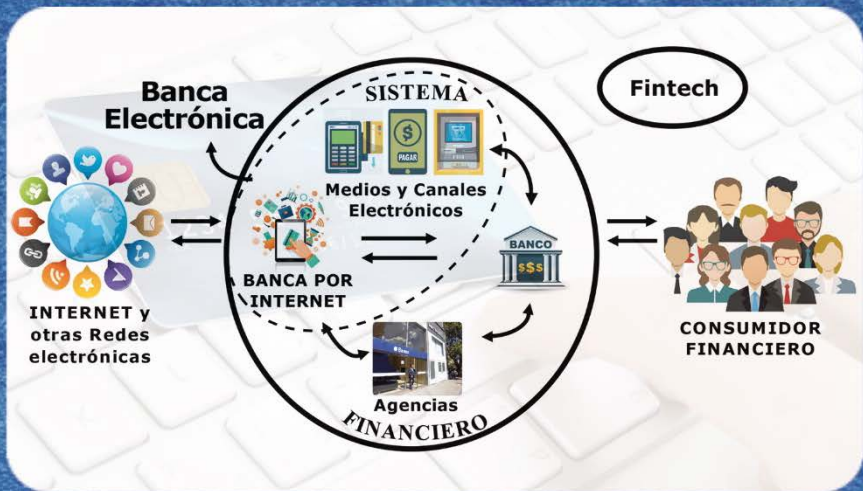


Fernando A. Suaznábar Claros

BANCA ELECTRÓNICA EN COCHABAMBA



BANCA ELECTRÓNICA EN COCHABAMBA¹

Fernando A. Suaznabar Claros²

¹ Este documento es producto de una investigación desarrollada en el IESE.

² Administrador de Empresas, Ingeniero Químico (Universidad Mayor de San Simón), “Master in Food Sciences and Technology” (Universidad de Gante- Bélgica). Docente Investigador Instituto de Estudios Sociales y Económicos (IESE).

El presente documento es publicado con el auspicio del Programa de Cooperación a la Investigación Científica (PCIC) en el marco de la Cooperación Internacional entre la Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional (ASDI) y la Universidad Mayor de San Simón UMSS, en la línea de apoyo al desarrollo de investigaciones en el Instituto de Estudios Sociales y Económicos (IESE).

Queda rigurosamente prohibida sin autorización escrita del titular del Copyright, bajo las sanciones previstas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la fotocopia y el tratamiento informático.

Primera edición, marzo 2019

Prohibida su venta

Autor: Fernando A. SuaznabarClaros

E-mail: fsuaznab@gmail.com

Cochabamba – Bolivia

Depósito Legal: 2-1-3463-18

ISBN: 978-99974-0-515-9

Diagramación y Tapa: Talleres Gráficos “Kipus”

Impreso en Talleres Gráficos “Kipus” telfs.: 4731074 - 4582716, Cochabamba

Printed in Bolivia

*“El éxito no es para los que creen que lo
pueden hacer, sino para los que lo hacen”*

Anónimo

Agradecimientos

La presente investigación no hubiera sido posible sin el apoyo de la Dirección de Investigación Científica y Tecnológica de la Universidad Mayor de San Simón. Asimismo, no hubiese sido posible de no contar con el entorno profesional, técnico y logístico que me brindó el Instituto de Estudios Sociales y Económicos (IESE) en la persona de su director el M.Sc. Ricardo Azogue Crespo. Además, un agradecimiento especial por su apoyo significativo al Auxiliar de Investigación Rodrigo Ticona Paules, así como un conjunto amplio de colegas, profesionales y terceras personas, que aportaron de una u otra manera en la elaboración de este documento.

Presentación

El presente documento es el resultado de las actividades planificadas por el IESE, con la finalidad de establecer el estado de conocimiento de “Banca Electrónica” y conocer la situación del sector en Cochabamba (gestión 2017 - 2018).

El trabajo se divide en cinco partes, En una primera parte, se presenta la justificación del estudio. Seguidamente se contextualizan los principales conceptos y definiciones en este tipo de banca; posteriormente se abordan los elementos sustento de la banca electrónica en el mundo. Luego, se explica los hallazgos que muestran el comportamiento de la banca electrónica en Bolivia. Asimismo, en la quinta parte se describe las variables de la Banca electrónica en Cochabamba y finalmente se menciona las conclusiones y recomendaciones obtenidas del estudio.

Se considera que este estudio será de utilidad para conocer la “Banca Electrónica” con el fin de otorgar recursos e información precisa y útil para la construcción de estrategias en materia de innovación financiera que permitan un mejor acercamiento a las necesidades del consumidor financiero.

Fernando Suaznabar Claros
Marzo 2019

Dedicatoria

A Dios y a mis padres (†) Carlos y Clara.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción.....	20
-------------------	----

I. ASPECTOS GENERALES DE ESTUDIO

1.1. Necesidad de Estudio de la Banca Electrónica.....	21
--------------------------------------------------------	----

II. FUNDAMENTOS DE LA BANCA ELECTRÓNICA

2.1. Entorno Conceptual de la Banca Electrónica	23
2.1.1 El Sistema Financiero: Cubriendo Necesidades Financieras.....	23
a) Entidades de Intermediación Financiera	25
b) Importancia del Sistema de Intermediación Financiera	26
2.1.2 Elementos del Sistema Financiero.....	27
a) Mercados Financieros	27
b) Instrumentos Financieros	28
c) Instituciones Financieras.....	31
2.1.3 Entidades Bancarias	32
a) Operaciones Propias de las Entidades Bancarias	33
b) Regulación y la Supervisión en las Entidades Bancarias	34
c) Banca y Tecnología.....	35
2.1.4 Canales de Distribución Bancaria	38
a) Importancia de Canales de Distribución Bancaria	39
b) Canales de Distribución del Servicio Tradicional de Banca	40
c) Canales de Distribución Compartidos.....	41
d) Canales de Distribución a Distancia	44
2.2. Banca Electrónica.....	45
2.2.1 Definiciones Conceptuales	46
a) Banca por Internet.....	49
b) Banca Móvil.....	50
c) Cajeros Automáticos	51

d) Terminales de Venta o POS.....	51
2.2.2 Antecedentes de Banca Electrónica.....	53
2.2.3 Características de los Servicios de la Banca Electrónica.....	53
2.2.4 El Concepto de Difusión de la Banca Electrónica.....	54
2.2.5 Impactos de la Banca Electrónica en el Sistema Bancario	54
2.2.6 Ventajas de Utilización de Banca Electrónica	56
2.2.7 De la Banca Electrónica a la Banca Online o Virtual.....	57
2.2.8 Otras Herramientas Tecnológicas Financieras en la Banca Electrónica.....	58
a) Las Fintech.....	58
b) La Billetera Móvil.....	59
2.3. Las Fintech en el Entorno Financiero.....	59
2.3.1 Nuevo Modelo de Negocios: Las Startups	59
2.3.2 Finanzas Interrelacionadas con la Tecnología: Las Fintech	61
2.3.3 Descripción de las Fintech.....	62
a) Campo de Acción de las Fintech.....	65
b) Mapa del Sector Fintech	65
c) Enfoque de Contribución Social de las Fintech	68
d) Contribución Empresarial de las Fintech	69
e) Obstáculos en el Entorno de las Fintech	73
f) Perspectivas y Oportunidades para las Fintech	73
2.3.4 Alianza Tecnológica Integral: Fintech y la Banca Tradicional.....	74

III. BANCA ELECTRÓNICA EN ELMUNDO

3.1. EUROPA: En Búsqueda del Mercado Único Digital	80
3.1.1 Descripción de la Banca Electrónica.....	80
3.1.2 Sistema Financiero Europeo.....	82
a) The European Banking Federation.....	83
b) Reporte de la Banca Digital.....	85
c) Situación de la Banca por Internet en Países Europeos.....	87
d) Perspectivas de la Banca Electrónica en Europa	90

e) Estadísticas del Sistema de Pagos Europeo:	
Instrumentos Electrónicos	91
3.2. ASIA: Transformación Directa hacia la Sociedad Digital	92
3.2.1 Descripción de la Banca Electrónica	92
3.2.2 CHINA: De la Banca Electrónica a la Gestión de Inversión en Fintech	93
3.3. NORTEAMERICA: Sociedad Virtual Diversificada.....	98
3.3.1 Descripción de la Banca Electrónica	98
3.3.2 Banca Electrónica en Canadá	99
a) Utilización de los Canales de la Banca Electrónica	100
b) Transacciones Financieras en Canadá.....	101
3.3.3 Banca Electrónica en Estados Unidos	102
3.4. LATINOAMÉRICA: Perspectiva Regional a la Banca Electrónica.....	106
3.4.1 Descripción de la Banca Electrónica	106
3.4.2 Penetración de la Banca por Internet en América Latina.....	107
3.4.3 Presencia de los Canales Tradicionales	108
3.4.4 Innovaciones Tecnológicas Financieras en Latinoamérica.....	109

IV. BANCA ELECTRÓNICA EN BOLIVIA

4.1. Contexto Económico y Financiero de Bolivia.....	111
4.2. Sistema Financiero en Bolivia	112
4.2.1 Entidades de Supervisión y Regulación del Sistema Financiero Boliviano.....	113
a) Banco Central de Bolivia	113
b) Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI).	114
4.2.2 Entidades de Intermediación Financiera.....	116
4.2.3 Empresas de Servicios Financieros Complementarios	120
a) Administración de Cámaras de Compensación y Liquidación.....	120
b) Administración de Tarjetas Electrónicas	123
c) Servicios de Pago Móvil.....	124
4.2.4 Consumidor Financiero Boliviano.....	124

a) Definición del Consumidor Financiero Boliviano	124
b) Datos Generales del Consumidor Financiero Boliviano	126
4.2.5 Sistema de Pagos Boliviano	126
a) Características del Sistema de Pagos	127
b) Componentes del Sistema de Pagos.....	128
c) Subsistemas del Sistema de Pago.....	128
4.2.6 Comportamiento del Sistema Financiero	130
a) Depósitos del Público en el Sistema Financiero	130
b) Créditos del Sistema Financiero	135
c) Utilidades en el Sistema Financiero.....	138
d) Puntos de Atención del Sistema de Intermediación Financiera	139
4.3. Canales Tradicionales en Bolivia	140
4.3.1 Oficinas Bancarias en Bolivia	140
a) Acceso a las Oficinas Bancarias en Bolivia	141
b) Utilización de los Canales Físicos (oficinas, agencias, entre otros).....	144
4.4. Canales de la Banca Electrónica en Bolivia	144
4.4.1 Cajeros Automáticos o ATMs en Bolivia	144
a) Acceso a los Cajeros Automáticos	145
b) Uso de los Cajeros Automáticos	147
4.4.2 Terminales de Venta POS en Bolivia.....	150
a) Acceso a Terminales de Venta POS	150
b) Utilización de Terminales de Venta POS	152
4.5. Instrumentos de Pago de la Banca Electrónica.....	153
4.5.1 Clasificación de Instrumentos Electrónicos de Pago.....	154
4.5.2 Estadísticas de los Instrumentos Electrónicos de Pago	156
a) Panorama General del Sistema de Pagos Nacional.....	156
b) Pagos Minoristas (Tarjetas, Billetera Móvil, Órdenes Electrónicas y Cheques).....	157
4.5.3 Utilización de Instrumentos Electrónicos de Pago	162
a) Comportamiento del Consumidor Financiero frente a la	

Tarjeta de Débito	162
b) Comportamiento del Consumidor Financiero frente a la Billetera Móvil	165
4.6. Educación Financiera en el Sistema Financiero.....	167
4.7. Banca Digital en Bolivia.....	168
4.7.1 Proceso General de la Banca por Internet.....	169
4.7.2 Descripción de Banca Digital en Bolivia -ASFI	170
a) Utilización de la Banca Digital en Bolivia.	172
b) Razones de Utilización de la Banca Digital en Bolivia.....	173
c) Problemas detectados por los Usuarios de la Banca Digital en Bolivia 173	
d) Razones del Escaso Uso de Transacciones Electrónicas.....	173
4.7.3 Descripción de Banca Digital en el País -AGETIC	174
4.8. Internet en Bolivia	176
4.8.1 Acceso al Internet en Bolivia.....	177
4.8.2 Uso de internet en Bolivia	179
a) Hábitos y Usos del Internet	180
b) Hábitos y Usos de las Redes Sociales en Bolivia.....	182
c) Uso de la Banca Digital del Internauta Boliviano	182
d) Hábitos del NO Internauta Boliviano.....	183
4.9. Situación Actual de las Fintech en Bolivia	184
4.9.1 Caso de Éxito - Fintech Bolivia-TIGO MONEY	184
4.9.2 Otros Casos de Éxitos-Fintech Bolivia.....	191

V. BANCA ELECTRÓNICA EN COCHABAMBA

5.1. Banca Electrónica en Cochabamba	193
5.1.1 Canales Tradicionales en Cochabamba	193
5.1.2 Cajeros Automáticos en Cochabamba	195
5.1.3 Terminales de Venta (POS) en Cochabamba	197
5.2. Banca Digital en Cochabamba.....	198
5.2.1 Acceso a la Banca Digital en las Entidades Financieras.....	198

5.2.2 Tendencias, Innovaciones y Oferta de la Banca Digital.....	203
5.2.3 Utilización de la Banca por Internet en Cochabamba	205
5.2.4 Percepción de Agentes Involucrados en la Banca Digital en Cochabamba	207
a) Percepción de Agentes Expertos en Innovación y Banca Digital.....	207
b) Percepción de las Entidades Bancarias	209
c) Percepción del Consumidor Financiero	212
Conclusiones	215
Recomendaciones	217
Referencias bibliográficas	219

ANEXOS

A I: Tercera encuesta Nacional de Servicios Financieros	227
A II: Encuesta Nacional de opinión sobre Tecnología de Información y Comunicación (TIC)	229
A III: Cantidad de Puntos de Venta (POS) en Cochabamba	231

BANCA ELECTRÓNICA EN COCHABAMBA

Fernando A. Suaznabar Claros

Introducción

En la era de la información, la banca electrónica global está aumentando su importancia rápidamente e influyendo en la manera como los bienes y servicios son comercializados a través de las fronteras. Y es que la aparición de Internet hace posible la transformación de la banca hacia la banca electrónica, haciendo que el sistema de comercio mundial este comenzando una etapa en la cual los bienes y servicios son comercializados utilizando cada vez más medios de entrega electrónicos, reduciendo costos y mejorando la productividad, al igual que las opciones del consumidor. Por tanto, se está frente a una nueva modalidad de banca ya existente que exige regulación más no control que inhiba su desarrollo necesario.

