



**MODELO DE INCLUSIÓN DEL USO DE TARJETA DÉBITO A LA POBLACIÓN
URBANA DE BAJOS INGRESOS.**

JUAN FELIPE DIAGAMA AÑEZ

SANTIAGO RUIZ MEJIA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN- CESA

BOGOTÁ D.C

2020

**MODELO DE INCLUSIÓN DEL USO DE TARJETA DÉBITO A LA POBLACIÓN
URBANA DE BAJOS INGRESOS.**

JUAN FELIPE DIAGAMA AÑEZ

SANTIAGO RUIZ MEJIA

DIRECTOR: IADER GIRALDO SALAZAR

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN- CESA

BOGOTÁ D.C

2020

Contenido

Introducción	7
1. Revisión de la literatura	20
1.1 Efectivo y derivados	20
1.2 Inclusión financiera	25
1.3 Tarjeta débito	28
2. Metodología	33
2.1 Tipo de Investigación	33
2.2 Diseño Metodológico	34
3. Barreras de <i>mayor</i> impacto en Colombia para el uso generalizado de tarjetas débito	37
3.1 Acceso a Servicios Financieros	37
3.2 Factores Culturales y Macroeconómicos	42
4. Ventajas y desventajas que tiene el uso de tarjeta débito frente a otros medios alternativos de pago existentes en Colombia, según la opinión de expertos del sector financiero.	48
5. Percepción sobre el uso, ventajas y desventajas de la tarjeta débito, que tienen los usuarios de la población objetivo	61
Conclusiones	72
Recomendaciones	77
Referencias	83
Anexos	85

Resumen

El presente estudio investigó el uso de la tarjeta débito en las poblaciones urbanas de bajos ingresos en la ciudad de Bogotá, planteando un modelo de inclusión el cual permite el avance generalizado del uso de tarjeta débito. El estudio analizó la relación entre las facilidades de acceso al sistema bancario colombiano y el uso de tarjetas débito como medio de pago, delineando las bases para un modelo de inclusión y mayor acceso al sistema financiero para el segmento de población urbana de ingresos bajos en Bogotá. Específicamente, identificando las barreras de *mayor* impacto en Colombia para el uso generalizado de tarjetas débito, analizando las ventajas y desventajas que tiene el uso de tarjeta débito frente a otros medios alternativos de pago existentes en Colombia, según la opinión de expertos del sector financiero y explorando la percepción sobre el uso, ventajas y desventajas de la tarjeta débito, que tienen los usuarios de la población objetivo.

Palabras Clave

Inclusión Financiera

Tarjeta Débito

Cultura Cashless

Efectivo

Métodos de pago alternativos

Modelo de inclusión

Percepción y uso de tarjeta débito

Accesos bancarios

Servicios financieros

Key Words

Financial inclusion

Debit card

Cashless culture

Cash

Alternative payment methods

Inclusion model

Perception and use

Perception and use of the debit card

Banking access

Financial services

Tabla de figuras

Figura 1.....	10
Figura 2.....	12
Figura 3.....	13
Figura 4.....	14
Figura 5.....	43
Figura 6.....	62
Figura 7.....	63
Figura 8.....	64
Figura 9.....	65
Figura 10.....	66
Figura 11.....	67
Figura 12.....	68
Figura 13.....	69
Figura 14.....	70
Figura 15.....	72
Figura 16.....	73

Introducción

El presente estudio intenta explorar los obstáculos y posibles alternativas de solución que se presentan en Colombia, dentro del reto de lograr las máximas tasas de participación en el uso de las tarjetas débito, como *medio alternativo de pago*. Lo anterior teniendo en cuenta, que esta modalidad de transacciones financieras ha venido creciendo dentro de la población, pero aún no logra permear masivamente los segmentos de personas de bajos niveles de ingreso en las ciudades.

En efecto, la tecnología está invadiendo todos los ámbitos de la sociedad. Cada vez más, podemos evidenciar cómo las diferentes culturas se están adaptando a una nueva era tecnológica en la que tanto las personas, como las operaciones de las empresas están presionadas por las nuevas implementaciones que trae consigo la innovación, especialmente en lo que se refiere a tecnología de información. Ahora bien, el sector financiero como uno de los actores más importantes de la economía, no es una excepción a dicha necesidad. Los términos empleados no son siempre los más exactos pero la realidad es que conceptos como “bancarización”, “digitalización” e “inclusión financiera” inundan la realidad de los servicios financieros y son cada vez más comunes dentro del entorno bancario.

Para explorar las opciones que pueden existir en Colombia en relación con el objetivo de fomentar el uso frecuente de medios de pago no tradicionales y en este caso específicamente el uso de tarjeta debito, por parte de un alto porcentaje de la población urbana, es necesario revisar brevemente algunos de los conceptos involucrados en este tema.

Comencemos por decir que, en cualquier país, se acepta globalmente que existen dos grandes segmentos de la población, desde el punto de vista de la economía, siendo el primero de ellos el segmento de la población económicamente activa, por oposición al resto de la población que se considera población dependiente e inactiva económicamente. Según el DANE

(Departamento Administrativo Nacional de Estadística), la definición de población económicamente activa es: “También se le llama fuerza laboral y está conformada por las personas en edad de trabajar que trabajan o están buscando empleo.” (DANE, 2020, p.6)

Para desarrollar su actividad económica, la población económicamente activa, realiza transacciones con el dinero dentro del mercado, usando lo que se conoce como medios de pago, es decir, las diferentes formas en que el dinero es usado por las personas. Los medios de pago tradicionales son el dinero físico, representado en billetes y monedas, el cheque bancario y las cartas de crédito usadas en transacciones internacionales. Con la evolución de la tecnología y la necesidad de agilizar las transacciones en dinero, los medios de pago han ido multiplicándose y diversificándose. De tal forma que, en el mundo actual, se utilizan no sólo los medios de pago tradicionales, sino pagos a través de sistemas electrónicos que eliminan la necesidad del uso del dinero físico y generan más eficiencia.

Los medios de pago no tradicionales comenzaron con la invención de la tarjeta de crédito y continuaron con las tarjetas débito, constituyendo así, lo que se conoce como “Dinero Plástico.” (Westreicher, 2020) Posteriormente, el sistema bancario, adecuó sus procesos de contabilidad y sistematización para generar medios de pago equivalentes a transferencias que se procesan electrónicamente. Dentro de estas, los más usados en Colombia son el PSE y recientemente algunas plataformas ágiles de transferencias entre las cuales están PayU, Nequi, Rappipay, etc. (Superintendencia financiera, 2020)

La ventaja que tienen los medios de pago no tradicionales sobre el efectivo y los cheques radica en la agilidad de las operaciones, la relativa mayor seguridad de no perder el dinero y la facilidad en el rastreo de todos los movimientos, generando una mayor trazabilidad para el usuario, para el banco y para el gobierno. “Cabe resaltar que estos métodos de pago

alternativos se conocen hoy por hoy, con el nombre de *Cashless*. (Sin efectivo)” (Revista Dinero, 2020)

Es deseable entonces, identificar la participación de los medios *Cashless* en el total de operaciones en dinero en el país y su relación con las facilidades de acceso, que tienen las personas naturales a este tipo de transacciones y al sistema bancario general. Por lo anterior, cada uno de los conceptos revisados tiene relación con el presente estudio, analizado desde dos dimensiones: la población económicamente activa del sector formal de la economía y la del sector informal. Estas dos dimensiones revisten mucha importancia porque se anticipa que las facilidades de acceso a los medios no tradicionales de pago son menores y están menos disponibles para los oficios del sector informal, los cuales corresponden a actividades sin contrato de trabajo explícito, salarios por debajo de los mínimos legales y ausencia de los elementos de protección del trabajador establecidos en el marco de ley.

Dado que el énfasis de nuestro estudio es el uso de tarjetas débito, se da especial importancia en esta investigación a la participación de dichas tarjetas dentro de las transacciones monetarias en el país.

En realidad, el cambio tecnológico siempre ha estado muy presente en el sector financiero, ya de forma muy importante desde la década de 1980. Sin embargo, recientemente, se está produciendo una eclosión en la transformación digital con una suerte de democratización del uso de la tecnología, la extensión de la economía colaborativa y el manejo de enormes volúmenes de datos (big data). (Dinero, 2020, párrafo 3)

A continuación, se relacionará estos avances de la “bancarización” y “digitalización” con el uso en la práctica de tarjetas débito en los sectores populares urbanos.

Como problema de investigación se tiene que Tradicionalmente, las personas han necesitado el uso de dinero efectivo en el día a día para poder pagar sus transacciones, pero las formas

alternativas de pago y la cultura Cashless ha ido aumentando y hoy en día la gente tiene más posibilidades de utilizar soluciones diferentes al efectivo. No obstante, el uso de dichos medios alternativos no ha progresado con la velocidad deseada y se aprecia una diferencia grande entre la necesidad de transacciones virtuales y la forma como se siguen haciendo los pagos tradicionalmente.

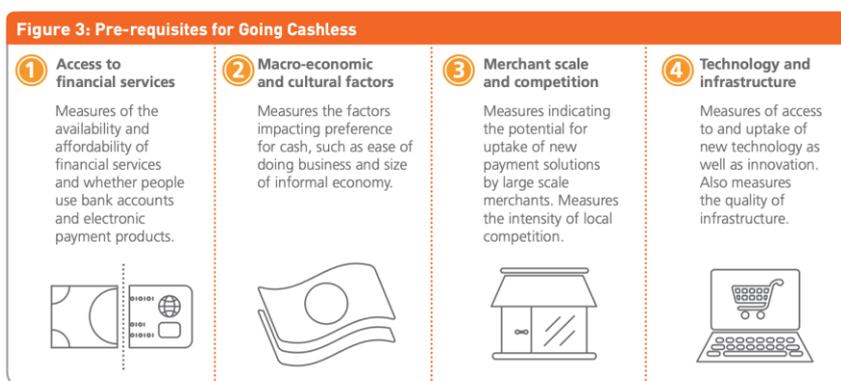
Figura 1

Pre-requisitos para ir “Cashless”

Figure 3

Pre-requisites for Going Cashless

*Non-cash methods include checks and electronic payments (e.g. cards, ACH)



Source: MasterCard Advisors analysis, 2013

Nota: Tomado de MasterCard, (2013)

Según un estudio de MasterCard Advisors (2013), como se puede ver en la figura 1, estos son los cuatro requisitos claves para consolidar una cultura *Cashless*, de los cuales el acceso a servicios financieros y los factores macroeconómicos/culturales son los de mayor impacto en el producto tarjeta débito, ya que para el sector financiero las nuevas ventajas competitivas en los medios de pago pueden probablemente conseguirse con otros productos más innovadores y la infraestructura tecnológica para el uso de tarjetas débito es la misma que la que se requiere para tarjetas de crédito y otros servicios más rentables. Teniendo en cuenta el tema de nuestro estudio, decidimos enfocarnos en analizar las dos primeras variables, para así, poder

relacionarlo directamente con la realidad que enfrenta el país y tener una explicación clara y concisa de las barreras reales que existen para la consolidación de esta cultura.

Dadas las características ventajosas de los medios de pago no tradicionales y electrónicos, es deseable que en el mercado bancario y particularmente en el caso colombiano, este tipo de métodos de pago se popularicen, siendo usados por la mayor cantidad de personas, especialmente en el segmento de la población económicamente activa de los núcleos urbanos:

En Colombia, aunque en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 se contemplaba disminuir el indicador de uso de efectivo, todavía los desafíos en esta materia son muy grandes, por lo que no se podría hablar de la existencia de una cultura Cashless (Revista Dinero, 2020, párrafo 2)

Colombia es conocido por ser un país de niveles medios de desarrollo en relación con la modernidad y la tecnología, por lo cual tiene uno de los mayores potenciales para la adopción de soluciones tecnológicas, incluido los pagos electrónicos. Es por eso, que la mayoría de los bancos en Colombia vienen ofreciendo a sus clientes medios alternativos de pago como tarjetas de crédito, tarjetas débito, pagos virtuales, plataformas y muchos medios digitales más para que el uso del efectivo quede en el pasado, facilitando así las transacciones financieras y la trazabilidad de estas. Sin embargo, existen diferentes barreras las cuales no le permiten a Colombia avanzar rápidamente en dicho tema y se hace complicado en la práctica que los consumidores hagan uso de las diferentes formas alternativas de pago existentes.

En ese sentido, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, en su informe de 2017, El comercio electrónico en Colombia, afirma que una de las principales barreras para el desarrollo del comercio electrónico es “la existencia de normas jurídicas legadas que no se corresponden con el actual entorno digital y tienen como

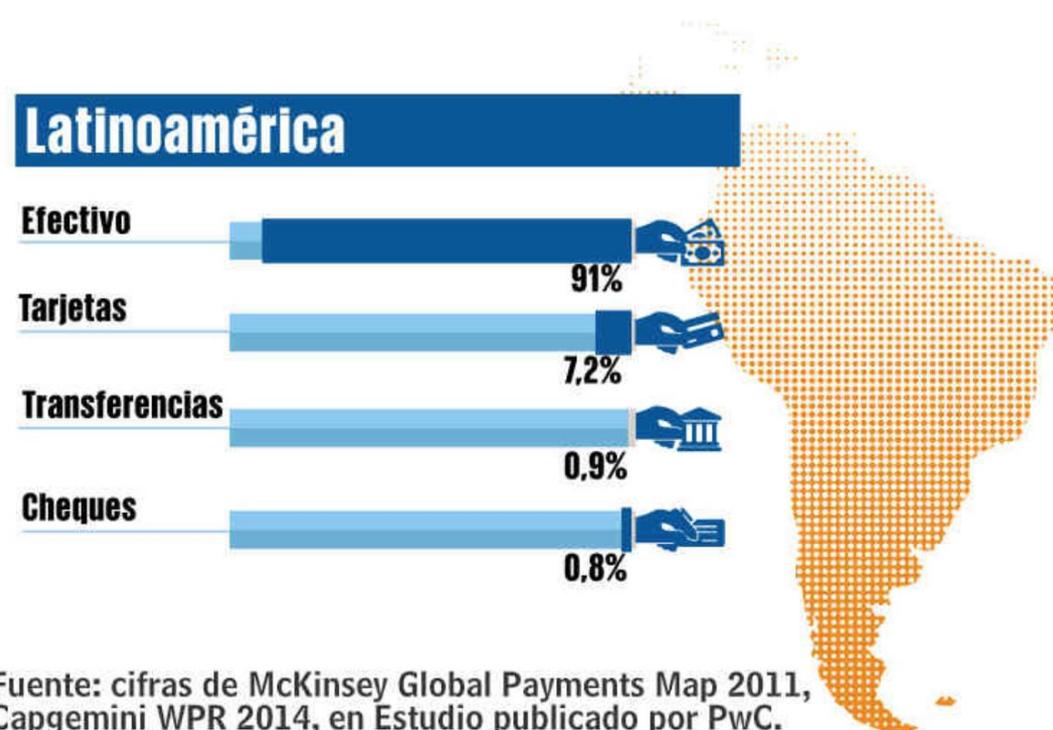
efecto prohibir o restringir la comercialización electrónica de bienes o servicios.

(Revista Dinero, 2020, p6)

La siguiente (figura 2) es una gráfica la cual mostraba en 2011 el uso de diferentes formas de pago en Latinoamérica, lo cual evidencia la oportunidad de acelerar una cultura Cashless en el continente.

Figura 2

Latinoamérica en cifras



Nota: Tomado de McKinsey, (2011)

Como se puede ver en la gráfica (figura 2), la forma de pago más común en Latinoamérica era el efectivo, representando el 91% de los pagos realizados. Lo anterior ha cambiado, pero aún la cultura Cashless es baja. En el caso colombiano, la cultura Cashless está

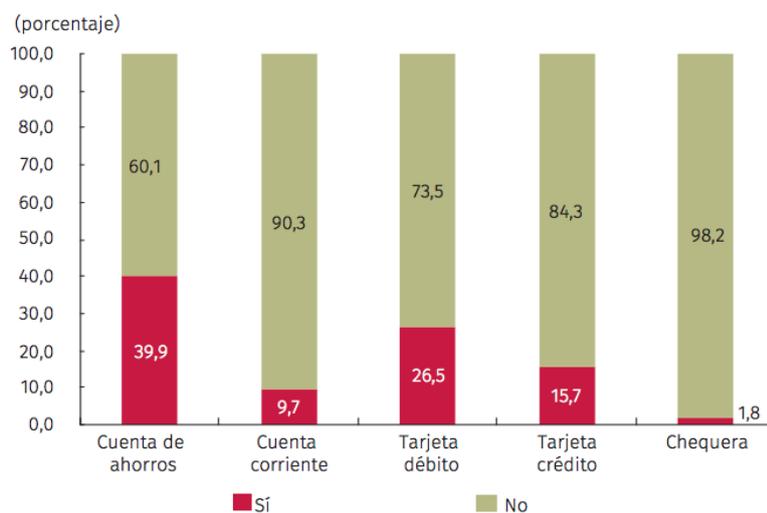
pegando fuerte, permitiendo que métodos alternativos de pago entren en el mercado financiero actual, pero dichos esfuerzos no son suficientes.

