

EVOLUCIÓN DEL ACCESO Y UTILIZACIÓN DE LA BANCA ELECTRÓNICA EN BOLIVIA, 2015-2017

Fernando A. Suaznábar Claros¹

Recepción: Septiembre, 2021 Aceptación: Noviembre 2021

RESUMEN

La banca electrónica es una herramienta comunicativa transaccional, que permite al consumidor financiero realizar acciones de manera virtual y electrónica, desde un lugar que no necesariamente es de atención físico. La tecnología permite ofrecer a los clientes servicios y productos demandados en el contexto y canal adecuado. En este artículo se propone un análisis a la banca electrónica en Bolivia, identificando dos aspectos de medición, el acceso y el uso a los canales de transacción electrónica financiera como también los instrumentos electrónicos de pago, observando a los consumidores financieros como también a las entidades que prestan servicios financieros. Por tanto, el propósito es identificar las variables que inciden en la situación de uso y acceso de la banca electrónica en el país a ser observadas para una mejora continua y la construcción de estrategias en materia de innovación financiera.

JEL: E42, G20, O30

Palabras claves: Banca digital, transacciones electrónicas, instrumentos electrónicos de pago y canales electrónicos de pago.

¹ Administrador de Empresas, Ingeniero Químico (Universidad Mayor de San Simón), “Master in Food Science and Technology” (Universidad de Gante–Bélgica). Docente Investigador Instituto de Estudios Sociales y Económicos (IESE).

EVOLUTION OF ACCESS AND USE OF ELECTRONIC BANKING IN BOLIVIA 2015-2017

ABSTRACT

Electronic banking is a transactional communication tool that allows financial consumers to carry out actions in a virtual and electronic way, from a place that is not necessarily physical care. Technology makes it possible to offer customers demanded services and products in the right context and channel. This article proposes an analysis of electronic banking in Bolivia, identifying two aspects of measurement, access and use of electronic financial transaction channels as well as electronic payment instruments, observing financial consumers as well as entities that provide financial services. Therefore, the purpose is to identify the variables that affect the situation of use and access of electronic banking in the country to be observed for continuous improvement and the construction of financial innovation strategies.

JEL: E42, G20, O30

Keywords: Digital banking, electronic transactions, electronic payment instruments, electronic payment channels.

Introducción

En la era de la información, la sociedad vive en permanente conexión a redes de información electrónicas y digitales, como Internet, instrumento imprescindible para el desarrollo económico y social de las empresas y organizaciones e incluso del mismo individuo, expectante y protagonista de la revolución digital; debiendo adaptarse al nuevo ecosistema digital con una transformación en sus actividades cotidianas, para lo que se requiere y demanda herramientas que faciliten su introducción, entre las cuales podemos nombrar las de carácter financiero, programas o sistemas que permite realizar acciones financieras, como transacciones y otros servicios financieros, para su adopción al sistema de comercio mundial, donde bienes y servicios son comercializados por medios de entrega electrónica, reduciendo costos y mejorando la productividad. Por tanto, existe una nueva modalidad de banca que exige regulación, más no control, que inhiba su desarrollo necesario.

En ese sentido, el disponer de nuevas herramientas financieras con tecnología e información en escenarios competitivos y mercados, implica la utilización de las TICs en las entidades financieras, englobadas bajo el término de Banca Electrónica, y están dirigidos a satisfacer necesidades electrónicas y de servicios financieros en cualquier momento y lugar, con el objeto de fortalecer la inclusión financiera y una mayor accesibilidad a servicios.

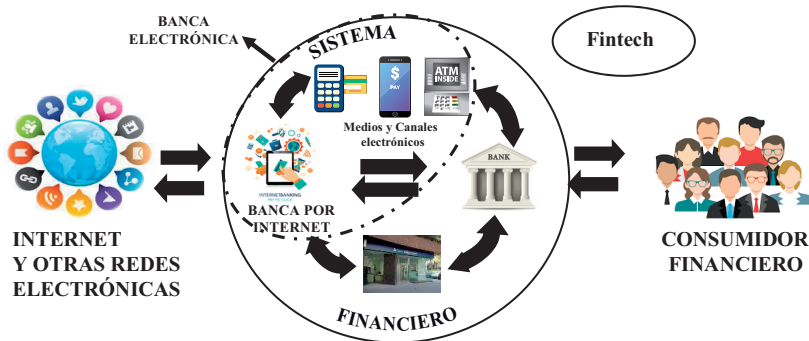
Por tanto, esta investigación tiene el propósito de ser un medio informativo de la banca electrónica en Bolivia y en particular en Cochabamba, con una descripción de sus características y comportamiento, su utilización por las empresas, gobierno, agentes individuales, ante los obstáculos y oportunidades en el tema. Asimismo, su fin es coadyuvar a la cultura y conocimiento de la Banca Electrónica y de esta manera reducir la brecha de educación Electrónica, para tomar óptimas decisiones empresariales y generar lineamientos de estrategias a seguir con objeto mejorar los servicios digitales financieros adaptados a las necesidades del consumidor.

2. Marco contextual

La Banca Electrónica, es un conjunto de herramientas y medios afectados y favorecidos por elementos de su entorno como las entidades financieras y de

forma general el sistema financiero; los servicios intangibles que permiten su funcionamiento, redes electrónicas y el internet, el consumidor financiero que utiliza sus servicios como: Los Cajeros Automáticos o ATMs, terminales de venta automatizados (POS), la Banca Móvil y la Banca por Internet y de manera directa, las herramientas que satisfacen al consumidor financiero de manera similar en entradas y salidas de puntos físicos de atención; incluso en la competitividad indirecta, como la billetera móvil o mediante las empresas que no necesariamente son de naturaleza bancaria como las Fintech.

Figura 1
Componentes y Elementos del Entorno de la Banca Electrónica



2.1 El Sistema Financiero

Tal cual se aprecia en la figura 1. El sistema financiero “está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan las unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit” (Calvo, Parejo, & Cuervo, 2010), al respecto, los elementos que lo conforman son:

2.2 Mercados Financieros

Los mercados financieros realizan la función económica esencial de canalizar fondos desde hogares, empresas y gobiernos que tienen superávit de ahorros, al gastar menos de lo que tienen como ingreso, hacia aquellos que tienen escasez de fondos (Frederic, 2014). Así por ejemplo se tiene el mercado bancario.

2.3 Entidades Financieras

Una entidad financiera es una institución que presta servicios financieros, es decir, una compañía que ofrece a sus clientes (familias, empresas, Estado) servicios relacionados con el dinero que posee o necesita. Los servicios financieros como medios de comunicación y transacción denominados canales de la banca son las prestaciones más importantes que ofrece una entidad financiera. Bajo este conjunto existen entidades de intermediación, que pueden ser bancarias (comercial) o no bancarias.

2.4 Instrumentos de Pago

Es una herramienta intangible, un servicio o producto financiero ofrecido por una entidad financiera, intermediario, agente económico o cualquier ente con autoridad y potestad necesaria para poder ofrecerlo o demandarlo, estos instrumentos permiten a los canales de la banca realizar la transacción respectiva. Así, por ejemplo, las tarjetas de crédito y débito son instrumentos de pago de uso electrónico que pueden ser utilizados para realizar transacciones por medio de cajeros automáticos (canal).

2.5 Definición de Banca Electrónica

Con el objeto de nombrar en forma adecuada a las nuevas innovaciones tecnológicas para la realización de las transacciones financieras de una entidad bancaria, aparecen términos como banca en línea, e-banking o genéricamente banca electrónica, según Muñoz Leiva, (2008), se debe distinguir:

- **Banca Electrónica.** Es la banca que se realiza por medios electrónicos como cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación. Algunos autores consideran varios canales que incluyen la banca telefónica, la Banca Móvil y la basada en televisión interactiva (iNet-television).
- **Banca en línea o por internet.** Son aquellas herramientas que ofrece una entidad para que sus clientes hagan sus operaciones bancarias a través de la computadora con conexión a la red Internet, utiliza sus recursos y la World Wide Web (www). Por lo que es un canal digital dentro de la Banca Electrónica.

- **Banca Virtual o sin Presencia Física.** un Banco virtual es aquel sin oficina, que centra su modelo de negocios en el mercado digital de internet. Dentro de esta categoría se construyen relaciones de intercambio B2C², donde está el banco virtual o banco en casa destinado a los usuarios particulares.
- **Banca Digital.** Son servicios financieros ofertados en canales digitales como la Banca por Internet y la Banca Móvil (basada en tecnología Wireless Application Protocol –WAP– que traslada Internet al teléfono móvil).

La Banca Electrónica moderna se inicia a partir del 27 de junio de 1967, cuando se instaló el primer cajero automático creado por Sheperd-Barron en una sucursal del Banco Barclays. (Página Siete, 2017: 02 julio). En 1992 se creó la primera terminal de venta de software ejecutable en plataforma Microsoft Windows. (Mercabalanza, 2015). La Banca telefónica moderna o Call center, apareció en España a mediados de 1993 de la mano del Banco Español de Crédito (Banesto) y del Banco Central Hispano (BCH), como medio de consulta, en la actualidad incorpora prácticamente todos los servicios del sistema financiero (Muñoz, 2008). La literatura científica cita el año 1995 (octubre) como el momento de la aparición de la banca en línea desarrollada en EE. UU., de la mano del Security First National Bank (SFNB), (Gandy, 1995).