A pesar de la tendencia a nivel mundial, la banca electrónica en Bolivia sigue rezagada. Las razones pueden ser diversas desde la falta de un adecuado sistema de pago, la desconfianza que genera su uso por la informalidad, la baja penetración del internet en el país (9%) y la escasez de una normativa específica, como las principales limitaciones que obstruyen su desarrollo (Varela, 2014). A pesar de esto, con la globalización, la banca electrónica empieza a popularizarse de manera informal en el país. Y en lo formal crecen las operaciones en transacciones de bajo valor y alto valor de pagos electrónicos (Banco Central de Bolivia, 2016).

De los antecedentes antes mencionados, esta investigación surge de la inquietud de realizar un estudio sobre el acceso y utilización de la Banca Electrónica en Cochabamba, espera ser un medio informativo; realizando una descripción de las características y comportamiento de empresas, gobierno, agentes individuales ante los obstáculos y oportunidades en el tema. Espera coadyuvar a la cultura sobre Banca Electrónica y así reducir la brecha de educación Electrónica, como también, espera impulsar la forma tomar las decisiones óptimas empresariales.

I ASPECTOS GENERALES DE ESTUDIO

1.1. Necesidad del estudio de la banca electrónica

Hace más de 20 años, que salió al mundo el sistema World Wide Web (WWW), que dio paso a la utilización de Internet, y nadie se imaginó cómo se modificó la forma de comunicarnos, acercando el mundo, y a la vez, generando nuevas oportunidades para hacer negocios.

De esta manera, en el transcurso de los años, y superando diferentes dificultades, en el sector financiero, el concepto de banca electrónica va consolidándose mostrando sus facilidades y ventajas en tiempo y dinero. En este sentido, a modo de ejemplo, con distintas velocidades, la banca electrónica facilita las transacciones electrónicas e intercambios comerciales entre empresas (B2B) y entre agentes individuales (B2C; C2C) incrementándose de esta manera, en diversos países, siendo más valorado y utilizado en los llamados países desarrollados.

A diferencia de lo que ocurre en otros países, en Bolivia, el cambio de una transacción tradicional hacia lo electrónico es más lento, experimentándose mayor crecimiento recién en los últimos años. De hecho, se desconoce incluso ¿cuánto se mueve al año por ese concepto? Sin embargo, Bolivia, al igual que la mayoría de los países en América Latina, en cuanto a población con capacidades de utilización de herramientas digitales, y este crecimiento seguirá en tasas similares o superiores en los próximos años. Para citar un ejemplo, son más 4 millones de bolivianos conectados a internet y casi un 20% comprando en línea en Bolivia y todavía existe una gran cantidad de bolivianos que aún no han comprado en línea (Luna Acevedo, 2015). Además, según el boletín de información de sistemas de pago de octubre 2016 del Banco Central de Bolivia, las transferencias electrónicas de fondos ACH (cámara de compensación automatizada, forma de transferencia electrónica) registra el mayor crecimiento entre los distintos sistemas de pago de bajo valor (de Bs 120.314 millones a Bs 138.979 millones) con respecto al 2015. Así mismo las operaciones con billetera móvil registraron un incremento del 93% en el 2016 con respecto al 2015, siendo el instrumento de pago desde el punto de vista de volumen de operaciones con mayor número representando el 73% del total de pagos de bajo valor. A partir de este informe se verifica que las transacciones electrónicas en Bolivia tienen tendencia positiva, lo que implica un sostenible crecimiento de la banca electrónica, que hace unos cinco años atrás no se percibía.

A pesar de los ejemplos citados, existe un lento acoplamiento a las tendencias mundiales. Las razones de este hecho pueden ser diferentes, así por ejemplo desde la legislación vigente, los costos altos de internet, y además entre otra de las razones la “desconfianza”, es decir, el gran porcentaje de usuarios de internet que participa en redes sociales, y pese a los hechos pocos perciben internet como una herramienta de participación transaccional.

En este sentido, se considera relevante el objeto de estudio por las siguientes razones:

Primero, las tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) forman parte de la vida personal y profesional; personas, empresas y gobiernos se interconectan cada vez más a través de una multitud de dispositivos presentes en el hogar, espacios públicos y de trabajo. Siendo aprovechadas por países para cumplir objetivos públicos a través de la economía digital.

Segundo, a partir del auge de Internet a nivel mundial y la revolución en las comunicaciones, los bancos comenzaron a visualizar nuevas oportunidades para ampliar su rango de impacto de negocio. De esta manera, se ha popularizado el término comercio electrónico, cuya definición según la Organización Mundial del Comercio (OMC) es “la producción, distribución, mercadeo, venta o entrega de bienes y servicios a través de medios electrónicos” (Periódico “el día”, 2/08/2015). Esta situación se contrasta con la vivida en Sudamérica, y en particular en Cochabamba (Bolivia) donde la utilización de esta herramienta es todavía lenta. Por tanto, debido a la globalización se obliga a insertarse en este nuevo modelo de banca, conocer sus ventajas y limitaciones para un mejor uso de las tecnologías.

Tercero, para poder ingresar al modelo mencionado se deben cerrar las brechas de analfabetización electrónica. Por tanto, este estudio tiene por objeto ser una base informativa para introducir a los agentes a un desarrollo financiero expansivo.

Finalmente, la existencia de mejoras en las actividades por parte de sector bancario en Banca Electrónica permite afirmar que a través del internet se encuentran grandes y potenciales nichos de desarrollo y expansión de las transacciones electrónicas en el escenario financiero.

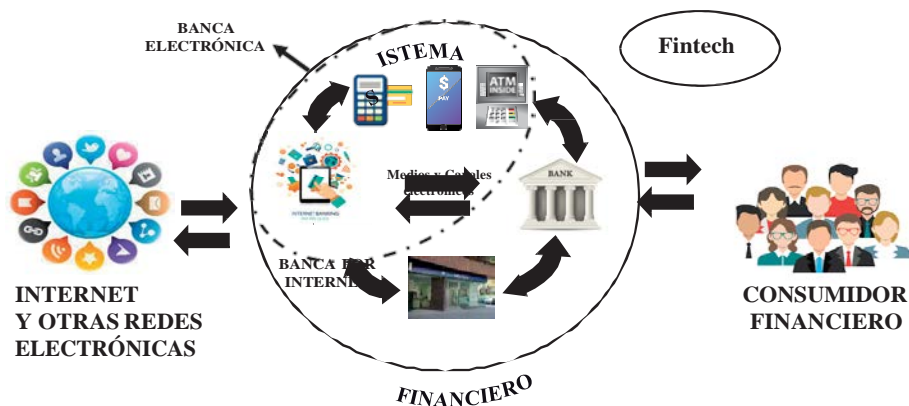
II FUNDAMENTOS DE BANCA ELECTRÓNICA

La sociedad actual vive en una permanente conexión a Internet, que se ha convertido en instrumentos imprescindibles para el desarrollo económico y social, es decir, empresas y organizaciones tienen el reto de no perder la mirada a la revolución digital, debiendo adaptarse al nuevo ecosistema digital con la transformación en sus actividades empresariales, una de estas es el comercio electrónico o comercio digital, para una relación óptima de intercambio de satisfactores con el cliente, el aumento de la productividad en su organización y el logro de su propósito empresarial, la generación de utilidades.

2.1. Entorno Conceptual de la Banca Electrónica

El entorno conceptual de la banca en general es amplio e incluye el desarrollo de aspectos como el sistema financiero, las herramientas financieras vigentes, así como los mecanismos impulsores de banca electrónica.

Figura 1. Componentes y Elementos en el Entorno de la Banca Digital



Fuente: Elaboración propia.

2.1.1. Sistema Financiero: Cubriendo Necesidades Financieras

Los diversos agentes (familias, empresas y Estado) que integran un sistema económico, y representan: Un conjunto de conocimientos, normas, principios, instituciones, insumos, personas, empresas, que se armonizan en su funcionamiento, para producir un bien o servicio, lograr un propósito, o una meta, así puede ser el producto o servicio logrado

el cual está generalmente dirigido al consumo, para la satisfacción de una necesidad

o un deseo humano, de esta manera la satisfacción de las necesidades. (“UNICA” La Universidad del Campo, 2011).

Es en las actividades de los agentes económicos donde se toman decisiones sobre producción, consumo y ahorro, cuya ejecución en cuanto a su realización puede depender de la disponibilidad de recursos para ejecutarlas. Dependiendo de la situación económica que atraviesen, estos agentes económicos se pueden autofinanciar, si generan los recursos necesarios para llevar a cabo sus inversiones y operaciones; pero esto depende de que las unidades económicas puedan encontrarse en posiciones excedentarias o deficitarias de recursos.

Esta situación puede pasar cualquier organismo, por ejemplo, empresarial, que este dentro del sistema económico, el cual tiene la necesidad o no de intercambiar, actuando como demandantes o como oferentes de recursos monetarios transaccionales, con el objeto de que sus decisiones lleguen a buen fin.

Observando desde otro enfoque, se tiene también unidades económicas, organizaciones, con necesidades de financiación, derivadas de la carencia de medios de pago en determinados momentos, las cuales tienen la necesidad de endeudarse, pidiendo recursos a otras unidades ahorradoras, que ingresan más de lo que gastan.

El vínculo entre las unidades económicas es el sistema financiero, el cual es el “Medio por el cual se realizan movimientos de recursos financieros entre agentes deficitarios y superhabituarios de ahorros; este movimiento es a través de instituciones que generan, administran y canalizan los recursos de ahorro e inversión”. (Montero, 1995).

De esta manera 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 et al, 2010).

Entonces, el sistema financiero comprende el conjunto de entidades e intermediarios, mercados e instrumentos financieros que facilitan la dinámica del sistema financiero.

Cuando las unidades económicas que tiene una situación de superávit van realizar una inyección económica directa a aquellas unidades económicas que cuentan con un déficit, estableciendo una relación Inversor-Beneficiario, se está realizando **la financiación directa**.

La financiación directa ocurre cuando los prestatarios contactan directamente a los inversionistas. Aquí el prestatario se compromete a pagarle en un tiempo futuro al

inversionista con ganancias, proceso que queda registrado en un papel denominado activo financiero; cuando son las empresas o el gobierno que captan directamente el dinero del público, se les conoce como emisores (n/a, Matemáticas Financieras, s.f). Se puede dar las siguientes relaciones:

Tabla 1. Tipo de relaciones en el proceso de Financiación Directa

Prestatario	Inversionista	Activos Financieros
Personas	Personas	Letra de cambio, cheques, posfechados, pagares
Empresas	Personas Empresas	Bonos, acciones, papeles comerciales, titularizaciones, aceptaciones bancarias
Gobierno	Personas Empresas	Títulos del tesoro (TES) Bonos de entidades, Certificado de reembolso tributario (CERT)

Fuente: Extraído de Formas de Financiación¹.

A nivel global las instituciones que emiten acciones son las bolsas de valores, las más reconocidas según Puga Muñoz (2014) son: El NYSE, la bolsa de New York, la bolsa de valores más grande y antigua de los Estados Unidos; El mercado de valores Nasdaq que se creó en 1971 y fue el primer mercado de valores electrónico, en Alemania, DAX , GDAXI, en China, la Shanghai Composite, SSE, en Rusia, la Moscow Times, MTMS, en Brasil, la Ibovespa, BVSP, en México, la IPC, MXX, entre otros. Como ejemplo del flujo de transacciones que se registran, se tiene a la bolsa NYSE el cual tiene un volumen promedio anual de transacciones de más 21 mil millones de dólares, incluyendo los 7,1 billones de compañías no estadounidenses que gestiona.²

No obstante, es posible que los deseos entre ahorradores e inversores no coincidan porque las características de liquidez, seguridad y rentabilidad que ofrecen los activos emitidos por los inversores (empréstito, acciones entre otros) no se ajusten a las preferencias de los ahorradores, no pudiéndose efectuar, en consecuencia, este tipo de financiación directa.

a) Entidades de Intermediación Financiera

El sistema de intercambio o trueque de mercancías impulsó al hombre a solicitar crédito para sus actividades agrícolas a otras personas, quienes por lo general eran representantes

¹ Recuperado de: <https://anotacionesmatematicasfrs.blogspot.com>

² Datos extraídos de https://www.ecured.cu/Bolsa_de_Nueva_York: fecha de consulta 25/03/2017

de la iglesia católica en la época medieval. Este hecho constituye un caso clásico de Intermediación Financiera que ilustra claramente el proceso de traspaso de fondos monetarios. Es importante observar que hace cuatro mil años ya quedaban claramente definidas las funciones básicas de un intermediario financiero: Custodia de fondos, transferencia de fondos y concesión de crédito. (Rodríguez, 2014).

La intermediación financiera surgió y floreció en diferentes regiones del mundo a medida que las actividades agrícolas y comerciales se fueron arraigando y generalizando en la colectividad. A través del tiempo surge el desarrollo económico de las entidades de intermediación financieras siendo creciente en el marco de un incipiente mercado financiero.

Por lo tanto, la disminución de barreras en cuanto a la financiación de las unidades económicas, como son las organizaciones empresariales, ha sido responsabilidad a lo largo del tiempo de las entidades de intermediación financiera, definidas de la siguiente manera: “Son aquellas instituciones y agentes especializados en la mediación entre los prestamistas y los prestatarios de la economía”. (Mendialdua, 2015)

También, la intermediación financiera, “Es un sistema que opera como un intermediario entre las personas u organizaciones que disponen de suficiente capital y aquellas que necesitan y solicitan recursos monetarios para desarrollar proyectos de inversión e impulsar la actividad económica” (Dueñas, 1991).

Estas entidades forman el sistema de intermediación financiera, es decir, entidades que contactan al inversor, ahorrista, o individuo (natural o jurídico), con liquidez, con el individuo (natural o jurídico), que demanda inversión o un monto determinado para realización de actividades de tipo personal o empresarial. Por cuanto, la importancia de ser medios de enlace comunicativos es de suma relevancia, para el dinamismo globalizado del sistema económico y financiero.

