

¿Cómo pagan los colombianos y por qué?

Carlos A. Arango-Arango | Nicolás F. Suárez-Ariza | Sergio H. Garrido-Mejía*

Abstract

This report presents the results of two surveys, one to consumers and another to small traders, in the top five Colombian cities between April and June 2016. The objective of the study is to understand the key factors that determine the access, use and acceptance of electronic payments in Colombia. The main message of the research is that, although urban consumers have achieved a high degree of access to electronic payment instruments, they continue to make 97% of payments with cash due to the limited acceptance of these instruments in their daily transactions. The main reason of the reluctance of small businesses to accept electronic payments is due to their perceptions regarding to the high costs of operating with electronic payments against cash, and the prospect of higher taxes. However, small businesses recognize the opportunities that electronic payments can provide in terms of efficiency and competitiveness.

Resumen

Este reporte presenta los resultados dos encuestas, una a consumidores y otra a pequeños comerciantes, en las cinco principales ciudades colombianas entre abril y junio de 2016. El estudio es un esfuerzo por entender los factores que determinan el acceso, uso y aceptación de los pagos electrónicos en Colombia. Entre los mensajes centrales de la investigación se encuentra que aunque los consumidores urbanos han alcanzado un alto grado de acceso a instrumentos de pago electrónicos, estos siguen haciendo un 97% de sus pagos en efectivo debido a la limitada aceptación de estos instrumentos en sus transacciones cotidianas. La renuencia de los pequeños comercios a aceptar pagos electrónicos se debe principalmente a sus percepciones respecto a los altos costos de operar con pagos electrónicos frente al efectivo y la perspectiva de mayores cargas impositivas. No obstante, los pequeños comercios reconocen las oportunidades que puede traerles el aceptar pagos electrónicos en términos de eficiencia y competitividad.

*¿Cómo pagan los colombianos y por qué?
How do Colombian pay and why?*

*Keywords: Payment Instruments, Electronic Payments, Cash, Financial Inclusion
Palabras clave: Instrumentos de pago, Pagos electrónicos, Efectivo, Inclusión financiera
Clasificación JEL: L14, E42, G21*

*Primera versión recibida el 19 de julio de 2017; versión final aceptada el 15 de agosto de 2017
Coyuntura Económica. Vol. XLVI, No. 2, Diciembre de 2016, pp. 141-167. Fedesarrollo, Bogotá - Colombia*

* Carlos A. Arango-Arango, carangar@banrep.gov.co (investigador principal de la Subgerencia de Sistemas de Pagos y Operación Bancaria). Nicolás F. Suárez-Ariza, nsuarear@banrep.gov.co (asesor de la Subgerencia de Sistemas de Pagos y Operación Bancaria). Sergio H. Garrido-Mejía, sh.garrido10@uniandes.edu.co

I. Introducción

A pesar de los importantes avances en materia de acceso a cuentas de depósito con el sistema financiero en los últimos años, el uso de estos servicios para efectuar pagos es aún muy bajo en Colombia. A pesar de que los pagos electrónicos han registrado tasas de crecimiento del 10,7% anual en los últimos 5 años¹, el colombiano promedio solo hace 12 pagos electrónicos al año, lo cual contrasta con los niveles de Chile (46), Turquía (53), Rusia (88), y Brasil (135), sin mencionar los niveles promedio de países desarrollados como los Estados Unidos con 357 y Suecia con 429. Una de las principales razones del bajo uso es que los consumidores tienen pocas oportunidades de usar sus instrumentos de pago electrónicos debido a la limitada aceptación de estos instrumentos por parte de los comercios. En efecto, en el 2015 Colombia tenía 6.655 datáfonos por millón de habitantes, cifra comparable con Perú (6.364) pero lejos de los números de Argentina (9.980), Rusia (10.339) o Turquía (27.410)².

Para entender las razones que explican el estado actual del acceso, uso y aceptación de los pagos electrónicos en Colombia, el Banco de la República,

la Asociación Bancaria de Colombia y Redeban Multicolor S.A., junto con la firma de investigación de mercados Cifras y Conceptos, diseñaron y aplicaron una encuesta dirigida al público general y los pequeños comerciantes³ de las cinco principales ciudades del país: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Medellín.

Este reporte recoge los resultados estadísticos más sobresalientes del estudio respecto a los factores que influyen en las decisiones de acceso y uso, por parte de los consumidores, y de aceptación, por parte de los pequeños comercios, de instrumentos de pago electrónicos en las principales ciudades de Colombia.

En la primera sección de este reporte se describe la metodología de las encuestas. En la sección segunda y tercera se presentan los resultados sobre las decisiones de pago de los consumidores. En la cuarta sección se presentan los resultados sobre informalidad, bancarización y aceptación de pagos electrónicos por parte de los pequeños comercios. En la quinta sección se describen los resultados sobre los hábitos de manejo del efectivo por parte del público y en la última sección se concluye.

¹ A partir de la información sobre volumen de transacciones con tarjetas débito y crédito para compras nacionales y transferencias entre cuentas del Banco de la República (2016).

² Fuente: Banco de Pagos Internacionales (2011, 2015), Banco Mundial (2016) y cálculos de los autores.

³ En este estudio se entiende por pequeños comerciantes negocios comerciales que no pertenecen a una franquicia y que cuentan con máximo diez trabajadores, considerando todos sus puntos de venta o sucursales.

II. Una encuesta sobre las decisiones de pago de los consumidores y pequeños comercios urbanos

Los objetivos de la investigación son dos: i) establecer el perfil transaccional de los colombianos residentes en áreas urbanas en términos de los instrumentos de pago que utilizan para sus compras de bienes y servicios; y ii) indagar sobre las relaciones que tienen diferentes características socioeconómicas y factores de beneficio-costos con las decisiones de acceso y uso de diferentes instrumentos de pago.

La realización de encuestas simultáneas a público general y pequeños comercios está motivada por la naturaleza de dos lados de los mercados de servicios de pago. Así, para originar y profundizar el uso de pagos electrónicos, los sistemas de pago de bajo valor necesitan atender simultáneamente las necesidades complementarias de los consumidores y los comercios a precios competitivos. En los mercados de servicios de pago hay un problema clásico de huevo y gallina porque los consumidores solo adoptarán y utilizarán un instrumento de pago determinado si los comerciantes lo aceptan, y viceversa. En consecuencia, un conjunto adecuado de incentivos por parte de los operadores de los sistemas de pago dirigido a consumidores y comercios podría resolver este problema y crear un círculo virtuoso de expansión de los pagos electrónicos.

Al centrarse en las principales ciudades, el estudio controla por factores de oferta ya que en estas se presenta una adecuada disponibilidad de oficinas bancarias y cajeros electrónicos, buena calidad en las telecomunicaciones y amplia presencia de los operadores de pagos encargados de las redes de datáfonos.

Los cuestionarios fueron diseñados para capturar los diferentes aspectos que la literatura ha identificado como determinantes de las decisiones de uso y aceptación de pagos electrónicos por parte del público y los comercios, respectivamente. En particular, se incluyen factores socioeconómicos como la edad, la educación académica y financiera, el ingreso y la formalidad en el trabajo y los negocios.

Estos aspectos se complementan con cuestionarios detallados sobre las percepciones de los consumidores y pequeños comercios respecto a los beneficios y costos relativos de diferentes instrumentos de pago y productos transaccionales. También se hace un diagnóstico sobre los determinantes del acceso a cuentas de depósito con el sistema financiero por parte de consumidores y pequeños comerciantes, y de la informalidad en los pequeños comercios por considerarse que estos aspectos son obstáculos críticos para el uso de instrumentos de pago electrónicos⁴.

⁴ Véase Martínez, C. (2013), Banco Mundial (2014), Cano *et al.* (2015) y Gómez *et al.* (2016).

La encuesta de pagos a consumidores utiliza una muestra probabilística, estadísticamente representativa, de 1.502 adultos residentes en zonas urbanas de las ciudades de estudio. El proceso para la selección de los individuos a entrevistar se basa en información cartográfica (mapas de las ciudades) que permite delimitar el espacio en términos de secciones, sectores y manzanas⁵. El muestreo se realiza en varias etapas, estratificado y por conglomerados. La muestra es representativa para 13 millones de personas (aproximadamente el 26% de la población colombiana adulta) y tiene un margen de error relativo de 2,8%. La primera parte de la encuesta recoge información socioeconómica del entrevistado junto con sus condiciones de acceso, uso y percepciones sobre diferentes instrumentos de pago.

