3.Cumplimiento de los Objetivos

En cuanto al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación, se ha logrado identificar el tipo de productos Fintech que más les interesa a los comerciantes informales del departamento de San Salvador y además se ha desarrollado su caracterización que es vital para responder a las necesidades en materia de financiamiento y operaciones comerciales.

De igual forma, se identificó el nivel de desarrollo que las empresas del sector Fintech tienen en El Salvador, la situación actual del ecosistema y las áreas en las que aún se continúa trabajando; Así mismo, se determinó la importancia que el desarrollo de un ecosistema puede generar en los comerciantes informales.

4.4.Oportunidad de Investigaciones Futuras

En el desarrollo de esta investigación, se ha determinado la importancia que actualmente tiene el desarrollo de las empresas tipo Fintech en los sectores económicos de El Salvador, por ello, se considera importante investigar sobre las siguientes temáticas:

1. La importancia que tienen las Fintech en los temas de Inclusión Financiera, en este punto las Fintech actúan como un instrumento para reducir la brecha existente en temas de inclusión. Sobre todo, es propicio, porque El salvador a partir del año 2021 cuenta con una “Política Nacional de Inclusión Financiera” que tiene como objetivo promover un sistema

financiero inclusivo, de tal modo que todos puedan usar productos y servicios financieros en condiciones de seguridad, eficiencia y transparencia.

2. Un segundo tema para investigar dada la coyuntura económica actual es la relación que tienen las Fintech y las Cripto Monedas, destacándose estas como una herramienta de inversión que se han desarrollado en los últimos años, en esta línea el país ya cuenta con un marco legal establecido y vigente para las operaciones en Bitcoin.
3. La relación existente entre Fintech y el análisis de riesgo, es relevante en el contexto de la operación cada vez más generalizada de Fintech en el país; ya que muestra las posibles alternativas para superarlos y las nuevas tendencias a tener en cuenta ante los cambios tecnológicos en los negocios financieros.

V. CAPITULO V: PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE ALCANCE DE LAS FINTECH HACIA EL COMERCIO INFORMAL

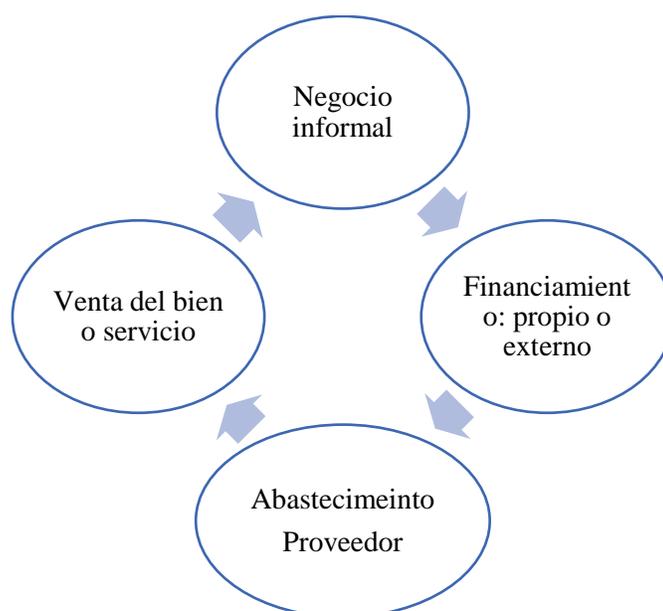
5.1. Alcance

Las Fintech, mantienen un desarrollo aún incipiente en el sector informal de la economía, observando algunos usos en el sector. Esto plantea dos aspectos relevantes; el primero relacionado al proceso de transformación del Sistema Financiero en general, que incluye tanto a instituciones consolidadas como a las unidades microeconómicas informales. El segundo elemento para considerar es el grado de adaptabilidad que ofrecen estas iniciativas dando respuesta a las demandas de los usuarios.

En el sector informal existen, a su vez dificultades en el acceso al financiamiento, que en algunos casos dificulta las operaciones diarias de los negocios, así como la expansión; las

desigualdades que provienen de esta dinámica se hacen evidentes al consultarles sobre los capitales invertidos; por ello las iniciativas Fintech proveen alternativas viables que se enmarcan en la ruta del desarrollo y reducción de desigualdades en la informalidad; Para contribuir a la expansión del uso Fintech en el comercio informal se plantea una estrategia de alcance, la cual es una contribución para mostrar una probable ruta a seguir en la consolidación Fintech en el sector.

Figura 6: *Esquema de operación de un negocio informal*



Fuente: Elaboración propia

Los negocios informales se caracterizan por poseer una estructura simplificada de registros, en algunos casos solo consistiendo en apuntes llevados por el propio dueño que se autoemplea; el financiamiento en diversas ocasiones proviene de préstamos con familiares, usureros, instituciones bancarias, cooperativas entre otros.

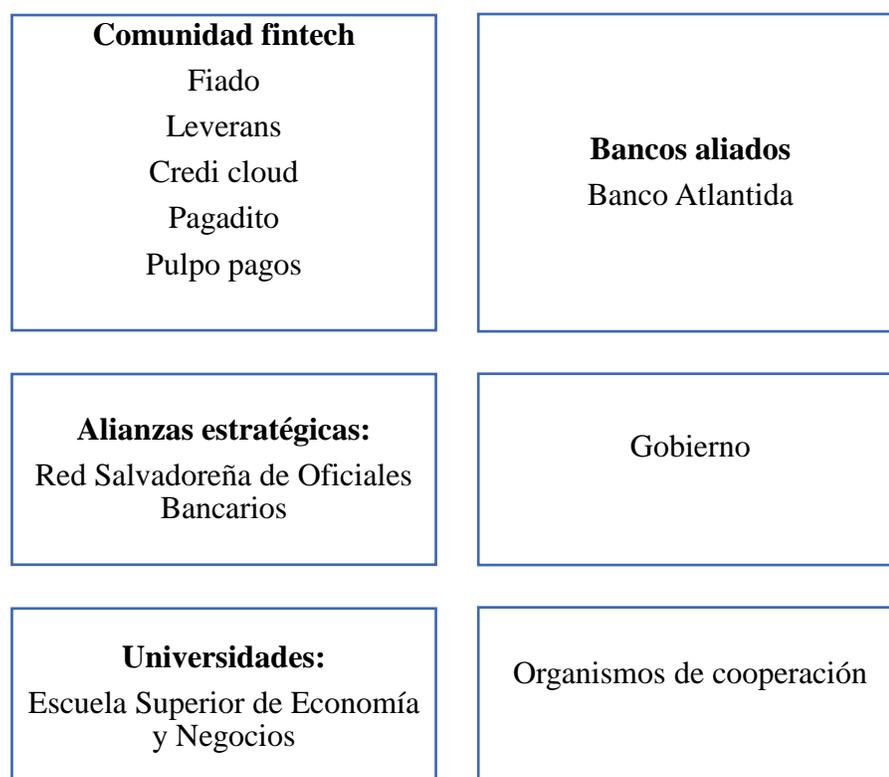
5.1.1. Participantes

El alcance de la estrategia abarca al comercio informal, delimitado por aquellos ubicados en el departamento de San Salvador; un comercio informal promedio utiliza alrededor de US\$500 mensuales para operar el negocio (ver gráfico N° 7).