2.6 Canales de la Banca Electrónica

La Banca Electrónica, es una cartera de servicios financieros conformada por medios y canales electrónicos, donde destacan los siguientes:

Banca por Internet. Es un canal alternativo a los tradicionales establecido por las entidades financieras y es de mayor uso por las entidades bancarias. Ofrece un conjunto de servicios, por ejemplo: la realización de transferencias electrónicas, la interacción es de manera virtual (por internet), busca la comodidad del cliente, por la mayor disponibilidad y accesibilidad a los servicios. La Banca por internet es un canal electrónico que utiliza como instrumento de pago las órdenes electrónicas de transferencia de fondos.

2 *Business-to-consumer*, se refiere a la actividad entre un negocio y un consumidor individual.

Banca Móvil. La Banca Móvil es una nueva innovación financiera conocida también como servicio financiero móvil, y que ha sido definida de diferentes formas:

- Es la prestación de servicios financieros que no se realiza a través de sucursales bancarias convencionales, sino utilizando teléfonos móviles (CGAP, 2010).
- Todo tipo de servicio financiero realizado utilizando un dispositivo móvil (AFI, 2009).
- La utilización de un dispositivo móvil como un canal para la realización de transacciones desde una o varias cuentas bancarias AI (2009).

En la última década, el servicio de Banca Móvil se ha incorporado con éxito en países subdesarrollados revolucionando la forma de hacer transacciones financieras de la población (Soto, 2015). La banca móvil igualmente utiliza como instrumento electrónico de pago las órdenes electrónicas de transferencia de fondos.

Cajeros Automáticos. El cajero automático o ATM (*Automated Teller Machine*), canales electrónicos compartidos, constituye un dispositivo electrónico que funciona bajo un sofisticado sistema de control basado en microprocesadores para operar en línea o fuera de ella, conectado a un computador central (Rodríguez, 2002).

A través del cajero automático el cliente puede realizar depósitos y retiros de efectivo, consultar el saldo de su cuenta de ahorro, transferir fondos y otros servicios. Una pantalla de cristal proporciona instrucciones sencillas a seguir que guían al cliente en cada paso de una transacción. El cliente con insertar su tarjeta de plástico con código magnético y el registro de su clave secreta de identificación personal (PIN) establece conexión directa con el sistema. Los cajeros automáticos son canales electrónicos que utilizan como instrumentos electrónicos de pago a las tarjetas de débito y crédito.

Terminales de Venta o POS. POS (*Point of Sale o Checkout*), datafono, terminal de venta o denominado “Pasa Tarjetas” es un dispositivo que los emisores proporcionan a los comercios afiliados o adquirentes para que puedan

realizar cobros a través de tarjetas de débito o crédito. Por medio de este dispositivo el establecimiento comercial confirma la disponibilidad de crédito o de fondos del tarjetahabiente, realiza el cargo correspondiente e imprime el voucher o comprobante del cargo para el tarjetahabiente y para el establecimiento comercial. (Aprendiendo BAC Credomatic, 2015). Incluye típicamente una caja registradora (ordenador, monitor, pantalla de cliente y un escáner de código de barras) y en la mayoría de los sistemas de punto de venta también incluye lector de tarjetas electrónicas, además de un sistema de procesamiento de tarjeta de crédito integrado, un dispositivo de captura de firmas y un teclado de PIN.

Además, como instrumento electrónico de pago se encuentra las tarjetas electrónicas y recientemente se han introducido nuevas aplicaciones, como los Mobile POS (terminales mPOS) que son terminales de venta que están indexados en su funcionamiento con dispositivos móviles. (Mercabalanza, 2015).

2.7 Entorno Competitivo de la Banca Electrónica

Son herramientas que de cierto modo satisfacen las mismas necesidades del consumidor financiero, como la transferencia de dinero y servicios financieros en el menor tiempo posible y el mínimo esfuerzo del cliente, con interacción y apoyados en la tecnología, los cuales son:

Las Fintech. Las FinTech es el conjunto de empresas no financieras que usan la tecnología digital y herramientas asociadas, la nube, *blockchain*, *big data*, inteligencia artificial, redes sociales, etc., para prestar servicios financieros a consumidores y empresas de una forma innovadora y bajo nuevos modelos de negocio. El término fintech se usa para agrupar a las nuevas empresas de servicios financieros (fin), con base tecnológica (tech). Las innovaciones del sector tienen el potencial de transformar el sector financiero y ayudar a proveer servicios a grupos sociales tradicionalmente desatendidos”. (Arner, Barberis, & Buckley, 2015)

Billetera Móvil. La billetera móvil es un servicio de transferencia de dinero electrónico a través de teléfonos celulares, constituye un medio alternativo y que en los últimos años ha ido creciendo en su uso como en el valor de sus transacciones. Esta herramienta es ofrecida también por entidades dentro del sistema financiero o con colaboración de parte de ellos.

3. Banca Electrónica en Bolivia

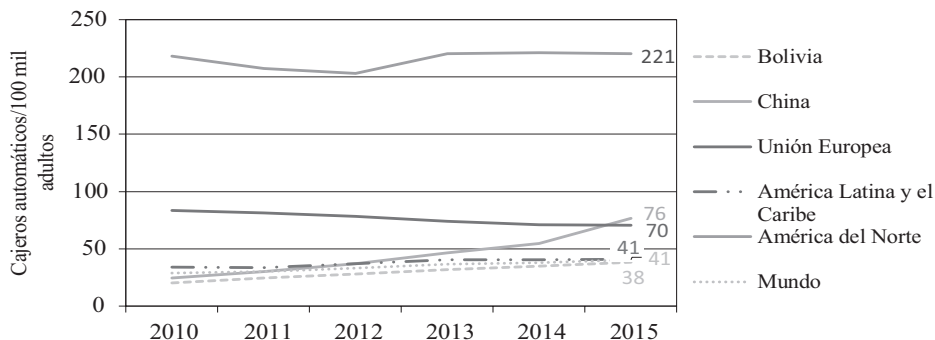
El número de usuarios es el factor que determina el grado de difusión de la banca electrónica o por internet. (García & Romero, 2004). Por tanto, el número de usuarios está condicionado por un conjunto de factores sociológicos, y culturales externos al propio negocio. En este sentido, el “USO” que se le da al canal respectivo desde el punto de vista del consumidor financiero, puede ser medido por el porcentaje de consumidores financieros que utilizan un canal electrónico, como además el comportamiento del consumidor. Por otra parte, desde el punto de vista de las entidades bancarias, tienen la responsabilidad de entregar la infraestructura necesaria para que se pueda realizar las transacciones financieras electrónicas correspondientes, el concepto está dirigido a la cobertura, o al “ACCESO” que proveen las entidades a los consumidores financieros, influido por el entorno que rodea al sistema, los factores sociales, geoFiguras, económicos, culturas, entre otros.

3.1 Cajeros automáticos o ATMs

Acceso a ATMs. Según datos del Banco Mundial (Figura 2), el panorama de ATM en Bolivia es ascendente, de 20 cajeros por cada 100.000 adultos que existían el año 2010, para el año 2015 existían 38 cajeros por cada 100.000 habitantes.

Figura 2

Cajeros Automáticos por cada 100.000 Adultos, Bolivia y el Mundo (Expresado en unidades)



Nota: Elaboración Propia con base a datos del Banco Mundial (2015)

Dicha proporción es aún reducida respecto a la situación en otros países, así, por ejemplo: la media de América Latina (41 cajeros), y la mundial (41 cajeros), no es comparable con la de América del Norte (221 cajeros) y la de la Unión Europea (70 cajeros), (Banco Mundial, 2015). Las dos empresas autorizadas por la ASFI, para la emisión y administración de tarjetas de crédito y electrónicas son Red Enlace y Linker, están autorizadas por los emisores de tarjetas: Europay, MasterCard y Visa; descrito en la reglamentación de ASFI, circular 133/2012, tercera sección, artículo 10. (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2011)

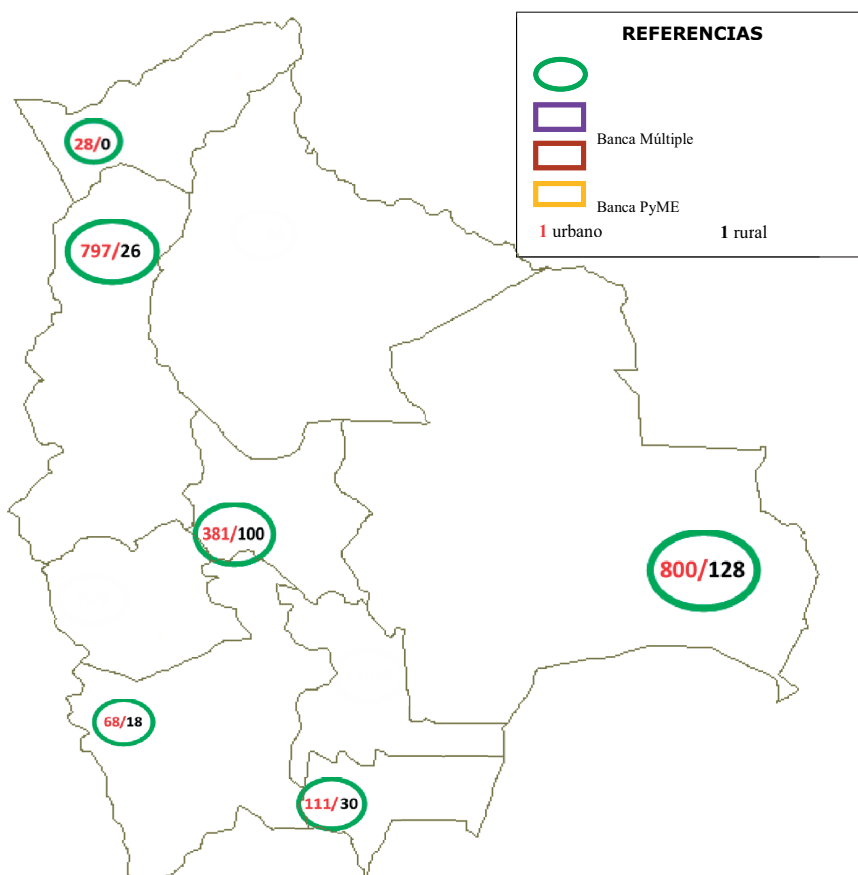
A nivel nacional según los datos de ASFI, a junio de 2017 se tiene:

- La Banca Múltiple a nivel nacional posee el mayor número de ATMs, 2.793 cajeros automáticos, siendo el Banco Mercantil Santa Cruz, la entidad financiera con mayor cantidad, 505 cajeros automáticos; el Banco Unión, posee 412 ATMs y el Banco Bisa, 323 ATMs. Santa Cruz es el departamento con mayor ATMs, los mismos están ubicados en su mayoría en la ciudad.
- Las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas, poseen 94 ATMs a nivel nacional, la más representativa es Jesús Nazareno Ltda., con 53 ATMs, y San Martín de Porres Ltda., con 19 ATMs; Santa Cruz es el departamento que más ATMs tiene en provincias, 29,79 % de sus cajeros automáticos están ubicados en zonas rurales.