Entonces, la tasa de interés que pagan las unidades deficitarias por los préstamos otorgados por las entidades de intermediación financiera, como ejemplo, son superiores a las tasas de interés que éstas reconocen a los ahorradores. Es decir, que el sistema financiero obtiene una ganancia apreciable por el solo hecho de actuar como intermediario, puesto que su negocio consiste en captar dinero a bajas tasas de interés y prestar ese mismo dinero a tasas de interés mayores (esta diferencia en tasas de captación y tasas de colocación se conoce como margen de intermediación).

b) Importancia del Sistema de Intermediación Financiera

El sistema de intermediación financiera conoce el movimiento del mercado de dinero, de capitales y su infraestructura, por tanto:

- El sistema de intermediación financiera facilita la circulación del dinero en la economía, permitiendo la realización de un sinnúmero de transacciones diarias y fomentando el desarrollo de incontables proyectos de inversión.
- Controla la cantidad de dinero en circulación en la economía, es una tarea que compete al Banco Central o Banco Emisor de un país determinado. Para tal fin, el banco emisor utiliza tres herramientas clave: Encaje bancario, tasa de descuento y operaciones de mercado abierto. Y es precisamente sobre el sistema financiero que recae la aplicación de estas herramientas de contracción monetaria, convirtiéndose en un medio importante de la política monetaria.

2.1.2 Elementos del Sistema Financiero

El sistema financiero tiene tres elementos básicos: Los mercados financieros, las instituciones financieras y los instrumentos financieros.

a) 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 porque quieren prestar más que su ingreso” (Frederic, 2014).

Los mercados financieros son vitales para lograr una asignación eficiente de capital (riqueza, ya sea financiera o física, que se utiliza para generar más riqueza), que contribuye a mayor producción y eficiencia para la economía global, por tal motivo si se establece y coordina el buen funcionamiento de los mercados financieros también se mejora directamente el bienestar de los consumidores, oferentes y demandantes y el bienestar económico del país.

Tipos de Mercados Financieros

La categorización de los mercados financieros es en función de las necesidades de cada sistema financiero que posee un país, así el criterio de interés (clase de producto o activo negociado) es el siguiente:

- **Mercados Bancarios.** En ellos se ofrece y demanda productos bancarios de activo y pasivo.
- **Mercados monetarios y de capitales.** En ellos se negocia dinero o activos de alta liquidez, con vencimiento que no suele superar los 24 meses. Las tres clases de mercados monetarios más habituales son los interbancarios, entidades

de crédito prestan dinero a otras, a plazos generalmente muy cortos, el de deuda pública a corto plazo y el de pagarés de empresa, donde emiten y negocian títulos de deuda o pagarés financieros, creados por grandes compañías y otras entidades.

Funciones de los Mercados Financieros

Las funciones que cumplen los mercados financieros son las siguientes:

- Poner en contacto a todo el que quiera intervenir en él.
- Ser un mecanismo apropiado para fijar un precio adecuado a cualquier activo.
- Proporcionar liquidez a los activos.
- Reducir los plazos y costes de intermediación facilitando una mayor circulación de los activos.

En la actualidad el mercado financiero ha traspasado las barreras de tiempo en cuanto a disponibilidad inmediata y espacio o lugar de encuentro, para entrar en una era digital donde se lo puede encontrar en contacto por medio del internet (Banca por internet).

b) Instrumentos Financieros

De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera los instrumentos financieros se definen como:

“Un instrumento financiero es cualquier contrato que dé lugar a un activo financiero en una entidad y a un pasivo financiero o a un instrumento de patrimonio en otra entidad. (NIC 32 - Versión 2012).

La definición de instrumento financiero es tan amplia como diversidad de instrumentos existen, es decir, 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.

El objetivo de los instrumentos financieros es de satisfacer las necesidades de financiación o inversión de los agentes económicos de una sociedad (familias, empresas o Estado), dando circulación al dinero generado en unos sectores y trasladándolo a otros sectores que lo necesitan, generando a su vez riqueza.

La amplia variedad de necesidades y de agentes que existen en cada sector económico, demanda y es factor de origen de una diversidad de instrumentos financieros, de hecho, los agentes que ofrecen estos instrumentos no paran de innovar y continuamente aparecen novedosos instrumentos que por su complejidad o por su fin no están al alcance de cualquier persona.

Tipo de Instrumentos Financieros

Un instrumento es considerado como sinónimo del producto o servicio financiero. Una posible clasificación para diferenciar es entre productos de activo, de pasivo y servicios bancarios, que proceden, respectivamente, de los tres subprocesos productivos de captación de fondos, colocación de fondos y prestación de servicios, por lo que cada grupo de productos presenta ciertas similitudes en el proceso de formación y asignación del coste. (Ibarrondo Dávila, 2012)

- **Los primeros**, son aquellos que derivan del proceso de captación de fondos y que constituyen los *outputs*, es decir, instrumenta la inversión de fondos en el mercado, generando ingresos financieros en forma de intereses.
- **Los segundos**, los que surgen por operaciones del subproceso de captación de fondos y aparecen reflejados en el pasivo del balance bancario.
- **Por último**, los servicios puros están formados por el resto de los servicios que las entidades de depósitos suministran a sus clientes ya sea para apoyar o complementar a sus productos de activo y de pasivo, o bien de forma independiente.

En la tabla 2 se presentan ejemplos de esta clasificación de productos:

Tabla 2. Clasificación de los productos bancarios

Productos del activo	Productos del pasivo	Servicios Puros
<ul style="list-style-type: none"> • Préstamos personales • Préstamos hipotecarios • Cuentas de crédito • Descuento comercial • Operaciones de factoring • Anticipos sobre documentos • Arrendamientos financieros • Valores de renta fija • Valores de renta variable • Otros productos de activo 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentas corrientes • Cuentas de ahorro • Imposiciones a plazo • Cesiones temporales de activos • Participaciones de activos • Emisión de títulos • Otros instrumentos de captación 	<p>Domiciliaciones de recibos y nóminas, Transferencias, giros y otros. Talonarios de cheques, Tarjetas de crédito y de débito, Asesoramiento financiero, Gestión de patrimonios. Alquiler de cajas de seguridad Intermediación en la compra y venta de valores mobiliarios. Comercialización de seguros, Comercialización de fondos de pensiones</p>

Fuente: Extraído de Ibarondo Dávila, 2012

Características de los Instrumentos Financieros

Los instrumentos financieros tienen las siguientes características:

- **Tiempo:** que transcurre entre que se emite el préstamo o se realiza la inversión y se devuelve el préstamo o finaliza la inversión (meses, años), tiempo de recaudación de ganancias, de pago de cuotas, de revisión de tipo de interés, etc.
- **Rendimiento:** es el porcentaje o cantidad de dinero que el inversor obtiene por satisfacer la necesidad del otro agente (5% en el ejemplo anterior) y que en el caso del que recibe el dinero no es un rendimiento, sino un coste.

- **Riesgo:** al tratarse de un hecho que ocurrirá en el futuro, el instrumento financiero y las condiciones que lo regulan están sujetas a incertidumbre.

Los instrumentos financieros atienden su categorización según la normativa de cada país, por lo que los más habituales de uso tanto para el cliente y como para la entidad financiera son: Los valores, las acciones, los depósitos y las cuentas corrientes; también podemos citar los préstamos, los bonos, los fondos de inversión, los seguros; así como los productos financieros no tradicionales: El *leasing*³, *factoring*⁴, *confirming*⁵ y los servicios financieros como el cheque, las transferencias (que pueden ser electrónicas y se dan a través de la banca por internet), los pagarés, entre otros.

c) Instituciones Financieras

Se conoce como institución financiera, a una entidad que presta servicios financieros a sus clientes, es decir, una compañía que ofrece a sus clientes (familias, empresas, Estado) servicios relacionados con el dinero que posee o necesita.

En definitiva, las entidades o instituciones con las que los agentes económicos pueden tener relación para manejar sus finanzas pueden ser: Empresas de Servicios de Inversión, Compañías de seguros, los cuales se clasifica de la siguiente forma:

- **Entidades bancarias:** Estas entidades pueden captar fondos (dinero o recursos financieros) del público.
- **Entidades no bancarias:** Estas entidades no pueden captar fondos del público y se dedican a prestar avales o garantías, al cambio de moneda extranjera, a emitir dinero electrónico y a realizar servicios de pago (transferencias, envío de dinero, etcétera), valorar bienes. Y realizar la gestión de algún componente del sistema financiero.

Como todo sistema, el sistema financiero se encuentra en constante interrelación entre sus partes o componentes, que intercambian información y dinamizan la interrelación, tanto con los componentes internos como también con el entorno del sistema bancario.

De este modo dentro del sistema financiero, las entidades financieras se sirven de instrumentos financieros para satisfacer las necesidades de financiación o inversión de

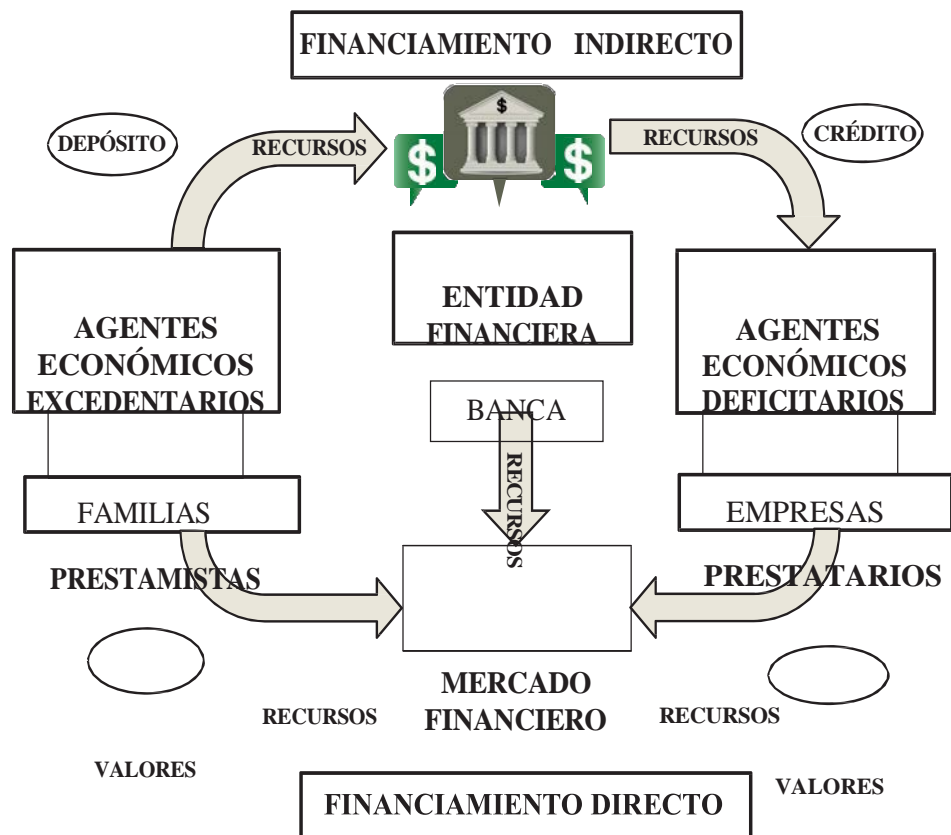
³ Arrendamiento financiero.

⁴ Adquisición de créditos provenientes de ventas de bienes muebles de una empresa inmobiliaria, de prestación de servicios o realización de obras, otorgando anticipos sobre sus créditos, asumiendo o no sus riesgos.

⁵ Cesión de pagos a proveedores.

los agentes económicos (familias, empresas y Estado) de la forma más eficiente y óptima posible, distribuyendo los recursos financieros entre los sectores económicos que lo necesita. (véase figura 2)

Figura 2. Sistema Financiero



Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Entidades Bancarias

Una **Entidad Bancaria** es una institución financiera que se encarga de administrar el dinero de unos para prestarlo a otros. Por tanto, las entidades bancarias son una parte de las entidades de intermediación financiera.

Se puede decir que las entidades bancarias nacieron con la necesidad de realizar simples operaciones de cambio y crédito a nivel personal, pero pronto comenzaron a desarrollar

funciones más amplias, a abarcar más personas y pasaron a tener organizaciones más complejas.

En este sentido, “La Banca se define como una institución que se dedica, principalmente, a recibir dinero de terceros en forma de depósito irregular, a objeto de prestarlo, por su cuenta y riesgo, en aquellas condiciones de seguridad y remuneración que razonablemente permitan esperar que será posible la devolución de los depósitos y el pago del interés pactado con los depositantes, juntamente con la generación de un beneficio para los suministradores del capital de riesgo, que constituye la base de garantía para la captación de dichos depósitos. Además, la Banca realiza actividades propias de la comisión mercantil, proporcionando a su clientela una extensa gama de servicios diversos, con riesgo o sin él, por lo que percibe una remuneración llamada precisamente comisión”. (Bernabé, 2012)

De la anterior definición se infiere, en primer lugar, que la actividad principal de las entidades bancarias es la inversión de los depósitos realizados por el agente económico excedentario, puede ser el público, asumiendo los posibles riesgos, con el fin de obtener un beneficio que permita la remuneración del interés pactado con el depositario y de la asunción del riesgo. Y como segundo aspecto relevante, podemos mencionar la existencia de una actividad secundaria en la banca consistente en la prestación de una serie de servicios accesorios, que pueden implicar o no riesgo, por los que se va a obtener también un ingreso denominado comisión.

a) Operaciones Propias de las Entidades Bancarias

Las operaciones típicas que realizan los bancos son de dos tipos: Las operaciones pasivas (para captar dinero de personas e instituciones) y las activas (prestar ese dinero a terceros exigiendo un coste mayor del que pagan por sus operaciones de captación de pasivos).

Operaciones Pasivas

Las operaciones de captación de recursos financieros, denominadas operaciones de carácter pasivo se materializan a través de los depósitos bancarios, que son:

- Cuentas corrientes,
- Cuenta de ahorro o libreta de ahorros,
- Depósito a plazo fijo.

Operaciones Activas

La colocación es parte de las operaciones activas y es lo contrario a la captación. La colocación permite poner dinero en circulación en la economía; es decir, los bancos generan nuevo dinero del dinero o los recursos que obtienen a través de la captación y, con éstos, otorgan créditos a las personas, empresas u organizaciones que soliciten.

Por dar estos préstamos el banco cobra, dependiendo del tipo de préstamo, unas cantidades de dinero que se llaman intereses (intereses de colocación) y comisiones.