Ecosistema Fintech

Dentro del conjunto de participantes que deben ser parte para consolidar una estrategia de alcance Fintech, se encuentran aquellos ubicados en el denominado ecosistema Fintech, el cual permite articular las diversas iniciativas empresariales enfocadas en las finanzas tecnológicas para que estas se desarrollen.

Figura 7: Ecosistema Fintech El Salvador aglutinados en la Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera



Fuente: Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera (ASAFINTECH)

Una de las ventajas para impulsar estrategias de alcance en El Salvador, enfocadas en la oferta de productos para el sector informal, es la existencia de un ecosistema Fintech el cual aún es simplificado pero que, al estar constituido, permite tener la plataforma necesaria para articular estrategias de alcance y educación financiera.

Aspectos generales del ecosistema Fintech en El Salvador

Comunidad fintech: La comunidad fintech en El Salvador incluye tanto a las empresas que están afiliadas en ASAFINTECH, como aquellas que aún no son miembros; Pero además incluye a todos aquellos participantes indirectos en la operación de las actividades de los negocios fintech.

Bancos aliados: Entendidos como aquellas instituciones financieras que están autorizadas para la operación por la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF); Esto se puede lograr mediante programas específicos o redes de colaboración bilateral.

Algunas ventajas de esta colaboración:

- a) Reducción de costos
- b) Mejora de la experiencia del cliente
- c) Clasificación estructurada de los clientes
- d) Incremento de la innovación en productos y servicios relacionadas a las finanzas
- e) Incremento de la información del mercado

Alianzas estratégicas: Colaboraciones entre gremiales y distintas asociaciones que permiten el logro de objetivos y mayores capacidades de aprendizaje

Gobierno: Como ente que permite la regulación legal mediante las distintas instituciones, contribuye al incremento de la transparencia y garantía de los derechos enfocados a la propiedad.

Universidades: Los centros de formación profesional permiten una mayor difusión de las innovaciones financieras y profesionalización del recurso humano.

Organismos de cooperación: Estos organismos internacionales permiten financiamiento y asesoría técnica para los emprendimientos fintech que buscan un espacio en el mercado.

Antes de implementar una estrategia de alcance, es necesario que las Fintech tengan identificada su planificación estratégica, dado que, conforme a esto deben elaborarse las estrategias de forma resumida, es importante que definan lo siguiente:

Tabla 5: *Planificación Estratégica*

ELEMENTO	CONCEPTO
Visión	La visión de una empresa tiene que ver con el futuro de la misma, ¿cómo se ve en determinado periodo, adónde quiere llegar, identifica los objetivos permanentes de la organización?
Misión	Representa su compromiso, la razón de existir, es lo que define su razón de ser en la sociedad, cuyo propósito debe ser sostenible.
Valores	Los valores de una empresa definen sus creencias acerca de lo que puede ser importante o no, de lo bueno o lo malo. Es la forma de conducta de la organización.
Objetivos	Representan el fin hacia donde se dirige la empresa, los resultados esperados, deben ser claros, medibles y realistas, que coincidan con la misión y visión de la organización.
Política de Calidad	Define que debe hacer cada organización, como debe hacerlo, quién debe hacerlo y en línea con sus objetivos

Fuente: Elaboración Propia

La estrategia de alcance Fintech incluye tres ejes fundamentales

- 1) **Promoción:** La promoción debe abarcar todos los aspectos de marketing, que deben seguir las empresas fintech para mostrarse como una opción en el mercado

- 2) **Información:** Posterior a la promoción se debe dar paso a la información detallada de los productos y servicios ofrecidos, haciendo énfasis en tres aspectos fundamentales: tasas de interés, ágil aprobación, documentación mínima.
- 3) **Inclusión:** Con la promoción e información se pretende incursionar y ampliar la captación de usuarios del sector informal, incluyéndolos en la cartera de clientes de la empresa como usuarios activos

Los tres aspectos descritos anteriormente cumplen una función de cohesión que permitirá no solamente atraer a los potenciales clientes de la Fintech, sino que contribuirá a la permanencia en el tiempo y transitando hacia la fidelización, prefiriendo los productos y servicios ofertados por la empresa.

5.1.2. Descripción de ruta

- 1) **Estrategia de publicidad y consolidación de marca:** el marketing fintech es la consolidación de estrategias de marketing diseñadas exclusivamente para empresas de tecnología financiera. En este sector es importante considerar la transformación digital para poder elaborar estrategias digitales.

La estrategia de publicidad y marketing tienen como objetivo masificar el conocimiento del producto, esto como un estadio inicial para el consumo posterior. Que los clientes puedan conocer a la empresa, productos y servicios ofertados da una ventaja competitiva frente a otras entidades que se encuentran en el mercado.

Figura 8: Ciclo de mensaje-cliente



Fuente: Adaptado de (Freire, 2014)

Siguiendo al ciclo anteriormente definido, el primer paso es crear la base de datos de los comerciantes informales, que puede ser recolectada por la empresa Fintech mediante los perfiles de clientes, los cuales además incluyen contactos de referencia personales, convirtiéndose de esta manera en insumos. Esto permitirá adecuar las promociones para cada segmento.

Tabla 6: Estrategias de publicidad

Estrategias para Implementar	Descripción	Resultados
Redes Sociales	<p>A diferencia de otros tipos de empresas, el uso de las redes sociales para las Fintech se vuelve importante dada la estrategia digital que esta posea. Sin embargo, en el caso de las Fintech deben identificar la o las redes sociales a implementar de acuerdo con el producto y a los sectores del mercado informal en los que quieran incursionar. Por ejemplo:</p> <p>En el sector informal Facebook es la red social más utilizada y con mayor alcance, seguido Instagram y ahora TikTok. El contenido a compartir en estas plataformas debe ser breve y conciso, de tal forma que el cliente se note curioso de que querer interactuar con la plataforma.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Permite aumentar de una forma más rápida el contenido de la plataforma. - Dada la enorme cantidad de personas que utilizan las redes, permite generar una mayor audiencia. - No es necesaria dirigirla a una localización geográfica en específico, ya que llega a todos los lugares. - Genera mayor control presupuestario.
Influencers	<p>Personas influyentes, este tipo de publicidad va de la mano con las redes sociales. Son personas que tienen una gran influencia en las redes sociales para promover y comercializar productos o contenido.</p> <p>Lo importante en este punto es seleccionar cuidadosamente a los Influencers que se adapten más la necesidad que se tenga.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en la notoriedad y presencia de la marca. - Generación de opiniones sobre la empresa. - Promoción de los productos. - Generación de reputación y prestigio de la marca. - Mayor número de seguidores en redes sociales.
Publicidad boca a boca	<p>Busca aprovechar la experiencia de los clientes, contado a otros que estén interesados en los productos o servicios que se ofrecen.</p> <p>Lo importante aquí es generar la mejor experiencia posible al cliente, mejorando la</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No Genera Costos. - Genera recomendaciones eficaces. - Mejora la imagen de la marca.

	facilidad en el acceso a la información, responder sus interrogantes etc.	
Publicidad Exterior	Es uno de los tipos de publicidad más tradicionales que se conocen, a través de vallas publicitarias, carteles, material impreso.	<ul style="list-style-type: none"> - Selecciona el lugar geográfico donde puede estar el mercado objetivo. - Variedad de diseños y formatos que se adaptan a la necesidad. - Generación de presencia de marca.