- Las Entidades Financieras de Viviendas, en conjunto tienen 42 ATMs a nivel nacional, La Primera EFV, posee 34 ATMs, y este sector atiende en mayor proporción al departamento y ciudad de La Paz.
- Finalmente, la Banca PyME, tiene 41 ATMs en todo el país, de los cuales 35 son del Banco PyME Ecofuturo, que en mayor proporción están en el departamento de La Paz, con alcance mínimo en provincias a nivel nacional.

Figura 3

Cajeros Automáticos en Bolivia por Entidad Financiera



Nota: Elaboración propia con base a información tabulada de ASFI, a junio de 2017

Tal cual se aprecia en la Figura 3, a junio de 2017, de los 2.970 cajeros automáticos dispuestos para el consumidor financiero, 2.590 (87%) se encuentra en zona urbana, y 380 (13%) en zona rural. El departamento con mayor ATMs es Santa Cruz (34,2%), con 1.016 cajeros automáticos seguido de La Paz (29%), con 858 ATMs y Cochabamba (17%) con 506 ATMs. Además, el departamento que tiene una mayor cobertura porcentual de cajeros automáticos en provincias es Beni, con el 41,38% de sus cajeros ubicados en la zona mencionada, mientras que Pando no tiene cajeros automáticos en provincias.

3.2 Utilización de ATMs

La utilización de ATMs puede ser medido según la cantidad de usuarios de canales electrónicos, razones de utilización y problemas detectados.

Usuarios de cajeros automáticos. Al comparar la cantidad de usuarios de cajeros automáticos en el periodo 2016 y 2017, según la ASFI, existe un incremento de usuarios de cajeros automáticos en el país del 2%, valor inferior al incremento entre 2015 y 2016, que registró una TCA³ del 74%, la TCP⁴ del 22%, el 61% de los consumidores utilizaron ATMs el 2017, por tanto, existe un descenso del uso respecto al 2015. Por otra parte, la utilización de ATMs tiene una correlación negativa con la edad. El 67% de los consumidores financieros con edades entre 18 y 24 años usan los ATMs de las entidades financieras; esta proporción disminuyó al 35% si consideramos los Consumidores Financieros de 60 años o más. Más del 50% de los consumidores financieros con 47 años o más no utilizó ATMs, el 2017 (Figura 4).

Problemas registrados. El 28%, de los usuarios de ATMs registraron tener algún problema en la utilización de estos, la gestión 2017, cifra que ha disminuido la gestión 2016. La mayoría expresa que el problema principal es el anuncio de “fuera de servicio” (31%) y le sigue la falta de “disponibilidad de dinero” (27%), ambos problemas disminuyen en el transcurso de los años (Figura 4).

Razones para no utilizar ATM. El 34% de los consumidores que no utiliza ATMs, afirma que “no sabe cómo usarlos”, el 23% “prefiere usar dinero en

3 TCA: Tasa de crecimiento anual, $TCA (\%) = \left(\frac{\text{valor actual} - \text{valor anterior}}{\text{valor anterior}} \right) \times 100$

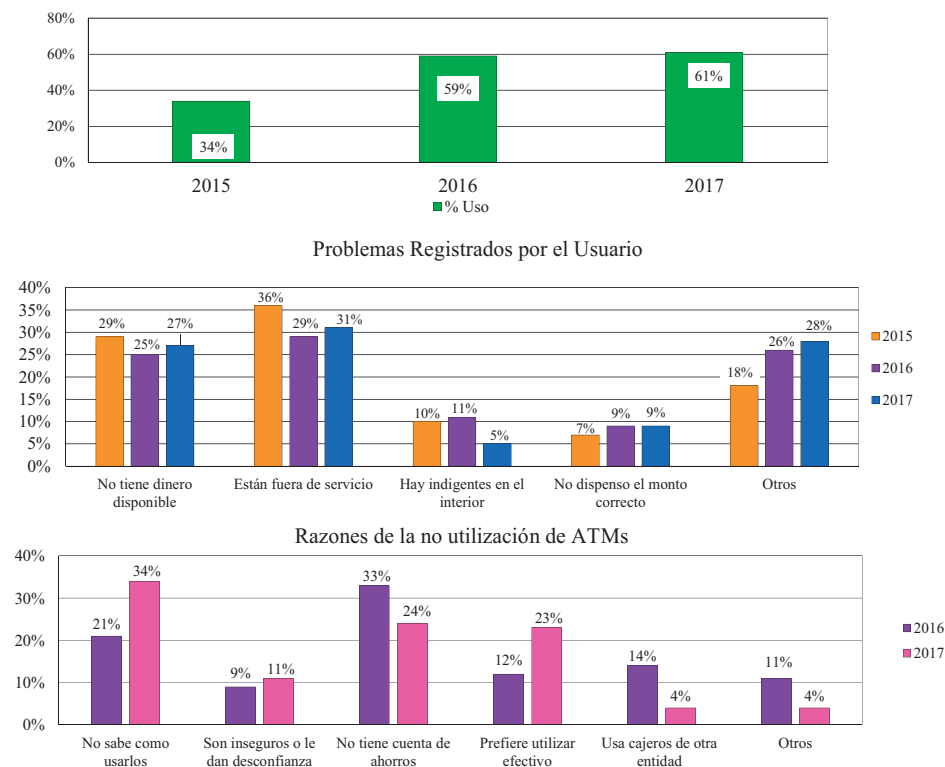
4 TCP: Tasa de crecimiento promedio, $TCP (\%) = \left\{ \left[\frac{\text{valor actual}}{\text{valor inicial}} \right]^{\frac{1}{\text{número de años}}} - 1 \right\} \times 100$

efectivo”, el 11% “desconfía de su seguridad”, estas variables se incrementan con los años, siendo quizás la razón principal, la falta de educación financiera de los no usuarios de ATMs.; Por otra parte, en el acceso, las razones de “uso de cajeros de otra entidad” y “no tiene cuenta de ahorros”, registró un decrecimiento gradual respecto al 2016. Por tanto, existe una mejora en la inclusión financiera (Figura 4).

Actividades realizadas en ATMs. Según la ASFI (2017) el 22% de los consumidores que utilizan cajeros automáticos realizó depósitos, transferencias o pago de servicios básicos a través de un cajero automático, aspecto que tuvo un crecimiento de 4pp. con relación a la gestión 2016, que registro el 18% (Figura 4).

Figura 4

Utilización de Cajeros Automáticos en Bolivia (Expresado en porcentaje)



Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017)

Además, del retiro de efectivo, el servicio demandado con mayor frecuencia en los cajeros automáticos el 2017 es “el pago de impuestos”, con una participación de 43%, asimismo, el 35% de los consumidores financieros piensa pagar créditos debería ser un servicio adicional. (ASFI, 2017)

3.3 Banca Digital

Según información de las diferentes conclusiones de la encuesta nacional de servicios financieros, realizada por ASFI, se observa:

Banca por Internet. El 2017, 11% de los usuarios financieros ha utilizado este canal, y el que se incrementó en 2pp respecto al 2015. Lo que significa que se tuvo una tasa de crecimiento anual del 22%, a pesar de que el 2016 se registró un valor inferior (Figura 5).

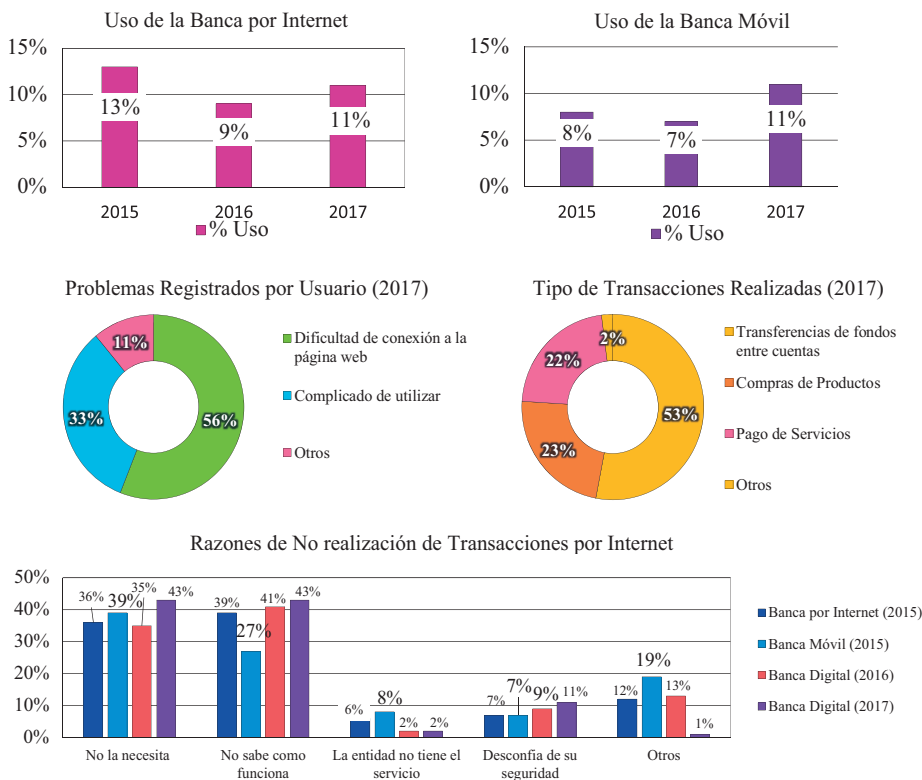
Banca Móvil. El 11% de los consumidores financieros utilizaron este medio para realizar transacciones electrónicas. Además, se registró un aumento de 4pp. con respecto a la gestión anterior, valor que es superior al crecimiento de la Banca por Internet, con una tasa de crecimiento anual del 57%, respecto al 2016 (Figura 5).