Se han identificado como barreras macroeconómicas, “el régimen tributario, los costos financieros, la falta de educación e información financiera, los comportamientos culturales que le dan una alta valoración al uso de efectivo y los hábitos de pago”. (Asobancaria,2017)

La siguiente (figura 3) es una gráfica tomada del Reporte de Sistemas de Pago 2020 del Banco de La República de Colombia la cual muestra la tendencia de medios e instrumentos de pago a junio de 2020.

Figura 3

Reporte de Sistemas de Pago 2020



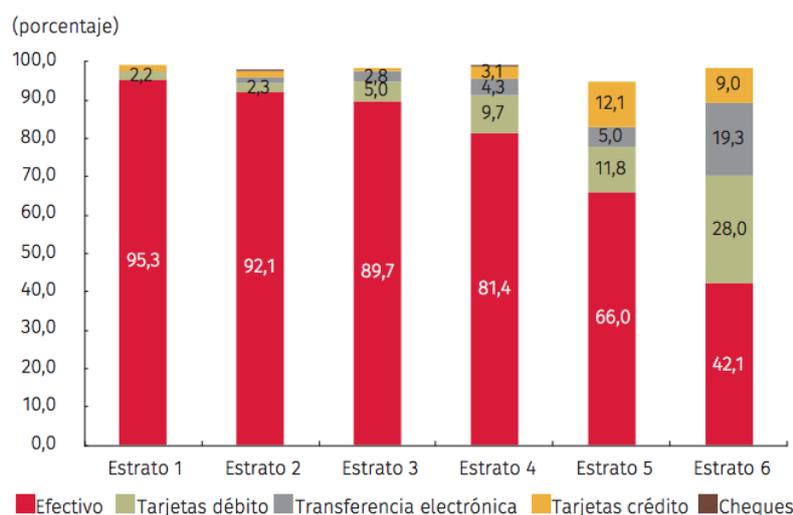
Fuente: Banco de la República (Epbmip).

Nota: Tomado de Banco de la República, (2020)

Así mismo, la siguiente es una gráfica (figura 4) la cual muestra el instrumento de pago preferido por los colombianos según el número de transacciones y estrato social.

Figura 4

Reporte de Sistemas de Pago 2020 (2)



Fuente: Banco de la República (Epbmip).

Nota: tomado de Banco de la República, (2020)

En concreto, el marco de investigación es el avance de la cultura Cashless en Colombia y más específicamente cómo pueden los usuarios acceder mayoritariamente a la tarjeta débito para poder realizar transacciones más seguras y avanzar en lo que hoy en día se conoce como el futuro de los pagos y la economía en general. Para lograr lo anterior, es necesario tener una evidencia clara de qué es la cultura Cashless, cuáles son los métodos de pago existentes en el país y cuáles han sido las principales barreras para que en el caso particular de las tarjetas débito, no se haya podido implementar del todo el uso de este medio en la población urbana de bajos niveles de ingreso.

Teniendo todo lo anterior en cuenta, un nuevo estudio de la consultora Indra reveló que en Colombia, el 60% de las personas utilizan el efectivo como su medio primario de pago en

todas sus actividades diarias, pese a que entre 2012 y 2018 el país fue uno de los de mayor crecimiento en tarjetas débito y crédito per cápita.

De acuerdo con el estudio, en Colombia hay un total de 27.524.422 tarjetas débito, mientras que las de crédito sin contar las del sector retail suman 14.898.432.

Es decir, por cada tarjeta de crédito activa en el país, hay 2,4 tarjetas débito.

(Sarmiento, 2017)

Sin embargo, lo anterior no significa que existan más de 27 de millones de personas con tarjeta débito, porque es evidente que la población con mayores ingresos monetarios tiende a tener más de una tarjeta débito, tal como se deduce del resultado de investigación que se cita a continuación:

“Hasta septiembre del año pasado el 83,3 por ciento de la población adulta colombiana (cerca de 29 millones de personas) contaba con al menos un producto financiero” (García, 2020). Por lo tanto, el 16,7% de dicha población adulta, equivalente a 6 millones de personas aproximadamente no están bancarizados y consecuentemente, no tienen tarjetas débito. El fenómeno puede ser más grave si se tiene en cuenta que la bancarización no significa necesariamente el uso de tarjeta débito.

El potencial de crecimiento de las tarjetas débito, además de lo anterior, se refuerza por el hecho de que las personas del sector urbano que usan las tiendas de barrio están pagando sus necesidades mediante el efectivo, ya que un estudio de la Universidad del Rosario demostró que en Colombia, el 72% de las tiendas mencionadas en las localidades populares, no ofrecen medios alternativos de pago como lo son las tarjetas débito o crédito, supuestamente para ahorrarse el IVA o algunos impuestos de renta/transacciones y eventualmente, para no incurrir en comisiones altas hacia los bancos.

Por eso, si la situación persiste, creemos que Colombia perderá una gran oportunidad de modernizarse en el uso de medios electrónicos de pago, lo cual bloquea muchas ventanas comerciales, no permite la agilización de las transacciones, y complejiza la contabilidad y reporte de las actividades económicas, perpetuando así la diferencia entre la economía formal de los niveles de ingresos medios y altos versus la economía informal de los sectores populares. Adicionalmente, se corre el riesgo de que el país pierda competitividad y oportunidades en posibles acuerdos y negocios internacionales. Por todo lo anterior, se debe intervenir efectivamente en la aceleración del “Cashless” en el país, dentro del cual las tarjetas débito se presentan como una gran oportunidad.

Dado todo lo anterior, la tesis de investigación se plantea la siguiente pregunta:

En el campo de las facilidades de acceso que otorga el sistema bancario en Colombia, ¿Cuáles son las principales barreras y las posibles soluciones para el avance del uso de tarjetas débito en los segmentos de población urbana con bajos niveles de ingreso?

La justificación de esta investigación parte de que la respuesta a la pregunta formulada aportará a través de este estudio, datos claves para identificar los obstáculos que se presentan para lograr un avance en la cultura Cashless de tarjetas débito y especialmente para contribuir con alternativas de solución que eliminen dichas barreras, de tal forma que si el estado, las entidades financieras y el mercado en general diseñan acciones que supriman las dificultades identificadas, el uso de tarjetas débito en los sectores populares se facilite y se implemente con mayores niveles de compromiso y consecuentemente con más velocidad.

No se trata tan sólo de enunciar los obstáculos de implementación de pagos débito, si no de profundizar en su análisis, para que las variables causales se puedan manejar operacionalmente en forma efectiva. Por ejemplo, si el comportamiento de los tenderos está influenciado por costos que la realidad es inmanejable para el nivel de ingresos de estas actividades, la comprensión de este fenómeno debería desembocar en un acuerdo entre el estado y la banca,

respecto a los alivios posibles que se pueden ofrecer a los tenderos para lograr su compromiso con la adopción de pagos virtuales. En el fondo, muchas de las variables a analizar, requerirán una discusión de causa-efecto y una identificación de los actores que más pueden colaborar a solucionar los obstáculos analizados.

Los resultados de un estudio como este, dado que están enfocados desde las diferentes variables que podrían tener incidencia en la situación descrita, tendrán implicaciones en entre otros en los siguientes aspectos:

Primero, la remoción de barreras culturales en el uso de medios de pago débito. Segundo, la adopción de leyes o normativas gubernamentales que faciliten el uso de dichos medios. Tercero, el diseño de procedimientos más eficientes, prácticos y menos costosos por parte de las entidades financieras. Cuarto, la eliminación de temores o costos innecesarios hacia los intermediarios del mercado tales como tenderos y establecimientos de barrio. Finalmente, la aceptación generalizada de los consumidores en relación con las bondades del nuevo sistema de pagos.

Por lo anterior, los beneficios mencionados en el párrafo anterior afectarán positivamente a los diferentes segmentos de la sociedad, desde el gobierno hasta los consumidores finales, pasando por los establecimientos de comercio y finanzas. En una economía en la que existen altas tasas de informalidad, el gobierno puede considerar, por ejemplo, alternativas de solución en las que las tarifas impositivas se sacrifiquen parcialmente a cambio de obtener ampliar la base de contribuyentes a los impuestos. Por otra parte, los consumidores finales pueden verse estimulados si por ejemplo las entidades financieras implementan políticas efectivas de incentivos a quienes se “bancaricen” y a los que gradualmente incrementen sus transacciones por medios electrónicos. Eventualmente, si las entidades financieras pueden reducir sus comisiones de tarjetas débito para los segmentos de

tiendas de barrio, será más fácil para estas fomentar las ventas a través de esos medios. Finalmente, los consumidores individuales pueden verse inmersos en un mercado donde los incentivos a todos los actores económicos los “comprometan” a usar esta alternativa de pago sin temor y con algún beneficio tangible como el costo de las soluciones o intangible como la agilidad de sus operaciones

Como hipótesis de la investigación este estudio se formula: que el aumento en las facilidades de acceso al sistema bancario para los segmentos urbanos de bajo nivel de ingreso en la población colombiana se reflejará en un aumento significativo de la participación del uso de tarjetas débito.

Usaremos entonces la variable de acceso a servicios financieros, como variable independiente dentro de la investigación. La variable dependiente sería la cobertura de los medios de pago débito, en el total de las transacciones de Banca Personal. Se entenderá por facilidad de acceso al sistema bancario, cualquiera de los elementos que atraigan a las personas económicamente activas hacia el uso de los servicios bancarios especialmente, para los productos *Débito*. Dentro de estos elementos, prestaremos especial atención a los costos involucrados para el usuario, los niveles de información comunicados a los mismos, la velocidad de las transacciones por dichos medios, el nivel de seguridad del dinero involucrado y la disponibilidad de dispositivos por usuario. Entenderemos la variable dependiente, como la cantidad de usuarios de los medios *Débitos* comparada con el universo potencial de usuarios, que sería equivalente a la población económicamente activa.

Dada la anterior hipótesis y gracias a una serie de relaciones entre las variables a estudiar, el presente trabajo tiene como **objetivo general:** Analizar la relación entre las facilidades de acceso al sistema bancario colombiano y el uso de tarjetas débito como medio de pago, con el fin de explorar preliminarmente posibles alternativas de solución al problema, delineando las

bases para un modelo de inclusión y mayor acceso al sistema financiero para el segmento de población urbana de ingresos bajos en Bogotá.

Como **objetivos específicos**, se plantean los siguientes:

- Identificar las barreras de *mayor* impacto en Colombia para el uso generalizado de tarjetas débito.
- Analizar las ventajas y desventajas que tiene el uso de tarjeta débito frente a otros medios alternativos de pago existentes en Colombia, según la opinión de expertos del sector financiero.
- Explorar la percepción sobre el uso, ventajas y desventajas de la tarjeta débito, que tienen los usuarios de la población objetivo.

1. Revisión de la literatura

Para tener unas bases sólidas y sustentar el trabajo de la mejor manera, se escogieron diferentes artículos que aportan y articulan el problema de investigación en gestión. Lo que se busca con la presente revisión es indicar los avances más importantes que se han logrado con respecto al conocimiento del tema de investigación y presentar de manera clara y relevante una guía propia que ayude a sustentar los argumentos y reflexiones a lo largo de todo el trabajo de grado.

1.1 Efectivo y derivados

En el primer artículo escogido para sustentar el trabajo de grado, Martínez (2019) analiza el impacto que la popularización de las tarjetas débito ha tenido sobre las preferencias de pago de los clientes bancarios con cuentas de depósito en Colombia. Teniendo eso en cuenta, se usan ciertos modelos de ecuaciones simultáneas con los cuales analizan los pagos habituales y las compras al por menor de bienes no durables que este grupo poblacional realiza de manera presencial, en función de variables macroeconómicas, de infraestructura de pagos e idiosincráticas. Los resultados de la investigación muestran la importancia de la tasa de interés de corto plazo, la infraestructura de pagos y el gravamen a los movimientos financieros en las preferencias por instrumentos de pago de la población escogida para el estudio. Se cree que el artículo ayuda a dar evidencia sobre la importancia y la facilidad de acceso al uso de tarjeta débito, su funcionalidad, ventajas y grado de popularidad en Colombia para entender mejor el mercado objetivo en el actual trabajo de grado.

En el segundo artículo escogido para sustentar el trabajo de grado, Fujiki (2020), busca entender las distintas políticas que ha implementado Japón para buscar una economía más desmonetizada, pero de cómo se han encontrado con ciertas barreras, más que todo culturales que han imposibilitado la consolidación de dicha economía. Uno de los problemas más grandes

que ha tenido Japón es la alfabetización financiera ya que las personas no conocen cómo funciona el sistema financiero y cómo acceder a él. Este estudio será muy positivo para nuestra investigación ya que nos posibilitará la comparación directa de culturas y de diversas barreras. La metodología implementada en este estudio es una comparación cuantitativa por clases sociales para identificar el tema de alfabetización financiera y cómo se pueden superar estas barreras por medio de la correcta implementación entre la educación y el pleno apoyo del estado. Adicionalmente, cómo la demanda por efectivo varía dependiendo de la clase social y de la educación que tienen las personas de estos grupos sociales. Gracias a lo anterior, se podrá comparar el artículo de cierta manera con Colombia dado a la marcada diferencia social en el país. Este estudio posibilitará analizar la correlación que existe entre las clases sociales y la demanda por efectivo que se tiene.

Los resultados de esta investigación reflejaron la relación directa que existe entre las clases sociales y la demanda por efectivo. De cierta manera, se podrá comparar esto con la economía y la sociedad colombiana ya que al establecer esta correlación se podrá analizar en un campo específico como lo es Colombia. Sin embargo, existen grandes oportunidades para explotar ya que las clases sociales que más demandan efectivo tienden a ser las personas más educadas financieramente. Se cree que este artículo va a servir mucho durante toda la investigación ya que Japón siempre ha sido un país de referencia para adoptar estrategias de crecimiento económico.

En el tercer artículo, Agrawal y Gentry (2020) muestran como el tiempo de pago se conceptualiza como una característica de pago útil para explicar las motivaciones para preferir diferentes tipos de pago. Se muestra como el efectivo, las tarjetas de débito y la banca en línea en general representan las preferencias de los usuarios para pagar en estos tiempos, mientras que las tarjetas de crédito y préstamos representan la inclinación a pagar más popular. En el artículo se desarrolla un modelo de tiempo de pago para teorizar las elecciones de los

consumidores sobre los tipos de pago con diferencias en el tiempo de pago. El modelo propuesto presenta cuatro motivaciones para las preferencias de tiempo de pago las cuales son: 1. el grado de prominencia de las recompensas 2. la percepción de estrés financiero 3. la adopción de heurísticas para la administración del dinero y 4. la influencia de la capacidad financiera percibida.

El artículo es muy relevante para el tema en cuestión, dado que abarca la mayoría de las opciones de pago que se encuentran en Colombia y cuáles son las preferidas por las personas dependiendo de diferentes tipos de necesidades. El tiempo de pago es una variable fundamental a la hora de realizar una compra, y el efectivo en Colombia ha generado gran popularidad dentro de los barrios más vulnerables dada la facilidad de uso y sentido de poder.

En el cuarto artículo seleccionado, Greenacre y Akbar (2019) muestran cómo han cambiado los hábitos de consumo con el paso del tiempo. El estudio se realizó específicamente en Australia y permitió el análisis de las diversas tendencias que existen cuando se tratan de métodos de pagos alternativos. Además, muestra como los hábitos del consumidor muestra que el gasto aumenta cuando existen diversos métodos de pagos alternativos y no sólo el pago con efectivo. La metodología que implementó este estudio fue una prueba en Australia en donde se buscaba entender el comportamiento del consumidor, para identificar cómo varían los hábitos cuando existen nuevos métodos de pago. Este estudio también mostró diversos resultados tales como que las personas de menores recursos son menos receptivas a las señales de precio cuando utilizan un método de pago alternativo. Es decir que se evidencia una oportunidad gigante y es básicamente cómo estimular el consumo independientemente de las clases o el ingreso promedio. Los resultados de esta investigación muestran resultados similares a las distintas fuentes bibliográficas en donde la adopción de estos métodos de pago va ligado directamente al nivel de ingreso y de clase social. Sin embargo, el estado colombiano tiene una oportunidad muy grande de tener una ventaja competitiva si empieza a incentivar más el cambio de hábitos

por parte de la sociedad. El caso australiano es un caso que servirá de punto de comparación y nos brindará una perspectiva mucho más completa de los pros y los contras de una economía desmonetizada. Este artículo servirá para entender los hábitos de consumo de las personas.