Fuente: Elaboración Propia

- 2) **Información o Contenido:** crear contenido es valioso para el mercado objetivo, en especial si se trata de financiamiento, cuando se consulta cualquier canal para obtener información se espera justamente obtenerla, en este caso, montos que se pueden otorgar, plazos, tasas, requisitos u otro tipo de información.

Tabla 7: *Estrategias de Información y Contenido*

Estrategias Para Implementar	Descripción	Resultados
Desarrollar información	<p>Los que consultan las plataformas o medios de las Fintech donde pueden encontrar información, esperan encontrar detalles precisos.</p> <p>Es necesario publicar la mayor cantidad de información que se pueda, información que genere confianza a los clientes, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información de la Fintech en general, línea de tiempo desde su fundación, pensamiento estratégico, etc. - Información relacionada a los productos o servicios que ofrece. - Información de contacto y soporte. 	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción de la necesidad de información del cliente. - Generación de interés por parte de los clientes sobre los productos o servicios que se ofrecen. - Aumento de confianza con los clientes.

	- Y otro de información que sea relevante para el cliente.	
Generación de Contenido	<p>Este punto es importante para quienes les gusta mantenerse informados, de nuevas tendencias en el mercado o de contenido que sea de utilidad para los clientes, se puede generar contenido a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones de temas financieros relevantes, pero de fácil comprensión. - Desarrollo de webinars o conferencias en líneas. - Desarrollo de podcasts videos o audios cortos pero que generen impacto en el mercado objetivo. - Interacción constante con la comunidad en especial con los seguidores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de las necesidades del mercado y hacia dónde dirigir los productos o servicios. - Mayores y más estrechos lazos de acercamiento con los clientes. - Generación de sentido de percepción, haciendo que el sector se sienta importante.

Fuente: Elaboración Propia

- 3) Inclusión:** hacer que los consumidores se sientan incluidos o que forman parte del ecosistema de la Fintech, es importante para lograr un mayor alcance en el sector.

Tabla 8: Estrategias de Inclusión

Estrategias Para Implementar	Descripción	Resultados
El uso del Móvil	<p>En pleno siglo XXI todo se realiza a través de un móvil. Se pasa muchas horas revisando el móvil invirtiendo mucho tiempo.</p> <p>Por ello es importante en primer lugar contar con una plataforma web, amigable a cualquier dispositivo móvil, smartphones, tablets y laptops. Es importante que en el sitio web se presente información breve y concisa, es decir, lo que el cliente busca.</p> <p>Usar elementos visuales de tracción, infografías, íconos e imágenes. Al final las Fintech son tecnología y eso debe ser visible a los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor clasificación en los sitios de búsqueda en internet. - Sitio web con mejor visibilidad y de fácil acceso. - Los clientes pueden buscar información en cualquier momento.
Desarrollo de productos	<p>El sector Fintech debe desarrollar productos o servicios capaces de transformar las expectativas de los consumidores.</p> <p>Los productos o servicios que se desarrollen deben estar siempre en constante innovación y de fácil acceso a los consumidores, en el sector informal las necesidades son muy específicas y el mayor producto solicitado es el financiamiento.</p> <p>Por ello los productos deben ser de acceso para las grandes mayorías, enfocados en consumidores donde la banca tradicional no es capaz de llegar. Lo que se debe buscar es la inclusión de todas las variedades de negocios dentro del sector informal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor cantidad de consumidores. - Un mismo abanico de productos orientados a una gran diversidad de negocios que conforman el sector informal. - Mayor fidelidad entre los consumidores y la marca.

Fuente: Elaboración Propia

4) Desarrollo de productos y servicios adaptados al segmento de comercios informales

El desarrollo de productos y servicios adaptados al comercio informal es relevante para captar al segmento, el cual debe enfocarse puntualmente en las necesidades insatisfechas por parte de las instituciones informales de financiamiento.

Esta estrategia debe implementarse utilizando insumos diversos, ejemplos de estos se encuentran en estudios de la dinámica del comercio informal, encuestas de opinión y censos. Los cuales identifican las principales demandas que el sector posee entre otra información de utilidad.

Para los comerciantes informales del departamento de San Salvador, según el estudio desarrollado (Ver capítulo IV), el financiamiento es un factor clave para operar sus negocios, manteniendo estas las características siguientes:

- a) Los montos de crédito son mayoritariamente menores a los US\$500.00
- b) Los pagos mantienen una periodicidad menor al mes.
- c) El plazo de los créditos es menor a los tres meses.
- d) El factor de la confianza y certidumbre es relevante para el comerciante informal.
- e) Existe un amplio uso de aplicaciones móviles relacionadas a las instituciones bancarias.
- f) Dos de los factores principales por las cuales el comerciante informal elige determinada manera de financiarse son: los tiempos de espera para obtener el financiamiento y la tramitología.

Por lo tanto, la estrategia de adaptación de los productos y servicios prestados por las fintech hacia el comercio informal deben satisfacer las demandas siguientes:

- a) Aprobación del monto solicitado.

- b) Ágil aprobación.
- c) Documentación mínima.
- d) Bajas tasas de interés.
- e) Facilidad de pago de cuotas.
- f) Facilidad de transferencia de dinero.
- g) Plazos extendidos.

Colocando especial atención a las primeras tres demandas, esto permitirá un mayor interés en el uso de financiamiento alternativo tipo fintech para los comerciantes informales.

5.1.3. Matriz de Indicadores

Para medir el impacto de las estrategias a implementar se ha desarrollado la siguiente matriz de indicadores:

Tabla 9: Matriz de indicadores

Eje	Objetivo	Indicadores	Seguimiento
Promoción	Promover una mayor difusión de los productos y servicios fintech ofertados, que permita una mayor difusión del conocimiento de las ventajas de su utilización.	No. de anuncios publicitarios lanzados en medios digitales	Encuestas de satisfacción del cliente.
		No. volantes distribuidos durante un periodo determinado.	Porcentaje de nuevos clientes.
		Cantidad de personal asignado al área de publicidad.	Nivel de ingresos por venta de productos.
			Porcentaje de gastos en publicidad.