Adicionalmente, se aplicaron cuadernillos de pagos donde se preguntó a los consumidores por la cantidad de transacciones que las personas realizan típicamente en periodicidad semanal, mensual y anual, para diferentes grupos de bienes y servicios, utilizando como instrumentos de pago efectivo, tarjetas débito y crédito, tarjetas prepagadas, cheques, billeteras y monederos electrónicos y transferencias entre cuentas de depósito con el sistema financiero. De estos cuadernillos se obtiene

además información sobre valores e instrumentos utilizados en la última transacción, por frecuencia y grupo de gasto. Antes de iniciar cada entrevista se informó al entrevistado sobre la existencia de un incentivo monetario para favorecer la correcta aplicación de la encuesta.

La encuesta a pequeños comercios utiliza una muestra de 1.207 negocios, tanto formales como informales, que operan en un establecimiento físico, escogidos aleatoriamente en los principales corredores comerciales de cada ciudad. Para las cifras aquí presentadas se calibraron ponderaciones a partir de estadísticas nacionales para pequeños comercios⁶. Los cuestionarios indagan por características del negocio como sector económico, nivel de ventas, educación del dueño, aceptación de instrumentos de pago y actitudes frente al sector financiero y la informalidad.

III. Estadísticas de pagos de bajo valor del consumidor urbano

El Cuadro 1 presenta las estimaciones del volumen total de pagos mensuales realizados por las personas ubicadas en las áreas urbanas de las cinco ciudades analizadas, por instrumento utilizado

⁵ Estas son divisiones espaciales que utiliza el Departamento Nacional de Estadística (DANE) para sus encuestas. Una ciudad se divide en secciones, las secciones se componen de sectores y, a su vez, los sectores son la unión de manzanas.

⁶ Para los pequeños comercios la muestra se construye a partir de la identificación de corredores comerciales, o zonas de la ciudad con una alta densidad de actividad comercial. Dado que la muestra no es probabilística, debido a que no hay un inventario de estos negocios, no es posible el cálculo de factores de expansión.

y según grupos de gasto⁷. En total, se calculan alrededor de 1,016 millones de transacciones mensuales originadas por consumidores urbanos, de las cuales 992 millones (97,6% del total) son en efectivo. Los restantes 23 millones de pagos son efectuados mediante tarjetas débito (18 millones, equivalentes a 1,8% del total) y tarjetas de crédito (5 millones, que corresponden a 0,5% del total).

Cuadro 1
VOLUMEN DE TRANSACCIONES AL MES, POR INSTRUMENTO DE PAGO UTILIZADO Y GRUPO DE GASTO (Según cuadernillos)

Grupo de gasto	Volumen de transacciones			
	Efectivo	Tarjeta débito	Tarjeta crédito	Total
Almacenes por departamentos	12'618.022	3'105.020	1'484.579	17'207.621
Supermercados	55'145.618	5'352.768	993.467	61'491.853
Alimentos, abarrotes, cigarrerías, licores	352'179.393	1'100.307	195.816	353'475.517
Restaurantes, bares, cafeterías	94'594.342	3'028.025	574.140	98'196.507
Estaciones de gasolina	39'276.437	1'207.637	413.020	40'897.095
Autopartes, ferreterías, papelerías, misceláneas, construcción	27'472.736	251.840	373.923	28'098.499
Droguerías	28'181.072	55.674	0	28'236.746
Taxis, buses, pasajes aéreos, peajes	274'507.670	25.780	9.738	274'543.187
Hoteles, cine, teatro, juegos de suerte y azar	25'911.773	2'108.539	7.284	28'027.596
Servicios personales	6'053.103	251.585	59.396	6'364.084
Vendedores ambulantes, kioscos, ferias	20'095.230	0	0	20'095.230
Donaciones, caridad, mesadas	6'860.401	0	0	6'860.401
Electrónicos, electrodomésticos	1'009.572	246.914	181.004	1'437.490
Muebles, otros productos del hogar	585.958	107.741	70.451	764.150
Confecciones, calzado, cuero, artículos deportivos, joyería	6'513.338	490.666	358.516	7'362.520
Peluquerías, gimnasios, SPAs	9'244.395	75.830	0	9'320.224
Talleres mecánicos, servitecas, carpinterías	1'329.358	72.285	7.218	1'408.862
Servicios financieros	3'703.242	304.057	81.265	4'088.563
Educación y salud	6'506.771	160.169	0	6'666.941
Servicios públicos	15'633.741	404.394	0	16'038.134
Alquiler de vivienda	4'534.075	0	0	4'534.075
Vehículos	82.442	3.741	3.635	89.818
Impuestos	318.398	8.615	0	327.013
Total	992'357.089	18'361.587	4'813.452	1.015'532.127

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

⁷ De los datos sobre volumen de pagos por instrumento utilizado, gasto total y valor de la última transacción se eliminan observaciones atípicas resultado de errores de medición en el proceso de levantamiento de los datos. Por ser marginales, se excluyen de los cálculos de esta sección los pagos realizados mediante transferencias entre cuentas, instrumentos prepago y cheques.

En el cuadro también se observa que los grupos de gasto con la mayor cantidad de transacciones fueron alimentos, abarrotes, cigarrerías y licores, con 353 millones de transacciones (34,8% del total); y taxis, buses, pasajes aéreos y peajes, con 275 millones de transacciones (27,0% del total). Los grupos de gasto con mayor proporción de pagos electrónicos son, en su orden, electrónicos y electrodomésticos (29,8%), almacenes por departamentos (26,7%), y muebles y otros productos del hogar (23,3%).

Se calcula que cada persona realiza, en promedio, 82 transacciones mensuales, y el valor mediano es de 75 pagos. El valor promedio por transacción es de 42.198 pesos, mientras que el valor mediano es de 12.000 pesos. Los grupos de gasto se pueden colapsar a partir del destinatario de las transacciones para calcular el volumen de pagos desde las personas hacia el gobierno (P2G), desde las personas hacia los negocios (P2B) y desde las personas hacia las personas (P2P). De acuerdo con los resultados del Cuadro 2, el 98,7% de las

transacciones se realizan de las personas a los negocios, lo cual es consistente con los cálculos de Better Than Cash Alliance (2015) para Colombia. Por tipo de instrumento utilizado se observa de nuevo la predominancia del efectivo frente a los pagos electrónicos hacia toda clase de destinatarios de los pagos originados por los consumidores.

El monto total de las transacciones por grupo de gasto y tipo de instrumento de pago utilizado se presenta en el Cuadro 3. En el agregado, los pagos electrónicos representan el 12,4% del valor total de las transacciones realizadas. Por sectores, el mayor uso de este tipo de instrumentos está en electrónicos y electrodomésticos, vehículos y almacenes por departamentos.

Por su parte, el Gráfico 1 analiza la información reportada sobre última transacción y muestra cómo se distribuye el uso de los diferentes instrumentos de pago según el valor de la operación. De acuerdo con los resultados: 1) por lo menos el 70% de los

Cuadro 2
VOLUMEN DE TRANSACCIONES AL MES, POR INSTRUMENTO DE PAGO UTILIZADO Y PARTES QUE INTERVIENEN EN LA TRANSACCIÓN (Según cuadernillos)

Partes de intervienen en la transacción	Volumen de transacciones			
	Efectivo	Tarjeta débito	Tarjeta crédito	Total
P2G	318.398	8.615	0	327.013
P2B	979'125.187	18'101.387	4'754.056	1.001'980.629
P2P	12'913.504	251.585	59.396	13'224.485
Total	992'357.089	18'361.587	4'813.452	1.015'532.127

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

pagos se realizan en efectivo para todos los niveles de valor de la transacción y, 2) la participación de los instrumentos de pago electrónicos es cada vez mayor

en la medida que se incrementa el valor de la operación, aunque llegando solamente a niveles cercanos al 30% para pagos por encima de 1'500.000 pesos⁸.