Según ASFI (2017), el 11% de los consumidores financieros no han realizado transacciones electrónicas, tanto en Banca por Internet como Banca Móvil, este porcentaje puede variar de acuerdo con la situación económica y edad del consumidor financiero.

Por otra parte, la realización de transacciones electrónicas mediante Internet esta correlacionada positivamente con el grado de educación y el ingreso del consumidor financiero. Según ASFI (2017), la utilización de servicios financieros por parte de personas con educación secundaria es de apenas del 3%; incrementándose el mismo a 23% en aquellos que alcanzaron la licenciatura o postgrado. Asimismo, consumidores financieros que generan un monto mayor Bs.13.000, representan el 30% de los que utilizan la banca digital, en contrapartida los que generan montos inferiores a Bs. 2.000, constituyen el 4%.

Figura 5

Comportamiento del Consumidor Financiero de la Banca Digital en Bolivia (Expresado en porcentaje)



Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015), (2016) y (2017)

Otras variables importantes según información de las diferentes conclusiones de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, realizada por la ASFI, 2017 son:

Fin de utilización de la Banca Digital. El 11% de los consumidores financieros que hizo transacciones por internet, realizo transferencia de fondos entre cuentas (53%), seguido de la compra de productos con 23% de participación y el 22% en el pago de servicios. Las compras de productos son realizadas mediante el comercio electrónico con transacciones electrónicas (figura 5).

Problemas registrados. El 15% de los consumidores financieros que realizaron transacciones por internet tuvo algún problema al realizar las mismas, como que el 56% tuvo dificultades de conexión a la página web de la entidad financiera y otro 33% considera que la utilización de la plataforma de la institución financiera es complicada (figura 5).

Razones para no utilizar la Banca Digital. El 89% de los consumidores financieros no realizaron transacciones electrónicas el último año; esto se debe al desconocimiento, 43%. Asimismo, otro 43% no efectuó transacciones electrónicas debido a que “no necesita realizarlas”. Otro porcentaje importante, 11% “desconfía de su seguridad”; estas razones se incrementan a lo largo del tiempo y demuestran la falta de educación financiera (figura 5).

Finalmente, los consumidores financieros con menor nivel de educación son los que más desconocen de este servicio o desconfían del mismo; según la edad, el 55% de este grupo está en una edad comprendida entre 25 a 46 años. Además, un 48% que registró los problemas descritos, generaron ingresos menores a Bs. 3.000 al mes, durante la gestión 2017.

3.4 Terminales de Venta POS

Acceso a Terminales de Venta POS. Según información de la Red Enlace, a través de su memoria anual, existe una tendencia creciente del número de POS emplazados. Al cierre del año 2016, se registró 5.563 POS activos a nivel nacional, con una tasa de crecimiento anual del 13,57% respecto al 2015, y una tasa de crecimiento promedio de 6,72%, para los años 2015 al 2017. Por otra parte, el 2016 se realizó transacciones por un valor de US\$ 371.978,052, con una tasa de crecimiento anual de 14,64% y una tasa de crecimiento promedio de 4,4 %, siendo mayor el índice de crecimiento de POS de la gestión 2016. De forma general el acceso a POS registró un crecimiento mayor que el valor de transacciones realizadas. Los mayores picos de crecimiento, en número y valor de POS, se dieron los años 2014 y 2015 (figura 6).

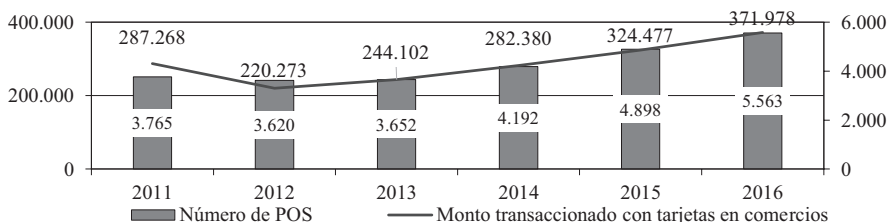
En ese sentido, según la tabla 1, la accesibilidad a POS en Bolivia es menor comparado con el resto de latinoamérica. Por ejemplo, por cada 10.000 personas mayores registradas en territorio boliviano existen 8 POS. Mientras que por cada 100 empresas afiliadas en el Registro de Comercio Boliviano, dos empresas

disponen de este canal de transacción, los crecimientos son constantes a lo largo de tiempo. Además, durante la gestión 2017, se registró 66,87US\$ por cada POS activo en Bolivia. Si bien esta forma de pago es minorista, aún la accesibilidad es menor y su utilización depende del comportamiento del consumidor.

Figura 6

Cantidad de POS activos en Bolivia

(Expresado en cantidad de POS y valor de Transacciones en US\$)



Nota: Elaboración propia con base Memoria Anual, Red Enlace (2016)

Tabla 1

Accesibilidad a POS en Bolivia

	2012	2013	2014	2015	2016
POS/ 10.000 personas mayores	5,88	5,80	6,52	7,45	8,29
POS/100 empresas	1,67	1,42	1,54	1,72	1,95
Base Empresarial	217.164	257.564	272.249	284.271	285.472
US\$ de transacción/POS	60,85	66,84	67,36	66,25	66,87

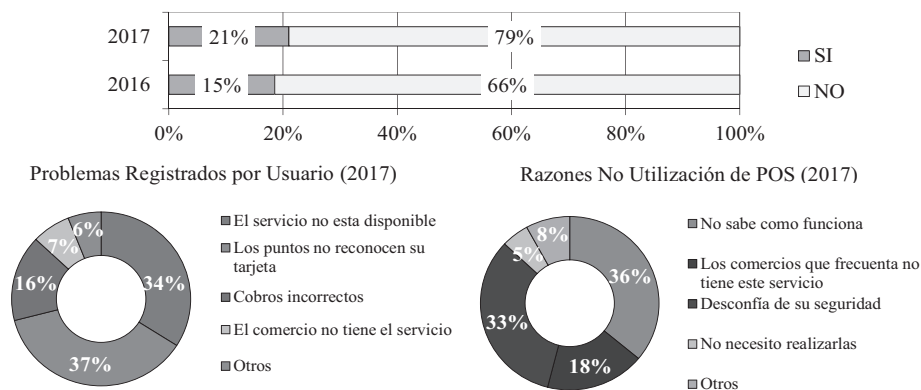
Nota. Elaboración propia con base a datos Red Enlace (2016), INE (2017), Fundaempresa (2017).

3.5 Utilización de POS

Utilización de terminales de Venta. Los POS (Point of Sale), según ASFI (2017), es el segundo canal de mayor utilización por los consumidores financieros, (el primero son los ATMs); 21% es la proporción de consumidores, lo utilizan al

realizar transacciones electrónicas, y en promedio registró un crecimiento de pp.⁵ (figura 7).

Figura 7
Utilización de terminales de venta POS en Bolivia
(Expresado en porcentajes)



Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2016 y 2017)

Problemas registrados. Según ASFI (2017), el 10% de los consumidores financieros que han utilizado el servicio POS, argumentan haber tenido algún problema al momento de realizar pagos con tarjeta. La principal dificultad que experimentaron fue que el servicio no estaba disponible (34% mantiene esa afirmación) y como segunda dificultad indicaron que los puntos de venta no reconocen su tarjeta (37%). Asimismo, un 16 % afirmó haber tenido inconvenientes por cobros incorrectos (figura 7).

Razones de los consumidores para no utilizar POS. El 79% de los consumidores financieros no utilizó, en el último año, tarjeta para compras en comercios y la mayoría expresó “el desconocimiento de su utilización”. Es relevante que 33% de los consumidores no usa el servicio por desconfianza en su seguridad y en menor proporción (18%) debido a que los comercios que frecuenta no ofrecen ese servicio (ASFI 2017) (Figura 7).

5 En la puntuación correspondiente al 2017, se preguntó: ¿Realizó pagos con su tarjeta de débito o crédito en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares?