De acuerdo con Immordino y Russo (2018), los pagos sin efectivo dificultan la evasión fiscal porque crean un camino para las transacciones subyacentes. Utilizando datos europeos, se encuentra evidencia empírica que respalda esta afirmación: los pagos con tarjeta de crédito y débito están relacionados negativamente con la evasión del IVA. También se encuentra que el uso de tarjetas electrónicas para retirar efectivo en cajeros automáticos, al hacer que el efectivo sea más abundante, fomenta la evasión del IVA. Así mismo, este estudio, muestra cómo la implementación de métodos de pago alternativos posibilita una mayor transparencia del dinero y evitan la evasión de impuestos. Los gobiernos deben buscar adaptarse a estas nuevas tendencias para así buscar estados más éticos y transparentes. El estudio implementa una metodología que muestra una correlación directa con la implementación de métodos alternativos de pago y con la mayor transparencia tributaria. Este estudio es la prueba fehaciente que los estados deben buscar implementar estas políticas para encaminar a una sociedad con mucha más transparencia y justicia. Como conclusión, este estudio garantiza un punto de comparación y pruebas desde el punto de vista tributario de los impactos positivos de una economía cada vez más desmonetizada y da razón de que el uso de tarjeta débito es fundamental para el futuro financiero de las personas.

En otro artículo, Bruggink y Lepecq (2018) hablan sobre como las personas tienden a dar por sentado el efectivo, pero la distribución suave, eficiente y segura del efectivo en realidad está respaldada por un ecosistema complejo conocido como el ciclo del efectivo. El efectivo no siempre es el instrumento de pago más eficiente, pero, en la mayoría de los casos, lo es. Así mismo, el artículo explica como el apetito por el dinero en efectivo no ha disminuido, pocas sociedades están cerca de un "sin efectivo" o incluso de "menos efectivo". De hecho, la

demanda de efectivo ha aumentado en la mayoría de las economías avanzadas desde el comienzo de la crisis financiera mundial. Dentro del artículo se trabaja una entrevista, la cual aborda tres tendencias principales destinadas a aumentar la eficiencia del efectivo. Primero, los bancos centrales han estado adaptando sus políticas de distribución de efectivo con miras a aumentar la velocidad de circulación de billetes y la eficiencia del ciclo de efectivo. La automatización ha sido la segunda área de innovación. Por último, muchas otras innovaciones contribuyen a la eficiencia del efectivo. El resultado de la entrevista afirma que el efectivo posee atributos únicos, que en su mayoría no tienen comparación con instrumentos de pago alternativos. En un momento en que la confianza en los bancos sigue siendo baja, proporcionar acceso a un producto que los consumidores desean y necesitan podría contribuir a restaurar la imagen de los bancos ante el público. Es por esa razón que se cree que la entrevista va a ser de mucha utilidad, para entender los pros y contras del efectivo en la sociedad.

En otro artículo que se escogió para la investigación, Cohen, Rubinchik y Shami (2019) dan una mirada sobre como construimos un modelo de equilibrio general simple para demostrar cómo eliminar el efectivo puede conducir a una mala asignación de recursos en una economía naturalmente segmentada con sectores observados (oficiales) y no observados (informales). El artículo señala varias consecuencias adicionales no deseadas de la eliminación de efectivo. Este estudio resulta muy positivo para la investigación ya que da un contexto de las posibles repercusiones de una economía desmonetizada. Ya que según los autores la disminución desenfrenada del efectivo podría afectar significativamente al comercio, este artículo utilizará una mitología cuantitativa y cualitativa al mostrar una perspectiva en donde las nuevas tecnologías y los nuevos hábitos de consumo relativos al uso del efectivo, impactan negativamente las economías de los países. Como conclusión, se cree que el resultado de este artículo será muy favorable ya que dará un punto de comparación frente a las diversas fuentes

consultadas. Otorgará una visión holística del problema y de cómo se podrá abordar los desafíos que vienen con el paso del tiempo.

1.2 Inclusión financiera

En el octavo artículo, Cardona Ruiz y Elifonso (2018) hablan sobre cómo el acceso al sistema financiero formal permite a las personas organizarse financieramente, ahorrar y planear sus pagos para el futuro; pero, la investigación muestra que todavía es alto el porcentaje de la población colombiana que se encuentra fuera de dicho sistema, en especial las mujeres. El objetivo del trabajo escogido era medir, a través de un modelo econométrico alimentado con datos de 2014, del Global Findex Data base del Banco Mundial, las diferencias de género en términos de inclusión financiera en Colombia en ese año. El artículo seleccionado nos dará una idea de cómo se está manejando el acceso a las personas a los sistemas financieros y entender por qué las personas de bajos recursos todavía optan por utilizar efectivo en vez de tarjetas débito. Los planes de ahorro por parte de los bancos al parecer no son lo suficientemente atractivos o financieramente rentables para que las personas de pocos recursos opten por obtener una bancarización efectiva.

En el noveno artículo, Hook (2019) habla sobre cómo el discurso financiero actual sugiere la inminencia de una sociedad sin efectivo, el cual es un concepto que surgió de la popularización global de los servicios financieros digitales y el desarrollo de tecnologías con potencial de aplicación en los mercados financieros. El artículo cuenta como las tendencias económicas están cambiando y los distintos estados deben encontrar una oportunidad de mejora y de cómo encontrar una manera de adaptarse a esta nueva economía y cultura de pago por parte de los consumidores. Se cree que este artículo puede ser muy relevante para la investigación ya que mostrará la ventaja competitiva que supone la implementación y

consolidación de una economía desmonetizada. El mundo está cambiando y es responsabilidad de cada uno ver esto como una oportunidad de mejora enorme y no como una amenaza.

En el décimo artículo, Hoang (2020) muestra una perspectiva diferente al explicar la disposición a utilizar tarjetas débito en la que el uso de la misma se trata como una elección racional sobre el efectivo en vez de un medio de pago alternativo. El artículo es muy interesante ya que cuenta cómo la tarjeta débito no la ven los usuarios como un recurso financiero sino como un medio diferente y eficaz a la hora de realizar todo tipo de adquisiciones y pagos. También, este estudio identifica los costos y beneficios asociados con el uso de la tarjeta débito y prueba los efectos de estas fuerzas en la disposición de los usuarios de tarjetas débito a usar la misma. Además, este estudio también investiga la influencia del hábito de efectivo en la disposición a utilizar tarjetas de débito. Para realizar el estudio se utilizó el método cualitativo con entrevistas a profundidad para desarrollar una hipótesis y escalas de medición como encuestas cuantitativas para probar el modelo conceptual. El artículo es de mucha utilidad ya que evidencia las ventajas a la hora de adquirir una tarjeta débito. A pesar de que las personas sientan el efectivo es más seguro a la hora de realizar sus transacciones, el uso de tarjeta débito y las nuevas tecnologías han perfeccionado y cambiado la manera de pensar de los consumidores, lo cual da a entender fundamentos necesarios a la hora de realizar o proponer un modelo de inclusión financiera a la población objetivo.

En otro artículo escogido, Juntiwarakij y Sunkpho (2018) hablan sobre como los pagos con o sin efectivo han adoptado y moldeado cada vez más el futuro de las transacciones financieras. El estudio hace énfasis afirmando que las transacciones no monetarias son posibles mediante el intercambio de información digital entre los socios en ausencia de dinero físico, lo cual, según los autores, eliminaría ciertos delitos y limitaciones en los recursos involucrados en el proceso de fabricación de dinero físico. Realizando una investigación cualitativa guiada por dimensiones culturales y marcos de influencia-impacto con los datos obtenidos de Hofstede

Insights y MasterCard Advisors, este estudio tuvo como objetivo explorar la interacción entre la tasa de adopción de pagos sin efectivo y las dimensiones culturales situadas. Los hallazgos revelaron correlaciones negativas y positivas entre las dimensiones culturales nacionales y el porcentaje estimado de transacciones de pago al consumidor realizadas utilizando métodos no monetarios. Sin embargo, los delineadores encontrados en los resultados plantearon limitaciones y oportunidades para futuras investigaciones. Este estudio busca implementar una metodología que explore la interacción entre los pagos sin efectivo y las distintas dimensiones culturales que coexisten. Este estudio muestra una gran oportunidad de cómo distintos países deben optar por estos cambios en el consumo de las personas. Los resultados de este estudio dieron la “posibilidad de encontrar correlaciones negativas y positivas entre las dimensiones culturales y las transacciones realizadas por otros medios digitales” (Juntiwasarakij S. y Sunkpho, 2018) lo cual se cree es muy relevante para sustentar todo el problema de investigación y fomentar el uso de dichos medios dentro de la banca financiera.

En el siguiente artículo escogido, Serrano, Tiuzo y Martínez (2019), cuentan una revisión documental de estudios relacionados con estrategias empresariales para una población vulnerable que permite identificar cuáles han sido las estrategias de negocios que pueden implementarse para tener éxito en dicha población. Los autores recurrieron a una metodología cualitativa implementando un análisis documental. La revisión destaca los estudios más representativos en los diferentes contextos y que fueron tomados como guía metodológica.

Se cree que este artículo es muy relevante para el trabajo de grado ya que nos da una idea de cómo llegarle al público objetivo en cuestión. Entender sus hábitos de consumo y sus preferencias a la hora de adquirir productos y servicios. El artículo provee diferentes estrategias que empresas han utilizado para llegar a la población objetivo, lo cual es muy pertinente a la

hora de proponer un modelo de inclusión en donde los bancos y sus productos sean atractivos para su adquisición.

1.3 Tarjeta débito

Una investigación que parece muy relevante contemplar por Truong, Phan y Tran (2020), se da para examinar los factores determinantes de la satisfacción del cliente al utilizar tarjetas débito emitidas por los bancos comerciales de Vietnam. Se encontró que las características y el precio de los productos fueron determinantes clave que influyeron en la frecuencia de uso de tarjetas de débito. Sin embargo, el impacto de cada determinante es heterogéneo entre diferentes grupos de clientes. Se encontró que hay diferentes perspectivas y necesidades dependiendo del estrato social de las personas.

La presente investigación nos parece muy relevante para poder comparar con el mercado colombiano, específicamente el bogotano, ya que la mayoría de las personas en este país no sienten ninguna satisfacción a la hora de utilizar una tarjeta débito, sino que, por el contrario, se cree que el tener efectivo y dinero físico es lo que da al consumidor colombiano esa satisfacción de poder. Si se puede encontrar ventajas que sobrepasen dicha satisfacción en el uso de la tarjeta débito, eso dará soporte a un modelo de inclusión financiera y promover el uso de las tarjetas débito en el país.

En el siguiente artículo, Rani. y Suresh (2019), hablan sobre como la administración afirmó que la desmonetización fue un esfuerzo para poner fin a la falsificación de los billetes de banco recientes supuestamente utilizados para el apoyo financiero a la violencia, así como para reducir el dinero negro en la nación. Los flujos de dinero son sistemáticos y controlables a través de transacciones bancarias. El mayor uso de tarjetas de crédito o débito, la banca neta y otros pagos en línea son algunos de los efectos positivos de la desmonetización. El estudio se llevó a cabo con 100 encuestados como público normal, donde todos han pasado por la fase de

desmonetización. Las herramientas de muestreo utilizadas para el estudio son el análisis de correlación y el ANOVA unidireccional. El proceso de muestreo utilizado para el estudio es el muestreo aleatorio. El investigador ha identificado factores como la conveniencia, la transparencia, la falta de alfabetización digital, la falta de educación financiera, la falta de infraestructura, la falta de disposición para patrocinar. La observación final es que existe una relación significativa entre el ingreso y el estado educativo entre estos factores impactantes. La metodología que se ha usado para este estudio es un estudio cualitativo que busca analizar un análisis de correlación. Y de cómo ha cambiado la percepción de cada una de estas políticas que han tomado los gobiernos. Finalmente, el resultado de este estudio es posibilitar el análisis de estas políticas y ver cómo en muchos casos falla por factores tales como la conveniencia, la transparencia, la falta de alfabetización digital, la falta de educación financiera y la falta de infraestructura.

En otro artículo seleccionado, Rivera (2019) habla sobre como con el paso del tiempo los distintos países del mundo han venido adoptado políticas que busquen reducir el uso de dinero en efectivo. El estudio logró analizar las posibles consecuencias y cómo los países deben buscar superar estos desafíos y sacar un provecho de esta nueva tendencia. La metodología que usaron fue una comprensión de esta nueva tendencia desde un punto de vista social, antropológico y psicólogo que brindó una percepción completa de lo que se viene con la implementación de dichas políticas mencionadas. Gracias a todo lo anterior, el documento analizará los numerosos efectos negativos de la adopción de una economía sin efectivo. Se cree ue el artículo es relevante para la investigación ya que adopta medidas de cómo sería una civilización sin efectivo, motivando el uso de medios digitales dentro de ellos, la tarjeta débito.

En otro artículo que es interesante analizar para el desarrollo de la tesis de grado, Lauer (2020) habla sobre cómo las tarjetas modernas abarcan una asombrosa variedad de tecnologías de consumo, desde tarjetas de crédito y débito hasta tarjetas de valor almacenado y de lealtad.

Pero lo que une a todos estos medios financieros es su conexión con los sistemas de mantenimiento de registros. Se dio a entender que, con las tarjetas de pago, los bancos y los comerciantes han podido acumular vastos archivos de datos transaccionales. SE concluyó que dicha información es un activo valioso en sí mismo y puede utilizarse para programas de análisis de datos internos o venderse como inteligencia de marketing a terceros. La investigación se realizó en Estados Unidos, ya que dicho país tiene gran cantidad de consumidores y usuarios financieros y los medios de pago no convencionales son cada vez más populares dentro del mercado.

Se cree que el presente artículo es fundamental para entender la importancia de las tarjetas débito y crédito en la actualidad, ya que gracias a todos los avances tecnológicos que ha traído consigo los años, la bancarización virtual se da a entender como el futuro de las personas, bancariamente hablando.

En el siguiente artículo, Gómez González, Jaramillo Echeverri y Meisel Roca (2017) presentan un análisis sobre el uso del efectivo y de las tarjetas débito y crédito en Colombia, haciendo referencia a cómo se han utilizado los mismos a medida que pasa el tiempo. También, los autores argumentan y explican el alto uso del efectivo que persiste en el país sobre todo en las clases sociales media-bajas. Utilizan el Estudio de Demanda de Banca de las Oportunidades (2015) para realizar un ejercicio probabilístico de tipo Probit donde identifican que la demanda de crédito depende del estatus laboral, la región, la edad y la confianza en el sistema financiero de cada individuo. Por su lado, la demanda de cuentas de depósitos depende de la zona (rural/urbana), el nivel de ingresos, el nivel educativo, pertenecer al sistema SISBEN y la confianza en el sistema financiero del individuo.

El artículo es perfecto para la tesis de grado ya que toca el tema fundamental de la investigación el cual es determinar por qué las personas de bajos recursos no acceden a tarjetas débito, sino que por el contrario prefieren el manejo de dinero en efectivo dependiendo de

algunas variables como el nivel de ingresos, el nivel educativo, la confianza que hay en el sistema financiero entre otros.

En otro artículo interesante de analizar y comparar con Colombia, Swain y Kesh (2020) argumentan sobre cómo la gestión de las expectativas del cliente es la clave del éxito empresarial en todos los sectores, incluidos los servicios bancarios y financieros. El documento explora el dinero plástico y la billetera virtual como modos de pago. Los datos se analizan en función de factores económicos, técnicos, demográficos, de percepción y educación. Para la realización de la investigación, los autores utilizaron una metodología mixta y los datos se evaluaron de varias maneras, incluido el análisis de componentes principales y el Modelo de Aceptación de Tecnología. Los resultados muestran que a los clientes les gustaría más funciones que les ayuden a seleccionar las carteras y tarjetas móviles adecuadas para sus necesidades personales.

El artículo es relevante para el problema de investigación ya que da un modelo comparable con Colombia sobre cómo los usuarios prefieren diferentes tipos de inputs para acceder a las diferentes entidades financieras y adquirir sus productos bancarios según sus necesidades personales.

En otro artículo que creemos es relevante para la investigación, Figueroa y Martínez (2016) examinan el impacto de los sistemas electrónicos de pagos de alto y bajo valor sobre la demanda de dinero. Para ello, utilizan un marco teórico de un modelo de generaciones que explica cómo el uso de los medios de pago electrónicos afecta a la demanda de dinero y cómo la autoridad puede incidir sobre dichos medios para garantizar su estabilidad y eficiencia. Los autores utilizan metodologías de integración y de corrección de error para determinar la existencia de una relación de equilibrio entre los medios electrónicos de pago y la demanda de dinero.

El presente artículo es muy relevante para la elaboración de la tesis de grado, ya que fundamenta los medios electrónicos de pago sobre la demanda de dinero que hay en la sociedad. Se puede entender de mejor manera cómo se están relacionando las dos cosas para abarcar mejor el problema en cuestión y saber si es mejor acudir al dinero en efectivo o, por el contrario, acceder a sistemas financieros y ser acreedor de una tarjeta débito.