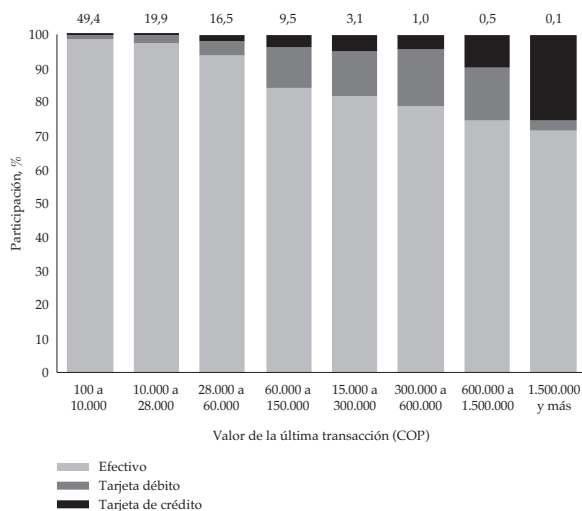
Cuadro 3
VALOR EN MILES DE MILLONES DE PESOS DE LOS PAGOS MENSUALES, POR TIPO DE INSTRUMENTO DE PAGO UTILIZADO Y GRUPO DE GASTO (Según cuadernillos)

Grupo de gasto	Valor mensual de las transacciones		
	Total (MM COP)	Efectivo (%)	Electrónico (%)
Almacenes por departamentos	1'451.247	66,7	33,3
Supermercados	4'507.179	83,7	16,3
Alimentos, abarrotes, cigarrerías, licores	7'274.879	93,4	6,6
Restaurantes, bares, cafeterías	2'608.708	85,5	14,5
Estaciones de gasolina	1'155.580	85,2	14,8
Autopartes, ferreterías, papelerías, misceláneas, construcción	464.889	91,3	8,7
Droguerías	431.553	98,2	1,8
Taxis, buses, pasajes aéreos, peajes	1'921.690	97,6	2,4
Hoteles, cine, teatro, juegos de suerte y azar	1'458.968	87,7	12,3
Servicios personales	219.382	83,2	16,8
Vendedores ambulantes, kioscos, ferias	112.912	98,0	2,0
Donaciones, caridad, mesadas	75.471	94,6	5,4
Electrónicos, electrodomésticos	617.511	54,3	45,7
Muebles, otros artículos del hogar	225.335	73,5	26,5
Confecciones, calzado, cuero, artículos deportivos, joyería	896.630	75,9	24,1
Peluquerías, gimnasios, SPAs	179.442	92,8	7,2
Talleres mecánicos, servitecas, carpinterías	152.733	85,7	14,3
Servicios financieros	675.096	86,3	13,7
Educación y salud	927.410	89,3	10,7
Servicios públicos	1'933.405	92,8	7,2
Alquiler de vivienda	1'785.549	97,5	2,5
Vehículos	308.103	64,7	35,3
Impuestos	139.070	85,4	14,6
Total	29'522.741	87,6	12,4

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

⁸ Al comparar este comportamiento con el de otras economías desarrolladas (Arango et al., 2016), se encuentra que Colombia aún enfrenta retos importantes en materia de adopción de instrumentos electrónicos. En particular, el uso de tarjetas de pago en dichas economías supera el 50% de las transacciones a partir de valores transaccionales de entre USD\$ 15 y 25.

Gráfico 1
PARTICIPACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO POR VALOR DE LA TRANSACCIÓN (Según cuadernillos)



Nota: los porcentajes de la parte superior indican la participación en el total que tienen las transacciones cuyo valor se ubica en el rango de la columna.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

IV. Acceso y uso de instrumentos de pago para consumidores urbanos

La primera fila del Cuadro 4 muestra que los principales productos transaccionales a los cuales los consumidores tienen acceso son las cuentas de depósito con el sistema financiero y las tarjetas débito, mientras que las tarjetas de crédito solo están pre-

sentes en un cuarto de la población urbana adulta y el acceso a cheques es casi nulo. Además, la primera columna ratifica los hallazgos de muchos estudios sobre inclusión financiera: el acceso a cuentas de depósito, tarjetas débito y crédito y cheques está asociado positivamente con la riqueza (medida por el estrato), el nivel educativo y la educación financiera⁹. La edad afecta el acceso a tarjetas y cheques haciendo que la tenencia de estos instrumentos sea más frecuente en personas entre 30 y 50 años de edad. Adicionalmente, el acceso a estos servicios es mayor para aquellos que tienen un trabajo formal o que trabajan tiempo completo¹⁰.

Se crearon índices basados en la combinación de diferentes preguntas en la encuesta para analizar la relación entre la penetración de productos transaccionales y la sofisticación tecnológica, organización financiera y restricciones financieras de los consumidores. El Cuadro 4 muestra que el acceso a servicios financieros transaccionales es mayor para los individuos que tienen dispositivos electrónicos como celulares, teléfonos inteligentes, tabletas y computadores, y que usan internet con frecuencia. Lo mismo pasa con los entrevistados que tienen menores restricciones financieras, es decir, aquellos con dinero extra después de realizar los gastos usuales. La organización en las finanzas personales no parece tener una relación fuerte con el acceso, en especial

⁹ La educación financiera se mide como el número de respuestas correctas a preguntas asociadas con el conocimiento de conceptos como interés simple y compuesto e inflación.

¹⁰ Esta sección y la siguiente recogen buena parte de los resultados presentados en Arango y Suárez (2017).

Cuadro 4
PORCENTAJE DE CONSUMIDORES CON ACCESO A PRODUCTOS TRANSACCIONALES
POR VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

Variable	Categoría	Cuentas de depósito (%)	Tarjeta débito (%)	Tarjeta crédito (%)	Cheque (%)
Total		56,8	44,6	24,9	2,8
Edad	18 - 24 años	52,1	44,1	14,1	0,0
	25 - 34 años	68,4	53,5	28,8	1,9
	35 - 44 años	66,3	58,1	39,1	6,8
	45 - 54 años	62,2	53,6	32,7	3,4
	Más de 55 años	51,7	38,6	20,6	1,2
Sexo	Hombre	65,2	56,1	55,8	43,7
	Mujer	28,1	26,3	0,0	0,0
Educación	Secundaria incompleta	36,0	26,6	13,4	0,0
	Secundaria/Técnico incompleto	54,8	43,8	22,2	0,7
	Técnico/Universidad incompleta	73,7	61,3	31,8	4,6
	Universidad	88,3	77,3	50,0	7,7
Estrato	Estrato 1 y 2	48,4	38,0	20,4	0,5
	Estrato 3 y 4	68,6	56,9	29,9	3,5
	Estrato 5 y 6	88,1	78,0	54,0	11,0
Estado laboral	Desempleado	38,7	27,0	13,7	1,3
	Medio tiempo	46,7	34,3	16,8	1,0
	Tiempo Completo	73,3	62,8	35,4	3,5
Formalidad del trabajo	Formal	85,6	74,7	40,3	3,9
	Informal	45,4	35,5	21,7	2,1
Es la persona responsable de gastos	Sí	63,3	51,8	29,6	2,8
	No	50,2	40,8	17,9	2,0
Frecuencia del ingreso	Mensual	73,3	58,8	32,6	4,1
	Quincenal	77,8	68,9	34,1	2,4
	Semanal	47,5	37,2	19,9	0,0
	Otro	33,0	22,4	17,5	2,2
Educación financiera	0 respuestas correctas	48,1	37,2	16,5	1,2
	1 respuestas correctas	55,6	44,0	25,4	2,2
	2 respuestas correctas	61,5	51,7	23,9	2,5
	3 respuestas correctas	71,0	57,7	43,5	4,4
Índice de sofisticación tecnológica	Alta	69,0	58,5	33,5	3,4
	Media	52,5	34,7	9,4	0,0
	Baja	32,3	20,0	6,2	0,4

Cuadro 4
PORCENTAJE DE CONSUMIDORES CON ACCESO A PRODUCTOS TRANSACCIONALES
POR VARIABLES SOCIOECONÓMICAS (Continuación)

Variable	Categoría	Cuentas de depósito (%)	Tarjeta débito (%)	Tarjeta crédito (%)	Cheque (%)
Organización en las finanzas personales	Alta	65,7	52,8	29,8	3,8
	Media	55,9	44,9	26,1	2,0
	Baja	55,5	48,8	22,6	0,8
Restricción financiera ¹	Alta	49,4	43,5	17,9	0,4
	Media	59,8	46,2	24,7	2,2
	Baja	66,3	55,9	34,5	4,2
Cultura del efectivo ²	Alta	67,8	49,4	20,0	1,4
	Media	58,9	48,0	27,5	2,0
	Baja	61,3	51,4	27,9	3,8
Percepción del riesgo del efectivo ³	No muy riesgoso	58,5	43,3	23,5	1,6
	Riesgoso	60,7	50,4	27,8	2,8

¹ Frecuencia en que el hogar no tiene dinero de sobra luego de pagar por bienes y servicios básicos.

² Se consideran comportamientos como regatear, fiar, participar en cadenas de ahorro, dar propina en efectivo, etc., los cuales están estrechamente asociados al uso del efectivo.

³ El encuestado considera que el efectivo es riesgoso respecto a instrumentos de pago electrónicos.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

para cuentas de depósito con el sistema financiero. Los individuos también fueron agrupados de acuerdo con sus actitudes respecto al efectivo y sus percepciones de riesgo del efectivo versus las tarjetas. De acuerdo con las últimas dos filas del Cuadro 4, estos aspectos no muestran evidencia de estar asociados con el acceso de los consumidores a cuentas de depósito, tarjetas débito y crédito o cheques.