Al diferenciar entre lo que los bancos cobran por el dinero que prestan y el que abonan a los que les ceden sus ahorros en depósito, se le llama diferencial de tipos de interés, y junto con los ingresos por comisiones bancarias constituyen el negocio bancario.

b) Regulación y la Supervisión en las Entidades Bancarias

Se tiene las siguientes definiciones:

- **“La regulación** consiste en la elaboración de las normas que han de cumplir o por las que se han de regir las actividades desarrolladas por las entidades y los mercados de un sistema financiero, pudiéndose justificar por la complejidad del sistema financiero y por su importancia para la economía en general. Los organismos encargados de la regulación son todos aquellos entes con competencia para emitir normas de carácter general, más los órganos supervisores que normalmente han adquirido la potestad normativa por delegación expresa de alguna de las instituciones con capacidad normativa.” (Bernabé, 2012)
- **“La supervisión** o control del sistema financiero consiste en la vigilancia del cumplimiento de estas normas”. (Bernabé, 2012)

Toda entidad financiera ofrece servicios a través de sus instrumentos financieros, y no son la excepción las entidades bancarias, ante la necesidad de algún individuo, que a partir de su presencia en la entidad, se convierte en un consumidor potencial financiero, la entidad ofrece una gama de servicios, el ofrecer recursos a través de un instrumento financiero es claro ejemplo de aquello, la conexión entre la entidad y el cliente da entender la aplicación de principios relacionales que van desde un ámbito de estudio social hasta un análisis mercadológico del momento.

En la actualidad las entidades bancarias, conforman el sistema bancario, un sub sistema dentro del sistema financiero, donde se ha dispuesto de una gama de servicios debido a la complejidad y mayor número de variedad de necesidades financieras que posee un individuo, desde los instrumentos tradicionales de captación de recursos y promesa de ganancia, como el depósito bancario, cuentas corrientes y DPFs (Depósitos a plazo fijo), como así también los instrumentos que dan el servicio de proveer recursos a cambio de una tasa, interés u obligación financiera, como son los créditos y capitales de inversión; el sistema bancario también ha ejercido un nuevo rol desde el siglo pasado en

las transacciones entre individuos, como intermediario visual y depósito transitorio de recursos financieros.

Por tanto, el sistema Bancario también posee una serie de necesidades y requerimientos importantes para su funcionamiento. “Lo que hace de los sistemas de información el tema más emocionante en los negocios es el cambio continuo en la tecnología, su uso administrativo para el impacto en el éxito de los negocios.” (Laudon & Laudon, 2012); como las entidades bancarias establecen y utilizan como organización los sistemas de información, es de importancia el desarrollo de la tecnología como medio de generación de un mejor servicio hacia sus clientes.

c) Banca y Tecnología

Hasta bien entrado el siglo XX, la tecnología empleada por el sector financiero había experimentado avances limitados. En esencia, el negocio de intermediación era el mismo que ya conocían los griegos, y posteriormente los italianos, consistía básicamente en la negociación en mercados que se hacía en vivo donde la transacción era esencialmente con monedas, billetes y cheques. Así pues, la tecnología que se estaba usando, básicamente nula, no había generado ganancias drásticas de productividad ni de eficiencia para las entidades, ni había modificado la relación habitual entre entidades y clientes. A partir de finales de los años sesenta, sin embargo, la irrupción de los primeros sistemas de computación abrió un nuevo mundo de posibilidades para el sector financiero.

Además “Tras la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ligadas estrechamente al sector financiero, han actuado incluso como financiador de la innovación, pero también como cliente e inspirador de algunos de los avances tecnológicos más notables de manera global” (Ontiveros Baeza, et al., 2011).

A nivel mundial las entidades bancarias se han ido extendiendo, con diversas estrategias de comunicación hacia el cliente, el cual empieza a demandar a las entidades, además que se encuentre cerca de su domicilio o lugar de trabajo, necesidades que requerían indudablemente como aliado estratégico a la tecnología, como transacciones en tiempo real y dinámicas.

El aumento de la competitividad en el escenario de las entidades financieras, provoca un proceso de innovación tanto en mercados como en procesos y en productos. En los mercados se originan cambios en las estructuras y en los mecanismos; en cuanto a los procesos, la innovación surge tanto a nivel de técnico interno, programas apoyados en desarrollo tecnológico de gestión de las actividades (análisis de riesgos y control de operaciones, gestión de carteras, entre otros), como a nivel de sus relaciones externas

con los clientes (cajeros automáticos, banca por internet, banca móvil). En los servicios aparecen nuevos instrumentos de inversión, financiación y transparencia de riesgos como swaps (intercambio futuro de bienes), FRA (acuerdo de interés futuro), los cuales son productos estructurados de carácter específico diseñados a medida de las necesidades del agente superavitario o inversor.

Es entrando a la década de los 90s, cuando la competencia entre entidades bancarias empieza a agrandarse y globalizar su concepto acompañado de un proceso de innovación avanzado, surge la gran revolución tecnológica en las entidades bancarias, los procesos electrónicos se ponen en vigencia, como principal innovación se tiene los cajeros automáticos.

“Las nuevas tecnologías cambian las estrategias a seguir a la hora de captar nuevos clientes y de dar mayores servicios a los ya consolidados; además, obligan a realizar grandes inversiones para poder competir. Es a mediados de los noventa, cuando comienza a incorporarse Internet en la banca como nuevo canal para hacer llegar a los usuarios los productos financieros y lo que en principio era un medio más que manifestaba la modernidad de la entidad, es hoy herramienta para garantizar un buenservicio al cliente. Se inicia así un gran reto tecnológico con lo que mundialmente se denomina la banca del 2000, cuya naturaleza modifica profundamente la prestación de servicios financieros” (Sanchis Palacio, 2001).

La introducción de la tecnología en la banca se ha producido mediante una tendencia de crecimiento relacionado con las transacciones, la primera a nivel mundial que ha adoptado y ha venido condicionada por el proceso de innovación financiera a nivel global, fue España (Espitia, 1996) y nivel global podemos dividir este proceso en cuatro etapas diferentes (Sanchis Palacio, 2001):

- Una primera etapa, durante los años sesenta, cuyos objetivos eran la reducción de los costes, la mejora de la productividad y mayor seguridad, donde existían restricciones importantes derivadas de las propias limitaciones informáticas y de la falta de capacitación del personal que trabajaba en las entidades del mundo.
- Una segunda etapa, durante los años setenta, donde se introduce en el negocio bancario el *teleproceso*⁶ con el objetivo de mejorar el servicio ofrecido a los clientes, y conseguir una mayor rapidez en la gestión de la entidad, si bien también presentaba limitaciones en cuanto al sistema de telecomunicaciones que se precisa y a la homologación y normativa.

⁶ Procesamiento de datos usando las telecomunicaciones (transmisión de señales a grandes o pequeñas distancias)

- Durante los años ochenta con el propósito de conseguir una mayor autonomía, se introduce la ofimática y los sistemas de información para la dirección, como también el sistema de banca electrónica, además del inicio de los cajeros automáticos, en el sector bancario, principalmente en Europa. En esta etapa también surgen obstáculos derivados de los servicios telemáticos, de las incompatibilidades de los equipos y de los vacíos legales.
- Finalmente, y durante los años noventa, comienza a introducirse el sistema de banca por internet o virtual, a través del cual se persigue la descentralización de muchas funciones, la reducción de puntos de venta, y la comunicación y distribución a través de la red; ahora bien, se detectan de nuevo, problemas relacionados con la cualificación del personal y vacíos legales en cuanto a materia de seguridad (Casilda Bejar, 1997).

Así, las nuevas tecnologías de la información han sido el catalizador fundamental de una serie de innovaciones en las prestaciones ofrecidas por las entidades financieras. El avance en los equipos de tratamiento y almacenamiento de la información unido al desarrollo de las telecomunicaciones, son básicos para entender la creación y difusión de los sistemas de transferencia electrónica de fondos. Se ha abierto un camino a una generación de servicios con infraestructura técnica diferente comparada con la utilizada en la actividad bancaria tradicional, que permite, no sólo incrementar la capacidad y rapidez en la transmisión de datos, sino que también ofrece la posibilidad de operar en un contexto mundial, y temporal de 24 horas del día. Esto implica modificaciones en la forma de entender la captación de depósitos y gestión del pasivo, la concesión de créditos, el papel de las sucursales o agencias y su equipamiento, la estructura organizativa y la capacitación del personal (Nicholas, 1984) y (Sinkey, 1983).

Entonces, muchas de las innovaciones TIC han servido para mejorar procesos internos como la gestión transaccional, la contratación en mercados o la interconexión con sistemas de pagos. Desde la irrupción del **mainframe**⁷ a finales de los años 60, hasta las más recientes aplicaciones en la nube, las TIC han ido de la mano de la Banca en su crecimiento.

Así, el sector financiero siempre ha apostado por la tecnología como medio para desarrollar su actividad, hasta tal punto que ha sido el segundo sector económico (después de la informática y la I+D) con mayor penetración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), adelantado recientemente por los servicios empresariales. (Ontiveros Baeza, et al., 2011).

⁷ Enormes computadoras utilizadas como centrales de cálculo y almacenamiento. Son capaces de trabajar a altas velocidades y realizar múltiples tareas a la vez diseñados principalmente para grandes organizaciones o empresas como bancos, universidades y corporaciones.

En consecuencia, este fue el proceso de incursión de la tecnología en el mundo financiero desde que se trabajaba procesando la información en ordenadores centrales de mayor capacidad, hasta el momento del desarrollo tecnológico de los canales que se complementan para ofrecer un mejor servicio al cliente.

Los canales de distribución bancaria son una muestra de innovación tecnológica en el sistema financiero y además son la evidencia física para el cliente para notar los cambios tecnológicos que, mediante el funcionamiento y relacionamiento con las TICS, ofrecen conseguir el propósito de otorgar beneficio mutuo entre los individuos dentro del sistema bancario. Los bancos, tienen canales más rápidos, eficientes y con una automatización personalizada que permite ahorrar tiempo en proceso y consolidación de imagen empresarial comprometida con la innovación, y el cliente o consumidor financiero que obtiene un servicio, eficiente, disponible y adecuado acorde a sus necesidades.

2.1.4 Canales de Distribución Bancaria

Una posible acepción del concepto de canal de distribución es la que propone Bucklin (1966): “el conjunto de las instituciones que llevan a cabo todas las actividades que se utilizan para mover un producto y su título de propiedad desde la producción hasta el consumo”. Sin embargo, esta definición genérica se adecua más a la distribución de productos que a la de servicios.

Se debe completar que el concepto de canal de distribución no se limita a la producción de bienes físicos, sino que, como indica Kotler (1990) los productores de servicios se enfrentan al problema de hacer los servicios disponibles (que el consumidor pueda obtener con facilidad) y accesibles (que el consumidor se encuentre cómodo al tratar con los establecimientos).

Desde el punto de vista formal, un canal de distribución es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo (Lamb Hair, et al., 2002).

Añadir además que, en los servicios, a causa de la intangibilidad y de la inseparabilidad entre producción y consumo, no existe posibilidad real de desplazamiento del producto de la empresa al consumidor y, por tanto, no existen canales de distribución sino canales de ventas. En realidad, el cliente es coproductor y consumidor del servicio. (Chias, 1991).

Entonces, “Un canal de distribución del servicio bancario es el circuito o vía a través del cual las entidades financieras ofrecen de manera disponible y accesible a sus clientes actuales o potenciales sus productos o servicios”.

Así, como ejemplos de canales de distribución son: las oficinas bancarias, los cajeros automáticos, el teléfono, el correo e Internet, es decir, son medios diferentes de hacer llegar los servicios a los clientes. La utilización de uno u otro canal, requerirá diseños diferenciados, aunque se trate de obtener el mismo servicio, ya que el resto de los elementos del proceso de distribución son diferentes, la banca electrónica en si está conformada por un conjunto de canales electrónicos.

Los sistemas de distribución de las entidades financieras se han transformado al incorporar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Esta incorporación ha sido facilitada por la naturaleza de la materia prima con que trabajan las entidades (información) y por la propia competencia interna del sector, tal como se señala en la relación profunda que ahora existe entre banca y tecnología.

Por tanto, desde la segunda década del siglo pasado ha surgido un panorama marcado por la diversidad de canales disponibles para las relaciones comerciales con idea de ofrecer un servicio completo y actualizado, de modo que el cliente puede elegir el medio que más se ajuste a sus preferencias o necesidades en cada momento.

a) Importancia de Canales de Distribución Bancaria

La combinación de canales de distribución que utiliza la banca, y el peso de cada uno de ellos que se pone en ejecución disponible para el cliente, está cambiando a medida que avanza la tecnología. Según señala De Young (2001) este cambio tiene repercusiones para la comodidad de los clientes y para los costes de la entidad de depósito, por tanto, la importancia se basa en:

- Mayor comodidad para el cliente en cuanto a desplazarse y realizar operaciones sencillas en algún canal de distribución.
- Menores gastos generales para el banco por la reducción de sucursales con una combinación óptima de canales alternativos a los físicos.

También se debe distinguir que los canales de distribución no son intercambiables. (Monparler Pechuan, 2008). Por ejemplo, las consultas de saldo, las transferencias el pago de facturas y la solicitud de tarjetas de crédito no requieren un contacto personal ni un espacio físico. Por tanto, son operaciones ideales para realizar por un canal virtual. Sin embargo, la solicitud de un préstamo para un negocio, un plan de pensiones o una hipoteca requieren a menudo un contacto personal y un lugar físico seguro.

Dado que cada tipo de canal parece ser más adecuado para cierto tipo de transacciones y puesto que los clientes tienen ciertas preferencias, la mayoría de los bancos utilizan una mezcla de los canales de distribución que consideran complementarios. De hecho, la mayoría de las entidades de depósito complementan su red de sucursales con cajeros automáticos, centros de atención telefónica y sitios operativos en Internet.

Así pues, el cambio que representa la nueva economía como afirma Castello (2001) obliga a las entidades financieras a definir su modelo de negocio, bien sea físico (modelo que da prioridad a la red física de ventas), virtual (que utiliza exclusivamente el canal electrónico) o mixto (modelo donde coexisten canales físicos y electrónicos). La tendencia es avanzar hacia el modelo mixto (Brick and click⁸) a nivel global.

La gama de canales que utiliza el sistema bancario para llegar a sus clientes es variada, desde los canales de enfoque tradicional hasta los canales de enfoque alternativo, nombre que utilizan algunos autores y que, en cierta medida con el desarrollo tecnológico del nuevo siglo, debe ser desechado y renombrado la categoría por canales de enfoque innovador y que son aquellos que componen la banca electrónica.