Información	Impulsar la creación de información y de contenido para los consumidores, sobre la entidad, su estructura y rubro económico para generar mayor confianza en los clientes.	Cantidad de contenido creado. Periodicidad de actualización de página web y redes sociales Tiempos de respuesta (series diarias)	Programación de actividades y contenido a realizar. Instructivo de actualización y de uso de la plataforma web.
Inclusión	Desarrollar una filosofía de inclusión financiera, la cual permita crear un entorno de desarrollo financiero.	No. de Perfiles para nuevos clientes. Nuevos segmentos poblacionales incluidos. No. de contenido creado en temas financieros y de inclusión.	Informe de programas desarrollados encaminados a la inclusión financiera Memoria de labores Alianzas estratégicas con instituciones relacionadas a la educación financiera

Fuente: elaboración propia

5.1.4. Caso de éxito (Fiado App)

FIADO es una Fintech creada en El Salvador, su principal rubro es prestar dinero a todo aquel que lo solicite. FIADO cuenta con una plataforma web donde se puede visualizar toda la información relacionada a ellos, incluyendo su pensamiento estratégico e información relacionada al giro del negocio.

FIADO cuenta, además, con una aplicación (APP) la cual es el medio para que los consumidores puedan solicitar financiamiento, también están presentes en las redes sociales tanto en Facebook como en Instagram.

Figura 9: Valores de FIADO APP

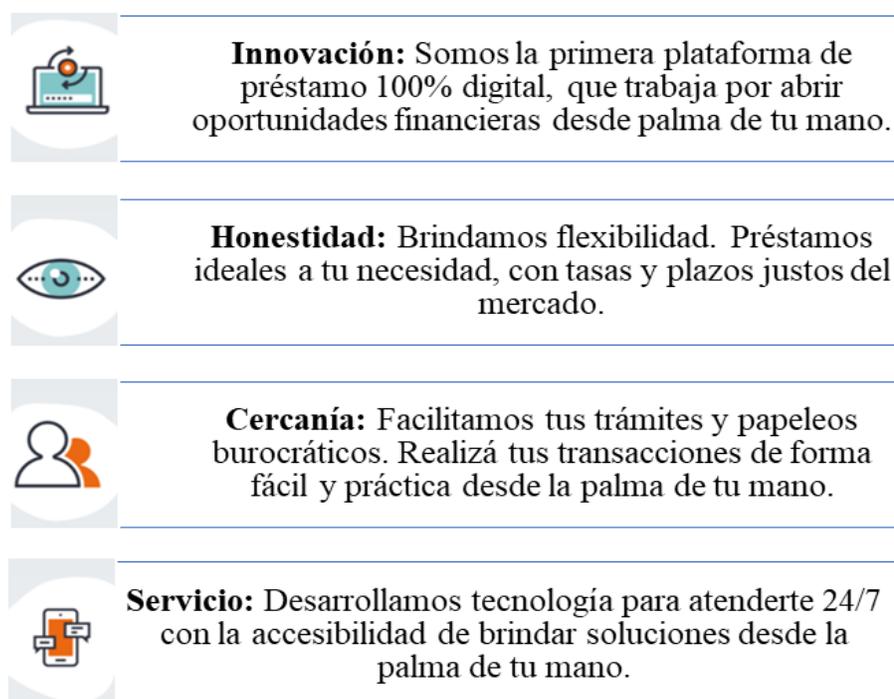
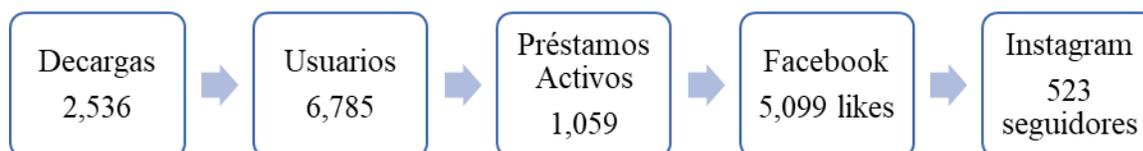


Figura 10: FIADO en números



¿Cómo Funciona FIADO APP?

Descarga la app en tu play store, crea tu cuenta y llena el formulario en línea. En menos de 5 minutos recibirás una notificación confirmando la aprobación o N° de tu solicitud. Si tus préstamos han sido aprobado y fondeado, podrás retirar tu dinero en minutos, en puntos afiliados.

¿Cuánto tiempo tarde FIADO APP en autorizar un préstamo?

Una vez tu solicitud de préstamos ha sido aprobada, en menos de 5 minutos recibirás un código para poder realizar tu desembolso en uno de nuestros centros autorizados.

¿Cuáles son los requisitos?

Descargar la app en la Play Store, crea tu cuenta y llenar el formulario en línea. El formulario consta de las siguientes preguntas:

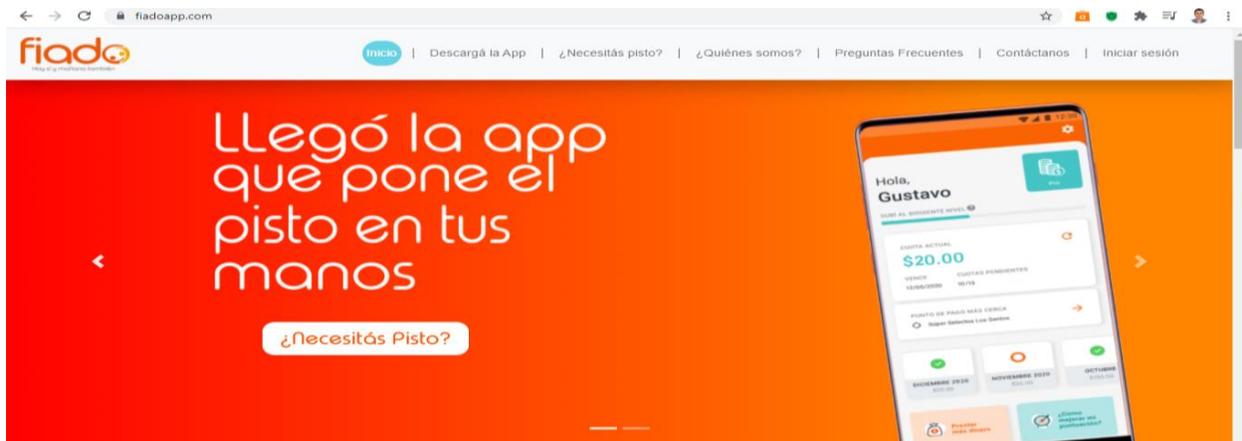
- a) ¿Cuánto dinero necesitas?
- b) ¿En cuántos meses quieres pagar el préstamo?
- c) ¿Para qué lo necesitas?
- d) Aceptar autorización para realizar consulta en INFORED para récord crediticio.
- e) Adjunto Documento Único de Identidad (DUI).