El Cuadro 5 se enfoca en percepciones y actitudes relacionadas con el acceso. Aquí, se presenta la proporción de entrevistados que están a favor de varias afirmaciones propuestas. En general,

dueños y no dueños de cuentas de depósito con el sistema financiero entienden su funcionalidad transaccional (fila 1), creen y confían en sus beneficios de seguridad (filas 2, 3 y 4) y las ven como una puerta de entrada a otros servicios financieros (fila 5). Aun así, quienes tienen cuentas de depósito con el sistema financiero discrepan significativamente de aquellos que no son propietarios en sus percepciones sobre qué tan prácticos son estos productos financieros para manejar sus ingresos y gastos (filas 6 y 7). Adicionalmente, aunque la confianza de los consumidores en los servicios financieros transaccionales es alta en general, la

Cuadro 5
PORCENTAJE DE CONSUMIDORES QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA AFIRMACIÓN DE LA FILA
SEGÚN TENENCIA DE PRODUCTOS TRANSACCIONALES

Pregunta	Cuentas depósito		Tarjeta débito		Tarjeta crédito	
	No tiene	Tiene	No tiene	Tiene	No tiene	Tiene
1. Las cuentas bancarias ¹ son más importantes para ganar intereses que para manejar mi dinero	31,9	32,0	32,0	31,9	32,6	30,1
2. Las cuentas bancarias son seguras para tener mi dinero	66,1	76,5	66,6	78,3	70,5	77,3
3. Desconfío de lo que hagan las entidades financieras con mi dinero	36,3	34,2	36,9	33,2	35,1	34,8
4. Puedo perder mi dinero si lo tengo depositado en una entidad financiera	25,6	28,3	27,6	26,8	26,7	28,5
5. Tener una cuenta bancaria o una tarjeta de crédito me abre la puerta a oportunidades de acceso a otros servicios financieros	71,6	89,8	74,4	90,9	79,9	89,7
6. Manejar mis ingresos y gastos con cuenta bancaria resulta práctico para mí	40,3	64,0	44,2	65,3	50,5	65,4
7. Con mis ingresos y gastos no veo la necesidad de una cuenta bancaria	59,8	34,4	58,1	30,5	49,4	31,3
8. Para mí es muy importante que ni los bancos, ni el gobierno, ni los comercios tengan mi información personal	42,8	37,4	43,1	36,0	41,1	35,5
9. Las cuotas y comisiones de manejo de una tarjeta de crédito son muy altas comparadas con los costos de realizar mis pagos en efectivo	70,7	80,5	72,7	80,7	75,1	80,8
10. Los costos de manejar mis pagos con tarjeta débito son muy altos comparados con los costos de manejarlos mediante dinero en efectivo	63,9	60,1	62,6	60,6	61,5	61,9
11. No sé qué se requiere para tener una tarjeta de crédito	38,9	23,5	38,1	21	34,1	17,7
12. Considero complicado abrir una cuenta bancaria	31,9	22,7	30,9	21,7	29,7	17,4
13. Sé lo que se necesita para abrir una cuenta de ahorros o corriente	50,7	74,2	58,1	71,9	62,3	71,9
14. Me siento intimidado al entrar a un banco	28,8	26,7	29,1	25,9	29,2	22,9
15. A menudo, pido prestado para adquirir cosas aun sin ser necesarias	12,9	12,3	13,4	11,6	12,9	11,5
16. Uno no debe gastarse lo que no se ha ganado o ahorrado	72,8	75,3	73,0	75,6	73,9	75,3
17. Usaría siempre que pueda una tarjeta de crédito por obtener millas, puntos u otros incentivos	40,1	41,0	39,4	41,9	38,0	47,8
18. La tarjeta de crédito es un arma de doble filo para gastar y endeudarse	73,3	83,9	74,4	85,2	77,8	85,0
19. La tarjeta de crédito me da tranquilidad ante alguna eventualidad	66,9	77,2	67,6	78,8	69,3	83,4
20. El 4 por 1000 es la razón más importante en la decisión de manejar mis ingresos y gastos a través del efectivo	49,6	54,5	49,4	55,8	50,8	57,2

¹ El cuestionario hace uso de la expresión "cuenta bancaria" para mantener un lenguaje cotidiano y uniforme con el encuestado y recoger sus percepciones sobre las cuentas de ahorro y corrientes con la banca comercial, las cuales son las más representativas del sistema financiero.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

confidencialidad parece ser un factor diferenciador entre aquellos que acceden a productos transaccionales y sus contrapartes (fila 8).

La mayoría de los consumidores también están de acuerdo en que los costos de las tarjetas son altos comparados con los costos de pagar con efectivo (filas 9 y 10). No obstante, el costo relativo del efectivo versus las tarjetas parece ser un factor diferenciador en la posesión de cuentas de depósito con el sistema financiero pero no necesariamente en el acceso a tarjetas débito y crédito por parte de los consumidores.

Los factores del lado de la oferta también son relevantes. Conocer los procedimientos necesarios para obtener cuentas de depósito y tarjetas de crédito, y percibir que estos no son complejos, es el segundo factor que genera mayor diferenciación en el acceso a productos transaccionales (filas 11, 12 y 13). Sin embargo, los consumidores urbanos parecen ser conocedores y estar cómodos (fila 14) con los procesos para adquirir tarjetas y cuentas de depósito con el sistema financiero.

Adicionalmente, los consumidores difieren significativamente en sus opiniones frente a la disponibilidad de crédito a través de tarjetas de crédito. Primero, hay una cultura marcada de no gastar lo que no se ha ganado (filas 15 y 16). En segundo lugar, las personas creen que las tarjetas de crédito son un arma de doble filo para endeudarse y no son atraídos por los programas de premios

asociados a estos instrumentos de pago (filas 17 y 18). De hecho, estas últimas características parecen ser diferenciadores fuertes que inclinan a la gente hacia la tarjeta débito. Aun así, la mayoría de los consumidores ven el valor de las tarjetas de crédito como un seguro ante necesidades urgentes de liquidez (fila 19).

Finalmente, aunque los impuestos ocupan un lugar prioritario en la decisión de la mitad de los consumidores urbanos de manejar sus gastos con efectivo, no son un factor diferenciador entre propietarios y no propietarios de productos transaccionales. Este es el caso con el Gravamen a los Movimientos Financieros de 4 por 1000, aplicado a las transferencias bancarias y otros servicios financieros (fila 20).

Respecto al uso de productos transaccionales encontramos que, de aquellos que reportan tener acceso a tarjetas débito y crédito, la mayoría manifiestan haber usado sus tarjetas. Esto es cierto sin importar las características socioeconómicas, excepto para el rango de edad entre 18 y 24 años y aquellos individuos que tienen gran afinidad con el efectivo, quienes tienen menor uso de tarjetas de crédito. No obstante, cuando se pregunta a las personas respecto de sus transacciones diarias a través de los cuadernillos de pagos, los individuos en cada grupo socioeconómico revelan un gran uso de efectivo con niveles que gravitan alrededor del 97% en volúmenes transaccionales. Más aun, solo 40,3% de las personas que tienen tarjetas débito

o crédito reportan hacer al menos un pago con cualquiera de estos instrumentos¹¹.

Esta aparente contradicción muestra que, aunque los consumidores acceden a los productos transaccionales y los ensayan, no los usan de forma regular para hacer sus compras. A excepción del hecho de que aquellos con mayores niveles de ingreso son ligeramente más dados a usar pagos electrónicos, no hay otros factores socioeconómicos que diferencien significativamente el uso de tarjetas débito y crédito.

La preferencia por el efectivo es analizada con mayor profundidad en el Cuadro 6, considerando solamente a los encuestados que tienen tarjetas de pago. Lo que mueve a estas personas a utilizar sus tarjetas más activamente son factores asociados con la conveniencia (fila 1, 2 y 3), la seguridad (fila 4 y 5), el acceso o aversión al crédito (filas 6, 7 y 8), los incentivos (fila 9) y los costos (fila 10). Algunos otros factores también sugieren que aquellos individuos con mayores conocimientos sobre productos transaccionales los usan más a menudo (filas 11 y 12). Sin embargo, también puede ser que aquellos que no usan sus tarjetas no consideran que estas se ajusten a sus necesidades (fila 13). La privacidad también es un factor diferenciador

(fila 14), siendo más sensibles a este quienes usan tarjetas más a menudo.

El marcado uso del efectivo puede deberse a las percepciones que los consumidores tienen sobre sus atributos. Como lo muestra el Cuadro 7, para los consumidores el efectivo es más conveniente en términos de su velocidad y facilidad de uso al momento de realizar pagos, y es un mejor vehículo para el control presupuestal.

Pero más importante aún, el público percibe que la aceptación de los instrumentos de pago electrónicos es muy limitada. En efecto, los cuadernillos de pagos revelan que, desde el punto de vista de los consumidores, los instrumentos de pago electrónicos solo son aceptados en 15,0% de sus transacciones típicas.