3.6 Instrumentos Electrónicos de Pago

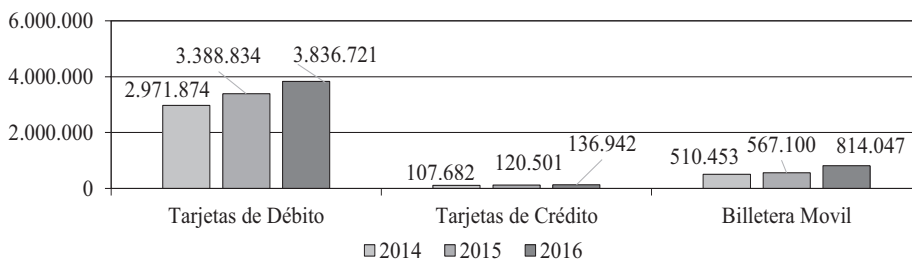
La normativa boliviana señala en el Reglamento para la Emisión y Administración de Instrumentos Electrónicos de Pago (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, 2011) lo siguiente: “Un instrumento electrónico de pago es un instrumento que electrónicamente permite al usuario y/o titular instruir órdenes de pago, retirar efectivo, y/o efectuar consultas de cuentas relacionadas con el instrumento”. Los instrumentos electrónicos de pago regulados son: las Tarjetas electrónicas⁶, las órdenes electrónicas de transferencias de fondos y la billetera móvil, su operación se realiza a través de un canal electrónico (Banco Central de Bolivia, 2017)

3.7 Número de Instrumentos Electrónicos de Pago

Al cierre de la gestión 2016, según el Banco Central de Bolivia (2017), el número total de instrumentos electrónicos de pago vigentes registrados fue de 4,8 millones, mayor en 711 mil unidades (17%) al reportado la gestión 2015. Por tipo de instrumento, las tarjetas de débito representaron el 80% del total (3,8 millones) seguida por las billeteras móviles (17%) y las tarjetas de crédito (3%). Por tanto, la tarjeta plástica es el instrumento de mayor número en el sistema financiero y la billetera móvil es el instrumento de mayor crecimiento registrado, 43,54% respecto al 2015 (Figura 8).

Figura 8

Número de Tarjetas de Pago y Billeteras Móviles vigentes (en unidades)



Fuente: Adaptado del Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos BCB, (2016 y 2017)

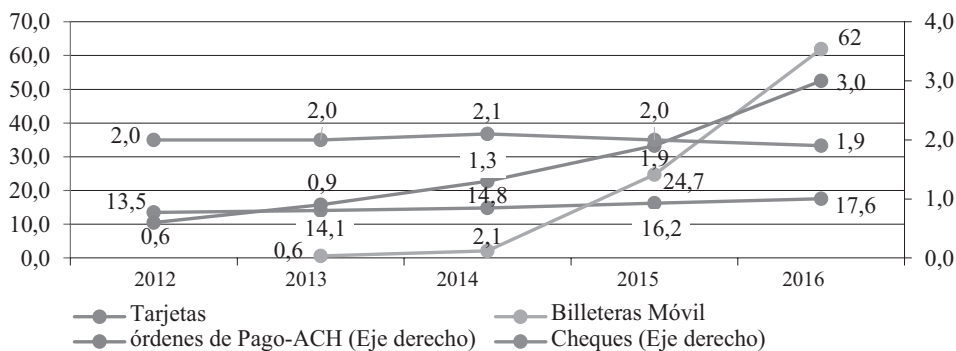
6 Tarjeta de Crédito, Débito y Pre-pagada.

3.8 Volumen de Transacciones con Instrumentos Electrónicos de Pago

El número de operaciones con billeteras móviles registró un repunte notable en la gestión 2016, comparado con otras gestiones, representó el 73% del volumen global de los pagos minoristas, seguido por las tarjetas (21%), cheques (2%) y las órdenes de pago (4%) (Banco Central de Bolivia, 2017). La billetera móvil registró el 2016, el mayor crecimiento anual (151%), junto con las órdenes de pago ACH (banca digital), alrededor del 50% (Figura 9).

Figura 9

Operaciones con Cheques Ajenos, Órdenes de Pago, Tarjetas y Billeteras Móviles (En millones de Operaciones)



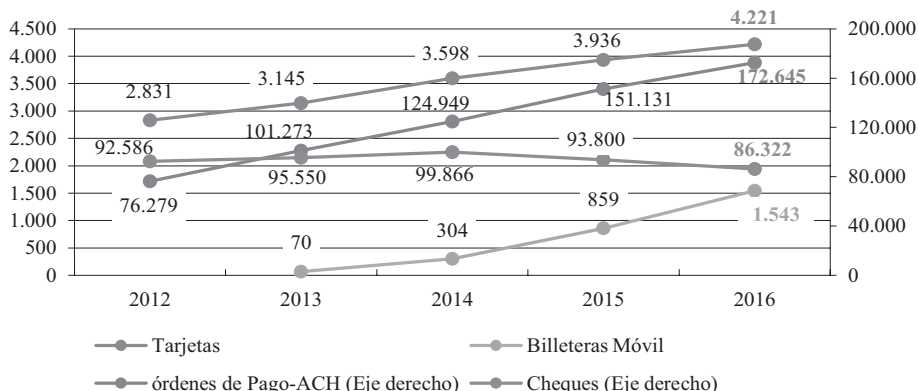
Fuente: Elaboración propia en base al Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos BCB, (2016 y 2017)

3.9 Valor de las Transacciones con instrumentos electrónicos de pago

Según el Banco Central de Bolivia (2017), el importe de las operaciones con órdenes de pago superó por cuarto año consecutivo al de cheques.

Figura 10

Valor de Operaciones con Cheques ajenos, Órdenes de Pago, Tarjetas y Billeteras Móviles (en millones de bolivianos)



Fuente: Elaboración propia en base al Informe del Sistema de Pagos, BCB (2017)

Por otro lado, las transacciones con tarjetas y billeteras móviles tuvieron una tendencia positiva. En la gestión 2016, el valor de los pagos con cheques registró una variación negativa, que evidencia la menor preferencia al uso de instrumentos de pago físicos (Banco Central de Bolivia, 2017). Un índice de crecimiento positivo en su utilización registro la billetera móvil (79,63%) y las órdenes de pago ACH (14,23%) respecto al 2015 (Figura 10).

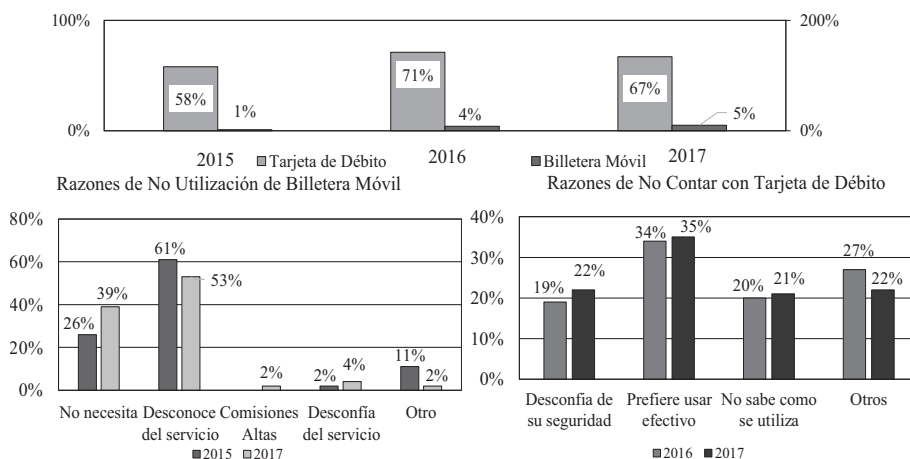
3.10. Utilización de Instrumentos electrónicos de Pago

En base a la información de la ASFI, la utilización de la tarjeta de débito se incrementó en los últimos años, con una tasa de crecimiento promedio del 8,18% respecto al 2015, aunque hubo un descenso el 2017. Asimismo, la utilización de la billetera móvil se incrementó, con una tasa de crecimiento promedio de 165% respecto al 2015 (figura 11).

Por otra parte, las razones del poco uso de las tarjetas de débito son: “la desconfianza de la seguridad” y “la preferencia por el efectivo”, (57%) para el 2016 y 2017. Los motivos relevantes para no utilizar la billetera móvil son: “no necesita” y “desconoce del servicio” (92%) para el 2017 (ASFI, 2015, 2016, 2017) (Figura 11).

Figura 11

Utilización de Instrumentos Electrónicos de Pago en Bolivia



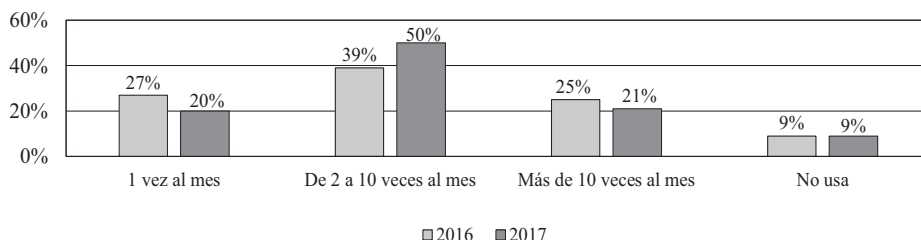
Fuente: Elaboración propia con base a Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017)⁷.

Frecuencia de utilización de las Tarjeta de Débito. De forma temporal, el 2017, existió un incremento de tarjetahabientes que utilizan el instrumento electrónico de pago de 2 a 10 veces al mes (50%), aunque se registró una reducción de aquellos que la utilizan una vez al mes y se mantuvo constante el número de los que no utilizan su tarjeta de débito. Por tanto, en el periodo 2016 a 2017 ha existido una frecuencia de utilización mayor de tarjetas, pero no ha existido incremento del número de personas que utilizan instrumentos electrónicos de pago (Figura 12).

⁷ En “Razones de No Utilización de Billetera Móvil”, la variable “Prefiere otros medios” del 2015, que representa 3%, se añadió a “Otros”.
 En “Razones de No Contar con Tarjeta de Débito”, la variable “la Entidad no cuenta con cajeros” del 2017, que representa el 12% se añadió a “Otros”.