Contenido en su portal web: En el portal web de FIADO, se puede visualizar la siguiente información:

- a) Pestaña para descargar la aplicación móvil.
- b) Pestaña sobre quién es FIADO.
- c) Pestaña de Preguntas Frecuentes.
- d) Pestaña de información de contacto.

- e) Pestaña para iniciar sesión con tu cuenta de fiado.
- f) Calculadora para el cálculo de las cuotas del préstamo.

Figura 11: Plataforma web de FIADO



VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El estudio realizado permitió determinar las siguientes conclusiones, la cual ha presentado importantes hallazgos en vinculación con el objetivo general planteado, que consistía en determinar la aplicabilidad de los productos Fintech en el comercio informal de El Salvador.

1. Dada la complejidad conceptual que representan ambos temas, es decir, el comercio informal y el desarrollo de los productos Fintech, se concluye, que la economía salvadoreña está representada fuertemente por el comercio informal y en muchos casos son negocios de subsistencia. Que en su mayoría es liderado por el género femenino y con un nivel de estudio entre educación básica y bachillerato. Sin embargo, es un sector que actualmente ha buscado la incorporación al sistema financiero, ya sea, para obtener financiamiento, para guardar sus ahorros, para pagar recibos de servicios básicos o para transacciones más complejas o modernas, tomar una póliza de seguro o buscar formas de inversión.

Esta incorporación al sistema financiero abre muchas oportunidades para que dicho sector pueda utilizar los servicios que ofrecen las empresas Fintech y poder realizar las mismas transacciones que en un banco, pero de forma más rápida y sin visitar una agencia bancaria.

2. En El Salvador el desarrollo de las empresas tipo Fintech ha avanzado de forma lenta, sin embargo, en el último quinquenio es un sector que ha crecido de manera considerable, el desarrollo de las nuevas tecnologías de información, la insistencia de los bancos y los entes reguladores en educar financieramente a la población lo ha permitido. En esta investigación se hace referencia a ciertas empresas Fintech grandes y pequeñas, que están contribuyendo enormemente al desarrollo de este sector, como es el caso de TigoMoney, quizá la más

conocida y usada por la sociedad salvadoreña para realizar actividades financieras, pagar servicios, transferencias de dinero, cobrar remeses, etc.

No obstante, hay otras empresas Fintech más pequeñas, pero que de igual forma son usadas por la sociedad, para realizar recargas telefónicas, oferta de créditos y gestión de finanzas personales.

3. Actualmente El Salvador cuenta con la Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera (ASAFINTECH), quien constantemente realiza conferencias relacionadas a las Fintech, actualmente participan empresas del sector en mención, bancos privados y entes reguladores del sistema financiero. La mayoría de la Fintech se desarrollan en el departamento de San Salvador, al igual que el comercio informal. En el marco regulatorio, el país aún no cuenta con una normativa clara o una ley que regule a las empresas de este tipo.
4. La incorporación de las empresas tipo Fintech al sistema económico, generará muchas oportunidades de desarrollo para los comerciantes informales, en especial para facilitar el acceso a financiamiento, mejoras en el tiempo de otorgamiento de créditos, accesos a nuevos servicios financieros, sobre todo a los sectores donde la banca privada no ha logrado llegar, de igual forma y como un efecto colateral será una oportunidad para bancarizar y educar financieramente a este sector de la economía nacional y una oportunidad para el sistema público en lograr que muchos comerciantes se incorporen al sector formal, para ello sigue siendo necesario desarrollar las condiciones propicias y un marco legal que lo sustente.

5. La estrategia para el alcance del sector del comercio informal debe estar sustentada en tres ejes fundamentales: promoción, información e inclusión, articulados en objetivos que permitan una mayor difusión del negocio y sus principales productos, servicios, ventajas; Además incorporando una respuesta acorde a las necesidades de los potenciales usuarios.

6.2.Recomendaciones

Como resultado de la investigación realizada se puede recomendar lo siguiente:

- 1) Crear los mecanismos y plataformas que conlleven a generar un ecosistema Fintech en El Salvador, que permita mejorar los esfuerzos que ya se están realizando y se puedan generar datos estadísticos e informativos del sector, de tal forma que se reduzca la brecha de desconocimiento por parte del sector informal en este tipo de empresas.
- 2) Es importante fomentar la educación financiera en la población salvadoreña, sobre todo el sector investigado (Fintech), de tal forma que se logre disminuir el nivel de desconocimiento sobre finanzas personales, de igual forma, se recomienda al sistema bancario salvadoreño, aumentar los esfuerzos y generar una mayor confianza logrando aumentar el porcentaje de personas bancarizadas en el país.
- 3) Se debe desarrollar, conforme aumentan estas nuevas tendencias tecnológicas financieras, un marco regulatorio que ampare la transaccionalidad de las operaciones que se realizan en las plataformas Fintech. Contribuyendo al avance en el tema de inclusión financiera, de tal forma, que se genere una mayor competitividad en el sector financiero, en beneficio de todos los consumidores, independientemente al sector al que pertenezcan.
- 4) Incluir el desarrollo de la temática Fintech en la maya curricular de los programas de estudio, en especial los relacionados a temas económicos, es importante que, conforme se

desarrollen nuevas tendencias tecnológica y financieras, los profesionales puedan seguir actualizándose y estar a la vanguardia en relación con estos temas que día a día generan un mayor interés.

- 5) Enfocar esfuerzos mediante políticas públicas para fomentar el uso de productos y servicios fintech en el comercio informal, aprovechando las ventajas derivadas de las innovaciones en materia financiera, contribuyendo de esta manera a la reducción de las desigualdades y fortaleciendo los ingresos generados para las familias que participan en la informalidad.

REFERENCIAS

- A. Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACION.
- Argentaria, B. B. (2015). *La transformación digital de la banca*. Madrid: BBVA.
- Argentaria, B. B. (2016). *Revolución fintech: ¿Amenaza para los bancos u oportunidad?* BBVA.
- Arner, D., Barberis, J., & Buckley, R. (2015). The Evolution of FinTech: a new post-crisis paradigm. *UNSW Law Research Paper No. 2016-62*, 1-45.
- Asociación Bancaria Salvadoreña. (2019). *El crédito en el sector informal*. San Salvador: Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña.
- Asociación de Jóvenes Empresarios. (2009). *Productos Financieros y Alternativas de financiación*. Zaragoza.
- Banco Central de Reserva. (2021). *Política Nacional de Inclusión Financiera para El Salvador*. San Salvador.
- Banco Central de Reserva de El Salvador. (2000). *Capital de Riesgo y su Experiencia en Distintos Mercados Una Revisión Bibliográfica*. El Salvador.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2016). *La revolución de las empresas fintech y el futuro de la banca*. Banco de Desarrollo de América Latina.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *Fintech América Latina 2018: crecimiento y consolidación*. Washington D.C: BID.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación*. BID.
- Bancomext. (2015). *Fintech en el mundo*. México.
- Barrera, A. F., & Martínez, L. E. (2020). *FinTech como fuente de financiación alternativa en Colombia e India*. Bogotá.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill.
- Britto Cañas, C., & Castro Peñaloza, B. (2019). *Los modelos de negocios fintech y su aplicación a la generación de valor de las pymes del sector de la construcción del municipio de Pererira, Risaralda*. Pereira, Risaralda.
- CAPGEMINI. (2017). *World Fintech Report 2017*. Nueva York: CAPGEMINI International.
- Carretero Seoane, Y., Alarcón Armenteros, A., & Padrón Rodríguez, A. (2013). *La Estructura Financiera: Método para Aumentar la Contribución del Financiamiento a la Eficiencia Empresarial*. Cuba.