V. Aceptación de instrumentos de pago electrónicos por parte de los pequeños comercios

Las ventas minoristas asociadas al consumidor urbano en Colombia aún son dominadas por establecimientos relativamente pequeños. Según se registra en los cuadernillos de gasto, los consumidores urbanos realizan alrededor de dos terceras

¹¹ Ver Banco de la República (2015) donde se reportan tasas de utilización de efectivo y otros instrumentos de pago con base en percepciones del público sobre sus preferencias por distintos instrumentos de pago (Encuesta de Percepción sobre el Uso de los Instrumentos de Pago en Colombia). Dichos resultados no son comparables ya que los resultados aquí reportados se basan en reportes factuales sobre el uso de instrumentos de pago basados en los cuadernillos y no en percepciones.

Cuadro 6

PORCENTAJE DE CONSUMIDORES QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA AFIRMACIÓN DE LA FILA SEGÚN INTENSIDAD DE USO DEL EFECTIVO CON BASE EN LOS CUADERNILLOS DE PAGO

Pregunta	Intensidad uso de efectivo (volumen) condicional al acceso a tarjetas de pago ¹	
	0%-90%	90%-100%
1. Manejar mis ingresos y gastos con una cuenta bancaria resulta práctico para mí	82,1	58,2
2. Para qué una cuenta bancaria si inmediatamente tengo que sacar mi dinero	16,0	39,8
3. Con mis ingresos y gastos no veo la necesidad de una cuenta bancaria	13,3	38,3
4. Las cuentas bancarias son seguras para tener mi dinero	87,6	74,5
5. Puedo perder mi dinero si lo tengo depositado en una entidad financiera	12,3	31,2
6. A menudo, pido prestado para adquirir cosas aun sin considerarlas necesarias	88,6	10,1
7. La tarjeta de crédito me da tranquilidad ante alguna eventualidad	88,6	75,9
8. Uno no debe gastarse lo que no se ha ganado o ahorrado	56,3	77,2
9. Usaría siempre que pueda una tarjeta de crédito por obtener millas, puntos u otros incentivos	56,1	38,9
10. Los costos de manejar mis pagos con tarjeta débito son muy altos comparados con los costos de manejarlos mediante dinero en efectivo	46,6	66,1
11. Considero complicado abrir una cuenta bancaria	12,2	23,9
12. No sé qué se requiere para tener una tarjeta de crédito	15,0	24,2
13. Las cuentas bancarias que ofrece el mercado no se ajustan a mis necesidades	37,3	46,6
14. Para mí es muy importante que ni los bancos, ni el gobierno, ni los comercios tengan mi información personal	56,1	38,6

¹ 22,3% de la población con acceso a tarjetas débito y crédito tiene una intensidad de uso de efectivo entre 12,9% y 90%. El 77,7% restante tiene una intensidad de uso de efectivo entre 90,1% y 100%.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

Cuadro 7

PORCENTAJE DE CONSUMIDORES CON PERCEPCIONES FAVORABLES SOBRE LA FACILIDAD DE ACCESO, USO Y CONTROL PRESUPUESTAL POR INSTRUMENTO DE PAGO

Instrumento de pago	Facilidad de acceso (%)	Facilidad de uso (%)	Control presupuestal (%)
Efectivo	94,8	96,7	76,2
Tarjetas débito	56,2	61,0	41,1
Tarjetas crédito	45,4	57,4	31,3
Transferencias	26,6	29,3	19,7
Cheques	12,9	16,1	20,0
Monederos electrónicos	12,1	11,9	11,3
Billeteras electrónicas	6,0	6,8	8,1

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

partes de sus compras en valor y hacen 4 de cada 5 transacciones en sectores comerciales caracterizados por pequeños establecimientos, por lo cual, estos establecimientos son una pieza importante del rompecabezas para entender la aceptación de pagos electrónicos¹². La proporción de negocios en la encuesta de pequeños comercios en donde los consumidores pueden pagar con tarjetas débito o crédito, transferencias electrónicas, banca en línea, billeteras móviles o digitales es de 25,8%. Debe aclararse que por el diseño de esta encuesta, este porcentaje es elevado ya que se basa en corredores comerciales donde es más factible que los comercios acepten pagos electrónicos.

Como se puede ver en el Cuadro 8, la aceptación de pagos electrónicos está asociada con el tamaño del negocio y el valor promedio de venta. Entre los pequeños comercios que tienen más de 20 millones de pesos de ventas mensuales, más del 70% acepta pagos electrónicos, mientras que entre aquellos con ventas por 2 millones de pesos o menos, solo el 11% aceptan estos métodos de pago. Para el valor promedio de venta hay un cambio claro en la aceptación de pagos electrónicos para transacciones entre 10 y 30 mil pesos, y de nuevo en negocios que tienen como valor promedio de venta 200 mil pesos o más.

El mismo cuadro muestra que mayores niveles de educación de los dueños de los negocios están positivamente asociados con la aceptación de pagos electrónicos. Así, los establecimientos donde el propietario tiene un diploma universitario triplican los niveles de aceptación frente a aquellos cuyos propietarios tienen bajos niveles de educación.

El cuadro también resalta otros atributos del negocio que se asocian negativamente con la aceptación de pagos electrónicos en Colombia. Uno de esos es el nivel de acceso a cuentas de depósito con el sistema financiero por parte de los pequeños comercios. En la muestra, 44% de los comerciantes declararon no tener una cuenta de depósito asociada a sus negocios. Como se ve en el Cuadro 8, la aceptación de pagos electrónicos de aquellos que tienen una cuenta de depósito es seis veces más alta que la de aquellos que no la tienen, dado que este es un prerrequisito para aceptar la mayoría de instrumentos de pago electrónicos en Colombia. Es importante notar también que los mismos factores asociados con la aceptación de pagos electrónicos afectan la decisión de los pequeños negocios de tener o no una cuenta de depósito con el sistema financiero. Los pequeños comerciantes con mayores ventas mensuales, mayor valor promedio por transacción y dueños más educados tienen mayor

¹² Estos estimativos son aproximados y no son comparables con los datos de la encuesta mensual del comercio al por menor del DANE pues la encuesta al público en este reporte se refiere exclusivamente a los gastos de los hogares y, por tanto, no incluye las ventas de comercio relacionadas con el estado y las empresas. Así mismo, no existe un punto de referencia oficial en términos de estadísticas sobre el volumen de transacciones que hacen los hogares.

probabilidad de tener una cuenta asociada a su negocio.

De manera similar, la informalidad es una característica predominante entre los pequeños comercios teniendo en cuenta que 31,1% de ellos

no tienen RUT o no pagan seguridad social a todos sus trabajadores y los dueños mezclan el dinero del negocio con su dinero personal (definición fuerte). Una segunda definición menos estricta muestra que, basado en el no pago de la seguridad social a todos los trabajadores, el 45,9% de los pequeños

Cuadro 8

PORCENTAJE DE PEQUEÑOS COMERCIOS QUE ACEPTAN PAGOS ELECTRÓNICOS Y ACCEDEN A CUENTAS DE DEPÓSITO CON EL SISTEMA FINANCIERO, POR VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

Variable	Categoría	Acepta pagos electrónicos (%)	Tiene una cuenta de depósito (%)
Valor promedio de cada ventas (pesos de 2016)	Menos de 5.000	15,7	25,2
	Entre 5.000 y 10.000	11,4	29,9
	Entre 10.000 y 30.000	26,2	38,4
	Entre 30.000 y 50.000	27,7	51,2
	Entre 50.000 y 100.000	15,8	39,6
	Entre 100.000 y 200.000	26,3	41,0
	Mayor que 200.000	43,6	60,6
Valor de las ventas (millones de pesos de 2016)	Menores que 1	3,0	24,4
	Entre 1 y 2	11,5	28,7
	Entre 2 y 5	24,2	47,6
	Entre 5 y 10	38,8	52,0
	Entre 10 y 20	29,5	46,3
	Entre 20 y 50	73,9	84,8
	Mayores que 50	72,2	75,1
Educación del dueño	Bachillerato incompleto	14,6	30,7
	Bachillerato completo	16,6	33,7
	Universitaria incompleta	30,3	50,2
	Universitaria completa	43,8	57,1
Informalidad (definición suave)	Sí	7,4	24,4
	No	42,6	57,0
Informalidad (definición suave)	Sí	10,4	22,2
	No	32,7	51,3
Tiene una cuenta de depósito con el sistema financiero	Sí	50,2	NA
	No	8,1	NA

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

comerciantes entrevistados podría ser considerado informal.

El Cuadro 8 muestra que ser informal coincide con que los pequeños comerciantes estén aislados de los servicios bancarios formales y los servicios electrónicos transaccionales. Aquellos formales, bajo la definición estricta, tienen una probabilidad aproximadamente 3 veces mayor de aceptar pagos electrónicos y 2 veces mayor de tener una cuenta de depósito con el sistema financiero. De hecho, los pequeños comerciantes, informales bajo esta definición, podrían no cumplir con los requisitos o la organización para acceder a servicios financieros formales.