Finalmente, en el último artículo, Durán (2019) habla sobre como los avances tecnológicos, el desarrollo de la infraestructura de comunicaciones y el aumento de una cultura financiera más amplia están creando la posibilidad de utilizar, poco a poco, sistemas de pago electrónico a expensas del dinero físico. (2019 Universidad Autónoma de Madrid). En este artículo, el autor intenta analizar desde el punto de vista de la microeconomía y la macroeconomía los efectos, el impacto, las ventajas y las desventajas de una economía sin efectivo, donde todos los pagos se realizarían y recibirían por medios electrónicos o digitales. Como conclusión, el resultado de esta investigación arrojo que el factor más importante para la desaparición del uso del efectivo es la tecnología sin embargo se presentan los factores microeconómicos y macroeconómicos al detalle.

Se cree que el artículo es de gran relevancia para el problema de investigación en cuestión y todo el tema general de la tesis de grado ya que fomenta el no uso del efectivo y la inclusión de todas las personas en servicios bancarios por medio de tarjetas débito y crédito.

2. Metodología

2.1 Tipo de Investigación

La presente monografía tuvo una metodología mixta en la que se utilizaron enfoques cualitativos y cuantitativos. Por un lado, se buscó usar una metodología cuantitativa ya que se quiso obtener planteamientos acotados para medir las barreras y fenómenos específicos que tienen una relación directa con el problema identificado. Desde esta dimensión cuantitativa, se pudo establecer un análisis de la realidad objetiva, gracias a un proceso secuencial y deductivo. Este primer enfoque permitió llegar a conclusiones más precisas con la posibilidad de hacer predicciones, basadas en generalizaciones con alto nivel de certeza. La herramienta que se usó para esta medición cuantitativa fue el diseño, aplicación, consolidación y análisis de las respuestas a protocolos de encuesta orientados a las variables dependientes e independientes involucradas en el estudio.

Desde la dimensión cualitativa, se buscó enriquecer y ampliar las conclusiones del estudio, haciendo uso de un enfoque inductivo, centrado más en el trabajo ya realizado exhaustivamente por analistas especializados en el tema. Esto permitió una expansión de algunos de los temas particulares del estudio, en razón a que, uno, es enfoque no lineal, no estadístico, pero si basado en el conocimiento experto. La herramienta que preferimos para adelantar esta metodología cualitativa fue el uso de entrevistas de opinión aplicadas a un panel de expertos, cuyo reconocimiento en el tema los convierte en referentes autorizados para reforzar las conclusiones cuantitativas, proponer matices de algunos de los análisis o agregar elementos útiles a las conclusiones ya obtenidas con el primer enfoque.

2.2 Diseño Metodológico

2.2.1 Fase 1

Teniendo en cuenta la metodología propuesta, las etapas de la investigación fueron:

- Determinación de la población objetivo y de la muestra representativa del estudio cuantitativo. Se encuestó a 151 personas de estratos 1, 2 y 3 de la población urbana en Bogotá, Colombia.
- Definición de las variables cuantitativas a considerar, para diseño de la base de preguntas de la encuesta.
- Descripción del método, medio y canal de recolección de datos. Para la obtención de los datos, se realizaron las encuestas por medio de llamadas telefónicas, chats virtuales vía WhatsApp, entrevistas personales y el uso de “Forms” para enviar la encuesta a múltiples personas vía Facebook y derivados. (Ver en el anexo 5 las preguntas a los encuestados)
- Procesamiento y análisis de la información cuantitativa recolectada. Se recolectó la información de todos los canales utilizados y se sacaron las principales conclusiones.
- Elaboración de un informe preliminar de conclusiones de encuesta

2.2.2 Fase 2

- Conformación del panel de expertos para investigación cualitativa. Los expertos en cuestión fueron: Freddy Castro Badillo, director de la Banca de Oportunidades, Javier

Díaz Fajardo, presidente de Bancóldex, Julián Montejo, CEO y Fundador de Movii y Luis Roberto Cabrera, Director de Productos & Medios de pago en Banco de Bogotá.

La serie de preguntas realizadas fue la siguiente:

1. Según su experiencia, ¿Qué factores existentes o potenciales en el sistema financiero colombiano, facilitan o impulsan un mayor acceso de las poblaciones urbanas de bajo ingreso a productos financieros como la tarjeta débito?
 2. En sentido contrario, ¿Cuáles considera usted que son los principales obstáculos tanto estructurales como coyunturales de acceso a servicios financieros de tarjeta débito para esta misma población?
 3. Preliminarmente, podría pensarse que algunos factores culturales pueden influir en la adopción del uso de tarjetas débito por parte de la población. ¿Qué factores culturales favorecerían el avance de las tarjetas débito en el segmento de población urbana de bajo ingreso?
 4. Dentro del contexto cultural, ¿Qué costumbres, creencias, temores, expectativas u otros imaginarios pueden impedir o retrasar el avance de las tarjetas débito en la población mencionada?
 5. Adicionalmente a los factores analizados en los puntos anteriores, ¿Cuáles variables o eventos macroeconómicos actuales o potenciales influirían positiva o negativamente en el uso masivo de tarjetas débito en este segmento de población?
 6. En resumen, ¿Cuáles serían los pilares esenciales que debería considerar un modelo de inclusión de la población urbana de menores ingresos, basado en el acceso y uso masivo de tarjetas débito? Favor detallar esta respuesta en los niveles estructurales, culturales y operacionales si es posible.
- Presentación de las conclusiones preliminares a cada miembro del panel y entrevista para obtención de comentarios, propuestas y recomendaciones del panel.

- Análisis de las contribuciones obtenidas por entrevistas cualitativas.
- Elaboración del documento final de investigación, tomando en cuenta las etapas anteriores.

3. Barreras de *mayor* impacto en Colombia para el uso generalizado de tarjetas débito

3.1 Acceso a Servicios Financieros

Teniendo en cuenta que existen distintas barreras que impactan negativamente el uso generalizado de tarjeta débito, es fundamental analizar rigurosamente el nivel de “inclusión financiera” que se ha logrado en el país y la incidencia que, en este logro, han tenido las barreras de oferta y demanda, así como la regulación gubernamental. Tal como lo señala Carlos Gustavo Cano y coautores en su estudio “Acceso a Servicios Financieros en Colombia”, el concepto de inclusión financiera va más allá del significado de bancarización, por que no necesariamente al contar con un producto financiero, significaría que dicho producto ha sido usado recientemente.

“En Colombia, por ejemplo, el 67.1% de la población tiene acceso a algún producto financiero, principalmente cuentas de ahorro, sin embargo, la tercera parte de estos no lo ha utilizado en los últimos seis meses.” (Cano, 2014)

Ahora bien, ¿Cuáles serían las razones por las cuales un colombiano no tiene acceso a ninguno de los productos financieros o a pesar de tenerlo, decide no utilizarlo en el normal desarrollo de su vida financiera? Las razones de este comportamiento debemos buscarlas como se menciono anteriormente en tres escenarios: el de la oferta, el de la demanda, y el de la regulación.

3.1.1 Desde el punto de vista de la oferta, se pueden resaltar las siguientes barreras:

- 1) Un deficiente conocimiento sobre las necesidades y preferencias financieras de los hogares y las firmas excluidas; 2) la rigidez de la oferta de productos financieros para adecuarse a dichas necesidades; 3) la ausencia de incentivos

que induzcan a los intermediarios financieros a ofrecer tales productos especializados en el mercado potencial de los excluidos; 4) la falta de desarrollos tecnológicos que permitan reducir los costos fijos de la oferta, los altos costos para atender zonas apartadas, y la baja rentabilidad que obtiene la población más pobre por el uso de servicios financieros (Demirguc- Kunt A., Klapper L,2012)

En referencia al producto de tarjeta débito, es fácil percibir la incidencia de las anteriores barreras, lo cual será posteriormente validado con los resultados del estudio de esta investigación, puesto que: 1) no se encuentran fácilmente estudios de las necesidades financieras de los hogares de menor ingreso y particularmente sobre la manera como la tarjeta débito cubre dichas necesidades, reforzando la idea de desconocimiento por parte de las instituciones gubernamentales y bancarias sobre la inclusión de este grupo poblacional;2) las entidades bancarias han definido que el producto tarjeta débito es un producto uniforme para todo tipo de población, con las mismas condiciones de manejo en terminos de servicios y costo, consecuentemente con el desconocimiento de las condiciones de la población de menor ingreso que ameritan un diseño específico de productos pertinentes; 3) si el producto tarjeta débito es el mismo para todo aquel que accede a una cuenta de ahorros, es obvio que los incentivos a los tarjeta-habientes son los mismos independientemente de los diferentes niveles de ingresos, lo cual constituye un desestimulo tanto para los ahorradores de menor ingreso, como para los intermediarios financieros que obtienen comisiones proporcionalmente mayores en la medida que sea mayor la cantidad de dinero transada en cada cuenta, lo cual no es un tema menor porque los esfuerzos de las entidades financieras prefieren centrarse en los hogares de mayor ingreso, haciendo así menos factible la inclusión de los más pobres y 4) Es entendible que desarrollar un producto específico de tarjeta débito para hogares de menores ingresos genera costos de desarrollo tecnológico y costos adicionales de acceso a zonas no desarrolladas que

frenan la oferta y por otra parte, deben ser compensados con comisiones de uso que la población pobre tendrá más dificultad para pagar.

3.1.2 Desde el lado de la demanda, igualmente se han determinado algunas barreras que obstaculizan la inclusión financiera de los hogares de menor ingreso:

- 1) Bajos niveles de información por parte de la población sobre los productos financieros existentes; 2) bajo nivel de capacidades o educación financiera de la población 3) elevados costos asociados a la apertura y mantenimiento de productos financieros particularmente de las cuentas de ahorro, incluyendo las exigencias sobre saldos mínimos 4) incapacidad de los agentes para cumplir con la totalidad de la documentación requerida; 5) carencia de asistencia técnica o especializada de expertos que les puedan explicar con claridad e independencia los portafolios de los servicios financieros disponibles y sus costos, ventajas y desventajas; 6) falta de colaterales o garantías que satisfagan las exigencias de los bancos, y en general su incapacidad para respaldar las operaciones con sus ingresos en caso de no contar con empleo formal y estable; y finalmente 7) desconfianza de algunos segmentos de la población en las instituciones financieras formales. (Demirguc- Kunt A., Klapper L, 2012)

En relación con estas barreras, desafortunadamente, la cantidad de información que soporta estas afirmaciones no es tan abundante como las barreras de oferta; por esto, la investigación del presente estudio colaborará con el avance de dichas bases de información. Sin embargo, preliminarmente podemos anotar los siguientes hechos que refuerzan las dificultades de un producto como la tarjeta débito desde el ángulo de los hogares de menor ingreso: 1.) No hay evidencia de campañas permanentes o frecuentes que busquen informar y educar a este segmento de población sobre los productos disponibles, resultando así que la información a

dicha población es insuficiente; 2) complementariamente a la falta de información, la población más pobre está caracterizada por niveles de educación más bajos, lo que se ve reflejado en mayores dificultades para entender los beneficios de la tarjeta débito sin recibir información detallada y educación complementaria; 3) Dado que los costos de manejo de la tarjeta débito son similares en el monto para todos los tarjeta-habientes, no se ha analizado por parte de las entidades financieras lo que significa dicho costo porcentualmente frente a los ingresos de los que tienen menos dinero en la cuenta, por lo tanto, lo que para algunos es un pequeño descuento, para otros es una gran parte de su ingreso; 4) También se observa que las personas con menores ingresos, hacen parte en su mayoría de las actividades económicas informales y esto dificulta la posibilidad de presentar certificación de ingreso y/o certificados laborales como parte de la documentación necesaria para acceder a estos productos.; 5) con el objetivo de mantener sus eficiencias, las entidades financieras no disponen de puestos de trabajo o estructuras que se especialicen en productos para el segmento más pobre, sino que cubren dichos servicios con el mismo personal asignado para las otras poblaciones. 6.) la informalidad de la economía de la población de menor ingreso, también les impide garantizar una relativa continuidad en sus finanzas y a su vez, bloquea la posibilidad de algunos beneficios como créditos blandos que harían más atractiva la tarjeta débito, y 7) para complicar aún más lo anterior, se suma el hecho de que la población más pobre, percibe las instituciones financieras, como entidades creadas para ganar dinero a toda costa, idea que ha sido reforzada por las situaciones de crisis del sector financiero que se han resuelto con dineros públicos que evitan la quiebra de algunas de esas entidades sin que el esfuerzo de sus accionistas principales sea proporcional.

Por último, si se analiza el ángulo de la regulación, las principales variables que han sido identificadas como barreras son:

1) Debilidades en los mecanismos de protección del consumidor financiero, que evite posiciones dominantes del lado de la oferta, así como comportamientos financieros inadecuados del lado de la demanda que ponen en riesgo la estabilidad financiera de los hogares; 2) poca flexibilidad del marco legal y normativo para estimular la innovación de los proveedores de servicios financieros de cara a las necesidades de los excluidos; 3) falta de una genuina política de competencia en el sector financiero que promueva innovación desde la oferta para cubrir segmentos de mercado actualmente excluidos. . (Demirguc- Kunt A., Klapper L,2012)

Un análisis profundo de las barreras de regulación y de las oportunidades de mejora que podría explorar el gobierno, debe pasar por la revisión de las principales normas que rigen la relación entre proveedores de tarjetas débito y clientes, que deberían estar encaminadas a conseguir un buen balance entre los derechos y obligaciones de estas dos partes. No es arriesgado decir que en el caso de las tarjetas débito, las barreras de regulación existentes se perciben en aspectos tales como: 1.) la falta de agilidad de las entidades de vigilancia financiera y de protección del consumidor, ante las quejas de los clientes, con lo cual se refuerzan las ideas populares de baja credibilidad de las entidades financieras; 2) No se ve claramente una intención de los gobiernos de estimular la innovación de productos como la tarjeta débito para las poblaciones más pobres, salvo en las ocasiones de crisis como la que estamos viviendo con ocasión de la pandemia actual, situación que ha motivado la expedición forzosa de tarjetas débito para recibir auxilios o subsidios del gobierno y 3.) teniendo presente que los costos de innovación y competencia de tarjetas débito para poblaciones no son tan rentables para la entidad financiera, estas instituciones sólo trabajan en productos de ese tipo cuando el esfuerzo de inversión o la necesidad del mismo provienen del gobierno directamente o de la situación económica crítica. Cabe aquí una pregunta que es indispensable incluir en el presente estudio:

¿Cuántas de las tarjetas débito expedidas con ocasión de los auxilios para aliviar la pandemia, continuarán siendo usadas por los nuevos tarjeta-habientes?

3.2 Factores Culturales y Macroeconómicos

Además de las oportunidades y obstáculos en el acceso a servicios financieros, para la creación de una cultura Cashless con énfasis en tarjetas débito es esencial entender la influencia que tienen otras variables relacionadas con la macroeconomía y la cultura de pagos colombiana. Estas variables las hemos agrupado para el desarrollo del presente trabajo en tres aspectos principales: 1) El impacto en las tarjetas débito por parte del desarrollo de canales transaccionales nuevos; 2) las ventajas objetivas percibidas por la población en el uso del efectivo y 3) La idiosincracia o el conjunto de ventajas subjetivas que aprecian los usuarios de efectivo.

3.2.1 Respecto al desarrollo de canales transaccionales nuevos en los medios de pago, es conveniente citar una conclusión del trabajo realizado por Constanza Martínez Ventura para el Banco de la República en el año 2013:

El desarrollo de los canales transaccionales en la última década ha causado cambios moderados en los instrumentos de pago que usa la población bancarizada. El efecto generado por los cajeros automáticos evidencia la innegable preeminencia del efectivo, presente en un efecto positivo en las ecuaciones de retiros de efectivo y negativo en las de compras con tarjetas débito. Por el lado de los datáfonos, se encuentra una asociación positiva con el uso de tarjetas débito, pero este resultado debe tomarse con cautela, debido a que los parámetros estimados para estos

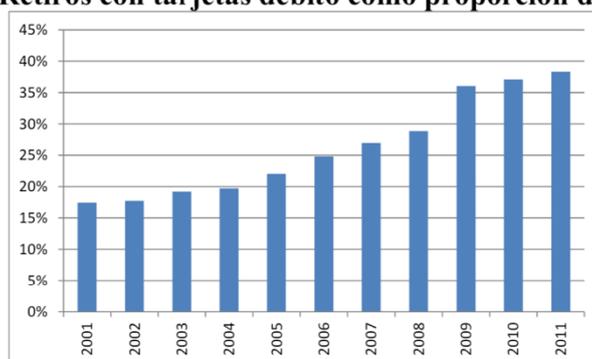
dispositivos electrónicos también están capturando el efecto generado por las tarjetas de crédito. (Martínez,2013)

De lo anterior, se deduce que a pesar de los esfuerzos en desarrollar canales transaccionales o infraestructuras físicas que posibiliten el uso de tarjetas débito, estas terminan siendo mayormente utilizadas para obtener efectivo, con el cual se continúan haciendo las transacciones tradicionales de los usuarios que prefieren este medio.

Figura 5

Retiros con tarjetas débito como proporción del Efectivo total

Gráfica No. 2 Retiros con tarjetas débito como proporción del Efectivo total



Fuente: Asobancaria, Superfinanciera, Banco de la República y DANE.