- Cea D'Ancona, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Circulantis. (11 de diciembre de 2018). *circulantis.com*. Obtenido de <https://circulantis.com/blog/financiacion-alternativa/>
- Claessens, S., Frost, J., Turner, G., & Zhu, F. (2018). *Mercados de financiación fintech en todo el mundo: tamaño, determinantes y cuestiones de política*. Suiza: Banco de Pagos Internacionales.
- Comisión Nacional de la Micro y la Pequeña Empresa. (2017). *Encuesta Nacional de la micro y pequeña empresa*. San Salvador: Unidad de Comunicaciones CONAMYPE.
- Contreras Arias, D. B., & López Rogel, J. J. (2016). *Análisis de la complejidad de la economía informal en El Salvador: un estudio del impacto de la concentración y centralización del capital en las condiciones del empleo informal, periodo 1990-2014*. Antiguo Cuscatlán: UCA.
- del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación fundamentos y metodología*. México D.F: PEARSON EDUCACION.
- Diario Oficial República de El Salvador. (9 de junio de 2021). Ley Bitcoin. *Diario Oficial*, págs. 13-15.
- Dirección General de Estadística y Censos. (2020). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples*. San Salvador: Dirección de Publicaciones e Impresos.
- Ehrhardt, M. C., & Brigham, E. F. (2007). *Finanzas Corporativas*. México: Cengage Learning.
- El Economista. (31 de Mayo de 2017). *El Economista*. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/finanzaspersonales/Score-alternativo-opcion-para-tener-historial-sin-endeudarse-20170531-0056.html>
- Fernández Linares, C. N. (2018). *Fintech y regtech: desafíos para la supervisión en materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo*. San Salvador: Superintendencia del sistema financiero.
- Freire, J. (2014). *Estrategias de publicidad y su impacto en las ventas de la empresa Repremarva de la ciudad de Ambato, durante el año 2012*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores-IIMV. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y mediana empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV).
- García, R. J. (2016). *Eugene Fama y la Eficiencia de los Mercados Financieros*. León.

- Gómez Restrepo, C. A., & García Molina, M. (2011). *Supuestos Implícitos en la Utilización del Capital Assets Pricing Model CAPM para el Cálculo del Costo de Capita Propio Equity*. Bogotá.
- González Díaz, F., Sojo Quiroz, A., Carrizo, C. A., Morales Rodríguez, M., Espíndola Moreno, N., Madrazo, P., . . . Fontao, A. (2018). *Fintech en el mundo: la revolución digital de las finanzas ha llegado a México*. México: Banco de Comercio Exterior de México.
- Gutiérrez, P., & Scheider, C. (2019). *Fintech en Costa Rica: hacia una evolución de los servicios financieros*. San José: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Hoder, F., Wagner, M., Sguerra, J., & Bertol, G. (2016). *La revolución fintech: cómo las innovaciones digitales están impulsando el financiamiento para las MYPIME en América Latina y el Caribe*. MARSH & MCLENNAN COMPANIES.
- Hyme, P. (2003). *La Teoría de los Mercados De Capitales Eficientes*. Bogotá.
- Lavalleja, M. (2020). *Panorama de las fintech: principales desafíos y oportunidades para el Uruguay*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Leiva, D. (22 de Marzo de 2021). La Apuesta de El Salvador por las Fintechs. (Bnamericas, Entrevistador)
- Marisa, F. (2006). *El modelo CAPM: predictividad del coeficiente beta en países con economías emergentes caso Argentina*. Buenos Aires.
- Mascareñas, J. (2008). *La Estructura de Capital Óptima*. Madrid.
- Molina, D. (2018). Las fintech y la reinención de las finanzas. *OIKONOMICS*, 22-44.
- Nava, A., & Medina, M. (2017). *La evolución del sector fintech, modelos de negocio, regulación y retos*. México D.F: Fundación de Estudios Financieros.
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (Junio de 2020). *Desempleo, economía informal y crimen organizado: una aproximación desde el análisis sistémico de El Salvador*. Obtenido de UNODC: https://www.unodc.org/documents/ropan/2020/Desempleo_economia_informal_y_crime_n_organizado_una_aproximacion_desde_el_analisis_sistemico_El_Salvador_VFNL.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2013). *Economía informal y El Trabajo Decente*. OIT.
- Parada Blanco, R. S., & Rodríguez Roque, S. M. (2014). *Análisis del sistema crediticio en El Salvador y su impacto en las condiciones de vida de los microempresarios: alternativas al otorgamiento de créditos*. Antigua Cuscatlán: UCA.
- Peréz, C. (2004). *Revoluciones tecnologicas y capital financiero: la dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*. México D.F: Siglo XXI editores.
- Ross, S. A., Randolph, W. W., & Jeffrey, F. J. (2012). *Finanzas Corporativas*. México: Mc Graw Hill.

- Saavedra, M. G., Pastrana, A., & Murphy, F. (2017). *El impacto de las fintech en las entidades financieras*. Buenos Aires: KPMG International Cooperative.
- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D. F.: McGraw Hill.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Education.
- U. Cambridge. (2020). *The global alternative finance market benchmarking report*. U.K: University of Cambridge.
- Verona Martel, M. C., García Cardona, M., & Déniz Mayor, J. J. (2013). *¿Son los business angels la solución a los problemas de financiación de las empresas en las primeras etapas de su vida?* Bogotá.
- World Economic Forum. (2015). *The future of fintech: a paradigm shift in small business finance*. World Economic Forum.
- Zambrano Vargas, S. M., & Acuña Corredor, G. A. (2011). *Estructura de Capital Evolución Teórica*. Bogotá.
- Zometa Martínez, W. (2019). *Fintech y su Relación con el Sistema Financiero Experiencia Internacional*. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador.