Es interesante ver que, bajo la definición suave de formalidad, estas diferencias son más marcadas, sugiriendo que la informalidad laboral entre estos comercios es un factor que diferencia fuertemente las decisiones de establecer una relación formal con el sistema financiero.

El Cuadro 9 presenta los rasgos más prominentes de las percepciones de los pequeños comercios en relación con los servicios bancarios, aceptación de instrumentos de pago electrónicos y su estado de informalidad.

En primer lugar, los pequeños comerciantes creen que la gente prefiere pagar con efectivo aun cuando aproximadamente la mitad de ellos cree que sus clientes tienen tarjetas. Estas opiniones se

intensifican entre quienes no tienen cuenta o que no aceptan pagos electrónicos (fila 1 y 2).

En segundo lugar, no son claros los beneficios comerciales para los pequeños comercios de obtener una cuenta de depósito con el sistema financiero o aceptar pagos electrónicos. Más de la mitad de los encuestados aseguran que tienen poco espacio para ahorrar o invertir en su negocio (fila 3). Además, la mayoría está de acuerdo en que su margen de ganancia no es suficiente para cubrir las tarifas de descuento que usualmente se cobran por el uso de las redes de tarjetas débito y crédito (fila 4). Es importante resaltar el consenso entre aquellos que no tienen cuentas o no aceptan pagos electrónicos de que al aceptar pagos electrónicos no se generan eficiencias en su operación (fila 7).

Adicionalmente, la mayoría de los pequeños comerciantes piensan que tanto los costos de instalación como las tarifas mensuales por aceptar tarjetas son mayores a los costos de manejar sus operaciones en efectivo (fila 8). Aun así, los pequeños comerciantes están de acuerdo en que aceptar pagos electrónicos va a incrementar sus ventas (fila 5) y a servir como puerta de entrada a otros productos financieros como créditos (fila 9), y ven las cuentas de depósito con el sistema financiero como un vehículo seguro para manejar su dinero (fila 10). Finalmente, es claro que el valor promedio de cada venta juega un papel preponderante en la decisión de aceptar o no pagos electrónicos (fila 12).

Cuadro 9
PORCENTAJE DE PEQUEÑOS COMERCIOS QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA AFIRMACIÓN DE CADA FILA SEGÚN SU ACCESO A PRODUCTOS TRANSACCIONALES Y SU ESTADO DE FORMALIDAD

	Acepta pagos electrónicos		Tiene una cuenta de depósito		Informalidad (definición fuerte) ¹		Informalidad (definición suave) ²	
	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)
1. Mi clientela es de la que prefiere pagar con efectivo	67,8	85,8	77,4	83,8	85,7	79,1	84,5	77,9
2. La mayoría de mis clientes probablemente no tienen tarjetas	35,3	57,2	46,9	54,9	59	48,2	58,3	45,5
3. En general, de los ingresos de este negocio queda muy poco para ahorrar o invertir	48,7	66,8	55,1	67,3	72,8	57,7	66,3	58,2
4. Mi margen de ganancia me da para pagar una comisión de 3% del valor de la transacción por pagos con tarjeta	33,4	18,8	25,7	20,3	20,6	23,8	21,5	24,5
5. Aceptar tarjetas de pago hace que los clientes gasten más	62,1	51,7	57,0	52,4	48,1	57,5	49,7	57,7
6. Vendiendo en efectivo tengo un mejor control de los ingresos y gastos del negocio	56,5	82,9	70,3	80,2	80,5	74,2	81,3	69,8
7. En mi actividad comercial, aceptar pagos electrónicos facilita significativamente la operatividad del negocio	65,5	28,3	50,3	28,9	29,9	41,3	31,0	44,8
8. Los costos de adquisición y las cuotas de manejo por aceptar tarjetas son muy altas comparadas con los costos de manejar las ventas de mi negocio en efectivo	70,8	77,7	70,35	77,7	76,0	76,0	78,7	74,9
9. Aceptar pagos electrónicos abre las puertas a otros servicios financieros como créditos	75,7	55,1	69,8	53,6	51,4	64,4	54,3	65,5
10. Las cuentas de depósito son un mecanismo eficaz para el manejo seguro del dinero de un negocio	61,2	47,9	62,3	43,3	45,6	54,1	48,0	53,7
11. Con los ingresos y gastos de este negocio no veo la necesidad de una cuenta bancaria	26,7	64,8	36,9	68,1	66,7	49,7	65,9	44,1

Cuadro 9
PORCENTAJE DE PEQUEÑOS COMERCIOS QUE ESTÁN DE ACUERDO CON LA AFIRMACIÓN DE CADA FILA SEGÚN SU ACCESO A PRODUCTOS TRANSACCIONALES Y SU ESTADO DE FORMALIDAD

	Acepta pagos electrónicos		Tiene una cuenta de depósito		Informalidad (definición fuerte) ¹		Informalidad (definición suave) ²	
	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)	Sí (%)	No (%)
12. Por el monto de transacción promedio de mi negocio no se justifica aceptar pagos electrónicos	29,0	72,1	49,0	69,7	68,5	57,8	71,9	51,2
13. En mi actividad comercial, aceptar pagos electrónicos es clave para competir	72,0	26,8	53,8	27,3	26,5	43,8	29,3	44,6
14. Si cumpliera con todo lo que exige el Estado para manejar mi negocio tendría que cerrarlo	34,9	46,2	39,3	46,3	44,5	43,1	44,1	40,4
15. Los comercios que reciben pagos electrónicos se exponen a que otros conozcan info. de sus ventas	25,4	45,0	32,5	45,5	50,3	35,7	50,0	32,2
16. Frecuentemente tengo acceso a información sobre cómo implementar sistemas de pagos electrónicos en mi negocio y ofertas relacionadas	49,3	26,7	39,4	27,5	29,9	33,7	27,8	36,3
17. Las telecomunicaciones en las zonas donde están los puntos de venta de este negocio son confiables	69,9	58,6	63,8	59,8	59,4	62,6	60,7	63,3
18. No le tengo confianza a las entidades financieras	32,2	46,9	38,2	46,7	50,9	39,7	50,7	35,9
19. Me siento inseguro al realizar una transacción en la oficina bancaria o cajero automático	41,1	43,7	38,6	46,3	52,1	39,0	50,5	36,7
21. En el último año se hicieron análisis de ingresos y gastos para conocer la rentabilidad del negocio	71,2	57,7	65,1	58,3	56,6	63,3	58,4	65,4
22. Los estudios, requisitos, trámites, instalación y aprendizaje de uso que se requieren para poder aceptar pagos electrónicos son muy complejos y costosos	42,9	61,1	49,1	61,8	58,7	55,4	59,0	55,6

¹ La definición fuerte de informalidad considera a los comercios que no tienen RUT o no pagan seguridad social a todos sus trabajadores y los dueños mezclan el dinero del negocio con su dinero personal.

² La definición suave de informalidad considera a los comercios no pagan la seguridad social a todos sus trabajadores.
Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

En términos de presiones del mercado, la encuesta revela que estas traen incentivos fuertes a los pequeños comercios para acceder a cuentas de depósito con el sistema financiero y adoptar pagos electrónicos (fila 13). Ahora bien, sin mostrarse en el cuadro, hay otros obstáculos que vienen de la informalidad del ambiente en el cual operan los negocios. Así, aproximadamente la mitad de los pequeños comerciantes que no aceptan pagos electrónicos o que no tienen cuenta de depósito con el sistema financiero creen que sus competidores prefieren operar con efectivo ya que de esta forma no hay trazabilidad de sus ventas.

Otro aspecto que cuenta de forma significativa en la decisión de los comerciantes está relacionado con el ambiente regulatorio. En este punto, casi la mitad de los encuestados que no son bancarizados o solo aceptan efectivo encuentran que la normatividad para sus industrias es económicamente inviable (fila 14). Estos comerciantes también dan un peso relativamente alto en su decisión a la necesidad de mantener la privacidad en las finanzas de sus negocios (fila 15). Por la misma razón, sospechan de los pagos electrónicos y los vinculan con aumentos en su carga impositiva (factor no incluido en el cuadro). Finalmente, aquellos comerciantes que están conscientes de los programas del estado para ayudar a pequeños negocios tienden a tener más productos transaccionales con el sector financiero.