Nota: Tomado de Asobancaria, Superfinanciera, Banco de la República y DANE, (2013)

Con base en la anterior afirmación, parece muy útil monitorear los cambios que pueden haber surgido en el uso que dan las personas de menores ingresos a la tarjeta débito para años posteriores a 2012, tema que se incluyó en el presente estudio dentro de la investigación planteada, para confirmar o modificar la idea de que aún existe una gran limitación para usar las tarjetas débito en sustitución del efectivo (cultura cashless) y no como una forma de obtener liquidez para efectuar transacciones. (Cultura de pago en efectivo).

Este análisis sugiere que no basta con fomentar la adquisición de la tarjeta débito por parte de la población de menores ingresos, sino que debe desarrollarse complementariamente una campaña de educación en el uso del beneficio cashless que tiene y además asegurar la infraestructura en el comercio que incentive el uso de transacciones con tarjeta débito.

3.2.2 En relación con las ventajas que perciben objetivamente los usuarios de efectivo como medio de pago, investigaciones pasadas sugieren que existen razones poderosas para valorar el efectivo por encima de otros medios, tal como se expresa a continuación:

Los resultados sugieren que existe algún grado de sustitución entre el efectivo y las tarjetas débito por parte de la población bancarizada, pero que la sustitución entre estos instrumentos de pago no es perfecta. Esto se puede atribuir a la mayor aceptabilidad del efectivo frente a otros instrumentos de pago, al carácter anónimo que confiere a sus usuarios (no trazabilidad), a que reduce el riesgo de clonación y robo de tarjetas débito, pero también a otros factores no medidos, como los precios relativos de usar otros instrumentos de pago. (Martínez,2013)

La mayor aceptabilidad del efectivo frente a otros medios de pago puede deberse en gran parte a una falta de credibilidad de la población de menores ingresos respecto de las entidades financieras, debido a la ocurrencia de muchos sucesos de fraudes financieros, crisis bancarias y desfalcos de los depositos de ahorro que han acumulado una historia de pérdidas financieras para los ahorradores, compensadas con salvamentos a los bancos y corporaciones con dineros públicos por parte del gobierno. A pesar de que la falta de confianza sea subjetiva, está basada en condiciones objetivas de funcionamiento del sistema financiero, ya que dichas crisis o situaciones fraudulentas se han repetido durante varias generaciones en Colombia y como

resultado de ello, el pequeño ahorrador o el cuentahabiente de pocos ingresos ha transmitido a través del “voz a voz” la desconfianza hacia el sistema financiero. Varios bancos y entidades captadoras de inversión en Colombia aparecen en los titulares de los periódicos con noticias que periódicamente informan sobre la pérdida de los depósitos o ahorros de muchas personas y la poca eficacia del sistema judicial para perseguir a los responsables. Esta afirmación se incluyó también en la presente investigación para determinar si continúa siendo un factor de pérdida de confianza que afecte el avance de medios de pago diferentes al efectivo.

Por otra parte, en Colombia no se ha creado una cultura de pago de impuestos, entre otras razones por la sensación muy difundida entre la población de menores ingresos sobre la baja participación que ellos reciben en la distribución de los beneficios que provee el estado. Esto lleva a un sentimiento de abandono estatal y consecuentemente la cultura de evitar pagar impuestos o contribuciones gubernamentales por considerar que se dirigirán a favorecer a otros segmentos de la población. Aunque este elemento pueda tener un grado de subjetividad, se manifiesta objetivamente en la decisión de ocultar transacciones financieras o evitar su trazabilidad para evadir el recaudo estatal. Si en las transacciones preferiblemente se usaran tarjetas débito u otros medios de pago (Cashless), los usuarios terminarían pagando más contribuciones o impuestos al gobierno colombiano.

Las barreras de uso de tarjetas débito frente al uso del efectivo, también están influenciadas por variables de riesgo o costo. Estas variables se refieren específicamente a la probabilidad de pérdida o hurto de tarjetas débito, el costo de manejo de las tarjetas débito y el costo de uso de las cuentas de ahorro asociadas a la tarjeta. No es difícil entender que una persona o familia con ingresos bajos preferirá el uso de efectivo sin costo adicional y optará por transacciones en efectivo en las cuales el riesgo de pérdida no sea la totalidad del ingreso o del ahorro.

3.2.3 Finalmente, la incidencia de variables subjetivas es alta dentro de los factores culturales que obstaculizan el avance del uso tarjetas débito. Es así como citamos a continuación una afirmación de gran importancia sobre este tema poco investigado:

Las decisiones de la población bancarizada sobre cómo pagar también se pueden atribuir a la idiosincrasia de sus habitantes. En este tema, aspectos como el crimen, el gravamen a los movimientos financieros (GMF) y la informalidad aportan información relevante para caracterizar las decisiones de los agentes. En el primer caso, a medida que aumenta la inseguridad la población tiende a disminuir el uso de tarjetas débito, lo que se traduce en una mayor demanda por efectivo. En el segundo caso, los resultados señalan una caída en los retiros, consistente con ese sobre costo que asumen los agentes por cuenta del GMF al usar los servicios bancarios. Por el lado de la informalidad, se observa el esperado signo positivo para efectivo y negativo para tarjetas débito. (Martínez,2013)

En Colombia, las noticias sobre hurtos a personas y la sensación generalizada de inseguridad no contribuyen a que la población de menores ingresos esté inclinada a correr riesgos con el uso de tarjetas débito y por lo tanto el sistema tradicional de uso del efectivo se considera más conocido y seguro si se cumplen algunas condiciones tales como no tener que transportarlo en distancias largas y usarlo en pagos de pequeño monto. Complementariamente, la introducción de contribuciones al gobierno para cada transacción financiera, elevan el costo de la tarjeta débito igual que sucede con todos los impuestos y contribuciones que se basan en el número y el monto usado por cada transacción. En cuanto a la incidencia de la informalidad como obstaculo del uso de tarjetas débito, creemos que ya está establecida como parte de las variables de desconfianza sobre el sistema financiero y de la intención de no trazabilidad de los movimientos correspondientes.

Para dar mayor firmeza a las conclusiones preliminares de este capítulo sobre factores macroeconomicos y culturales, se incluyeron variables en el presente estudio relacionadas con el desarrollo de canales transaccionales, las ventajas objetivas y las ventajas subjetivas en el uso de tarjetas débito vs efectivo.

4. Ventajas y desventajas que tiene el uso de tarjeta débito frente a otros medios alternativos de pago existentes en Colombia, según la opinión de expertos del sector financiero.

El enfoque metodológico de nuestra investigación buscó explorar las opiniones de expertos en los temas relacionados con la investigación, lo cual constituye lo que podría considerarse como el punto de vista de la oferta dentro del problema investigado. Ya que dichos expertos son representantes del primer nivel de la alta dirección en entidades financieras que buscan promover la inclusión de población de menores ingresos en los servicios financieros.

Para lograr lo anterior, preparamos un cuestionario orientado a los tópicos claves de la investigación, que sirviera como base de una conversación con cada uno de los expertos, en donde se exploró la opinión que tienen ellos sobre las ventajas y desventajas del uso de tarjeta débito en Colombia y se profundizó en el entendimiento de la situación y en la proyección que puede tener un producto como la tarjeta débito.

4.1 Entrevista a Julián Montejo, Co-Founder de Movii.

Julián es Co-Founder de Movii, una empresa fintech que ofrece una billetera digital especializada en servicios financieros, bancarios y pagos móviles completamente en línea. Movii, se convirtió en la primera FINTECH regulada por el país bajo el modelo de Sociedad Especializada en Pagos electrónicos. (SEDPE) Además, Movii ha incluido la posibilidad a sus usuarios a usar depósitos virtuales y transacciones en dinero, todo esto, operando a través de una aplicación móvil y una tarjeta débito. Movii fue fundada con el propósito de minimizar las barreras existentes para fomentar la inclusión financiera desde la digitalización para contribuir con los objetivos de desarrollo social, crecimiento económico e impulso a la economía naranja. Según el Diario La República, Movii a finales de Julio de 2020, tenía 948.452 usuarios activos y un Market share del 90% en las SEDPE.

Para empezar, Montejo opina que una de las dificultades de inclusión más grande es la concentración de los productos bancarios del sistema financiero en el 10% de la población, lo cual significa que los bancos han estado satisfaciendo las necesidades de la población con mayores ingresos. De esta manera, él considera que el sistema financiero colombiano es muy imperfecto y refuerza su afirmación anotando que los bancos han crecido especialmente cobrando por todos los servicios que ofrecen, lo cual los lleva a no prestar mucha atención a las eficiencias internas sino preferir enfocándose en transferir los costos a los usuarios.

Esta práctica bancaria por otra parte es la que se convierte en la oportunidad más grande para que nuevas compañías como las SEDPE conquisten parte de los usuarios del sistema bancario tradicional y nuevos usuarios dentro de los cuales están las poblaciones de menor ingreso. Para lograr esto, se apalancan en la incorporación de nueva tecnología, la operación con costos fijos más bajos y la oferta de servicios diferenciales. Un ejemplo de cómo Movii está incursionando en el segmento de tarjetas débito surge de comparar la modalidad de tarjeta

débito de los bancos tradicionales que durante muchos años se mantuvo sin la posibilidad de usarse para compras por parte del usuario, en oposición a lo que realmente necesitan los tarjetahabientes y en lo cual las SEDPE entraron a competir con ventaja.

Para el tema particular de fomentar el acceso a tarjeta débito por parte de las clases populares, Montejo señala que la mayor dificultad está en que sería difícil un modelo de negocio en el que se continúe sin cobrar el uso de la tarjeta, como lo hace Movii. Esto teniendo en cuenta que los ingresos de Movii, los generan los proveedores de los servicios que se adquieren a través de la tarjeta. A lo anterior se suman otras dificultades, según Julián Montejo. Una de ellas es que la gente tiende a tener una imagen negativa de los bancos, lo cual se traduce en “no querer al sistema financiero”. Adicionalmente, la gente en Colombia quiere permanecer “invisible” unas veces por evitar impuestos, otras por los niveles de informalidad de su actividad y otras más porque algunos pueden estar involucrados en actividades ilícitas. Por último, aunque la tarjeta débito se expida, los usuarios de menor ingreso, no la usan con una frecuencia tan alta que la rotación produzca mayores ingresos para financiar las operaciones de las SEDPEs.

Sin embargo, Montejo resalta las oportunidades que surgen para los usuarios del sistema bancario en general por la llegada de nuevos competidores, ya que estos no solamente ofrecen productos y servicios para el 90% restante de la población, sino que ejercen presión indirecta sobre los bancos tradicionales, los cuales se ven forzados a ajustar sus tarifas a la baja. El fenómeno, no sólo se concentra en tarjetas débito sino en otros productos como tarjeta de crédito, créditos a PYMES, factoring, crowdfunding y leasing. Montejo también identificó los factores que favorecen el crecimiento de tarjeta débito en el segmento urbano. Señalando tres de ellos: Primero, la existencia de una regulación más amigable con los nuevos productos, materializada en la ley 1735 de 2014, reglamentada por el decreto 1431 de 2015. Esta

normatividad ha hecho posible que entidades financieras no tradicionales puedan captar dineros del público bajo ciertas condiciones, lo cual no era posible anteriormente. Segundo, el avance de la tecnología que ha posibilitado que los usuarios potenciales y reales del sistema financiero sean más ubicables e identificables. Esto facilita la masificación de productos y servicios virtualmente y el manejo de la cartera. Tercero, los avances en logística dentro del mercado colombiano, que están haciendo más fácil la distribución de tarjetas a los usuarios. Aunque culturalmente no se ven muchas tendencias que favorezcan el uso de tarjetas débito para población de menor ingreso, ya que el efectivo es más barato y fácil de operar, nuestro experto piensa que deben reforzarse las comunicaciones hacia el usuario en términos de ahorro del tiempo, una vida menos complicada en el mundo transaccional y consolidar el valor aspiracional de los usuarios que le dan a comprar por internet.

Dado que esta investigación fue planteada antes de la ocurrencia de la Pandemia del Covid-19, algunos elementos importantes emergieron como resultado de esta nueva situación de salud y de los ajustes en el diario vivir que han tenido que decidir las personas. En referencia a este nuevo contexto, Montejo reafirma los datos que están presentándose en términos de los avances de la bancarización y de los temas digitales en el sector financiero ya que estas dos modalidades han sido la opción para manejo de dinero en la mayoría de la población. Aunque esta es una buena noticia para la mayor inclusión y el aumento en la frecuencia de tarjetas débito, Montejo ve a mediano plazo el riesgo de desaceleración de los fondos destinados a estos propósitos en el sistema financiero, si la economía mundial entrara en una recesión prolongada. Por lo anterior, se manifiesta muy interesado en la presente investigación, las posibles hipótesis para un modelo de inclusión de tarjeta débito y las conclusiones que puedan formularse en el mediano y largo plazo.

4.2 Entrevista a Freddy Castro Badillo – director de la Banca de Oportunidades

El director de la Banca de Oportunidades identifica que, desde el lado de la demanda, las preferencias de las personas son por el uso del efectivo y este fenómeno se acentúa en los segmentos de población de ingresos bajos. La gente prefiere en general en Colombia el dinero tangible y esta actitud se acrecienta en las generaciones de mayor edad, por lo cual las barreras culturales para el uso de tarjeta débito tienen un componente generacional importante. Además, Castro establece que dada la mayor conectividad que existe en el sector urbano en comparación con el sector rural, las limitaciones para el progreso de tarjeta débito estarían dadas en la población de ingresos bajos, generaciones de mayor edad y sector rural. Lo anterior no significa según él que la tarjeta débito tenga grandes oportunidades en el mediano y largo plazo dentro del mercado, porque desde su punto de vista, esta modalidad de tarjeta tendrá que competir directamente en el momento inmediato y durante un par de años con otras soluciones que están ofreciendo las entidades financieras tales como los códigos QR, chips para pagos especializados y en general depósitos de trámite simplificado. (Rappipay, Daviplata, Nequi, etc.) Desde el ángulo de la oferta, Castro afirma que las dificultades de propagación de soluciones financieras virtuales radican en los altos costos y pone como ejemplo el alto volumen de inversiones que las compañías del sistema financiero deben pagar por la adquisición de equipos. En particular, le preocupan los costos de Datafonos como elemento principal del uso de las tarjetas y afirma que la relación beneficio-costos de un datafono es rentable en el producto tarjeta de crédito, pero dicha rentabilidad es discutible o inexistente en la situación actual de las tarjetas débito.

Por las anteriores razones, Freddy Castro propone enfocar los esfuerzos de inclusión en el trabajo sobre la demanda y no sobre la oferta, lo cual quiere decir que antes que presionar a los bancos del sistema tradicional a reducir costos y ofrecer productos más conocidos amigables

con el consumidor de bajos ingresos, se debe trabajar en la normatividad que fuerce a los usuarios potenciales a preferir las soluciones virtuales en comparación con el efectivo.

Dice Castro que no ve un gran futuro para las tarjetas débito porque tienden a ser un producto obsoleto en el mediano plazo y aunque no han sido reemplazadas por los trámites de pagos simplificados, estos últimos ofrecen más ventajas, no tienen costo y no requieren que las personas hagan la apertura de una cuenta para tener acceso a ellos. Por otra parte, el director de la Banca de Oportunidades explicó que por razones de la pandemia la bancarización ya es una realidad dado que el 80% de los colombianos tienen hoy cuentas en los Bancos, bien sea corriente o de ahorros y él, está confiado en que la velocidad de bancarización va a ser mucho mayor porque “la pandemia cambió el chip de los colombianos sobre lo financiero”. Aclaró también que, aunque el 80% está bancarizado, no todos usan productos digitales, lo cual reduce a 70% de los colombianos los que tienen acceso a estos productos.

Dentro de los problemas culturales, Castro estableció que el obstáculo que más afecta las posibilidades de inclusión financiera, es el problema de la cultura financiera, el cual describe comparando el ejemplo de una persona que a diario revisa sus finanzas personales y toma decisiones racionales sobre su situación, comparativamente con lo que hace la inmensa mayoría de la población sin importar su nivel de educación y profesión, quienes de alguna manera dejan al azar los resultados de sus finanzas ya que no conocen la forma de analizarlos o en el más común de los casos prefieren invertir su tiempo en otras actividades menos exigentes.

Complementariamente con el problema de la cultura financiera, el país presenta bajos niveles de apropiación digital según Freddy Castro, aunque esto está cambiando con la pandemia y existen ejemplos como DaviPlata que ya reporta 11 millones de usuarios. Y también los bancos han mejorado en su agilidad de trámites, es así como hoy en día es posible abrir en pocos minutos una cuenta de banco.