VII. ANEXOS

7.1.Tablas

7.1.1. Tabulado 1

¿Utiliza usted los productos o servicios bancarios?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Sí	51	109	160	78.5	80.7	80.0
No	14	26	40	21.5	19.3	20.0
Total	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.2. Tabulado 2

¿Cuál o cuáles de los siguiente productos o servicios bancarios ha realizado o solicitado?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Cuentas de Ahorro	23	42	65	31.1	32.1	31.7
Créditos	22	30	52	29.7	22.9	25.4
Pagos de servicios básicos	19	28	47	25.7	21.4	22.9
Compra de póliza de seguros	1	3	4	1.4	2.3	2.0
Cobro o envío de remesas	5	12	17	6.8	9.2	8.3
Otros	4	16	20	5.4	12.2	9.8
Total	74	131	205	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.3. Tabulado 3

¿Cuál es la forma en que generalmente financia su negocio?	Género del encuestado		Total	Distribución		
	Hombre	Mujer		%Hombre	%Mujer	%Total
Fondos propios	50	89	139	70.4	62.2	65.0
Préstamos bancarios	11	23	34	15.5	16.1	15.9
Préstamos cooperativos	2	7	9	2.8	4.9	4.2
Casas comerciales	0	2	2	0.0	1.4	0.9
Casas de empeño	0	1	1	0.0	0.7	0.5
Usureros	7	15	22	9.9	10.5	10.3
Préstamos con familiares, amigos, vecinos	0	1	1	0.0	0.7	0.5
ONG (Organizaciones no Gubernamentales)	0	0	0	0.0	0.0	0.0
Otros	1	3	4	1.4	2.1	1.9
No S/NRS	0	2	2	0.0	1.4	0.9
Total	71	143	214	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.4. Tabulado 4

¿Cuál es la razón por la que elige su forma de financiamiento?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
El dinero lo obtengo más rápido	10	18	28	43.5	31.0	34.6
Le dan el monto solicitado	2	10	12	8.7	17.2	14.8
Piden menos requisitos	6	20	26	26.1	34.5	32.1
No tengo calificación/historial crediticio en el sistema bancario	0	3	3	0.0	5.2	3.7
Garantías requeridas	3	2	5	13.0	3.4	6.2
Otros	2	5	7	8.7	8.6	8.6
Total	23	58	81	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.5. Tabulado 5

¿Qué tipo de documentación presentó para obtener un crédito?	Género del encuestado		Total	Distribución		
	Hombre	Mujer		%Hombre	%Mujer	%Total
DUI, NIT, FIADOR, récord Crediticio, otros.	8	12	20	40.0	24.5	29.0
DUI, NIT y Recibos de servicios	1	9	10	5.0	18.4	14.5
Solo DUI y NIT	7	17	24	35.0	34.7	34.8
Solo DUI	3	7	10	15.0	14.3	14.5
Confianza (únicamente el compromiso verbal)	0	2	2	0.0	4.1	2.9
Ninguno	1	2	3	5.0	4.1	4.3
Total	20	49	69	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.6. Tabulado 6

Por lo general ¿a qué destina los fondos del crédito obtenido?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Compra de mercadería para la venta	17	45	62	63.0	75.0	71.3
Ampliación del negocio	4	7	11	14.8	11.7	12.6
Pago de deudas	4	5	9	14.8	8.3	10.3
Otros gastos	2	3	5	7.4	5.0	5.7
Total	27	60	87	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.7. Tabulado 7

¿A cuánto asciende los montos que usted generalmente usa para financiar su negocio al mes?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
De US\$0 a US\$500	44	98	142	67.7	72.6	71.0
De US\$501 a US\$1,000	7	23	30	10.8	17.0	15.0
De US\$1,001 a US\$1,500	10	8	18	15.4	5.9	9.0
De US\$1,501 a US\$2,000	3	2	5	4.6	1.5	2.5
De US\$2,001 a US\$3,000	0	4	4	0.0	3.0	2.0
De US\$3,001 a US\$5,000	0	0	0	0.0	0.0	0.0
De US\$5,001 a US\$10,000	1	0	1	1.5	0.0	0.5
Más de US\$10,000	0	0	0	0.0	0.0	0.0
Total	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.8. Tabulado 8

¿Cada cuánto realiza los pagos de su cuota para amortizar (pagar) el préstamo?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Diariamente	6	24	30	30.0	47.1	42.3
Cada semana	3	7	10	15.0	13.7	14.1
Cada 15 días	2	6	8	10.0	11.8	11.3
Mensuales	9	14	23	45.0	27.5	32.4
Trimestrales	0	0	0	0.0	0.0	0.0
Semestrales	0	0	0	0.0	0.0	0.0
Anuales	0	0	0	0.0	0.0	0.0
Totales	20	51	71	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.9. Tabulado 9

El crédito obtenido tiene un plazo de:	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
De 1 a 15 días	1	2	3	5.0	4.0	4.3
De 16 a 30 días	7	25	32	35.0	50.0	45.7
Tres meses	1	7	8	5.0	14.0	11.4
Seis meses	4	8	12	20.0	16.0	17.1
Un año	4	1	5	20.0	2.0	7.1
Más de un año	3	7	10	15.0	14.0	14.3
Totales	20	50	70	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.10. Tabulado 10

13. ¿Si le ofrecieran un crédito de aprobación en menos de un día con pocos requisitos de trámites los aceptaría?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Sí	38	84	122	58.5	62.2	61.0
No	27	51	78	41.5	37.8	39.0
Totales	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.11. Tabulado 11

¿Por qué no lo aceptaría?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
No lo necesita	3	9	12	11.1	18.0	15.6
Depende los beneficios y costos	5	5	10	18.5	10.0	13.0
Situación del negocio en riesgo (bajo nivel de ventas)	2	4	6	7.4	8.0	7.8
Los intereses pueden ser muy altos	2	9	11	7.4	18.0	14.3
No sabe aún	2	2	4	7.4	4.0	5.2
Experiencias pasadas negativas con créditos	0	4	4	0.0	8.0	5.2
No le gusta tener deudas	11	12	23	40.7	24.0	29.9
Ya tiene una institución, persona que le presta	1	1	2	3.7	2.0	2.6
Desconfianza	1	4	5	3.7	8.0	6.5
Total	27	50	77	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.12. Tabulado 12

¿Según su percepción cuál de las siguientes características es la más deseable para que un crédito se atractivo para usted?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Aprobación del monto solicitado	7	11	18	9.3	7.3	8.0
Ágil aprobación	7	17	24	9.3	11.3	10.6
Documentación mínima	6	13	19	8.0	8.6	8.4
Bajas tasas de interés	40	80	120	53.3	53.0	53.1
Facilidad de pago de cuotas	8	9	17	10.7	6.0	7.5
Facilidad de transferencia de dinero	1	5	6	1.3	3.3	2.7
Plazos extendidos	2	9	11	2.7	6.0	4.9
No necesita garantía	4	7	11	5.3	4.6	4.9
Total	75	151	226	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.13. Tabulado 13