Los factores de oferta también son relevantes. Comparados con los pequeños comerciantes que

aceptan instrumentos de pago electrónicos, aquellos que no los aceptan reportan no estar expuestos a información acerca de la implementación de pagos electrónicos (fila 16) y perciben que el proceso de aplicación es muy complicado y oneroso (fila 21). Así mismo, encuentran que la red de comunicaciones no es confiable (fila 17), y son menos favorables en su opinión sobre la atención en las instituciones financieras o el ajuste de los servicios disponibles a sus necesidades (factor no incluido en el cuadro). Además, estos comerciantes desconfían de las entidades financieras (filas 18 y 19). Finalmente, la disponibilidad del efectivo, medido por la cercanía a cajeros automáticos, parece no ejercer presión sobre la decisión de los comerciantes de adoptar o no productos transaccionales.

El Cuadro 9 y las respuestas a otros aspectos de la encuesta también proveen una mirada a los factores principales que mantienen a los pequeños comercios en la informalidad. Los beneficios potenciales de entrar al mundo de los productos transaccionales con el sector financiero no son lo suficientemente fuertes para los comercios informales. En primer lugar, la precariedad de sus negocios no ofrece una estructura robusta en la medida que no generan suficientes ahorros o inversión (fila 3), no están en su mejor condición financiera (fila 11) o los dueños son personas con bajo nivel educativo.

En segundo lugar, los pequeños comercios informales difícilmente ven los beneficios de tener una cuenta de depósito con el sistema financiero

o, en una etapa más avanzada, aceptar pagos electrónicos. De hecho, la mayoría de ellos no ven los pagos electrónicos como una ventaja competitiva (fila 13), creen que sus clientes prefieren usar efectivo (fila 1), encuentran al efectivo conveniente y eficiente para operar sus negocios (filas 6 y 7), están entre los que más desconfían y tienen percepciones desfavorables sobre las instituciones financieras (fila 18), y entre los menos expuestos a información de implementación de pagos electrónicos (fila 16). Aun así, la mitad de ellos ven los pagos electrónicos como una oportunidad para incrementar sus ventas y darles acceso a otros servicios financieros (filas 5 y 9).

Por otra parte, los pequeños comerciantes informales compiten en mercados con pares que prefieren usar efectivo para mantenerse anónimos y no cumplen las leyes laborales como el salario mínimo. También temen pagar más impuestos si aceptan tarjetas débito y crédito.

No obstante, solo un 40% de estos ven el cumplimiento de la regulación como un peso representativo (fila 14). Los pequeños comerciantes no sienten que el 4 por 1000 sea uno de los principales factores para operar exclusivamente en efectivo, aunque aquellos que son informales son más sensibles a este impuesto (factor no incluido en el Cuadro).

VI. Hábitos de los consumidores respecto al efectivo

Como se presentó en las secciones anteriores, el efectivo es el instrumento de pago más utilizado por el público general para realizar sus transacciones. Esto es así por diversas razones, entre ellas, su conveniencia y aparentes bajos costos relativos de utilización frente a instrumentos de pago alternativos. Sin embargo, el uso del efectivo genera costos que no son evidentes respecto al acceso y riesgos asociados con las tenencias de efectivo sobre los cuales se indaga en esta sección.

En primera instancia, los datos permiten establecer que 59% de las personas acceden a efectivo mediante el uso de cajeros automáticos, 17% lo hacen a través de sucursal bancaria, 9% realizan avances de tarjeta de crédito, 10% utilizan corresponsales bancarios para este fin, 23% recurren a familiares o amigos y 38% obtienen efectivo de su sueldo¹³.

El Cuadro 10 reporta algunas estadísticas sobre frecuencias, montos y tiempos con relación a la obtención de efectivo para los individuos que utilizan cada canal. La primera fuente de abastecimiento, según su frecuencia, es el cajero automático, con 2,86 retiros al mes y un monto promedio cercano a los 600.000 pesos. Este resultado es mayor que

¹³ Aquí se trata de una pregunta con posibilidad de múltiples respuestas debido a que una misma persona puede obtener efectivo de muchas fuentes diferentes y por tanto los porcentajes no suman 100%.

estimaciones realizadas con base en datos de la Superintendencia Financiera de Colombia (1,9 retiros por mes para septiembre de 2016)¹⁴, lo cual se explica por la concentración de la muestra en las principales ciudades del país. También se puede ver que, en general, se realizan retiros mensuales

de poco menos que el salario mínimo mensual legal vigente. En este caso, si se contrasta con los datos de la Superintendencia Financiera de Colombia para septiembre de 2016, la diferencia es pequeña (595.645 pesos). El segundo canal más utilizado es el del salario recibido en efectivo, con una frecuencia que

Cuadro 10
ESTADÍSTICAS SOBRE RETIROS DE EFECTIVO PARA EL PÚBLICO GENERAL
QUE UTILIZA EL CANAL

Canal	Variables	Estadísticas condicionales al uso del canal	
		Media	Mediana
Cajero automático	Número de veces	2,86	2,00
	Monto (pesos)	607.438	400.000
	Tiempo (minutos)	12,52	10,00
Oficina bancaria	Número de veces	1,73	1,00
	Monto (pesos)	533.077	300.000
	Tiempo (minutos)	33,28	30,00
Avances de tarjeta de crédito	Número de veces	1,76	1,00
	Monto (pesos)	294.837	200.000
	Tiempo (minutos)	12,29	10,00
Corresponsal bancario	Número de veces	1,89	2,00
	Monto (pesos)	292.024	160.000
	Tiempo (minutos)	12,78	10,00
Familiares o amigos	Número de veces	2,32	2,00
	Monto (pesos)	293.194	200.000
	Tiempo (minutos)	26,05	5,00
Salario	Número de veces	2,76	2,00
	Monto (pesos)	867.162	689.000
	Tiempo (minutos)	15,24	10,00

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

¹⁴ Informe de tarjetas de crédito, Superintendencia Financiera de Colombia. <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.js?l?Servicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=60952>

se acerca a la quincenal. Los demás canales pierden relevancia, aunque destaca la red social de familiares o amigos como fuente para obtener efectivo.

El Cuadro 11 presenta la misma información de retiros promedio al mes según fuente utilizada, condicional al uso de cada canal por grupos socioeconómicos. Para la edad resulta una relación

positiva con la frecuencia de retiro mediante cajeros electrónicos y avances con tarjetas de crédito, que se rompe en el último rango considerado. Lo contrario ocurre con el efectivo que se obtiene de familiares o amigos. Según el sexo, los hombres son más dados a obtener efectivo, particularmente utilizando cajeros electrónicos, lo cual coincide con el hecho de que ellos tienen más acceso a tarjetas

Cuadro 11

NÚMERO PROMEDIO DE VECES QUE SE OBTIENE EFECTIVO SEGÚN FUENTE PARA EL PÚBLICO GENERAL QUE UTILIZA EL CANAL, POR VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

Variable	Categoría	Cajero	Sucursal bancaria	Avances tarjeta crédito	Corresponsal bancos	Familiares o amigos	Salario
Edad	18 a 24 años	2,08	1,50	1,00	1,58	3,05	2,98
	25 a 34 años	2,73	2,16	1,47	1,48	2,29	2,10
	35 a 44 años	3,10	1,28	1,65	2,68	2,04	2,53
	45 a 54 años	3,51	2,25	1,75	2,14	1,82	2,75
	55 y más años	2,75	1,52	2,50	1,64	2,33	3,34
Sexo	Hombre	3,13	1,61	1,98	1,92	2,75	2,76
	Mujer	2,57	1,88	1,47	1,86	1,98	2,76
Educación	Secundaria incompleta	1,89	1,30	1,32	1,84	2,16	3,30
	Secundaria completa	2,50	1,55	1,35	1,70	2,08	3,07
	Superior incompleta	3,30	2,12	2,91	1,39	3,00	2,07
	Superior completa	3,41	1,91	1,29	2,69	2,15	1,49
Estrato	1 y 2	2,54	1,49	1,34	1,76	2,64	3,45
	3 y 4	3,12	1,76	1,98	1,93	1,89	1,98
	5 y 6	2,73	2,48	2,02	2,17	2,26	1,40
Recibe subsidio en esta cuenta	Sí	2,18	1,44	1,08	1,00	2,39	2,81
	No	2,91	1,79	1,82	1,96	2,14	1,72
Acceso servicio finan. transaccional	Sí	2,90	1,80	1,76	1,93	2,15	2,03
	No	2,01	1,23	1,87	1,37	2,54	3,77

Nota: cada celda de la tabla promedia la frecuencia mensual de retiros de efectivo según la fuente utilizada, para los individuos que pertenecen al grupo de la fila y utilizan el canal de la columna.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

débito (ver Cuadro 4). Por nivel educativo, las personas con más años cursados tienden a obtener efectivo con mayor frecuencia al considerar todas las fuentes menos el salario. Esta misma situación se observa con relación al estrato aunque con menor intensidad. Por último, los entrevistados que reciben subsidios del gobierno hacen retiros de efectivo con menor frecuencia que aquellos que no manejan esta clase de ingresos.