Figura 12

Frecuencia de Utilización de Tarjeta de Débito



Fuente: Elaboración propia con base Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017)⁸.

4. Banca electrónica en Cochabamba

Según la ASFI, el acceso a los canales de la banca electrónica para Cochabamba es la siguiente:

4.1. Cajeros Automáticos (ATM)

Cochabamba, se encuentra en tercer lugar en el Sistema Financiero, en número de ATMs a nivel nacional. Según información de la ASFI, a junio de 2017, existen 506 ATMs, en el departamento de Cochabamba, de los cuales 411 ATMs (81,22%) están en la ciudad de Cochabamba y los restantes están en las provincias (figura 12). La composición de ATMs en la ciudad de Cochabamba es la siguiente:

k. 390 ATMs (95%) pertenecen a este grupo. El Banco Mercantil Santa Cruz (BMSC), es la entidad con mayor número, dispone de 75 ATMs, el Banco Unión 56 ATMs, el Banco Nacional de Bolivia (BNB) 52 ATMs. Banco de crédito de Bolivia (BCP) 39 ATM

⁸ En “Razones de No Utilización de Billetera Móvil”, la variable “Prefiere otros medios” del 2015, que representa 3%, fue añadida a “Otros”.

En “Razones de No Contar con Tarjeta de Débito”, la variable “la Entidad no cuenta con cajeros” del 2017, que representa el 12% se añadió a “Otros”.

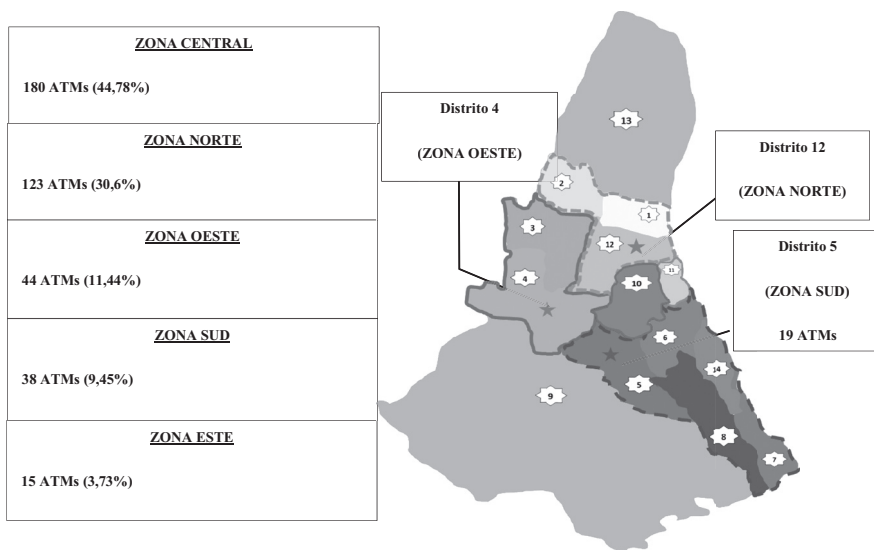
Cooperativas de Ahorro y Crédito. Poseen 9 ATMs (2%), y son dos las entidades representativas: La Cooperativa Jesús Nazareno Ltda. con 4 ATMs y la Cooperativa de Ahorro y Crédito Loyola Ltda., también con 4.

Banca PyME. Tienen 7 ATMs (2%) en la ciudad, y el más representativo es el Banco PyME Ecofuturo, con 4 ATMs.

Entidades Financieras de Vivienda. Disponen de 5 ATMs (1%), y la más representativa es la EFV La Promotora con 4 ATMs (ASFI, 2017).

Figura 13

*Localización Zonal de ATMs en la Ciudad de Cochabamba, a junio 2017
(Expresado en porcentaje)*



Fuente: Elaboración propia en base a datos del sistema ASFI, junio 2017

Nota: BMSC=Banco Mercantil Santa Cruz, BNB=Banco Nacional de Bolivia, BCP= Banco de Crédito de Bolivia.

Con relación a la distribución de ATMs por zonas en la ciudad de Cochabamba: La zona central dispone de mayor cantidad de ATMs, con 180 ATMs (45%), le sigue la zona norte con 123 ATMs (30,75%) y posteriormente la zona sud con 38 ATMs (9,45%).

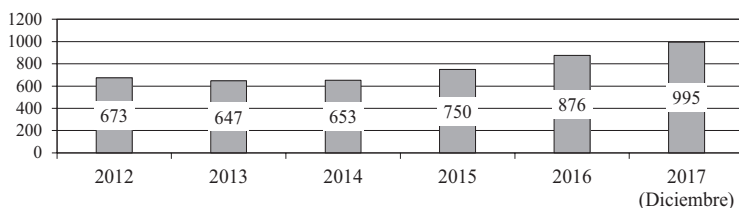
Asimismo, de la distribución de ATMs por distrito: El distrito 12 de la zona norte, tiene 97 ATMs, el distrito 4 (zona oeste) 23 ATMs, el distrito 5 (zona sud) 19 ATMs, y el distrito 10 conformado por la zona central, o el casco viejo de la ciudad, según información tabulada del portal de ASFI, a junio de 2017 (Figura 13).

4.2 Descripción de Terminales de Puntos de Venta POS

Según la Administradora de Tarjetas de Crédito S.A. Red Enlace, para la gestión diciembre 2017 a diciembre del 2016 se registró en el departamento de Cochabamba, 995 POS, es decir, el 18% del total de POS a nivel nacional. Asimismo, la tasa anual de crecimiento nacional del número de POS de Cochabamba en el período (2012-2016), Figura 14.

Figura 14

Tendencia de Número de POS en Cochabamba (Expresado en unidades)



Fuente: Elaboración propia, estimación con base a datos Red Enlace (2017)

Además, en Cochabamba de los 995 puntos de venta POS emplazados, la mayor parte corresponde a tiendas de comestibles y supermercados (105), seguido de establecimiento de comidas y restaurantes (98), droguerías y farmacias (63), restaurantes de comida rápida (53), tiendas de ropa para familia (46) zapaterías (44), en Alojamientos-hoteles, moteles, centros turístico 41 dispositivos, en empresas de venta de seguros, aseguradores y primas de seguros 37, además en las transportadoras áreas, aerolíneas existen 34 terminales, etc. Por tanto, los principales rubros de empresas en los que están emplazados los terminales de venta POS: en el área de alimentos se encuentran 26% y alrededor de 16% están en tiendas de expendio de ropa, etc. (Figura 14).

4.3 Acceso a la Banca Digital en Cochabamba

La banca Digital en Cochabamba ofrece una innovadora serie de servicios y productos a través de banca por internet al consumidor financiero, tal como se describe en la tabla 2.

Tabla 2

Oferta Comercial de las Entidades Financieras en Banca Digital en Cochabamba

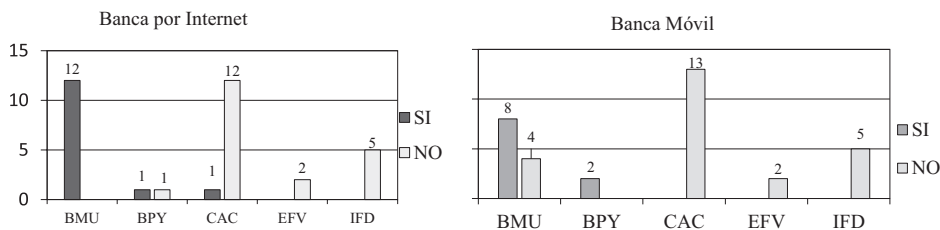
Entidad Financiera	Banca por Internet	Banca Móvil	Página WEB
Banca Múltiple			
Banco Nacional de Bolivia S.A.	BNB Net+	BNB móvil Billetera móvil	www.bnb.com.bo
Banco Mercantil Santa Cruz S.A.	Banca por internet	Banca móvil	www.bmsc.com.bo
Banco BISA S.A.	e-BISA e-BISA móvil	e-Bisa móvil Bisa Neo (limitado)	www.bisa.com
Banco Crédito de Bolivia S.A.	Banca por internet.	Banca móvil Billetera móvil Solipagos	www.bcp.com.bo
Banco Económico S.A.	Banca internet. Banca móvil.	Banca móvil	www.baneco.com.bo
Banco Ganadero S.A.	GANA NET	Ganamóvil	www.bg.com.bo
Banco Solidario S.A.	SOLNet	Appsol	www.bancosol.com.bo
Banco Fomento a Iniciativas Económicas S.A.	FieNET	X	www.bancofie.com.bo
Banco Prodem S.A.	ProdemNET		www.prodem.bo
Banco Fassil S.A.	FassilNET	X	www.fassil.com.bo
Banco Fortaleza S.A.	FortalezaNET	X	www.bancofortaleza.com.bo
Banca PyME			
De la Comunidad S.A.	Comunet	BCO móvil	www.bco.com.bo
Ecofuturo S.A.	EcoNet	Ecomóvil (banca SMS no cuenta)	www.ecofuturo.com.bo
Cooperativas de Ahorro y Crédito Abierta			
La Primera	X	X	www.mutual-laprimera.com
La Promotora	X	X	www.lapromotora.com.bo
Jesús de Nazareno Ltda.	Cooperativa virtual	X	www.jesus-nazareno.coop
San Martín de Porres Ltda.	X	X	www.cosmart.coop
San Antonio Ltda.	X	X	www.cacsa.com.bo
Inca Huasi Ltda.	X	X	www.cooperativaincahuasi.com.bo
Quillacollo Ltda.	X	X	X
San José de Punata Ltda.	X	X	www.coopjosepunata.com
Loyola Ltda.	X	X	www.cooperativalooyola.com
PIO X Ltda.	X	X	www.cooperativa piox.com
San Pedro Ltda.	X	X	www.cooperativasanpedro.com
Comarapa Ltda.	X	X	www.comarapa.coop
San Joaquín Ltda.	X	X	www.coop-sanjoaquin.com
San Carlos Borromeo Ltda.	X	X	www.coopsancarlos.com
CACEF R.L. Ltda.	X	X	www.cacef.coop.asespriacooperativa.com
Entidades Financieras del Estado o con Participación Mayoritaria del Estado			
Banco de Desarrollo Productivo S.A.M.	X	X	www.bdp.com.bo
Banco UNIÓN S.A.	UNINet	Unimóvil	www.bancounion.com.bo
Instituciones Financieras de Desarrollo			
CIDRE -IFD	X	X	www.cidre.org.bo
FUBODE-IFD	X	X	www.fubode.org
CRECER- IFD	X	X	www.crecer.org.bo
DIACONIAFRIF-IFD	X	X	www.diaconia.bo

Fuente: Elaboración propia con base a oferta comercial de las Entidades Financieras, diciembre de 2017.