Frente a la posibilidad de hacer tarifas diferenciales según el nivel de ingreso de los solicitantes de tarjeta débito, Castro se manifiesta en oposición a esta idea porque considera que los depósitos de trámite simplificado, no tienen cuota de manejo y no cobran transacciones entre otras entidades, lo cual lo lleva a plantear que estas alternativas son mejores que la tarjeta débito, no están afectadas por el impuesto del 4x1000 y tendrían menos dificultades para acceder a los niveles más informales de la economía. No ve fácil trabajar con tarifas diferenciales por ingreso puesto que Colombia es un país con alto nivel de informalidad donde establecer el nivel de ingreso de las personas es casi imposible. Además, no cree que el sector financiero deba educar más o divulgar más el producto tarjeta débito. Según él, el problema es más del usuario que no es disciplinado y de los asesores financieros que trabajan en los bancos que no están suficientemente educados.

Por todas las razones anteriores, Freddy Castro no le daría relevancia a un modelo de inclusión basados en tarjeta débito; preferiría trabajar sobre estos elementos en relación con depósitos de trámite simplificado, se imagina por ejemplo el uso masivo de códigos QR para los sistemas de transporte público y la adopción de alternativas financieras de los nuevos productos electrónicos que hagan más conscientes a las personas de cómo manejar su dinero, por ejemplo diseñando en las plataformas, bolsillos para diferentes tipos de gastos que permitan mayor foco en el orden y el ahorro dentro de las finanzas personales.

4.3 Entrevista a Javier Díaz Fajardo – presidente de Bancoldex

Para el presidente de Bancoldex, la problemática de las tarjetas débito, comienza con la discusión sobre si en Colombia tenemos altos niveles de inclusión financiera o no. Javier Díaz piensa que, aunque las estadísticas digan que el 80% de los colombianos está en contacto con un producto financiero del sistema, esta conclusión no es uniforme ni es definitiva si se analizan las diferencias entre el sector rural y el sector urbano o si se piensa que una persona puede tener varios productos financieros y muchas personas no tener ninguno. Según su análisis, para que haya inclusión financiera, debe haber una cuenta en el banco y a partir de esa cuenta, una tarjeta, lo cual es muy diferente a productos como Daviplata, que es tan sólo un medio de pago y no necesita la apertura de una cuenta por lo cual no hay una relación crediticia. Según Díaz, el mundo cambió y Colombia ganó muchos años en el uso de medios de pago sin tener que pasar por la cuenta bancaria. Adicionalmente, señala que evidentemente el impacto de la pandemia es muy alto especialmente porque forzó a muchos a usar medios distintos al efectivo y es así como por ejemplo Davivienda pasó de 6 a 11 millones de usuarios en un producto como Daviplata.

Con base en estas reflexiones, Javier Díaz cree que las nuevas plataformas van a liderar el mercado, pero eso no significa necesariamente que la tarjeta débito desaparezca. Su lectura del fenómeno de las tarjetas débito es que han sido y continuarán siendo para usuarios más formales, más “sofisticados”, un segmento de población que él sitúa en el nivel de 2 salarios mínimos o en el menor de los casos alrededor de un millón quinientos mil pesos de ingresos corrientes mensuales. Díaz, está convencido que, para los ingresos menores a este valor, las nuevas plataformas se adueñarán de ese segmento y por eso no vale la pena trabajar el tema de la inclusión financiera a través de tarjeta débito para los ingresos más bajos de la población.

Por otra parte, Javier Díaz analiza que las tarjetas débito están incentivadas en otros países por que están asociadas a beneficios como intereses ganados en la cuenta, millas y descuentos. En Colombia, estas prácticas apenas están apareciendo, aunque ya hay ejemplos dignos de destacarse como el lanzamiento de la tarjeta UNICEF del Banco de Bogotá.

La secuencia lógica del uso de medios de pago es entonces actualmente así: efectivo+plataformas+cuenta bancaria+tarjeta, o sea que la posibilidad de mayor uso de la tarjeta débito es casi inexistente en los que ganan un salario mínimo o menos, razón por la cual, Díaz recomienda que los bancos se concentren en tarjeta débito para lo que podría llamarse como clase media en términos de ingreso.

En relación con el futuro de los productos financieros, dice que él esperaría que la participación de mercado va a crecer para las plataformas de trámite simplificado mientras que las tarjetas débito se concentrarán en segmentos medios y los usuarios más informales de la economía irán al efectivo y a las soluciones sin cuenta bancaria. Sin embargo, concluye que la situación actual y la tendencia de estos productos favorecerán todos los tipos de acceso al sector financiero, lo cual redundará en una mayor inclusión financiera real no sólo urbana sino rural.

En cuanto a las tarifas que deberían cobrarse a las personas de menores ingresos por el uso de tarjeta débito, no cree que sea lo mejor la tarifa diferencial según el tipo de usuario, pero si está seguro de que el sistema financiero en general, va a estar presionado para bajar las tarifas. Además de la competencia que ha surgido por las plataformas, Díaz señala que de acuerdo con su experiencia ha existido desde hace varios años y está creciendo con fuerza un sentimiento, “anti-bancos” en el congreso de la República, donde las entidades bancarias tienen mala imagen y se piensa que pueden hacer más esfuerzo. “No se si por la presión del mercado bajen las tarifas, por que para mi es un proceso de nicho”, pero la situación actual favorece una mayor competencia y por ahora, existen productos con costo cero para el usuario. Sin embargo, Díaz

aclara que los depósitos de trámite simplificado y las plataformas, no podrán subsistir en el largo plazo sin cobrar cuotas de manejo o contribuciones, porque luego de cumplir su objetivo de ganar altas participaciones de mercado, los accionistas de los bancos van a exigir rentabilidad y no querrán seguir pagando más capital social para crecer dichos productos sin un buen margen. En ese momento, la tarjeta débito puede competir en un nicho de ingresos un poco menor.

En relación con la posibilidad de un modelo de inclusión, basado en tarjeta débito, definitivamente Javier Díaz cree que esta solución debe enfocarse en las personas cuyos ingresos estén cerca a 2 salarios mínimos mensuales y a los miembros de grupo familiar que pueden recibir tarjetas amparadas como resultado de los ingresos medios o altos del tarjetahabiente principal.

4.4 Entrevista a Luis Roberto Cabrera - Director Productos & Medios de Pago en Banco de Bogotá.

Otra visión sobre el tema de penetración de tarjetas débito e inclusión financiera, fue aportada por Luis Roberto Cabrera, actual director de productos y medios de pago en el Banco de Bogotá, quien reconoce que la situación generada por el Covid-19 presionó tanto al gobierno como a las empresas y a los bancos a acelerar la estrategia digital y simultáneamente presionó a las personas de niveles bajos de ingreso a vincularse a lo digital para poder recibir los subsidios establecidos por el estado. El punto de contacto de este segmento de población con la banca se ha hecho a través de tarjetas débito vinculadas a una cuenta de ahorros y algunos casos por medio de billeteras digitales asociadas al número del teléfono celular. Es así como actualmente existen tarjetas débito que además de permitir consultar y retirar dinero de las cuentas de ahorro sirven para pagos en el datáfono, tienen un CVC para compras de e-commerce e incluyen ocasionalmente facilidades para pago de transporte masivo u otros servicios. El resultado es que de acuerdo con las estadísticas de la banca crecen más las tarjetas débito que las tarjetas crédito.

La otra opción es la billetera digital que ofrece la posibilidad de transferencias y pagos con el uso del número del teléfono móvil, lo cual se convierte en un complemento de la cuenta de ahorros y la tarjeta débito, presentando la ventaja de transacciones sin el pago de comisión ni cuota de manejo. De esta forma, el proceso lógico de bancarización idealmente tendría como primer paso la billetera digital, a continuación, se acompañaría con la cuenta de ahorros y finalmente la expedición de una tarjeta.

Otros medios de pago alternativos son en la actualidad, los códigos QR o experiencias como Transfiya impulsadas por ACH para transacciones sin efectivo donde se combinan las ventajas de la billetera, los códigos QR y la cuenta de ahorro. Un análisis de este último producto, según

Luis Roberto, nos lleva a pensar que coexistirán estos productos junto con la tarjeta débito y que la variable clave para su extensión en los segmentos de menores ingresos será la experiencia de usuario (UX).

En cuanto a los costos de la tarjeta débito, comparativamente con los nuevos métodos de trámite simplificado, Cabrera prevé que la cuota de manejo de la tarjeta débito, tiende a desaparecer, tal como está sucediendo en algunos de los bancos como el Banco de Bogotá. De hecho, lo que se hace es limitar el número de usos de la tarjeta débito para no cobrar la cuota de manejo. Si esto sucede de forma generalizada, esta barrera de entrada de la tarjeta débito a los segmentos de ingresos bajos se eliminaría.

En relación con los temas culturales, que impactan el uso de la tarjeta débito en personas de bajos ingresos, Luis Cabrera señala que la educación financiera es una deuda que tiene el país con la población y que una parte importante de dicha responsabilidad le corresponde al estado. No niega la corresponsabilidad de los bancos en este punto, pero propone que el esfuerzo por educar financieramente a la población y particularmente al segmento de menor ingreso, debería ser en conjunto. También dice que algunas barreras culturales o paradigmas se rompieron gracias a la pandemia; por ejemplo, a mucha gente de edades mayores le gustaba ir al banco de manera presencial, pero se vieron forzados a hacer transacciones virtuales y el resultado es que los bancos necesitan ahora menos oficinas para atender al público. Se pregunta en consecuencia qué sucederá cuando se recupere completamente la movilidad. Finalmente, en relación con el fenómeno aspiracional que puede significar tener una tarjeta a cambio de manejar efectivo, él piensa que el elemento aspiracional real ha sido la masificación de los smartphones lo que ha posibilitado un entorno digital.

Preguntado sobre los elementos principales que él establecería para un modelo de inclusión financiera basado en tarjeta débito, ratificó que los más importantes son, la experiencia del

usuario, la ampliación de funcionalidad de la tarjeta débito, una agenda común entre gobierno, sector privado y entidades financieras en educación del usuario y, por último, el objetivo de reducir al mínimo o a cero los costos de manejo y comisiones por transferencia. Por último, Luis Roberto es consciente que para la reducción de los costos de tarjeta débito, se deben buscar otras formas de rentabilidad de las tarjetas en la banca personal.

5. Percepción sobre el uso, ventajas y desventajas de la tarjeta débito, que tienen los usuarios de la población objetivo

Como complemento a la información obtenida a través de la metodología cualitativa, se realizó un análisis cuantitativo, en el cual la población objetivo del estudio fue una muestra de 151 personas dentro de los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Bogotá, a las cuales se les realizó una encuesta sobre sus opiniones y percepciones respecto al tema en cuestión. Para poder llevar a cabo esta encuesta, y dada la actual coyuntura de restricción en la movilidad, recurrimos a un método virtual de preguntas en donde por medio de internet, las personas en cuestión llenaron un formato “Forms”, contestando “Si/No” a 9 preguntas, que estaban destinadas a establecer la percepción sobre las ventajas y desventajas de la tarjeta débito, independientemente de si usan productos financieros y sin importar la entidad financiera utilizada.

La anterior metodología aporta información valiosa para la investigación ya que nos permite entender mejor las conductas de la población objetivo y entender cómo reacciona este nicho de mercado al producto tarjeta débito.

Número total de personas encuestadas: 151. Es importante anotar que al no tener carácter obligatorio cada pregunta, en algunos casos la suma de las respuestas obtenidas es ligeramente inferior a 151.

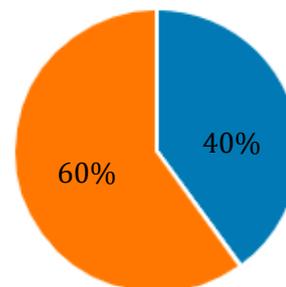
Figura 6

Género

1. Género

[Más detalles](#)

● Masculino	60
● Femenino	90
● Otro	0



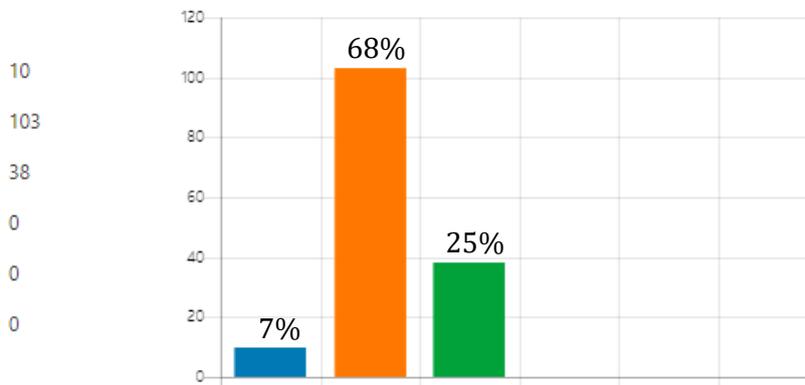
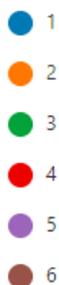
Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Como podemos ver en la figura 6, fue mayor la cantidad de mujeres que respondieron la encuesta (60%) frente al número de hombres que respondieron (40%), pero no parece existir literatura o investigación anterior que sugiera que las mujeres y los hombres tienen diferentes percepciones sobre los servicios del sistema financiero. Sin embargo, serían bienvenidos los estudios posteriores sobre este tema.

Figura 7

Estrato Social

2. Estrato Social

[Más detalles](#)

Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Es importante resaltar que, según el DANE, los estratos sociales en la ciudad de Bogotá, no se clasifican sólo por nivel de ingreso, sino por un conjunto de variables tales como nivel de servicios de salud, situación laboral, nivel de educación, capacidad económica y calidad de vida, los cuales al ponderarse dan origen a recibir subsidios en los servicios públicos domiciliarios por parte del estado. De acuerdo con estos criterios, están divididos de la siguiente manera:

Estrato 1: Bajo-bajo

Estrato 2: Bajo

Estrato 3: Medio-bajo

Estrato 4: Medio

Estrato 5: Medio-alto

Estrato 6: Alto

Lo anterior nos indica que la población que respondió la encuesta es, en definitiva, la población objetivo-planteada por la investigación, dentro de la cual la mayor cantidad de respuestas (68%) corresponde al estrato dos (Bajo).

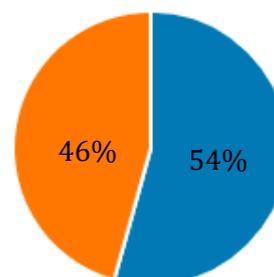
Figura 8

Tarjeta Débito

3. ¿Tiene usted una tarjeta débito de alguna entidad financiera?

[Más detalles](#)

● Si	82
● No	69



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Los resultados que arroja la figura 8 nos señalan que, aunque un poco más de la mitad de los encuestados tiene acceso a una tarjeta débito, el porcentaje de los que no cuentan con ese producto es alto dentro del total de la muestra (46%). En una investigación masiva posterior, si este porcentaje de excluidos del uso de tarjeta débito es aproximadamente similar, estas cifras confirmarían la sospecha de que, aunque en Colombia se hable de 80% de la población bancarizada, es probable que mientras algunas personas tienen más de una tarjeta crédito o débito, un volumen de más del 40% estarían aislados del sistema financiero formal.

Figura 9

Satisfacción

4. De haber contestado que si, califique siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho, su nivel de satisfacción a la hora de utilizar la tarjeta débito

[Más detalles](#)

84
Respuestas

2.94
Promedio

Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

El anterior dato relacionado a la satisfacción de la población con su producto financiero es muy importante porque evidencia que los que tiene acceso al uso de la tarjeta débito, no necesariamente presentan altos niveles de satisfacción con el producto. Este resultado es un indicador de el espacio amplio que existe para hacer mejoras a la tarjeta débito y del servicio que ofrece a sus usuarios de este segmento de la población.

Los resultados de la encuesta arrojan un promedio de satisfacción de 2.94 sobre 5, siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho, por lo que podemos pensar que las razones de haber adquirido dicho producto pueden llegar a ser específicas o de fuerza mayor (posibilidades de recibir subsidios, por ejemplo)

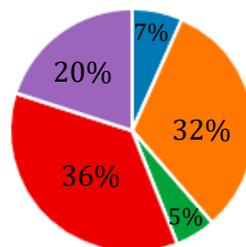
Figura 10

Razones

5. De haber contestado que no, indique cual o cuales son las razones por las que no tiene una tarjeta débito

[Más detalles](#)

● No la necesito	5
● Las tasas que cobran son muy...	24
● No tengo acceso a productos ...	4
● Prefiero utilizar el dinero en ef...	27
● Otra	15



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Esta figura representa la participación que tiene cada una de las razones expuestas por los 69 encuestados que NO tienen tarjeta débito, respecto a la justificación que tienen para ello. Con base en estos resultados, se puede observar que la preferencia por el uso de efectivo (36%) y las tarifas que se cobran por el uso de tarjeta (32%) son los motivos que explican las dos terceras partes del fenómeno. Estas cifras son la validación de los argumentos en contra de la tarjeta débito que se identificaron tanto en la investigación cualitativa como en desarrollo del primer objetivo de esta investigación.