A continuación, se visualiza la categorización de los canales de distribución bancaria existentes de manera global, en base a la categorización formulada por Catelló Muñoz (2007).

b) Canales de Distribución del Servicio Tradicional de Banca

Oficinas Bancarias

Es la red propia de oficinas, continúa siendo el principal canal de distribución de los productos y servicios financieros por parte de las entidades financieras. Dado el desarrollo alcanzado por las TIC en las últimas décadas y el progresivo deterioro de los márgenes financieros, es comprensible que las entidades de depósito se cuestionen la necesidad de mantener amplias redes de oficinas y las funciones que deben realizar las sucursales.

La red propia de oficinas ha sido siempre el principal canal de distribución bancario ofrecido por los bancos y han desempeñado un papel diferenciador y de mayor peso competitivo en la banca. En ella el modelo de negocio está enfocado al producto, donde los empleados lo empujan comunicando las ventajas que ofrece el mismo mediante instrumentos de venta simples, como los folletos (Galdo Souto, 2015).

⁸ Modelo de negocio que integra las ventas online y offline, permitiendo a los clientes comprar simultáneamente por distintos canales y dando opción a múltiples combinaciones de los mismos, haciendo una opción de compra más inteligente para el usuario y una gestión más eficaz para la empresa.

Actualmente, es difícil saber si el mantenimiento de una amplia red de sucursales es una ventaja competitiva y una barrera defensiva o si, por el contrario, es un canal de distribución ineficiente y una fuente de problemas futuros. Otros problemas derivados del mantenimiento de redes bancarias son la cuestión de la dimensión necesaria de la red, el tamaño de las oficinas y sus funciones. (Monparler Pechuan, 2008)

A nivel Internacional, la entidad bancaria con mayor número dentro de una red global de oficinas es el Banco Santander (España), que esta “Basado en un modelo de negocio que se centra en productos y servicios de banca comercial para particulares, PyMEs y empresas, Santander atiende hoy a más de 100 millones de clientes en una red global de 14.400 oficinas, la más grande de la banca internacional”⁹.

c) Canales de Distribución Compartidos

Bajo esta denominación están los cajeros automáticos (ATM¹⁰) y los terminales de punto de venta o también denominados POS¹¹. Este canal se comparte cada vez más entre varias entidades financieras e incluso con la participación de entidades no bancarias (un establecimiento de consumo). El modelo de negocios es mixto, se refiere a una combinación de la operatividad física de la Banca y necesidades de acercamiento de servicios, por parte del cliente. Los canales de distribución compartidos están relacionados con las tarjetas de crédito y débito, nombramos como instrumentos de pago, anteriormente. Estos son específicamente instrumentos electrónicos de pago, también denominados instrumentos plásticos.

Tarjetas de Crédito

La tarjeta de crédito se define como un medio de pago y de financiamiento que surgió en principio como alternativa a los créditos personales de pequeños montos y a corto plazo; bajo este arreglo institucional el tarjetahabiente¹² se compromete a cancelar un mínimo monto de suscripción anual y el monto del consumo diferido en cuotas mensuales (Acedo, 1997). A medida que la sociedad adquirió progresivamente una mayor movilidad económica, emergió como una necesidad financiera que vendría a cubrir los requerimientos del crédito al consumo, seguridad y comodidad al usuario, pues ya no se requería llevar consigo dinero en efectivo. Desde entonces, la industria de las tarjetas de crédito ha crecido exponencialmente, se ha convertido en un negocio altamente competitivo y ha evolucionado tecnológicamente a la par de la era informática. (Martinez, 2013)

⁹ Información extraída de <https://es.portal.santandertrade.com/descubrir-santander>.

¹⁰ *Automated Teller Machine*, es decir cajero automático.

¹¹ *Point of sale*, es decir terminal de punto de venta.

¹² Nombre que recibe un usuario de una tarjeta de crédito o débito.

El origen de la tarjeta de crédito como medio de pago se remonta al año 1914, cuando fue emitida la primera tarjeta por Western Union Bank en Estados Unidos, que estaba destinado sólo a sus mejores clientes. (Rodríguez B., 2014)

Bajo este concepto básico, nació la idea de lo que más tarde se convertiría en el Club Diners o la primera compañía de tarjetas de crédito a nivel mundial, el cual en sus inicios era muy exclusivo, pues en aquella época sólo las personas adineradas eran las poseedoras de tarjetas de crédito.

Después de la II Guerra Mundial surgieron con renovado ímpetu nuevas tarjetas, pero sólo fue hasta 1950 cuando surgió Diners Club que fue aceptada por una amplia variedad de comercios en Estados Unidos.

En 1958, Joe Williams gerente del Bank of América, tomó una riesgosa decisión de emitir más de sesenta mil tarjetas de crédito sin previa solicitud en la ciudad de California. La gente comenzó a utilizarlas y dos años más tarde ya habían gastado más de cincuenta y nueve millones de dólares en esa ciudad. Basados en esta primera experiencia, los bancos de Estados Unidos comenzaron a idear estrategias para ampliar el radio de acción de sus tarjetas en sustitución del tradicional cheque.

Actualmente, las tarjetas de crédito más usadas a nivel mundial son: Visa (tarjeta estadounidense creada en 1970), con una generación anual promedio de 3 billones de dólares, se calcula que su cuota de mercado es de 64,79% de la población mundial; seguido esta Master Card (tarjeta estadounidense creada en 1966), factura ingresos anuales promedios de 5.000 millones de dólares anuales, su cuota de mercado es del 26,5 % en la población mundial; finalmente en tercer lugar se encuentra American Express (también tarjeta estadounidense creada en 1850) con una participación de mercado de 4,57% a nivel mundial¹³. Las dos primeras, tienen aceptación en más de 150 países.

Tarjetas de Débito

La tarjeta de débito constituye un medio de pago electrónico para realizar las mismas operaciones que la tarjeta de crédito, con la única diferencia que en lugar de ofrecer crédito, los consumos que realice el tarjeta habiente se cargan automáticamente a la cuenta corriente o de ahorros que éste tenga en el banco emisor. Este novedoso medio de pago incentivó el surgimiento del llamado cajero automático como dispositivo complementario para realizar casi todas las operaciones bancarias: retirar y depositar efectivo, pedir saldos, etc. El gasto que realice el usuario en un comercio cualquiera se carga directamente a la cuenta corriente o de ahorro a través del sistema TPV (Terminal de Punto de Venta). En

¹³ Información extraída de fuentes de cada entidad.

este caso no hay crédito, sólo se dispone para gasto el monto existente en la cuenta de ahorro asociada a la tarjeta. (Rodríguez, 2002)

A pesar de que los cuatro mayores emisores de tarjetas bancarias (American Express, Discover Card, MasterCard y Visa) ofertan todas las tarjetas de débito, hay muchos otros tipos de tarjeta de débito, algunas admitidas sólo dentro de un país o región en particular, por ejemplo Maestro y Solo en el Reino Unido, Interac en Canadá, Red en Cuba, Carte Bleue en Francia, Electronic cash (anteriormente Eurocheque), en Alemania, UnionPay en China, Rupay en India y tarjeta EFTPOS en Australia y Nueva Zelanda, por lo que la regionalización es una característica importante en este tipo de tarjetas.

Debemos aclarar que tanto Visa y MasterCard son empresas de redes de pago intermediarios, entre un individuo (persona natural y jurídica) y la entidad que gestiona la tarjeta que los relaciona, regularmente una entidad bancaria, ambas son las que ocupan la mayor cuota de mercado a nivel global.

Ciertamente, las entidades financieras han invertido importantes recursos en la automatización de los canales de un modo interactivo, pero ahora han de orientar las nuevas tecnologías como instrumento de apoyo a la comercialización de nuevos productos y servicios financieros, y sistemas eficaces para conocer la rentabilidad por oficina, cliente y producto.

Conceptos como, *engineering* financiera¹⁴, son cada vez más difundidos a nivel global, se sirve del ordenador y sistemas inteligentes para captar nuevos clientes, La competencia que existe en este tipo y en nuevos productos potenciales tan sofisticados ha llevado a las entidades financieras de manera natural a realizar muchos esfuerzos de innovación.

Con la difusión de los medios de pago realizados con tarjetas de plástico, disponibles para cajeros automáticos y terminales punto de venta, la creciente ola de innovación establece una relación directa e imprescindible con el concepto de banca electrónica. En consecuencia, las innovaciones tecnológicas han permitido la prestación de nuevos servicios financieros sofisticados de mayor valor añadido. Asimismo, se han incrementado tanto la velocidad como la precisión de las transacciones.

Un retraso en la adopción de esa tecnología de proceso puede provocar la pérdida de una importante cuota de mercado a favor de la competencia para colocar sus servicios a través de estos canales de distribución electrónicos.

En los últimos años, los intereses de las entidades financieras se han orientado hacia las transacciones sin dinero en efectivo y a la automatización total del servicio al cliente.

¹⁴ Ingeniería Financiera.

Todo esto requiere que las entidades financieras sigan trabajando en la definición de una adecuada estrategia tecnológica y en incorporar todas las innovaciones que permitan mantener el sistema de información como la herramienta crucial para preservar y progresar tanto en la eficiencia operativa como comercial. Gestionar adecuadamente el cambio tecnológico será la clave que permitirá a la empresa financiera sobrevivir a largo plazo.

d) Canales de Distribución a Distancia

A partir de la década de los noventa, se observa una tendencia creciente de la banca a distancia de los servicios financieros pensando en la reducción de costes y en la mejora del servicio al cliente, un modelo de negocios en base a las necesidades del cliente. En principio, se cuenta con el desarrollo de la banca telefónica como canal de distribución financiero que ha despertado cierto interés en la prestación de servicios y venta de productos a los clientes. Por otra parte, la presencia de las entidades financieras en Internet y las aplicaciones informáticas permite franquear la puerta hacia la banca cibernética, de las webs informativas hasta el comercio electrónico (e-business). Por último, el canal de distribución a través del móvil es la nueva apuesta de las entidades financieras para acercarse a sus clientes y facilitar las operaciones.

En resumen, dentro de los canales de distribución a distancia están: La banca telefónica, banca por internet y banca Móvil (considerada parte de la Banca Digital en algunos países).

Servicio de Banca Telefónica

Actualmente, algunas entidades lo utilizan como una herramienta de comunicación, como canal específico de distribución de productos y servicios que no se comercializan a través de la oficina de manera habitual. Esto permite segmentar los mercados y lanzar productos específicos para determinados grupos concretos de clientes siendo un medio de comunicación de servicios.

El servicio de banca telefónica puede utilizarse de manera distinta, en función de las estrategias diferenciadas de cada entidad. Es decir, la banca telefónica es de utilidad en la oferta de productos y servicios a través del teléfono, es un modelo diferente que sirve de apoyo a la red de oficinas al dar más facilidades a los clientes y eliminar de las sucursales operaciones de fácil resolución, como la consulta de saldos.

En los mercados europeos se ha detectado que a medida que han ido aumentando los servicios bancarios telefónicos se ha registrado una menor tasa de crecimiento de

sucursales bancarias en algunos periodos, por ejemplo, el momento temporal de desarrollo de este canal, 1989-1993, según el informe realizado por Datamonitor¹⁵. Aunque esta información no puede generalizarse a todos los clientes y mercados, lo cierto es que la banca telefónica abrió y aun abre nuevas posibilidades para proporcionar contenidos financieros y conseguir la penetración de otro canal entre los clientes, como el canal de banca digital.

Por tanto, cada uno de los canales de distribución, no solamente es un canal sustitutivo para los demás, sino que se combinan con el fin de ofrecer al cliente un servicio más completo. El mayor o menor desarrollo de ellos por parte de los distintos grupos bancarios, está marcado por la estrategia de negocio que decidan adoptar las entidades en cada momento. (Viejo Valverde, 2015).

2.2. Banca Electrónica

Actualmente, la industria bancaria está realizando un gran esfuerzo por conquistar nuevos segmentos de mercado, motivado por la demanda creciente de servicios financieros, la necesidad de transacciones, la automatización mundial que se está programando en las actividades financieras, como también la competencia creciente cada vez enmarcada a dar los servicios de mayor satisfacción para sus clientes. Dicha situación se encuentra favorecida por los rápidos cambios producidos en el sistema tecnológico, con enfoque al Internet, así como por la globalización de la banca. En este sentido, la banca electrónica llega a considerarse en el panorama actual como una nueva unidad estratégica de negocio dentro de la banca tradicional.

Así los bancos se encuentran sumergidos en una competencia más agresiva, derivada de la actividad económica, con situaciones de incertidumbre y oportunidades ilimitadas. En este sentido, se esfuerzan por ofrecer una posición competitiva. Por tanto, ofrecer un amplio rango de productos y servicios permite crear lealtad y alimentar relaciones con el cliente más profundas y amplias. (Zineldin, 1996).

Con respecto a los servicios ofrecidos, prácticamente la totalidad de los bancos de las economías más industrializadas se encuentran en una fase de transformación, caracterizada por la introducción de aplicaciones de CRM (*Consumer Relationship Management*) o la personalización avanzada de servicios. (Embid et al., 1998)

En el mundo de los servicios financieros, donde los productos son fácilmente copiables por la competencia, únicamente dos elementos pueden producir diferenciación y contribuir

¹⁵ Compañía internacional con sede en Londres, Reino Unido, proporciona estrategias de mercados, análisis de datos y opinión a través de una red mundial de analistas internos.

al logro de una ventaja competitiva: la innovación tecnológica y la calidad del servicio. (Embidi et al., 1998)

En este sentido, hoy en día, el sector bancario ha empezado a utilizar un nuevo lenguaje en el diseño de sus oficinas y medios electrónicos y sitios web, como forma de diferenciación, conceptos como transparencia, flexibilidad, cercanía, innovación o dinamismo, antes impensables en el rígido mundo financiero del siglo pasado, ocupan hoy día un papel central en la relación con el cliente y el modelo de sucursal. (Mendieta, 2007)

En suma, las nuevas tecnologías de la comunicación están incidiendo significativamente en el desarrollo de toda actividad económica, que se traduce en nuevas oportunidades de mercado para el negocio bancario. Buena prueba de ello según Feria Domínguez (2000) constituye el despegue experimentado por la banca electrónica, que actualmente, ha desplazado los servicios bancarios tradicionales para ofrecer nuevos productos competitivos y adecuados a las necesidades de los clientes, además de reducir los costes operacionales, aumentando la eficiencia en la gestión y reduciendo los costes de transacción, nacionales e internacionales. Todo ello repercute, en el aumento de la productividad y en el bienestar económico en general.