De donde, se evidencia que casi el 100% de las entidades bancarias múltiples, ofrecen el servicio de banca por internet, el 67% dispone de banca móvil en Cochabamba; la Banca PyME tiene similar característica; situación que no sucede con las Cooperativas, Entidades Financieras de Viviendas e Instituciones Financieras de Desarrollo.

Figura 15

Entidades Financieras con Banca Digital en Cochabamba, 2017
(En unidades)



Fuente: Oferta de las Entidades Financieras en Cochabamba, diciembre de 2017.

Nota: Banco Múltiple (BMU); Banca PyME (BPY); Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta (CAC); Entidad Financiera de Vivienda (EFV); Institución Financiera de Desarrollo (IFD), no se considera en los análisis el Banco de Desarrollo Productivo.

En ese sentido, solo una Cooperativa presentan plataforma virtual para transacciones electrónicas, Jesús Nazareno Ltda., además estas entidades no disponen del servicio de banca móvil. Asimismo, las Instituciones Financieras de Desarrollo tienen páginas web de tipo informativo. Por tanto, se evidencia que la accesibilidad a la plataforma de banca digital es aún restringida en las entidades no bancarias (Figura 15).

4.4 Clasificación del Acceso a la Banca Digital en Entidades Bancarias

Con el propósito de identificar, categorizar y diferenciar las entidades bancarias por las funciones ofrecidas al consumidor financiero, con respecto al nivel de acceso se tiene:

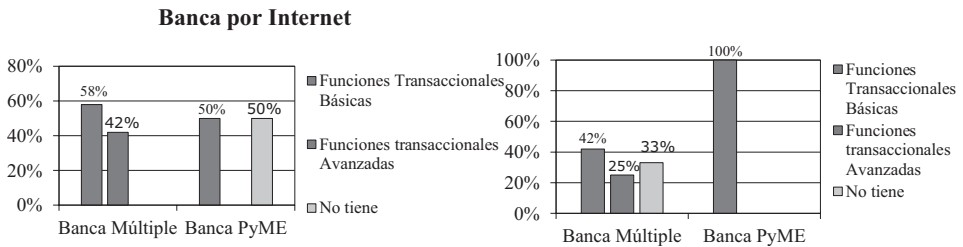
Funciones Transaccionales Básicas. Incorpora el pago de algunos servicios entre otros, con muy poca oferta y disponibilidad en acciones.

Funciones Transaccionales Avanzadas. Permite realizar una amplia variedad de operaciones, esta interconectado con otros canales, tiene una amplia variedad para el pago de servicios, es la más alta experiencia online a nivel nacional.

De la oferta de la Banca Múltiple, en banca por internet, solo 5 entidades (42%) tienen funciones transaccionales avanzadas: el Banco Nacional de Bolivia, el Banco de Crédito, Banco Bisa, Banco Mercantil Santa Cruz y Banco Sol. En banca móvil, las cinco entidades citadas (25%) tienen funciones transaccionales avanzadas, solo 33% de los bancos múltiples no disponen de banca móvil (Figura16).

Figura 16

Acceso a Servicios de Banca Digital en las Entidades Bancarias, 2017
(Expresado en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con base a oferta de las Entidades Bancarias, diciembre de 2017.

En ese sentido, en la oferta de la Banca PyME se dispone de banca móvil, exceptuando Ecofuturo PyME que no presenta plataforma de banca por internet desarrollada.

Finalmente, la banca por internet tiene un desarrollo importante con funciones transaccionales avanzadas en casi la mitad de los bancos, que continuamente desarrollan e innovan, en banca digital, aunque es preocupante el poco desarrollo de aplicaciones para ofrecer servicios en algunos bancos Múltiples.

4.5 Tendencias, Innovaciones y Oferta de la Banca Digital

Las innovaciones tecnológicas que ofertan los bancos en Cochabamba y que destacan por su funcionalidad, son las que se describen en la Tabla 3.

Tabla 3

Innovaciones en Banca Digital en Cochabamba (2017)

Institución Financiera	Servicio	Características	Beneficios para el consumidor financiero
BCP	Agentes BCP	Realización de operaciones bancarias, en la comodidad del barrio y en horarios diferenciados.	<ul style="list-style-type: none"> - Más de 200 agentes. - Atención a clientes y usuario. - Presencia en zonas de baja y nula bancarización.
	Soli App	Aplicación de pagos por celular, se requiere un teléfono inteligente y el servicio de alguna empresa telefónica, no es requisito tener una cuenta bancaria.	<ul style="list-style-type: none"> -Se puede cargar dinero en agencias, o transfiriendo desde tu cuenta de ahorros del BCP. -Pago de servicios básicos y recaudaciones, (luz, agua, comunicaciones y seguros). -Transfiere a otros bancos y otras cuentas Soli. -Paga consumos en comercios de la Red Enlace.
	Plataforma Digital	Nuevo canal para poder realizar un conjunto de acciones que permiten no ir directamente a un cajero (similar a un cajero automático).	<ul style="list-style-type: none"> -Se puede realizar consultas, trasferencias, pago de servicios, créditos en línea. -Obtención de tarjeta de débito, en menos de 3 minutos. -Red de 60 equipos a nivel nacional
	Huella Digital	Acceso con huella biométrica para ingresar a la banca móvil.	<ul style="list-style-type: none"> -Otorga mayor seguridad, y facilidad al momento de administrar las cuentas electrónicas
	Token Virtual	Herramienta de seguridad que genera cada minuto un número distinto para cada usuario. Siendo la clave digital del usuario, la que se debe ingresar para confirmar las transacciones monetarias con total seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> -Incrementa los niveles de seguridad. -Comodidad, agilidad y facilidad para poder realizar transacciones bancarias. (La mayoría de los bancos con banca digital ya utilizan esta herramienta tecnológica, o también su variante, una tarjeta de coordenadas)

Banca Digital BNB	Cuenta de Ahorro Digital	Cuenta de ahorros de captación en bolivianos, se caracteriza por solicitar la apertura desde el lugar que prefiera, la administración y manejo de transaccionalidad de la cuenta se efectúa por canales electrónicos.	<ul style="list-style-type: none"> – Es la modalidad de ahorro en el mercado más competitiva en la actualidad, en cuanto a incentivo a medios o canales digitales, manteniendo el interés pactado inicial.
	BNB móvil	Servicio que permite acceder al banco, mediante una aplicación desarrollada por los sistemas operativos IOS y Android.	<ul style="list-style-type: none"> – Consultas, transferencias, pagos de tarjetas de crédito. – Pagos de servicios – Pago de impuestos (Inmuebles, vehículos). – Giros al interior. – Otros servicios de información.
	Carlitos BNB	Es un chat bot, o asistente en línea, es decir un robot que chatea con los clientes y no clientes del banco, a través de Messenger de Facebook.	<ul style="list-style-type: none"> – Puede resolver consultas generales o referidas a información pública como productos y servicios del banco, ubicación de cajeros automáticos y agencias, tipo de cambio y otros. – También puede responder preguntas de índole privada, como consulta de saldo y movimientos de cuentas de clientes.
	Billetera Electrónica	Servicio del BNB que permite transferir dinero electrónico fácil y segura, soportada por plataforma VIVA soluciones.	<ul style="list-style-type: none"> – Transferencias entre líneas VIVA. – Efectivizaciones. – Pago en POS (Red Enlace).
	Facebanking	Aplicación para Facebook, que permite realizar transacciones a amigos de Facebook que están suscritos al BNBNET+ y tengan una cuenta activa.	<ul style="list-style-type: none"> – Realizar pagos a amigos. – Requerir pagos a amigos. – Realizar una colecta. – Participar de una colecta. – Revisar historial de colectas. – Revisar historial de transacciones.
	Punto Digital BNB	Punto físico donde el consumidor financiero abre una cuenta de ahorro digital en 10 minutos, utilizando herramientas tecnológicas.	<ul style="list-style-type: none"> – Menor tiempo. – Interacción en la apertura. – Uso de la tecnología.

Banco BISA	Giro Móvil	Permite realizar un giro de dinero por medios electrónicos para que sea cobrado en cualquier cajero automático de Banco Bisa.	<ul style="list-style-type: none"> –Simplifica los giros de dinero. –Disponible los 365 días del año. –Comodidad y simplicidad.
	Sin Tarjeta	Servicio que permite tanto realizar operaciones en ATMs como en POS, sin tarjeta y con indexación del número de celular, para realizar operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> –Sin costos. –Puede ser realizar transacciones más fáciles y de menor tiempo. –Seguridad. –Mayor límite de retiros diarios.
	Bisa Neo	Es una aplicación que permite realizar transacciones de forma sencilla y segura. La aplicación es móvil.	<ul style="list-style-type: none"> –Organizar eventos y colectas –Programar mesadas. –Consultar saldos y movimientos. –Solicitar clave móvil para servicio “Sin tarjeta”. –Enviar giros móviles a terceros.