Teniendo en cuenta que en los tres estratos investigados, la estimación del nivel de ingresos de este segmento es un promedio mensual de un Salario Mínimo Legal Mensual equivalente a \$877.802 pesos colombianos y un Auxilio Legal de Transporte de \$102.853 pesos colombianos, para un total de \$980.655 pesos colombianos (DANE, 2020), se comprueba que la percepción de esta población sobre el monto de dinero que cobra un banco por el uso de la tarjeta débito, es bastante costoso comparativamente con su nivel de ingreso. (15,100 pesos colombianos por expedición o reposición y 12,500 pesos por cuota mensual de manejo) (BBVA,2020)

Así mismo los datos revelan que las personas aún consideran que el efectivo es el medio más confiable de pago, por lo cual sigue siendo el rey de las transacciones.

De acuerdo con la Encuesta nacional sobre provisión de los billetes y monedas e instrumentos de pago (Epbmip), que es realizada dos veces al año por la Subgerencia Industrial del Banco de la República, 88,1% de las transacciones que se hicieron en 2019 fueron con efectivo (Revista Dinero, 2020)

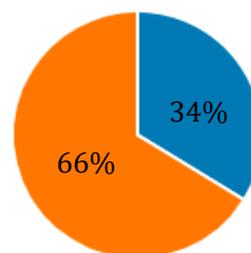
Figura 11

Consejos

6. ¿Aconsejaría usted a otras personas para adquirir una tarjeta débito dados sus beneficios financieros?

[Más detalles](#)

● Si	51
● No	100



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

De la figura 11 referente a la pregunta 6 de la encuesta, se puede ver como el 66% de las 151 personas encuestadas contestaron que no aconsejarían a otras personas para adquirir una tarjeta débito dados sus beneficios financieros.

El dato es muy interesante ya que, si nos devolvemos a la pregunta 3 del cuestionario, en donde se ve que más de la mitad de las personas tiene acceso a una tarjeta débito, al parecer esas personas no tienen o no han tenido una buena experiencia con sus bancos, lo cual se refleja en la pregunta 4 del cuestionario, o no reciben una relación beneficio-costos o beneficio-servicio. Estas son razones para no recomendar el producto en cuestión.

Se puede empezar a pensar entonces, en un modelo de inclusión financiera que tome en cuenta las necesidades de los usuarios y en optar por cobrar tasas más bajas u ofrecer mayores beneficios para que dichos niveles de satisfacción por parte de las personas que sí tienen una tarjeta débito se fidelicen o para que las personas que no utilizan la tarjeta débito piensen en hacerlo.

Figura 12

Percepción de Valor

7. ¿Considera usted que vale la pena adquirir una tarjeta débito, teniendo en cuenta la cuota de manejo que toca pagar a las entidades financieras para hacer uso de la misma?

[Más detalles](#)



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

La figura 12 muestra la percepción inicial de valor que las personas encuestadas tienen sobre la tarjeta débito. El 82% de la muestra considera que no vale la pena adquirir una tarjeta débito, teniendo en cuenta la cuota de manejo que toca pagar a las entidades financieras para hacer uso de la misma, lo cual es un indicador de que los encuestados perciben un valor bajo de la tarjeta, explicable bien sea por la relación beneficio-costos del punto anterior o la poca valoración de sus beneficios o en el peor de los casos, porque las personas se han visto forzadas a usar la tarjeta débito dadas las circunstancias críticas de la pandemia pero en ocasiones ordinarias de la vida cotidiana no la consideran tan valiosa.

El anterior dato nos revela también que cierto porcentaje de la cantidad de personas que sí tienen una tarjeta débito, no la tienen por gusto propio sino por algún factor externo como

puede ser su trabajo, ya que, como vemos, solo a 27 personas les parece que pagar la cuota de manejo vale la pena.

Teniendo en cuenta este análisis, podemos pensar que son muchas más las personas que no están conformes con algunos productos financieros que ofrecen los bancos actualmente, pero por uno que otro motivo, se ven forzados a utilizarlos.

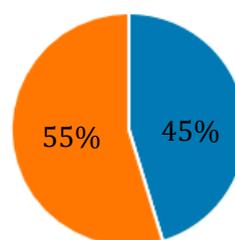
Figura 13

Ahorro seguro

8. ¿Cree usted que está generando un ahorro seguro al tener su dinero depositado en un banco y no manteniendo el mismo en efectivo?

[Más detalles](#)

● Si	68
● No	82



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

La figura 13 nos muestra los resultados de las encuestas referente a la octava (8) pregunta del cuestionario. Como podemos evidenciar, son más las personas que consideran que no se genera un ahorro seguro al tener el dinero depositado en un banco. Exactamente el 54,6% de los encuestados.

De lo anterior podemos ver reflejado una clara falta de educación financiera de la población objetivo, o el hecho de que los bancos no están siendo lo suficientemente confiables para las poblaciones de estratos de nivel de ingreso bajo, ya que este segmento se inclina a pensar que es más rentable y seguro tener el dinero ahorrado en efectivo que tenerlo en una cuenta bancaria.

Lo anterior es un dato relevante para todas las entidades bancarias del país para entender de cierta manera la forma de pensar del consumidor, y cuáles son los posibles factores que deberían modificarse o implementarse para incrementar el nivel de confianza entre los usuarios y para apoyar y difundir mensajes claros sobre el beneficio de los ahorros en el sector financiero.

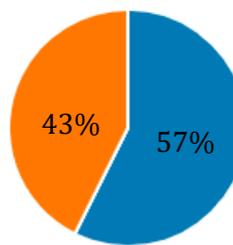
Figura 14

Tarjeta Débito vs Efectivo

9. ¿Cree usted que es más seguro realizar sus transacciones por medio de una tarjeta débito que por medio de efectivo?

[Más detalles](#)

● Si	86
● No	64



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

La última pregunta del cuestionario estaba enfocada en el nivel de seguridad a la hora de realizar las transacciones del día a día. Como se puede ver en la gráfica 8, una mayor cantidad de encuestados, el 57,3% exactamente, consideran que es más seguro realizar las transacciones por medio de una tarjeta débito que por medio de efectivo.

El anterior dato refleja que, aunque las personas no están de acuerdo con utilizar los productos financieros, de alguna forma si consideran que sí proveen seguridad a la hora de realizar una transacción monetaria.

De todas formas, es preocupante que de 150 personas que respondieron la pregunta, 64 consideren que es más seguro realizar transacciones por medio de efectivo. Lo anterior

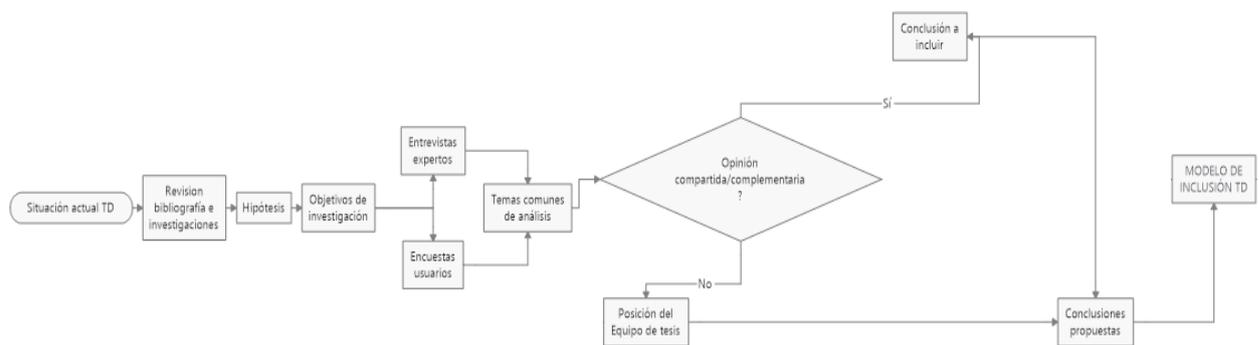
demuestra una falta de confianza de los encuestados para con los bancos, así como una clara idea de que, por lo menos en los estratos más bajos, el efectivo sigue siendo la principal opción a la hora de realizar transacciones monetarias.

Conclusiones

La figura 15 a continuación refleja el proceso seguido durante la presente investigación, por lo cual nos hemos basado en una revisión exhaustiva de la bibliografía y las investigaciones precedentes y a partir de la hipótesis formulada, procedimos a consolidar los resultados de las entrevistas a expertos y las encuestas a usuarios de donde se obtuvieron las principales conclusiones de esta investigación.

Figura 15

Desarrollo



Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Figura 16

Acumulado

Temas	Julian Montejo (Movil)	Freddy Castro (Banca de Oportunidades)	Javier Castro (Bancoldex)	Luis Roberto Cabrera (Banco de Bogota)	Encuestas a Usuarios
Panorama General de la Inclusión	Cobertura amplia pero no uniforme (alto porcentaje no tiene TD). Competencia creciente de otros productos. Avance tecnológico.	Bancarización es una realidad (80% de la población con cuentas, 70% productos digitales). Competencia creciente y ventajosa de productos alternativos sin cobro. Tecnología avanzando y con más posibilidades para productos diferentes a TD.	Cobertura amplia del 80% no significa inclusión financiera en sector rural, mucha gente sin tarjeta débito mientras otros tienen varias. Es necesario abrir una cuenta para tener TD. No siempre hay relación crediticia con el usuario. Competencia fuerte de plataformas y depósitos de trámite simplificado en el nivel de menores ingresos. Avance tecnológico en estos productos alternativos.	La inclusión financiera se forzó por la presión de la pandemia al gobierno, las empresas, las entidades financieras para mantener la economía activa. También presionó a los usuarios que necesitan recibir subsidios. Creció más el uso de tarjetas débito que el uso de tarjetas crédito. Competencia creciente y sin cobros al usuario por parte de billeteras digitales.	El avance en la penetración en la tarjeta débito no es tan alto como parece (46% de la población target no tiene TD). El nivel de la satisfacción con la tarjeta débito hace suponer que muchos la tienen forzados por la necesidad de recibir subsidios. No parece haber preferencias distintas por género.
Empresas y Productos Alternativos.	SEPDE con servicios diferenciales y en muchos casos sin cobro al usuario.	Códigos QR, Depósitos de trámite simplificado. Todos sin cobro al usuario.	Plataformas y depósito de trámite simplificado en segmentos de ingreso bajo informal. Productos sofisticados como tarjeta UNICEF	Billeteras digitales, códigos QR y productos sofisticados como Transfiya.	Preferencia por el efectivo en un estimado de 36% que abiertamente lo manifiestan y 7% que dicen no necesitar TD.
Costo de Uso	Costo TD alto para el usuario pero con tendencia a la baja.	Cobros al usuario no competitivos con las demás opciones actuales y futuras.	Costo TD para el usuario, pagable en los niveles de ingreso medio. Con tendencia a la baja en el futuro.	Alto comparativamente, con tendencia a la baja en cobros de manejo y transferencia.	82% en contra de pagar cuota de manejo. 66% no aconseja a otros tener la TD. 32% de los encuestados se quejan de las tarifas.
Imagen de los Bancos	Negativa dentro de los usuarios	NA	Negativa en el ámbito del Congreso de la República.	NA	55% de los encuestados no confía en ellos.
Razones para la informalidad.	Permanecer invisibles por impuestos / actividades no reguladas / actividades ilícitas.	Preferencia por el efectivo en segmentos de bajos ingresos, edades altas y sector rural. Bajos niveles de apropiación digital.	Preferencia por el efectivo en niveles de ingreso menores a 1.500,000 COP aprox. Complementado por deseo de permanecer invisible.	Experiencias negativas del usuario con los productos bancarios.	Alta preferencia por el efectivo, tarifas y falta divulgación para acceso a productos. Confusión en los criterios de estratificación de la población.
Rentabilidad para los Bancos.	Baja por relación beneficio-costo TD. (Frecuencia de Uso)	Relación beneficio - costo, menor o existente comparada TC vs TD. Costos de inversión no recuperables por los bancos. (Datafonos)	Sostenible para tarjeta débito, pero en el segmento de ingresos medios formales.	Sostenible para la tarjeta débito pero reduciendo cobros a cambio de buscar otras formas de rentabilidad de la tarjeta en la banca personal.	NA
Facilitadores de la tarjeta débito.	Regulación más flexible, facilidades tecnológicas de identificación y localización de usuarios. Facilidad logística para la distribución TD.	Actualmente mayor agilidad para la apertura de cuentas por el usuario por facilidades tecnológicas y mejor servicio.	Formalidad del ingreso que lleva a necesidad de uso de la cuenta corriente y la TD. Ingresos mensuales de 2 SMLV aprox o superior.	Entorno Digital y uso del smartphone como valor aspiracional.	57% de los encuestados considera que es más segura que el efectivo. Posibilidad de recibir subsidios.
Educación al usuario	Banca debería reforzar comunicación al usuario: ahorro de tiempo, facilidad de uso y valor aspiracional de TD.	Disciplina financiera como responsabilidad propia del usuario. Supervisión de los bancos a los asesores propios que no brindan adecuada información.	NA	"Deuda con los usuarios." Educación conjunta impartida por gobierno, empresas y entidades financieras.	40% de los encuestados aislados del sector financiero.
Impacto de la variables macro	Mediano Plazo: Dificultad de bancos para sostener productos competidores sin cobrar servicios.	Insostenibles los cobros por comparación con otros productos. No recomendable tarifas diferenciales por informalidad.	Segmentos más informales seguirán prefiriendo el uso del efectivo. Segmentos de ingreso bajo-formal usarán plataformas. Mayor competencia presionará a los bancos a bajar tarifas.	Los niveles de bajo ingreso preferirán la billetera digital si es difícil usar efectivo. Luego, ampliarán al uso de la cuenta de ahorros y las tarjetas según costos y experiencias de usuario.	Menores ingresos de la población conducen a menor aceptación de cuotas y tarifas y mayor informalidad.
Alternativas de oferta y demanda	Oferta: educación en cabeza de los bancos	Demanda: Forzar a los usuarios a preferir soluciones virtuales vs uso de efectivo.	Oferta: Divulgar más a segmentos de ingreso medio y tarjetas amparadas	Oferta: Estrategia exhaustiva de educación y ampliación de usos de la tarjeta debito.	Oferta: Costo 0
Población Target	Usuarios en general.	No es sostenible el producto TD a mediano y largo plazo.	Usuarios con niveles medios de ingreso.	Usuarios de ingresos medios-bajos	Usuarios de estratos bajos, bajo-bajo y medio-bajo. (Subsidios)
Beneficios de la tarjeta débito	Se aumentaron con la posibilidad de compras por TD.	Escasos.	Inclusión, posibilidad de relación crediticia, beneficios complementarios.	Constante ampliación de funcionalidades de uso. Reducción de costos. Recepción de subsidios.	Mayor seguridad al hacer transacciones, transferencias gubernamentales (subsidios)
Viabilidad Futura	Pandemia forzó la penetración de TD, pero post-pandemia se sostendrá?	Aunque la pandemia cambió la mentalidad financiera, de muchos usuarios, la TD tiene pocas oportunidades y se recomienda mejor mayor sofisticación en otros productos digitales.	La TD permanecerá pero enfocada en segmentos formales de ingresos medios. (1,500,000 COP o 2 SMLV). Pandemia forzó el cambio a lo digital.	La TD subsistirá pero su avance depende de la experiencia de usuario, la tendencia a cero de la cuota de manejo y la educación financiera prevista por el gobierno, las empresas y los bancos.	Mínimos cobros o mantenimiento de los subsidios o mejor experiencia del usuario o mayores beneficios complementarios de la tarjeta.

Nota: Tomado de Diagama Ruiz, (2020)

Con la anterior figura efectuamos el análisis de las respuestas similares que se convirtieron en puntos comunes para las conclusiones que a continuación se presentan. En los casos que no hubo coincidencia en la respuesta, los autores del presente estudio decidimos incluir en las conclusiones un punto de vista propio, basado en los aprendizajes logrados y en lo que consideramos más conveniente para el modelo.

En cuanto a las conclusiones del estudio y el resultado de nuestra metodología de investigación pudimos elaborar un análisis que mostró en síntesis las ideas principales de nuestro público objetivo y de nuestros expertos entrevistados. Es por esto que pudimos concluir que existe un panorama general de la Inclusión, por ende, Se confirma la hipótesis de nuestra investigación, en el sentido de que las respuestas de los usuarios de la población objetivo validan una serie de facilidades de acceso que al ser solucionadas o atendidas implicarían una mayor aceptación de la modalidad de tarjeta débito. Consecuentemente sería posible garantizar no sólo que las tarjetas débito usadas para recibir subsidios continúen activas después de la pandemia, sino que más personas de ingresos bajos accedan al sistema bancario voluntariamente y con menos dificultades de inclusión.

Todos los entrevistados y encuestados, coinciden en que las mayores dificultades de inclusión en tarjeta débito, se encuentran en el sector rural lo cual refuerza la idea de que, con menor esfuerzo en el sector urbano, las facilidades de acceso producirán resultados positivos más rápido.

Aunque el avance tecnológico ha fomentado los productos competidores de la tarjeta débito, la presión ejercida por la pandemia ha forzado al gobierno a establecer subsidios a la población de menores ingresos y a éstos a aceptar nuevas tarjetas débito para recibir esas transferencias gubernamentales. Esto explica en buena medida el aumento en la expedición de tarjetas, pero el gran reto es mantenerlas después que desaparezcan las condiciones actuales de salud pública y que desplacen el uso de efectivo.