Así, la banca vive una revolución tecnológica. Los cambios de hábitos de los consumidores, los medios electrónicos, la penetración de Internet y la expansión de las nuevas tecnologías han empujado a las entidades a afrontar su digitalización para no quedarse atrás en un mercado cada vez más competitivo.

Por tanto, la digitalización hace tiempo que dejó de ser un concepto teórico para convertirse en una realidad tangible. Así, del mismo modo que cada día consultan sus perfiles sociales o su bandeja de correo electrónico, los consumidores han ido adaptándose a las interacciones digitales en los distintos ámbitos y actividades de su vida cotidiana y demandan que sus entidades se actualicen y les permitan acceder en cualquier momento y lugar a sus finanzas.

2.2.1 Definiciones Conceptuales

Actualmente, las entidades bancarias son escenarios propicios de creación de información financiera, de las transacciones entre sus agentes propios, deficitarios y superavitarios, a los que mediante servicios e instrumentos financieros se satisface sus necesidades de inversión y de crédito fundamentalmente. Por tanto, en un mercado cada vez más complejo en su forma de ser y en las entidades que lo conforman, con herramientas de conexión con el consumidor financiero, aspectos de servicios, canales de distribución, se hace posible una relación cada vez más personalizada y avocada al autoservicio, propia de una administración personalizada en tiempo real, de su situación financiera.

Así, el *e-banking*, *netbanking*, banca por internet o *internet banking* son términos utilizados para referirse a la banca electrónica, y define la posibilidad de realizar una gran parte de las transacciones bancarias por medios electrónicos, que se ha convertido en una herramienta de uso común, debido a las facilidades que ofrece en ahorro de tiempo, disponibilidad horaria y económica, al eliminar la necesidad por ejemplo de trasladarse hasta la sucursal de la entidad bancaria.

En general, cuando se habla de “Banca Electrónica” se hace referencia tanto a aquellas entidades tradicionales que utilizan las nuevas tecnologías para la prestación de servicios bancarios y financieros como un canal complementario a los ya habituales (bancos tradicionales y cajas de ahorros por Internet), como a aquellas entidades que operan principalmente por canales no presenciales (correo, teléfono e Internet entre otros), es decir, la banca online o virtual”. (Monparler Pechuan, 2008)

Según Rodríguez & Sánchez Torrez (2011) los servicios financieros en la última década han permitido un crecimiento en el desarrollo económico, humano y social de la población. Y acorde con lo que proponen Katz, et al. (2007), la e-banca (banca electrónica) es un sector de la Sociedad de la Información.

Así, con objeto de atribuir un nombre adecuado a las nuevas innovaciones tecnológicas expresadas mediante la oferta de nuevos canales para la realización de las transacciones financieras de una entidad bancaria, aparecen términos como banca en línea, e-banking o genéricamente **banca electrónica**, por lo que conviene aclarar qué se entiende por cada uno de ellos, según Muñoz Leiva (2008), se debe diferenciar de la siguiente forma:

- **Banca Electrónica**, hace referencia al tipo de banca que se realiza por medios electrónicos como puede ser cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación. Tradicionalmente, este término ha sido atribuido a la Banca por internet o banca online, pero conviene aclarar su significado. Algunos autores lo consideran como un constructor de orden superior que supone varios canales que incluyen también la banca telefónica, la Banca por teléfono móvil (basada en tecnología *Wireless Application Protocol* –WAP– que traslada internet al teléfono móvil) y la basada en televisión interactiva (iNet-television).
- **Banca por Internet**, banca digital o en línea comprende aquellas herramientas que ofrece una entidad para que sus clientes hagan sus operaciones bancarias a través de la computadora utilizando una conexión a la red internet. Para otros investigadores la banca por internet es un nuevo tipo de sistema de información que usa los recursos novedosos de Internet y la World Wide Web (www) para permitir a los consumidores efectuar operaciones financieras en el espacio virtual.

Por lo que es un canal digital que se encuentra en el conjunto que conforma la banca electrónica.

- **Banca Virtual o sin presencia física.** Se considera a un banco virtual como un Banco sin oficina, que centra su modelo de negocios en el ambiente del mercado digital dentro del internet. Es dentro de esta categoría que se construyen relaciones de intercambio B2C¹⁶, donde aparece el denominado banco virtual o banco en casa destinado a los usuarios particulares, además podría ser incluido en cualquiera de los tres tipos de banca definidos anteriormente.

La definición aclaratoria permite establecer como objeto de estudio, la banca electrónica, que engloba los canales de distribución compartidos puntos de venta (POS - *Point of Sale*) cajeros automáticos o ATM (*Automated Teller Machine*), y con mayor referencia a la banca por internet, incluido dentro de los canales de distribución a distancia.

El concepto de banca electrónica abarca la prestación de servicios financieros a través de internet u otros medios electrónicos y digitales, siendo las tarjetas de pago (de débito y crédito) los instrumentos más utilizados tanto a través de los ATM como a través de los POS. Por su parte, los canales que facilitan el uso de instrumentos de pago a través de la red internet o dispositivos móviles han comenzado a tomar relevancia los últimos años, destacándose la banca por internet y banca móvil. (ASFI, 2017).

Dichos canales incluyen herramientas y/o aplicaciones que ofrecen las entidades a sus clientes para realizar operaciones financieras utilizando:

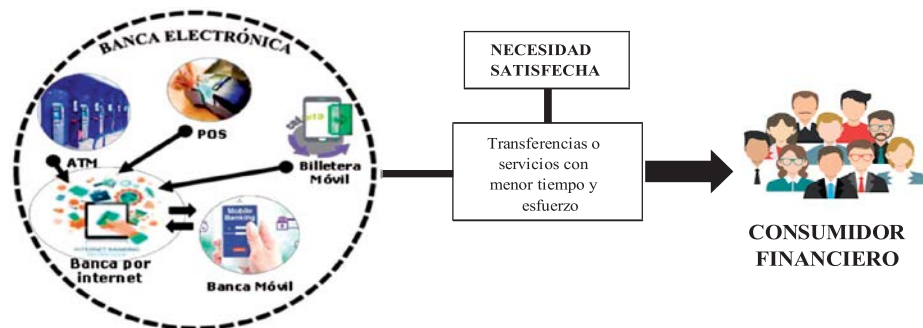
1. Una conexión a la red internet mediante los sitios web de las entidades.
2. Aplicaciones u otros medios para dispositivos móviles.
3. En ambos casos, el instrumento electrónico de pago que se emplea más frecuentemente es la orden electrónica de transferencia de fondos.

Entonces es a través de los medios electrónicos que las entidades financieras ponen al alcance de los clientes, una serie de servicios a los que pueden acceder sin necesidad de visitar físicamente sus instalaciones (sucursales y agencias), es decir, que las transacciones se realizan de forma remota y la información se transmite electrónicamente. El hecho de realizar las transacciones de manera “virtual” y electrónicamente desde cualquier lugar, ha transformado la relación entre las entidades financieras y sus clientes haciendo que las misma sea, por un lado menos personal y por otro lado más eficiente, segura, practica y a cualquier momento del día.

¹⁶ *Business-to-consumer*, se refiere a la actividad entre un negocio y un consumidor individual.

Por tanto, la banca electrónica, es una cartera de servicios financieros que está conformada por los medios y canales electrónicos, como los cajeros automáticos, POS, banca móvil y banca por internet.

Figura 3. Canales Electrónicos y Digitales de la Banca Electrónica



Fuente: Elaboración propia.

a) Banca por Internet

Una definición específica bajo un tono inductivo-deductivo: “Es el canal alternativo a los tradicionales establecido por las entidades financieras, de mayor uso por parte de las entidades bancarias, mediante el cual se ofrece un conjunto de servicios, por ejemplo, la realización de transferencias electrónicas mediante el instrumento denominado orden electrónica, al cliente, la interacción se realiza de manera virtual (por internet), buscando de esa forma la comodidad del cliente, en términos de mayor disponibilidad y accesibilidad de los servicios.”

La banca por internet también puede ser denominada banca digital, aunque este orden involucra también a la banca móvil.

La digitalización de productos y servicios, actividad que realiza la banca por internet, involucra un cambio de procesos y en los modelos de relación entre el consumidor financiero y la entidad financiera. La era digital implica aprender a vender en canales digitales y transformar los modelos de negocios tradicionales. En este ámbito, la banca digital no se restringe solo a la banca electrónica; esta última se asocia a innovaciones que derivan de tecnologías sostenibles, mientras que la banca digital se relaciona con el surgimiento de tecnologías disruptivas. Con los servicios financieros de banca digital representaría volver a la base de las necesidades financieras de las personas para ofrecer servicios a medida, personalizados y por internet. (ASFI, 2017)

Por tanto, la banca por internet es un canal electrónico que utiliza como instrumento electrónico de pago las órdenes electrónicas de transferencias de fondos.

b) Banca Móvil

Actualmente a nivel mundial gracias a los avances y desarrollos tecnológicos de la información, existen diferentes alternativas reales y exitosas, tales como la banca móvil, que permiten acercar servicios financieros a una mayor cantidad de personas en un menor tiempo y brindando calidad, además de mayor simplicidad al momento de realizar cualquier acción debido a aplicación adaptativa e interactiva que ofrece el sistema.

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

- La prestación de servicios financieros que no se realiza a través de sucursales bancarias convencionales, sino utilizando teléfonos móviles y agentes minoristas no bancarios¹⁷. (Nótese que puede considerarse la billetera móvil como parte de la banca móvil, para este estudio se considera por separado)
- Todo tipo de servicio financiero que se realiza utilizando un dispositivo móvil¹⁸.
- La utilización de un dispositivo móvil como un canal para la realización de transacciones desde una o varias cuentas bancarias¹⁹.

Dadas sus características, la banca móvil también se considera como parte de la banca sin sucursales y como un subgrupo perteneciente a la banca electrónica, la cual también incluye a la banca por internet y el uso de canales no móviles como cajeros automáticos y dispositivos de punto de venta²⁰.

Estudios realizados por el Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más Pobre (CGAP)²¹ sobre la efectividad de la banca móvil, identificaron entre las principales ventajas de este servicio que se trata de una tecnología presente en todas partes, es un nuevo modo en que los clientes pueden interactuar con la tecnología y que es una nueva funcionalidad útil. En contraste, otros estudios señalan que estos modelos dan entrada al sistema financiero de nuevas formas de realizar acciones financieras.

¹⁷ Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más Pobre (CGAP), julio de 2010.

¹⁸ Alliance for Financial Inclusión (AFI), 2009.

¹⁹ Alliance for Financial Inclusión (AFI), 2009.

²⁰ Alliance for Financial Inclusión (AFI), 2009.

²¹ Idem. 17.

En la última década, el servicio de banca móvil se ha incorporado con éxito en algunos países como Kenia, Filipinas, México, Ghana, Sudáfrica, India y Pakistán, revolucionando la forma de hacer transacciones financieras de la población. Sobresale M-PESA de Kenia, que ha llegado a ofrecer servicios de transferencia de dinero y el equivalente de una cuenta para operaciones de saldos bajos a más de 12 millones de clientes a través de los teléfonos celulares y una red de más de 16.000 agentes, además logro que el 40% de la población adulta utilizara este servicio. M-pesa ofrece a la población guardar dinero, retirar efectivo, realizar pagos mediante SMS. (Soto, 2015)

En este contexto, la telefonía móvil es una herramienta clave para la difusión y el crecimiento financiero de las economías latinoamericanas, que les permitiría saltar ciertas etapas del proceso de bancarización experimentado en los países más desarrollados.

c) Cajeros Automáticos

Los cajeros automáticos o ATM (*Automated Teller Machine*) son canales electrónicos compartidos, el cual podemos definir de la siguiente forma:

El cajero automático constituye un dispositivo electrónico que funciona bajo un sofisticado sistema de control basado en microprocesadores que le permite operar en línea o fuera de ella, respecto al computador central al cual está conectado. (Rodríguez, 2002)

Este dispositivo en sus inicios representó una gran revolución en la banca electrónica pues les permitió a los bancos ofrecer casi todos sus servicios las 24 horas del día. A través del cajero automático, el cliente puede realizar depósitos y retiros de efectivo, consultar el saldo de su cuenta de ahorro, transferir fondos entre cuentas, pagar facturas de impuestos y servicios básicos, etc. Una pantalla de cristal proporciona instrucciones sencillas a seguir que guían al cliente en cada paso de una transacción. El cliente sólo 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 y puede ordenar la realización de determinada operación en muy breve tiempo.

Por tanto, los cajeros automáticos son canales electrónicos que utilizan como instrumentos electrónicos de pago a las tarjetas de débito y crédito.

d) Terminales de Venta o POS

El POS (*Point of Sale o Checkout*), datafono o de forma corriente denominado “Pasa Tarjetas” es un dispositivo que los emisores (aquellos que en su mayoría son encargados de manejo de tarjetas electrónicas) dan 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. (1,2,3 Cuenta, 2015)

También podemos indicar que POS (*Point of sale o Checkout*), punto de venta o de compra es el lugar donde se completa una transacción de venta. Es el punto en el que un cliente realiza un pago al comerciante, a cambio de bienes o servicios. En el punto de venta minorista, se calcula la cantidad adeudada por el cliente y se ofrece opciones a este de realizar el pago. El comerciante normalmente emite un recibo de la transacción. (Mercabalanza, 2015)

Así, el punto de venta en diversas industrias minoristas utiliza hardware y software a medida de sus necesidades. Los minoristas pueden utilizar balanzas, escáneres, cajas registradoras electrónicas y manuales, terminales, pantallas táctiles y cualquier otra amplia variedad de hardware y software disponibles para su uso con el POS. Por ejemplo, una tienda de comestibles o una panadería, utilizan una balanza en el punto de venta, mientras que los bares y restaurantes utilizan el software para personalizar el artículo o cuando un cliente tiene una solicitud de comida o bebida especial.

El punto de venta moderno se refiere a menudo como el punto de servicio, ya que no es sólo un punto de venta, sino también un punto de retorno o una orden del cliente. Además, incluye características avanzadas para atender diferentes funcionalidades, como la gestión de inventario, CRM²², finanzas, almacenamiento, etc., todo integrado en el software de gestión. Antes del punto de venta moderno, todas estas funciones se realizaban de forma independiente y requerían de volver a escribir la información manualmente, que podía conducir a errores.