Fuente: Elaboración propia con base a oferta de entidades financieras, diciembre de 2017.

Conclusiones

Los porcentajes de utilización de los canales de la banca electrónica (ATMs, POS, banca por internet, banca móvil), aún no son comparables con los registrados en países desarrollados (Europa, Norte América,) y es menor a la media registrada a nivel Latinoamérica, 33% y 43% para la Banca por Internet y Banca Móvil respectivamente. Similar situación se presenta en los montos transaccionados, así como también en la normativa vigente, para el desarrollo de banca electrónica.

Se evidenció que, en la población boliviana, existe desconfianza hacia el uso de las plataformas electrónicas de pago, el más utilizado es el cajero automático, también existe un porcentaje mínimo de personas que se han adaptado al uso habitual y cotidiano de los instrumentos electrónicos de pago. De dichas personas ha habido un crecimiento notorio a través de últimos años en el uso de la billetera móvil.

Por tanto, el consumidor financiero de canales de distribución financiera está migrando de un escenario físico a un escenario virtual o un escenario mixto. Por otra parte, se evidencia que ha existido un crecimiento notorio de la utilización de transacciones por banca electrónica, tanto en número de transacciones y el valor que representan, en el sistema de transferencias interbancaria - ACH como en la administradora de tarjetas de crédito - ATC, y no así en el incremento de nuevos consumidores financieros, registrado por la ASFI.

Es necesario remarcar el crecimiento constante en la utilización de canales electrónicos de pago compartidos, como los cajeros automáticos y sobre todo los POS, aunque en la Banca Digital (Banca por Internet y Banca Móvil) el crecimiento, en el medio, es lento y con variables de incidencia en el comportamiento del consumidor: que desconfía, no sabe cómo utilizar el medio o no conoce las ventajas, lo que lleva a considerarlas innecesarias.

Según la ASFI, 2017 el 89% de los consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas; de este grupo, el 43% desconoce su funcionamiento y el 11% desconfía de su seguridad. Otro porcentaje importante (43%) de los consumidores financieros no efectuaron transacciones electrónicas porque no necesitó realizarlas.

En ese sentido, el estudio tanto del acceso como del uso de los canales electrónicos, evidencia que el problema del sistema bancario no está en el acceso, que ha logrado mejoras en la disposición y oferta de servicios de plataformas electrónicas, sino el problema está en el mínimo uso de estas que el consumidor financiero realiza, debido a sus condiciones educativas, sociales e incluso demográficas (edad, profesión, entre otros).

Por lo tanto, la educación financiera que se efectúa aún no está centrada en la utilización de instrumentos electrónicos de pago, la encuesta de la ASFI, en sus tres conclusiones afirma que la educación financiera solo está siendo utilizada desde un punto de vista promocional y no así informativo y de aplicación de lo aprendido al uso de las plataformas de pago electrónicas, esto supone una falta de información al consumidor financiero para incursionar en el uso de la banca electrónica.

Asimismo, no existe aún un sistema integral electrónico de pagos, si bien se ha logrado un avance en el servicio de la banca digital, como también la incorporación de la billetera móvil al sistema de pagos ACH, no es posible la creación de una billetera móvil unisal, aunque es el instrumento electrónico de pago de mayor crecimiento en cantidad, valor y volumen de transacciones. Estas mismas limitaciones no permite el uso frecuente de los sistemas de pagos online, como PayPal y otras plataformas de pago electrónicas.

Es preocupante el número de entidades financieras de banca múltiple (33%) que aún no oferta el servicio de banca móvil, siendo que el 93,7% de las conexiones a internet se realizan por terminales electrónicas, además, 60,5% de todas las líneas móviles utilizan un “smartphone” como medio de comunicación (Autoridad de Telecomunicaciones y Transportes, ATT, 2017), como también que el 95% de los bolivianos que ingresan al internet es a través de dispositivos móviles (AGETIC, 2017).

Finalmente, es importante remarcar que las entidades que no pertenecen al sistema bancario (cooperativas, entidades financieras de vivienda, entre otros), aun no incursionaron en la banca por internet y en la utilización de canales electrónicos (cajeros automáticos), siendo que las mismas prestan servicios financieros a una gran proporción de consumidores financieros, con transacciones menores y constantes.

Recomendaciones

Se debe continuar fomentando el uso de las Transacciones Electrónicas y Medios Electrónicos de Pago debido a que todavía la mayor proporción de consumidores financieros no realiza transacciones electrónicas, ni usan medios electrónicos de pago por el desconocimiento de su funcionamiento o la desconfianza que tienen sobre los mismos.

Asimismo, se debe realizar la capacitación constante, planificada de acuerdo con las características de segmentos o grupos que existen de consumidores financieros (por ejemplo, de edad o nivel educativo) en el uso de instrumentos financieros electrónicos, focalizándose en los beneficios y ventajas del uso de estos. Así se fortalece su capacidad de decidir del consumidor financiero.

También, se recomienda utilizar hechos promocionales a corto plazo, para masificar la proporción de consumidores digitales, tarea que debe iniciarse desde las entidades financieras, así como también de instituciones como el BCB, la ASFI y ASOBAN. Se debe promocionar desde organismos de gobernanza superiores, una reglamentación acorde a la actualidad sobre transacciones electrónicas, que permita el desarrollo de nuevos medios e instrumentos electrónicos de pago, que impulsen actividades digitales y nuevos escenarios como el comercio electrónico o el e-commerce.

Las entidades del sistema financieros (bancos, cooperativas, y otros), deben buscar una alianza estratégica de cooperación de medios con las Fintech, de nuevos emprendimientos, a nivel técnico y transaccional, permitiendo el dinamismo de pagos y la mayor disponibilidad de servicios electrónicos y digitales para el consumidor financiero. Finalmente, se debe integrar los sistemas de pagos electrónicos que permitan el pago integral, a tiempo y por cualquier canal, de uso de instrumentos financieros afectados por un entorno financiero rígido.

Referencias bibliográficas

- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2015). *Informe de Resultados “1ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros”*. ASFI–Dirección de Estudios y Publicaciones.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2016). *Informe de Resultados “2da Encuesta Nacional de Servicios Financieros”*. ASFI–Dirección de Estudios y Publicaciones.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2017). *Banca Digital: Una Estrategia para Impulsar la Inclusión Financiera*. ASFI Publicaciones.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2017). *Informe de Resultados “3ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros”*. ASFI–Dirección de Estudios y Publicaciones.
- Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación, AGETIC. (2017). *Resultados Finales, Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)*.
- Aprendiendo BAC Credomatic, (7 de Agosto de 2015). *¿Qué es un datáfono, POS o pasa tarjetas?*. <https://www.123cuenta.com/wikifinanciero/articulo/21-%C2%BFqu%C3%A9-es-un-dat%C3%A1fono-pos-o-pasa-tarjetas-214.html>
- Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, ATT. (2017). *Estado de Situación del Internet en Bolivia*.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI. (2011). *Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras*. <http://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/textos/T09.pdf>
- Banco Central de Bolivia. (2017). *Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2016*. BCB. Obtenido de BCB.
- Banco Central de Bolivia. (2016). *Boletín Mensual del Sistema de Pagos Nacional y Liquidación de Valores*. Banco Central de Bolivia.
- Banco Central de Bolivia. (2016). *Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2015*. BCB.

- Calvo B., A., Parejo Gámir, J. A., Rodríguez Sáiz, L., & Cuervo García, A. (2010). *Manual del Sistema Financiero Español*.
- Frederic, S., M. (2014). *Moneda, Banca y Mercados Financieros*. Pearson Educación.
- Gandy, T. (1995). *Banking in e-space. Banker*.
- García, C., & Romero, A. (2004). La expansión de la banca on line en España. *Revista de economía de ICE "El comercio en la nueva sociedad de la información"*, 89-99.
- Mercabalanza. (29 de Enero de 2015). *¿Qué es un POS?, Terminal Punto de Venta*. Mercabalanza: <http://www.mercabalanza.es/que-es-un-pos-terminal-punto-de-venta/>
- Mercabalanza. (15 de Enero de 2015). *Qué es un POS, Terminal Punto de Venta -*. Mercabalanza: <http://www.mercabalanza.es/que-es-un-pos-terminal-punto-de-venta/>
- Muñoz Leiva, F. (2008). *La adopción de una innovación basada en la Web. Análisis y modelización de los mecanismos generadores de confianza (tesis doctoral)*. Departamento de Comercialización y Mercados, Universidad de Granada, Granada, España.
- Página Siete. (2 de Julio de 2017). *La curiosa historia de cómo nació el cajero automático hace 50 años*. Innovación-Página Siete: <http://www.paginasiete.bo/insion/2017/7/2/curiosa-historia-como-nacio-cajero-automatico-hace-anos-143143.html>
- Red Enlace. (2016). *Memoria Anual*. Red Enlace.
- Rodríguez, A. (2002). Reseña Histórica de las Innovaciones Financieras en Venezuela y en el Mundo. *Economía No.17-18*, 123-147.
- Soto, S. (17 de Marzo de 2015). Como la telefonía Móvil ayuda a la inclusión financiera *Excelsior*: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/17/1014208>
- Varela, E. (2014). *Economía Bolivia*. <http://www.economiabolivia.net/2014/01/14/cuatro-limitaciones-frenan-desarrollo-del-comercio-electronico-en-bolivia/>