15. ¿Para cuál de las siguientes transacciones has utilizado las aplicaciones móviles (App) de los bancos?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Pago de prestamos	4	7	11	12.5	11.9	12.1
Pago de servicios básicos	16	30	46	50.0	50.8	50.5
Transferencias entre cuentas	5	6	11	15.6	10.2	12.1
Cobro de remesas	5	14	19	15.6	23.7	20.9
Consultas para el saldo de sus préstamos o ahorros	2	2	4	6.3	3.4	4.4
Total	32	59	91	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.14. Tabulado 14

¿Ha escuchado alguna vez el término FINTECH?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
Sí	3	3	6	4.6	2.2	3.0
No	62	132	194	95.4	97.8	97.0
Totales	65	135	200	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

7.1.15. Tabulado 15

¿Cuál de las siguientes plataformas has usado para alguna transacción?	Género del encuestado			Distribución		
	Hombre	Mujer	Total	%Hombre	%Mujer	%Total
TIGO MONEY	37	49	86	86.0	75.4	79.6
FIADO	2	0	2	4.7	0.0	1.9
HUGO	4	9	13	9.3	13.8	12.0
TEIP	0	0	0	0.0	0.0	0.0
YO VENDO RECARGAS	0	7	7	0.0	10.8	6.5
Total	43	65	108	100	100	100

Fuente: Elaboración propia



7.2. Instrumento

Encuesta sobre Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal en el departamento de San Salvador Durante el Periodo 2019-2020

Buenos días (tardes):

Somos estudiantes de maestría de la Universidad de El Salvador y estamos realizando un estudio que servirá para elaborar una tesis profesional acerca de Productos Fintech Aplicables al Comercio Informal en el departamento de San Salvador Durante el Periodo 2019-2020, con el fin de lograr el grado de Maestro en Administración Financiera.

Queremos solicitar su ayuda y puedas contestar algunas preguntas las cuales no tomaran mucho tiempo. Todas las repuestas son anónimas y serán tratadas con toda la confidencialidad posible.

Objetivo: Recopilar información relevante que permita establecer el tipo de productos fintech aplicables al comercio informal en el departamento de San Salvador durante el periodo 2019-2020

Indicaciones: marca con una (X) o un (P) los literales que usted considere, según las interrogantes planteadas.

I) Información del encuestado

- a. Edad: _____
- b. Género: F _____ M _____
- c. Municipio o lugar de residencia: _____
- d. Rubro del negocio: _____
- e. Nivel Educativo del encuetado:
 - i. Educación Básica (primero a noveno grado)
 - ii. Bachillerato
 - iii. Universitario
 - iv. No cuenta con nivel educativo

II) Preguntas relacionadas a la temática

1. ¿Cuántos años tiene de dedicarse a su negocio?
 - a) De 0 a 1
 - b) De 1 a 3
 - c) De 3 a 5
 - d) De 5 a 10
 - e) Mayor a 10 años

2. ¿Utiliza usted los productos o servicios bancarios?



- a) Si
b) No
3. ¿Cuál o cuáles de los siguiente productos o servicios bancarios ha realizado o solicitado?
- a) Cuentas de Ahorro
b) Créditos
c) Pagos de servicios básicos
d) Compra de póliza de seguros
e) Cobro o envío de remesas
f) Otros Especifique: _____
4. ¿Cuál es la forma en que generalmente financia su negocio?
- a) Fondos propios
b) préstamos bancarios
c) Préstamos cooperativos
d) Casas comerciales
e) Casas de empeño
f) Usureros
g) Préstamos con familiares, amigos o vecinos
h) ONG (Organizaciones no Gubernamentales)
i) Otros Especifique: _____
5. ¿Cuál es la razón por la que elige su forma de financiamiento?
- a) El dinero lo obtengo más rápido
b) Le dan el monto solicitado
c) Piden menos requisitos
d) No tengo calificación/historial crediticio en el sistema bancario
e) Garantías requeridas
f) Otros Especifique: _____
6. ¿Qué tipo de documentación presentó?
- a) DUI
b) DUI y NIT
c) DUI, NIT y Recibos
d) DUI, NIT, Recibos y referencias personales
e) Otra documentación



7. Por lo general ¿a qué destina los fondos del crédito obtenido?
- a) Compra de mercadería para la venta
 - b) Ampliación del negocio
 - c) Pago de deudas
 - d) Capital para iniciar el negocio
 - e) Otros gastos
8. Si su negocio se financia con préstamos bancarios ¿cuánto es el periodo que tardó su solicitud para aprobarse:
- a) Entre 1 a 5 días
 - b) Entre 6 y 10 días
 - c) Entre 11 y 15 días
 - d) Más de 15 días
9. ¿A cuánto asciende los montos que usted generalmente usa para financiar su negocio al mes?
- a) De US\$0 a US\$500
 - b) De US\$501 a US1,000
 - c) De US\$1,001 a US\$1,500
 - d) De US\$1,501 a US\$2,000
 - e) De US\$2,001 a US\$3,000
 - f) De US\$3,001 a US\$5,000
 - g) De US\$5,001 a US\$10,000
 - h) Más de US\$10,000
10. ¿Cuál es la tasa de interés que usted paga por sus créditos?
- a) Entre 0% al 5%
 - b) Entre 6% y el 12%
 - c) Entre 13% y 20%
 - d) Entre 21% y 35%
 - e) Entre 36% y 45%
 - f) Más del 45%
11. ¿Cada cuánto realiza los pagos de su cuota para amortizar (pagar) el préstamo?
- a) Diariamente
 - b) Cada semana
 - c) Cada 15 días
 - d) Mensuales
 - e) Trimestrales



- f) Semestrales
g) Anuales
12. El crédito obtenido tiene un plazo de:
- a) De 1 a 15 días
b) De 16 a 30 días
c) Tres meses
d) Seis meses
e) Un año
f) Más de un año
13. ¿Si le ofrecieran un crédito de aprobación en menos de un día con pocos requisitos de trámites los aceptaría?
- a) Si
b) No ¿Si su respuesta es negativa ¿por qué no lo aceptaría?
-
-
14. ¿Según su percepción cuales de las siguientes características son deseables para que un crédito se atractivo para usted?
- a) Aprobación del monto solicitado
b) Ágil aprobación
c) Documentación mínima
d) Bajas tasas de interés
e) Facilidad de pago de cuotas
f) Facilidad de transferencia de dinero
g) Plazos extendidos
h) No necesita garantía
15. ¿Utiliza las aplicaciones móviles (App) de los bancos para alguno de las siguientes transacciones?
- a) Pago de Préstamos
b) Pago de servicios básicos
c) Transferencia entre cuentas
d) Cobro de remesas
e) Consultas para el saldo de sus préstamos o ahorros
16. ¿Ha escuchado alguna vez el término FINTECH?



- a) Si
- b) No

Si la respuesta es negativa explicar brevemente en que consiste.

17. ¿Ha usado alguna de las siguientes plataformas para alguna transacción?

- a) Tigo Money
- b) FIADO
- c) HUGO
- d) TEIP
- e) Yo Vendo Recarga