Por tanto, el sistema de punto de venta al por menor incluye típicamente una caja registradora (que en los últimos tiempos comprende un ordenador, monitor, cajón de dinero, impresora de recibos, pantalla de cliente y un escáner de código de barras) y la mayoría de los sistemas de punto de venta al por menor también incluye lector de tarjetas de crédito o de débito. También puede incluir una cinta transportadora, escala de peso, sistema de procesamiento de tarjeta de crédito integrado, un dispositivo de captura de firmas y un dispositivo de teclado de PIN del cliente. Cada vez son más los monitores POS que utilizan la tecnología de pantalla táctil (TPV Táctil) para facilitar su uso y una computadora integrada en el chasis del monitor, lo que se conoce como una unidad todo-en-uno. Todo en un solo POS libera espacio en el mostrador para el minorista.

²² Acrónimo Customer Relationship Management (Gestión de Relaciones con Clientes).

Recientemente se han introducido nuevas aplicaciones, lo que permite transacciones de punto de venta para llevar a cabo el uso de teléfonos móviles y tabletas. Según un estudio reciente, se esperan Mobile POS (terminales mPOS) para reemplazar las técnicas contemporáneas de pago de diversas características, incluyendo la movilidad, la inversión inicial de bajo costo y una mejor experiencia de usuario. Se espera llevar a cabo transacciones financieras remotas para aumentar la demanda por parte de las pequeñas y medianas empresas para mPOS. (Mercabalanza, 2015)

2.2.2 Antecedentes de Banca Electrónica

La banca electrónica moderna dio sus primeros pasos a partir del 27 de junio de 1967, cuando se instaló el primer cajero automático creado por Sheperd-Barron y comercializado por la firma británica De La Rue en una sucursal del Banco Barclays. (Página Siete, 2017)

Así, en 1992 se creó el primer punto de venta de software que podría ejecutarse en la plataforma Microsoft Windows. Desde entonces, una amplia gama de aplicaciones de punto de venta se han desarrollado en plataformas como Windows y Unix, antes existía puntos de venta POS, mecanizados, los cuales aún no eran interconectados, por lo que se considera esta fecha el inicio de POS de la actualidad. (Mercabalanza, 2015)

Por otra parte, la banca telefónica denominada *Call center*, apareció en España a mediados de 1993 de la mano del Banco Español de Crédito (Banesto) y del Banco Central Hispano (BCH). Aunque inicialmente solo servía como medio de consulta, en la actualidad incorpora prácticamente todos los servicios del sistema financiero (Muñoz Leiva, 2008), la banca telefónica se considera como el canal intermedio de la línea temporal, entre lo físico y lo digital, además, el canal que incorpora el concepto de servicios de larga distancia y en tiempo real.

La literatura científica cita el año 1995 (concretamente el mes de octubre) como el momento de la irrupción de la banca online completamente desarrollada en EE.UU., de la mano del Security First National Bank (SFNB). (Gandy, 1995)

2.2.3 Características de los Servicios de la Banca Electrónica

De forma general los servicios que comprenden los canales electrónicos de la banca electrónica pueden ser de carácter informativo y transaccional.

En los servicios de tipo informativo las entidades financieras publican información de interés para un usuario (publicidad, catálogo de productos y servicios, historia, misión, visión, objetivos, etc.).

Por su parte, los servicios de tipo transaccional se dividen en dos grupos: simples y avanzados:

- **Los servicios transaccionales simples** que facilitan la interacción entre el banco y un usuario, por ejemplo, se tiene los servicios de asesoría desde chat, consulta de saldo, entre otros.
- **Los servicios transaccionales complejos** que comprenden todas las transacciones y transferencias entre cuentas como: las compras por internet, pagos con tarjetas electrónicas, entre otros.

Es importante esta identificación de características de los servicios prestados por la banca electrónica debido a que permite la disgregación del grado de contribución a ciertas necesidades transaccionales de los consumidores financieros, por ejemplo, un POS tendrá solamente servicios transaccionales de tipo complejo y no así informativo, en cambio la banca por internet puede tener informativo y transaccional.

2.2.4 Concepto de Difusión de la Banca Electrónica

El número de usuarios es el factor que determina el grado de difusión de la banca electrónica o por internet, fundamentado por Garcia & Romero (2004), quienes además señalan que el número de usuarios está condicionado por un conjunto de factores sociológicos, demográficos y culturales externos al propio negocio. Entre los factores más importantes que podemos considerar que condicionan el desarrollo de la banca electrónica están los siguientes:

- El número total de hogares que tienen conexión a internet. (exclusivo de la banca por internet)
- La distribución por edades del número de usuarios de internet. (exclusivo de la banca por internet)
- El grado de confianza de los usuarios en internet como medio adecuado para realizar transacciones. (exclusivo de la banca por internet)
- La accesibilidad de la red de oficinas bancarias, que está en función de la localización y el tipo de población en la que residen los potenciales usuarios.
- Las características de la oferta de cada uno de los bancos que operan en internet, incluyendo condiciones exclusivas para consumidores financieros.
- El conocimiento del uso y su importancia de los canales que conforman la banca electrónica.

2.2.5 Impactos de la Banca Electrónica en el Sistema Bancario

El sector bancario es uno de los sectores que mayores transformaciones está experimentando con el advenimiento del nuevo canal de distribución, internet. De hecho,

se puede afirmar que internet ha tenido un impacto directo sobre dos aspectos relevantes del sector bancario (Monparler Pechuan, 2008):

- **En primer lugar**, la relación entre proveedores y demandantes de servicios bancarios está siendo modificada por la creciente facilidad de los segundos para acceder a la información. Ello supone una menor fidelidad del cliente que, gracias a los medios electrónicos, puede conocer en cuestión de segundos y sin necesidad de desplazarse, inclusive, ofertas competitivas de diversos proveedores. Las entidades financieras ya no tienen clientes relativamente cautivos, sino que ahora se ven obligadas a seducirlos con servicios o productos que igualan o mejoran los de la competencia, un impacto que obliga a las entidades a estar atentos para la toma de decisiones acertada y dinámica.
- **En segundo lugar**, la barrera de entrada geográfica ha perdido relevancia. Las extensas redes de oficinas de las principales entidades financieras han sido, durante muchos años, una seria barrera de entrada para nuevas entidades al sistema financiero. La expansión de medios electrónicos a nivel global ha posibilitado la creación de condiciones necesarias para nuevas entidades financieras online (algunas de ellas con una sola).

En este sentido, internet contribuye de forma significativa al desvanecimiento de la banca tradicional, según indica Ontiveros (2003) hay varias características del modelo de banca tradicional que están siendo modificadas:

- Se altera de forma sustancial la relación de poder hasta ahora dominante en las relaciones proveedor-cliente y con ella la relación de exclusividad.
- Es el cliente el que pasa a disponer de mayores opciones y de una capacidad de elección de productos y servicios financieros.
- Los clientes ahora pueden disponer con suficiente rapidez y con mayor transparencia ofertas relevantes y las herramientas necesarias para su inmediata comparación, gestionando sus recursos financieros y decidiendo entre distintas entidades en función del precio y otras condiciones básicas para la elección. El cliente puede llegar a subastar sus demandas de servicios financieros (por ejemplo, un préstamo hipotecario) entre las entidades financieras que operan en la red.

Por tanto, los medios electrónicos y principalmente, el internet, han puesto el banco a disposición de los usuarios a toda hora y desde cualquier lugar en el mundo. El acceso cada día más frecuente de usuarios a los bancos desde cualquier lugar: casa, oficina, calle,

vehículo y celular, todo a través de una computadora, toma proporciones impensables hasta hace pocos años. Pago de préstamos y tarjetas de crédito, transferencia de fondos a cuentas dentro y fuera del banco, ahorro, consulta de balances y movimientos de las cuentas, estados financieros, pago de impuestos, solicitud de crédito y extensión de financiamiento de tarjetas de crédito, entre otros servicios, pueden ser realizados sin tener que hacer filas en una oficina bancaria. Esto ha incidido en que la presencia de personas en muchas sucursales bancarias sea menor, por lo menos con el propósito de, por ejemplo: sólo pagar una tarjeta de crédito, un préstamo o pedir un balance.

2.2.6 Ventajas de Utilización de Banca Electrónica

En teoría, para las entidades financieras existen ventajas importantes que justifican la realización de las operaciones mediante los canales electrónicos, como la banca por internet. Parece evidente que prescindir de la red de oficinas supone una reducción de costes para la banca y si no se producen aumentos significativos de otros gastos, entonces, la banca electrónica será rentable para las entidades financieras tradicionales. No solo el tema radica en una ventaja objetiva y financiera como son la disminución de costos, sino que existen ventajas subjetivas propias del servicio que incluso, permiten tener una ventaja competitiva y un plus a la hora de la toma de decisión o llamada de atención del consumidor financiero, que recae en lo siguiente:

- Establece una imagen empresarial basada en la tecnología e innovación.
- Permite satisfacer necesidades dinámicas y variables del consumidor financiero, principalmente de aquel relacionado con el uso de las tecnologías y telecomunicaciones.
- Concentra un proceso menos estático y permite automatizaciones flexibles en cuanto al manejo de base de datos y cuentas, saldos entre otros.
- Permite que el negocio establezca una entidad que funciona en todo momento añadiendo la omnipresencia como característica diferenciadora de su competencia.

Desde el punto de vista del cliente, la realización de las operaciones bancarias por Internet significa:

- Optimización de recursos financieros en cuanto a manejo integral y administración de pagos, cuentas entre otros.
- Procesos y actividades cotidianas (ir al banco) adaptadas a la rutina compleja de la sociedad actual.
- Mayor comodidad (ahorro de tiempo evitando desplazamientos y colas).
- Información sobre los productos y servicios financieros que ofrece cada entidad

al instante y de forma incluso interactiva.

- Mayor seguridad en cuanto a transacciones financieras, esto bajo un enfoque comparado de manejo de cuantiosas cantidades de dinero, que ponía en riesgo al consumidor a la hora de acudir a plataforma física del banco.

Desde el punto de vista de la oferta y demanda de productos y servicios financieros:

- Las entidades financieras encuentran en internet un medio global a través del cual pueden dar a conocer sus productos (oferta). Se llega a generar facilidad a la hora de proporcionar, tramitación de los pedidos de otros servicios; a esto se le une la conveniencia que ofrece en la centralización de órdenes de pagos, ambas sin apenas intervención manual y de forma instantánea.
- Los beneficios antes mencionados también se extienden a la demanda. Los consumidores financieros pueden acceder a una oferta más amplia y versátil sin necesidad de desplazarse hasta el punto de venta, reduciendo el tiempo y los costes necesarios para materializar sus planes de consumo.

2.2.7 De la Banca Electrónica a la Banca Online o Virtual

El proceso de evolución de la banca electrónica ha favorecido a las entidades bancarias en su composición, de pasar a ser entidades tradicionales con transacciones por canales comunes, como las oficinas, a la reestructuración y creación de nuevas entidades denominadas banca online.

La banca online según Carvajal Sierra (2015) está conectado directamente (“en línea”) con el cliente final, y es operativo las 24 horas del día, los siete días de la semana y los 365 días del año. Además, permite al usuario operar por correo, por teléfono, por internet, o a través de oficinas bancarias. La diferencia fundamental entre banca tradicional y banca online radica en que la primera entiende los canales no presenciales (teléfono, correo, internet y banca por móvil, entre otros) como canales complementarios de sus canales tradicionales (oficinas y cajeros automáticos), mientras la segunda se ha constituido y desarrollado con la premisa de que los canales no presenciales, especialmente internet y el teléfono, sean la base de su actividad.

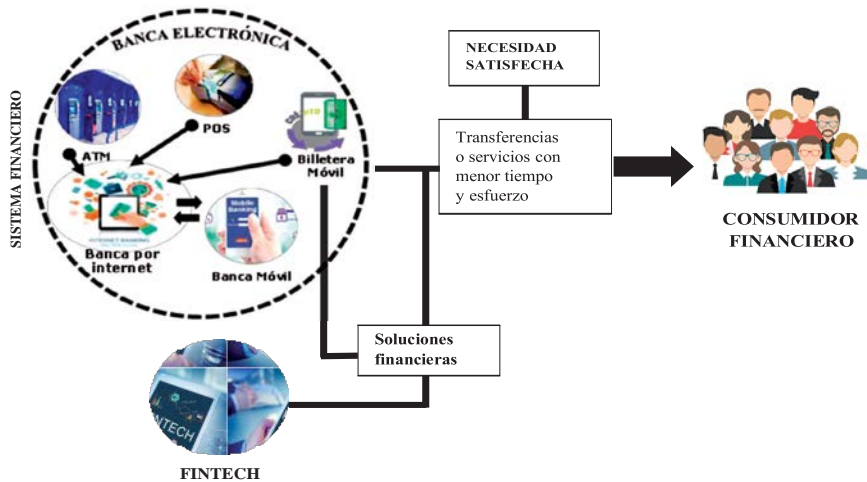
Así, el modelo de banca online es diferente al de la banca tradicional porque comparativamente tiene muy pocas oficinas y poco personal, ya que la razón número de empleados / número de clientes de la banca online es muy inferior al de la banca tradicional. La primera se puede permitir ofrecer mejores condiciones, pagando más por el ahorro, cobrando menos por los créditos y no cargando comisiones a los clientes. En un banco o caja de ahorros tradicional, se puede operar por internet, pero no con las mismas

condiciones de un banco online, ya que el cliente contribuye a pagar los costes de la red de sucursales y del personal que da servicio a los clientes que no operan por internet.

2.2.8 Otras Herramientas Tecnológicas Financieras en la Banca Electrónica

Hoy la banca electrónica se ha convertido en una herramienta innovadora, tecnológica, integral, coparticipativa entre sus actores, un conjunto que disminuye las brechas en recursos económicos y factores como tiempo y lugar. En ese sentido, el entorno de herramientas financieras competitivas en la oferta que ofrece la banca electrónica al consumidor financiero que van desde ATM, POS, Billetera móvil, banca electrónica y la banca móvil, con la finalidad de satisfacer necesidades de transferencias o servicios en menor tiempo (ver figura 4) como también el grado de interacción en nuestra sociedad.

Figura 4. Entorno de Herramientas Financieras Competitivas de la Banca Digital



Fuente: Elaboración propia.

a) Las Fintech

Las Fintech se han convertido en un suministro de tecnología e información al entorno del sistema financiero, ya sea de forma colaborativa o competitiva con las entidades financieras y su medio digital, la banca por internet. Uno de los productos propios de las Fintech es la billetera móvil.

b) Billetera Móvil

La billetera móvil constituye un medio alternativo que en los últimos años ha ido creciendo en su uso como también en el valor de sus transacciones, es considerada como precursora de desarrollo en países donde los sistemas financieros no alcanzan la cobertura total de su ámbito geográfico, por ejemplo, África.