El análisis de los montos de efectivo que se obtienen mensualmente por fuente, para quienes usan el canal, por grupos socioeconómicos, se presenta en el Cuadro 12. En este caso, el valor total obtenido de sucursales bancarias, familiares o amigos y salarios se asocia positivamente con la edad, alcanzando su máximo en el rango de los 45 a 54 años, debido principalmente a los ingresos salariales que se reciben en efectivo. Según el sexo,

Cuadro 12

VALOR PROMEDIO DEL MONTO DE EFECTIVO QUE SE OBTIENE MENSUALMENTE SEGÚN FUENTE PARA EL PÚBLICO GENERAL QUE UTILIZA EL CANAL, POR VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

Variable	Categoría	Cajero (pesos)	Sucursal bancaria (pesos)	Avances tarjeta crédito (pesos)	Corresponsal bancos (pesos)	Familiares o amigos (pesos)	Salario (pesos)
Edad	18 a 24 años	749.140	246.503	277.452	249.590	180.113	648.334
	25 a 34 años	586.629	632.020	321.095	310.542	259.701	869.848
	35 a 44 años	532.063	414.346	245.270	375.255	357.635	833.962
	45 a 54 años	642.646	570.180	337.808	177.646	288.591	1'052.943
	55 y más años	579.961	612.447	279.099	343.819	374.995	906.580
Sexo	Hombre	645.193	568.085	298.747	289.853	247.515	976.486
	Mujer	567.453	490.068	289.589	293.751	328.846	760.725
Educación	Secundaria incompleta	634.771	459.581	230.814	286.294	229.715	666.942
	Secundaria completa	572.106	369.159	316.603	219.501	314.279	729.775
	Superior incompleta	595.995	727.741	241.907	205.328	323.894	1'051.520
	Superior completa	651.636	591.127	349.019	474.596	319.750	1'530.885
Estrato	1 y 2	441.824	413.058	211.125	156.992	258.461	741.546
	3 y 4	702.204	593.183	341.756	373.830	334.236	920.674
	5 y 6	736.856	686.994	332.756	449.168	357.539	1'895.194
Recibe subsidio en esta cuenta	Sí	419.675	251.857	174.133	155.004	280.523	493.726
	No	566.499	561.292	311.185	309.212	268.037	1'043.315
Acceso a servicio finan. transaccional	Sí	592.230	553.838	295.896	294.066	273.315	1'007.867
	No	454.430	376.071	260.176	267.629	318.661	673.557

Nota: cada celda de la tabla promedia el monto mensual de los retiros de efectivo según la fuente utilizada, para los individuos que pertenecen al grupo de la fila y utilizan el canal de la columna.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta Banco de la República, la Asociación Bancaria de Colombia, Redeban Multicolor S.A. y la firma Cifras & Conceptos.

se observa que los hombres obtienen más efectivo que las mujeres en todas las fuentes excepto correspondientes bancarios y familiares o amigos.

Con relación a la educación se observa una asociación positiva con los montos de efectivo, particularmente cuando se obtiene efectivo mediante pago de salario. De nuevo, se da una relación positiva entre estrato y montos mensuales retirados. En el caso de los subsidios del gobierno, se observa que las personas beneficiarias de estos programas manejan menos efectivo, con excepción del que obtienen de familiares o amigos.

Por último, es importante resaltar que el salario es una de las fuentes más importantes para obtener efectivo para todos los grupos considerados, lo cual puede ser un indicio de la distorsión que el 4 por 1000 genera en la decisión de las personas de no mantener sus recursos en cuentas con el sistema financiero.

VII. Conclusiones

En los años recientes el modelo bancario tradicional en Colombia ha alcanzado hitos importantes en términos de acceso a cuentas transaccionales y a instrumentos de pago electrónicos como las tarjetas débito y crédito. Sin embargo, aún existen múltiples barreras que inhiben la adopción y uso de estos productos por parte de consumidores y comerciantes.

De acuerdo con los resultados de las encuestas presentadas en este documento sobre las decisiones

de pago de consumidores y pequeños comercios en las principales ciudades de Colombia, esta situación no se explica por la disponibilidad de productos transaccionales desde el lado de la oferta, pues estos han estado presentes en el sector urbano por largo tiempo. Parece que el balance costo-beneficio que enfrentan los usuarios finales bajo el modelo actual de negocio de las plataformas de pagos electrónicos los detienen a la hora de adoptar estos sistemas.

Al igual que en el caso de muchas economías emergentes, Colombia puede estar a punto de acelerar y consolidar el uso de pagos electrónicos. No obstante, para que esto suceda, debe hacerse un esfuerzo importante por aumentar los niveles de aceptación de pagos electrónicos por parte de los comercios y otros agentes de la economía. Los resultados de este estudio identifican varios factores que podrían ser aprovechados por la industria y el gobierno, con el fin de crear un círculo virtuoso de mayor uso y aceptación de los pagos electrónicos en Colombia que permita capitalizar las economías de escala y de red propias de estos servicios.

Los resultados confirman que el acceso a productos financieros transaccionales está positivamente relacionado con factores socioeconómicos como el ingreso, la educación y la formalidad del trabajo del lado de los consumidores urbanos. No obstante, sus percepciones sobre los altos costos y limitada conveniencia de estos productos, la desconfianza en el sistema financiero, y factores distorsionales como el gravamen a los movimien-

tos financieros están asociadas con que aún cerca de una tercera parte de los consumidores urbanos no tengan cuentas de depósito con el sistema financiero y accedan al efectivo como pago directo de su salario. Más aun, entre aquellos que tienen acceso a estos servicios, pocos los usan debido a que encuentran en el efectivo un instrumento ampliamente aceptado, fácil y rápido de usar y conveniente para controlar sus gastos.

Por su parte, el balance beneficio-costos para los pequeños comercios tiende a ser desfavorable respecto a las decisiones de formalizarse, acceder a productos financieros transaccionales y aceptar

pagos electrónicos. Los resultados muestran que el limitado tamaño del negocio, los bajos valores promedio de cada transacción, los bajos márgenes de ganancia y capacidad financiera, la baja educación de los propietarios, la deficiente disponibilidad de información y complejidad en el acceso a productos transaccionales, así como las percepciones de altos costos de acceso relativos a operar con efectivo y expectativas de mayores cargas tributarias, mantienen a un alto porcentaje de estos negocios al margen de estos servicios. No obstante, los pequeños comercios reconocen las oportunidades que puede traerles la adopción eventual de estos productos en términos de eficiencia y competitividad.

Bibliografía

- Arango, C., Y. Bouhdaoui, D. Bounie, M. Eschelbach y L. Hernández (2016). "Cash management and payment choices: a simulation model with international comparisons", Working Paper Series 1874, European Central Bank.
- Arango, C. y N. Suárez (2017). "Factors Impeding the Use of Electronic Payment Instruments in Emerging Economies: the Case of Colombia". *Journal of Payments Strategy & Systems*, (en impresión).
- Banco de la República (2015). "Reporte de Sistemas de Pago", http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/rsp_2015.pdf, junio de 2015.
- Banco de la República (2016). "Reporte de Sistemas de Pago", http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/rsp_2016.pdf, junio de 2016.
- Banco de Pagos Internacionales (2011). "Red Book statistical update", <https://www.bis.org/cpmi/publ/d95p2.pdf>, marzo 2011.
- Banco de Pagos Internacionales (2015). "Red Book statistical update", <https://www.bis.org/cpmi/publ/d142a.pdf>, diciembre 2015.
- Banco Mundial (2014). "Global Financial Report: Financial Inclusion".
- Banco Mundial (2016). "Global Payment Systems Survey (GPSS)", <http://www.worldbank.org/en/topic/paymentsystemsremittances/brief/gpss>, octubre 2016.
- Better Than Cash Alliance (2015). "Country diagnostic: Colombia", Bankable Frontier Associates (BFA) bajo la supervisión de Beatriz Marulanda.
- Cano, C. G., M. Esguerra, N. García, L. Rueda y A. Velasco (2015). "Inclusión financiera en Colombia", Política monetaria y estabilidad financiera en economías pequeñas y abiertas, editado por J. E. Gómez y J. N. Ojeda, 143-211.
- Gómez, J., J. Jaramillo y A. Meisel (2016). "El uso de efectivo y tarjetas débito y crédito en Colombia", Borradores de Economía, Banco de la Republica, No. 950.
- Martínez, C. (2013). "El uso de efectivo y tarjetas débito como instrumentos de pago en Colombia", Borradores de Economía, Banco de la República, No. 749.
- Superintendencia Financiera de Colombia (2016). "Informe de tarjetas de crédito y débito", <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=60952>, ene-dic 2016.