La ventaja que tienen los productos alternativos que trajo la tecnología está basada en el no cobro por uso, pero a mediano y largo plazo dichos productos deberán comenzar a cobrar cuotas de manejo y tarifas reducidas para poder autofinanciarse y responder a la rentabilidad de los accionistas de las entidades financieras.

No parece existir una diferencia importante entre las percepciones según el género en los diferentes del estudio. De tal manera que sería recomendable que otras investigaciones profundicen en este aspecto. A continuación, incluimos las conclusiones derivadas del trabajo, agrupadas por los temas claves y complementadas con recomendaciones sobre los principales elementos que conformarían un modelo de inclusión financiera para Colombia, basado en tarjeta débito para la población de menores ingresos del sector urbano:

En resumen, proponemos como elementos para tener en cuenta en un modelo de inclusión de tarjeta débito, el análisis conjunto entre gobierno y entidades financieras de tres aspectos: 1. Plan de incentivos de lealtad para los usuarios de tarjeta débito que reciben subsidios, 2. Plan de mercadeo de tarjeta débito para el segmento urbano de ingresos bajos que actualmente no tienen este producto y 3. Establecimiento del cobro mínimo posible para el uso de tarjeta débito comparativamente con las tarifas proyectadas a mediano plazo a cobrar por billeteras digitales, códigos QR y depositos de trámite simplificado

Recomendaciones

Empresas y Productos Alternativos.

El principal competidor de la tarjeta débito es la alta preferencia por el efectivo. Las personas que se inclinan por esta alternativa no parecen estar moviéndose hacia el uso de los productos que tecnológicamente están compitiendo por la Tarjeta Débito. Así es que este segmento de transacciones en efectivo es una porción de mercado que debe ser el target de los esfuerzos que se hagan para crecer la participación de tarjeta débito. Con la proliferación de SEDPE (Servicios Especializados de Depósitos y Pagos Electrónicos), Fintech y nuevas líneas de banca personal electrónica, la competencia más intensa se está concentrando en los que ya tienen acceso a la tecnología, descuidando la población que continúa haciendo transacciones con dinero físico. Por lo anterior, un elemento clave del modelo de inclusión, basado en TD, sería una campaña masiva de divulgación y educación ofrecida por los bancos para convertir en población bancarizada a los que actualmente, están aislados del sistema. Para ello, la campaña debe enfocarse en la seguridad de uso de la tarjeta débito y las oportunidades de recibir crédito y subsidios.

Costo de Uso

Todos los encuestados y los entrevistados, reconocen que los cobros de la tarjeta débito, son altos para el usuario. De hecho, 82% de los usuarios encuestados están en contra de pagar cuota de manejo y otro porcentaje alto, aconseja a otros a no adquirir la tarjeta. Si los cobros al usuario continúan iguales en la época post-pandemia, la probabilidad de que se vuelvan inactivas las tarjetas débito que se expidieron por subsidios, es muy alta.

Colombia es uno de los pocos países en los que las cuentas de ahorro no pagan intereses al ahorrador y en cambio cobran cuotas de manejo, tarifas del 4x1000 y comisión por transacción. No es de extrañar que con esta estructura de rentabilidad cero y costos altos proporcionalmente a los ingresos bajos, el usuario reaccione negativamente a la obligación de pagar cuotas y comisiones.

Un modelo de inclusión financiera basado en tarjeta débito debería entonces escoger una de estas dos opciones: pagar intereses al ahorrador por los dineros en cuenta de ahorros o reducir al mínimo las cuotas y comisiones de la tarjeta.

Imagen de los Bancos

El 55% de los encuestados no confía en las entidades bancarias. Este sentimiento está reforzado por la opinión de la mitad de los expertos entrevistados que identifican que los bancos no sólo tienen mala imagen con los usuarios, sino que se ha ido formando una corriente de opinión adversa a ellos en el ámbito del Congreso de la República, foro en el cual se considera por muchos congresistas que los bancos no han hecho suficientes esfuerzos ni sacrificios comparativamente con el nivel de utilidad que obtienen. Hasta hace unos pocos años el nivel de eficiencia del sistema bancario se consideraba bajo comparativamente con los bancos de otros países de América Latina, lo cual sugeriría que un estudio actualizado sobre el nivel de gastos administrativos de bancos colombianos vs otros países sería esencial para definir si efectivamente no han logrado las sinergías y eficiencias requeridas.

Para nuestro modelo, de inclusión basado en tarjeta débito, las entidades bancarias colombianas deberían invertir en una campaña de divulgación de sus beneficios a los clientes y usuarios posteriormente a la reducción de algunas de sus tarifas como resultado de sus niveles óptimos de eficiencia.

Razones para la informalidad.

Además de las mencionadas anteriormente, en relación con preferencias, tarifas y divulgación, se reconoce por parte de los entrevistados y encuestados que la informalidad en las transacciones monetarias se debe también a la cultura difundida en la población sobre la ventaja de permanecer invisible para efectos tributarios. Este factor es un obstáculo de gran tamaño para la bancarización y requiere acciones fuertes y decididas de parte del gobierno.

Un aspecto que fomenta la informalidad es la confusión existente en los criterios con los que se establecen los estratos socioeconómicos de la sociedad colombiana. Dicha confusión lleva en algunos casos a que existan personas con niveles medios o altos de ingreso que se disfrazan en los estratos más bajos para evadir impuestos o para esconder dineros provenientes de la ilegalidad.

Además, la informalidad es más alta en el sector rural y en las poblaciones de edad alta, debido a los bajos niveles educativos o la cultura de dinero físico y a los bajos niveles de apropiación digital.

Finalmente, un acelerador de la informalidad es el servicio de los bancos porque las experiencias negativas del usuario con los productos bancarios fomentan los sentimientos de preferencia por el efectivo y deseos de invisibilidad para el sistema.

Proponemos entonces incluir en nuestro modelo de tarjeta débito, una política gubernamental orientada a aumentar los niveles de acceso a los smartphones para población de menor ingreso especialmente en el sector urbano, acompañada de campañas publicitarias de los bancos que enfatizan la simplificación de los trámites y operaciones basadas en tarjeta débito.

Rentabilidad para los Bancos

En el momento presente, la tarjeta débito parecería tener baja rentabilidad para los bancos por la expedición de plásticos, inversión en datáfonos y el costo administrativo de manejo de cuentas, pero si se comparan dichos costos con las inversiones en tecnología, manejo de información, pagos administrativos de personal a cargo de los productos alternativos electrónicos, es probable que se equiparen en la contabilidad de dichas entidades. Lo que sucede es que dichos costos por ahora están disfrazados ante el no cobro del uso al usuario, dando la impresión falsa de que son servicios que se pueden ofrecer sin grandes inversiones, pero tarde o temprano los bancos terminarán estableciendo cómo recuperar dichos costos.

Dentro del modelo de tarjeta débito, sugerimos incluir una investigación que establezca los costos reales en que incurren los bancos por el lanzamiento y mantenimiento de las billeteras digitales, códigos QRs, depósitos de trámite simplificado, para que sirva de base de cálculo de los cobros de la tarjeta débito que serían competitivos en un mercado más transparente.

Facilitadores de la tarjeta débito

Proponemos que aprovechando la mayor agilidad que existe para la apertura de cuentas de ahorro, el auge de los smartphones, la regulación más flexible para captar dinero del público y las facilidades tanto tecnológicas como logísticas para identificar, localizar y hacer llegar tarjetas a los usuarios, se incluyan estos elementos de divulgación ya mencionadas.

Educación al usuario

El modelo de inclusión basado en tarjeta débito, debe reforzar la comunicación al usuario en ahorro de tiempo, facilidad de uso y valor aspiracional de la tarjeta. Para ello, se sugiere una

estrategia de educación de usuarios, compartida entre el gobierno, la empresa privada y las entidades financieras con los siguientes componentes: 1. Cátedra de educación financiera en los colegios colombianos, 2. Campañas de publicidad ya mencionadas, 3. Entrenamiento especializado de los empleados bancarios y evaluación de sus servicios de divulgación, 4. Encuestas de mercado para evaluar el nivel de conocimiento y de servicio logrado por los usuarios.

Impacto de las variables macroeconómicas

Debería tomarse en cuenta en el modelo de inclusión de tarjeta débito que la economía durante la pandemia y posterior a ella, entró en lo que se conoce como “ciclo de pobreza”. Consecuentemente, los menores ingresos de la población conducen a rechazar las cuotas y tarifas de tarjeta débito y a mayor informalidad. Esto es un reto para el modelo, ya que debe resolverse con alternativas de bajo precio o con mayores eficiencias de los bancos.

Alternativas de Oferta y Demanda

Complementariamente a las recomendaciones de los subtítulos anteriores, se sugiere: desde el ángulo de la oferta divulgar más la tarjeta débito y sus beneficios a otros segmentos urbanos como los de ingresos medios y tarjetas amparadas. Desde el lado de la demanda, reforzar las medidas que canalicen las transacciones de dinero por medios formales.

Población Target

Insistimos que nuestro modelo la tarjeta débito, es viable para usuarios urbanos de ingresos bajos-bajos, bajos y medio-bajo, con posibilidades de ampliar cobertura a niveles medios de ingreso. Cuando se haya logrado un objetivo alto de cobertura, se puede usar el modelo para llevarlo al sector rural.

Beneficios de la tarjeta débito

El modelo debería consolidar los beneficios al usuario con la posibilidad de hacer compras como ya lo ofrecen algunas, el complemento con la oferta de créditos y la adopción de beneficios complementarios. Desde el lado de los beneficios no monetarios, hacer énfasis en la seguridad de las transacciones y en la funcionalidad de subsidios o descuentos.

Viabilidad Futura

Por todas las razones expuestas en este estudio, además de los esfuerzos que se hagan para mejorar la experiencia del usuario en la tarjeta débito, creemos que un modelo de inclusión basado en tarjeta débito es viable y sostenible en el mediano y largo plazo.

Referencias

- Agrawal, A., & Gentry, J. W. (2020). Why do many consumers prefer to pay now when they could pay later? *Journal of Consumer Affairs*, 54(2), 607-627. doi:10.1111/joca.12292
- Bruggink, D., & Lepecq, G. (2018). The growing relevance of cash in an increasingly changing payments world: An interview with guillaume lepecq. *Journal of Payments Strategy and Systems*, 12(3), 198-206. Retrieved from www.scopus.com
- Cardona Ruiz, D. E., Hoyos Alzate, M. C., & Saavedra-Caballero, F. (2018). Género E Inclusión Financiera en Colombia. *Ecos de Economía*, 22(46), 61–90. <https://doi.org/10.17230/ecos.2018.46.3>
- Cohen, N., Rubinchik, A., & Shami, L. (2019). Towards a cashless economy: Economic and socio-political implications. *European Journal of Political Economy*, doi: 10.1016/j.ejpoleco.2019.101820
- Dinero.com (2020). *Más que eliminar el efectivo, Colombia necesita alternativas de pago* <https://www.dinero.com/economia/articulo/colombia-necesita-mas-medios-de-pago-para-reducir-el-efectivo/251206>
- Durán, C. C. (2019). Reflexiones en torno a una economía sin dinero físico. *Cuadernos De Economía*, 42(120), 279-284. doi:10.32826/cade. v42i120.179
- Figuroa, J. G., & Martínez, F. V. (2016). Impacto de los medios electrónicos de pago sobre la demanda de dinero. *Investigación Económica*, 75(295), 93–124. <https://doi-org.cvirtual.cesa.edu.co/10.1016/j.inveco.2016.03.003>
- Fujiki, H. (2020). Cash demand and financial literacy: A case study using japanese survey data. *Japan and the World Economy*, 54 doi: 10.1016/j.japwor.2020.100998

- Gómez González, J. E., Jaramillo Echeverri, J., & Meisel Roca, A. (2017). El Uso De Efectivo Y Las Tendencias De Los Pagos Con Tarjetas De Débito Y Crédito en Colombia. *Revista de La Historia de La Economía y de La Empresa*, 11, 133–159.
- Greenacre, L., & Akbar, S. (2019). The impact of payment method on shopping behaviour among low income consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 87-93. doi: 10.1016/j.jretconser.2018.11.004
- Hoang, D. P., & Vu, T. H. (2020). Debit card usage as A rational choice: The moderating effect of cash habit. *Journal of Economic Development*, 45(1), 145-158.
- Immordino, G., & Russo, F. F. (2018). Cashless payments and tax evasion. *European Journal of Political Economy*, 55, 36-43. doi: 10.1016/j.ejpoleco.2017.11.001
- Jannifer Rani, N., & Suresh, A. (2019). An empirical study on impact of demonetization on cashless economy. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(19), 497-503.
- Juntiwasarakij, S., & Sunkpho, J. (2018). Toward social economic antecedents to cashless society. Paper presented at the *Lecture Notes in Engineering and Computer Science*, , 2237 113-116.
- Lauer, J. (2020). Plastic surveillance: Payment cards and the history of transactional data, 1888 to present. *Big Data and Society*, 7(1) doi:10.1177/2053951720907632
- Martínez, C. (2019). El uso de efectivo y tarjetas débito como instrumentos de pago en Colombia. *Lecturas de Economía*, 90, 71–95. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n90a03>
- Dinero.com Réquiem por el efectivo, la cultura Cashless avanza en el mundo. (2020). Retrieved 24 February 2020, from <https://www.dinero.com/economia/articulo/uso-de-efectivo-que-es-la-cultura-cashless-y-como-avanza-en-el-mundo-1001/281338>

- Rivera, J. W. (2019). Potential negative effects of a cashless society: Turning citizens into criminals and other economic dangers. *Journal of Money Laundering Control*, 22(2), 350-358. doi:10.1108/JMLC-04-2018-0035
- Serrano, A. M., Tiuzo, S. C., & Martínez, M. S. (2019). Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia. *Información Tecnológica*, 30(6), 147–155. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000600147>
- Swain, S. C., & Kesh, S. (2020). *Digital modes of payment: Usage of plastic money and virtual wallet in India* doi:10.1007/978-981-32-9690-9_13
- Truong, T. H. L., Phan, H. M., & Tran, M. D. (2020). A study on customer satisfaction on debit cards: The case of Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 241-254. doi:10.5267/j.uscm.2020.1.003

Anexos

Anexo 1: Entrevista a Freddy Castro Badillo (archivo de audio MP4)

Anexo 2: Entrevista a Julián Montejo (archivo de audio MP4)

Anexo 3: Entrevista a Javier Díaz Fajardo (archivo de audio MP4)

Anexo 4: Entrevista a Luis Roberto Cabrera (archivo de audio MP4)

Anexo 5: Las preguntas que se realizaron a los encuestados fueron:

1. Género

Masculino: Femenino: Otro:

2. Estrato Social

1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

3. ¿Tiene usted una tarjeta débito de alguna entidad financiera?

Si__ No__

4. De haber contestado que sí, califique siendo 1 nada satisfecho y 5 muy satisfecho, su nivel de satisfacción a la hora de utilizar la tarjeta débito

1__ 2__ 3__ 4__ 5__

5. De haber contestado que no, indique cual o cuales son las razones por las que no tiene una tarjeta débito

No la necesito__

Las tasas que cobran son muy altas__

No tengo acceso a productos financieros__

Prefiero utilizar el dinero en efectivo__

Otra__

6. ¿Aconsejaría usted a otras personas para adquirir una tarjeta débito dados sus beneficios financieros?

Si__ No__

7. ¿Considera usted que vale la pena adquirir una tarjeta débito, teniendo en cuenta la cuota de manejo que toca pagar a las entidades financieras para hacer uso de la misma?

Si__ No__

8. ¿Cree usted que está generando un ahorro seguro al tener su dinero depositado en un banco y no manteniendo el mismo en efectivo?

Si__ No__

9. ¿Cree usted que es más seguro realizar sus transacciones por medio de una tarjeta débito que por medio de efectivo?

Si__ No__

Anexo 6: Preguntas a Panel de expertos

- Según su experiencia, ¿Qué factores existentes en el sistema financiero colombiano, facilitan o impulsan un mayor acceso de las poblaciones urbanas de bajo ingreso a productos financieros como la tarjeta débito?
- En sentido contrario, ¿Cuáles considera usted que son los principales obstáculos tanto estructurales como coyunturales de acceso a servicios financieros de tarjeta débito para esta misma población?
- Preliminarmente, podría pensarse que algunos factores culturales pueden influir en la adopción del uso de tarjetas débito por parte de la población. ¿Qué factores culturales favorecerían el avance de las tarjetas débito en el segmento de población urbana de bajo ingreso?
- Dentro del contexto cultural, ¿Qué costumbres, creencias, temores, expectativas u otros imaginarios pueden impedir o retrasar el avance de las tarjetas débito en la población mencionada?
- Adicionalmente a los factores analizados en los puntos anteriores, ¿Cuáles variables o eventos macroeconómicos actuales o potenciales influirían positiva o negativamente en el uso masivo de tarjetas débito en este segmento de población?