2.3. Las Fintech en el Entorno Financiero

2.3.1 Nuevo Modelo de Negocios: Las Startups

La globalización del mercado y por tanto de todo el entorno que rodea, a las empresas, encargadas de satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad, cada vez más variable y complejo, a través de productos y servicios, ha puesto de manifiesto constantes cambios en innovación tecnológica y de alcance socioeconómico.

Por otra parte, la crisis económica ha revolucionado el panorama empresarial. Por lo que muchos sectores se han visto obligados a reinventar su visión de negocio, o dejar de perseguir su idea empresarial y confiar en crecer con nuevas ideas y modelos novedosos. Así, los avances tecnológicos y el crecimiento digital han sido un impulso hacia la búsqueda de calidad y crecimiento.

Además, nuevos hábitos han surgido y las necesidades que tiene la sociedad actual cada día son complejas y digitales y cuyas respuestas son proporcionadas por las startups definidas como: “Una empresa pequeña o mediana de reciente creación relacionada con el mundo tecnológico. Lo que la distingue de otro tipo de empresa es que se basa en una idea de negocio innovadora formada por uno o más socios, generalmente no muchos, para hacer evolucionar esa idea de manera escalonada y convertirla en un negocio rentable, de ahí que tenga una delimitación temporal”. (Europa Direct, 2016)

Las startups poseen el potencial para que muchos sectores crezcan, y de esta manera, se logre un empuje al crecimiento de la economía. Es de importancia la inserción de un mayor nivel de productividad y valor añadido en las empresas, a través de la creatividad y la innovación, que son dos de los pilares más importantes para el éxito actual de una empresa del siglo XXI.

Las startups han desarrollado a nivel mundial y han llegado a ser una tendencia en la economía.

En este sentido, en el escenario regional pese a que California (Estados Unidos) sigue siendo la cuna de las startups disruptivas a nivel mundial (en 2016, nueve de las 20 startups con mayor valoración de mercado se ubicaban en California, entre ellas Uber,

Airbnb y Pinterest), hoy numerosos países cuentan con una cultura emprendedora en expansión. América Latina no se está quedando atrás.

Los gobiernos, el sector privado y las universidades deben apoyar la creación de startups y confiar cada vez más en su potencial transformador para las economías de la región” a pesar de la actual situación de conectividad, como también el accionar de los países de la región, que siguen invirtiendo poco en ciencia, tecnología e innovación.

Con relación a lo anterior, la inversión en investigación y desarrollo (I+D) en América Latina y el Caribe, en relación con el PIB pasó de 0.63% a 0.74% entre 2009 y 2014, posicionando el 2016, en 0,8%, un incremento modesto que está lejos del promedio del PIB mundial destinado a este rubro, del 2,2 %. (Banco Mundial , 2017). Es decir “América Latina ha avanzado en la adopción de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la última década, pero aún existe una brecha con los países de la OCDE²³”. (CEPAL, 2013)

Pese a las barreras de tipo tecnológico, e incluso legal que se dan en América Latina, las startup se van desarrollando en cada país de la región, como afirma el Centro de Desarrollo OCDE (2016) que indica según *AngelList*, (base de datos utilizada por inversores que buscan información sobre startups para sus decisiones de inversión) Brasil es el país con el mayor número de startups en América Latina, seguido por México.

Por otra parte, la situación de Bolivia, en emprendimientos es micro e insuficiente, el factor relevante es la capacitación y el poco uso de la tecnología que dificultan el desarrollo de las startup, siendo que estas no se encuentran de manera formal para su identificación clara.

La aplicación del modelo de las startups a nivel global en diferentes sectores es variada, fundamentalmente en lo tecnológico, siendo las más importantes y de mayor inversión, las siguientes: Las startups dedicadas al comercio electrónico, transacciones por internet en plataforma digital permiten simular una compra virtual; las empresas dedicadas al bigdata, donde los datos son herramientas imprescindibles en la toma de decisiones empresariales; las startups dedicadas a la salud y al estilo de vida; las startups que se dedican al internet de las cosas, relacionado con la conectividad y la inteligencia, y las startups de finanzas, las Fintech.

²³ La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es un foro único en donde los gobiernos de 30 economías democráticas trabajan conjuntamente para enfrentar los desafíos económicos y sociales de la globalización y al mismo tiempo aprovechar sus oportunidades.

2.3.2 Finanzas Interrelacionadas con la Tecnología: Las Fintech

Hoy en día un nuevo modelo de negocios son las startups que se dedican a las finanzas.

Investigaciones sobre la historia de la industria bancaria muestran que el uso de innovaciones tecnológicas para facilitar la prestación de servicios financieros no es algo nuevo. Según el informe “La Revolución de las Empresas Fintech y el futuro de la banca” de la Corporación Andina de Fomento (2016) “Desde finales del siglo XIX la industria bancaria ha estado asociada a innovaciones tecnológicas, en el mundo de las telecomunicaciones y luego de la informática. El uso de innovaciones analógicas como el telégrafo, el cable transatlántico y después el fax, junto con el desarrollo de medios de transporte, hicieron posible el crecimiento del comercio mundial y con ello la globalización de las transacciones financieras.

En 1967, Barclays, en Londres, introdujo el primer cajero automático. A partir de entonces, las instituciones tradicionales aumentaron el uso de las tecnologías de información (TI) en sus operaciones internas al automatizar gradualmente la mayoría de sus procesos. La aparición de internet en 1991 sentó las bases para el siguiente nivel de desarrollo. Para 2001, ocho bancos en los EE. UU. tenían al menos un millón de clientes en línea. Para el año 2005, los primeros bancos online sin sucursales físicas emergieron (por ejemplo, ING Direct, HSBC Direct) en el Reino Unido.) Hasta entonces, la expectativa era que los bancos continuaran proporcionando servicios financieros”.

Como señalan Arner, et al. (2015) en su estudio sobre la evolución de las Fintech, afirman que hasta entonces la expectativa anterior era que los bancos continuaran proporcionando servicios financieros. Pero la economía de producción y distribución de servicios financieros cambió con la tecnología digital e hizo posible que desaparecieran barreras a la entrada en la industria bancaria: la red de distribución física, una de las principales barreras de protección por su costo de instalación y mantenimiento, desapareció con la tecnología digital y los dispositivos móviles, los cuales hacen que sea muy barato comenzar a operar online y que se tengan costos muy bajos y decrecientes de adquisición de clientes y de distribución. Los sistemas y la infraestructura tecnológica como barrera también desaparecieron, la captura, almacenamiento y procesamiento de datos se abarató y facilitó la expansión de la capacidad de los microprocesadores, la computación en la nube y los teléfonos inteligentes. Hacia 2005, y en particular después de la crisis financiera de 2008 nuevos actores entraron a la industria, empresas no financieras, nuevas (startups) y gigantes de la tecnología y las telecomunicaciones, que aprovecharon la oportunidad para entrar al sector financiero, en muchos casos fuera del radar de los entes reguladores y en países emergentes. La Revolución Fintech había comenzado. (véase figura 5)

Figura 5. Evolución de las Fintech

Evolución del 'fintech'

1865

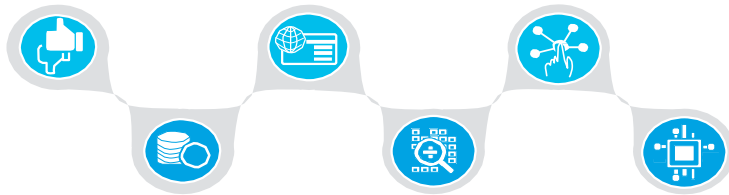
El pantelógrafo, inventado por Giovanni Caselli, comienza a operar en Francia para verificar las firmas en las transacciones bancarias.

1950

Aparecen las actuales **tarjetas de crédito**, primero en el Club Diners fundado por Frank X.

1973

Se crea la Sociedad para las Telecomunicaciones Financieras Interbancarias Mundiales, o Swift, para los pagos transfronterizos.



1899

Se intercambian bienes por primera vez mediante créditos, en forma de placas de cobro y monedas de crédito.

1967

Barclays presenta el **primer cajero automático** que permite obtener dinero en efectivo en cualquier momento.

1983

Nottingham Building Society introduce en Gran Bretaña la banca en línea.

Fuente: Extraído de (BBVA Innovation Center, 2016)

En este sentido, el sector Fintech es el conjunto de empresas no financieras que usan la tecnología digital y herramientas asociadas a la computación en la nube, *blockchain*, *big data*, inteligencia artificial, redes sociales, etc., para prestar servicios financieros a consumidores y empresas de una forma innovadora y bajo nuevos modelos de negocio. Así, el término Fintech se usa para agrupar a las nuevas empresas de servicios financieros (fin), con base tecnológica (tech). Las innovaciones del sector Fintech tienen el potencial de transformar el sector financiero y ayudar a proveer servicios a grupos sociales tradicionalmente desatendidos por los bancos.

2.3.3 Descripción de las Fintech

Algunos datos cuantitativos del desarrollo de Fintech indican que a nivel mundial: La inversión total en las empresas Fintech ascendió de \$5 mil millones de dólares en 2012 a \$10 mil millones de dólares en 2014 y a más de \$24 mil millones de dólares en 2016 (monto pronosticado).

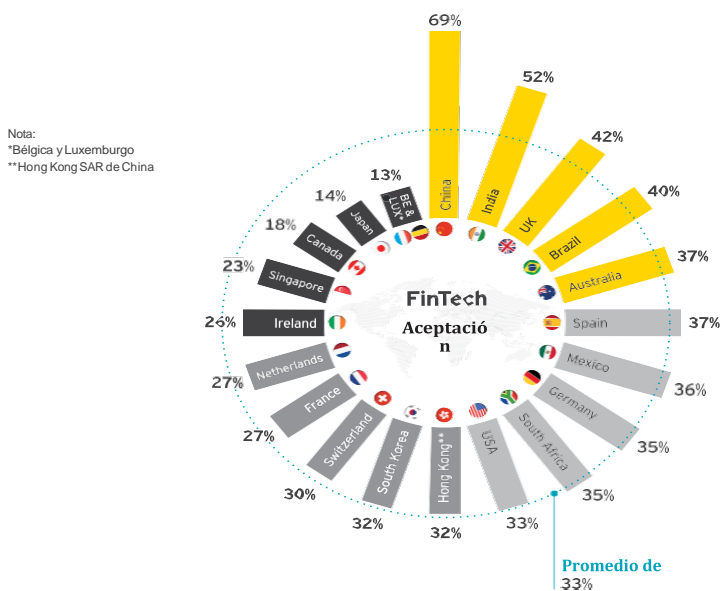
La mayoría de estas inversiones se ha dirigido hacia soluciones en pagos digitales (32%) y préstamos en línea (27%), gestión financiera (14%), servicios de apoyo exclusivos a

las PyMES (11,5%), crowdfunding (3,5%), otros (12%). (Hoder, Wagner, Sguerra, & Bertol, 2016).

Además, el 50% de los consumidores Fintech afirman su utilización como medio de pago o transferencia de dinero y servicios de pago, el 65% del restante piensa hacerlo en el futuro. (Ernst & Young (EY), 2017).

Según la figura 6; China está a la cabeza en el uso de tecnología financiera, superando a India y al Reino Unido, alcanzando una tasa de 69% en la tasa de adopción de Fintech, además la presencia de los países emergentes como Brasil (40%), primero a nivel Latinoamérica, Sudáfrica (35%); en si el promedio de adopción de este grupo de países llega a 46%, mayor que el de la economía desarrollada mejor posicionada, Reino Unido con 42%. (Ernst & Young (EY), 2017)

Figura 6. Indicadores de Adopción de Fintech a nivel mundial (Expresado en porcentaje)



Fuente: Extraído de Informe “Fintech Adoption Index 2017” (Ernst & Young (EY) , 2017).

En el mismo informe se menciona que China encabeza al mundo en la aplicación generalizada de tecnología financiera y que los nuevos modelos tecnológicos y de negocios están brotando a un ritmo sin precedentes. “La transferencia de dinero y los pagos móviles eficientes y convenientes, en especial en las áreas costeras, se han

convertido en una nueva característica de China. Esos son los servicios de tecnología financiera más ampliamente adoptados y se han integrado profundamente en las vidas de las personas”, señala el documento.

Asimismo, la firma global pronosticó que la tecnología financiera seguirá ganando impulso en el mundo y que la tasa de adopción promedio se incrementará a 52%; y prevé que, en los mercados emergentes, incluidos Sudáfrica, México y Singapur, la adopción de la tecnología financiera tomará impulso.

A nivel Latinoamérica: A pesar de que la inversión y actividad de las Fintech ha aumentado significativamente en EE.UU. y Europa, han ganado menos terreno en Latinoamérica y el Caribe hasta la fecha. Se realiza más del 75 por ciento de todas las inversiones Fintech en los EE. UU, mientras que Latinoamérica y el Caribe recibe menos de 1 por ciento. La mejor parte de esta inversión hasta ahora ha estado concentrada en las ciudades más grandes ubicadas en las economías más desarrolladas de la región (por lo general aquellas con las poblaciones más grandes). Aunque existan pocos datos empíricos sobre las inversiones Fintech específicas en la región, las interacciones con los participantes del mercado indican que Brasil y México tienen mayor presencia de Fintech en la región, seguidos por Argentina, Chile y Colombia. Con la excepción de Chile, estos son los únicos países en la región con poblaciones por encima de los 40 millones (Brasil y México tienen una población combinada por encima de los 320 millones). La presencia de las Fintech en Latinoamérica y el Caribe consta de una mezcla de empresas internacionales con presencia local en países seleccionados y de empresas locales que atienden nichos de mercado específicos con alcances más limitados. (Banco Interamericano de Desarrollo-Finnovista, 2017)

En Latinoamérica según el estudio “Fintech-Innovaciones que no sabías que eran de Latinoamérica” del Banco Interamericano de Desarrollo-Finnovista (2017): “Se pudo identificar 703 empresas jóvenes de Fintech localizadas en 15 de los 18 países de América Latina en los que se implementó la encuesta. Brasil aporta el mayor número de emprendimientos a este censo con 230, seguido por México con 180, Colombia ocupa el tercer lugar con 84, seguida de Argentina con 72 y Chile con 65. En total, estos cinco países concentran casi un 90% de la actividad Fintech en América Latina, mientras que el 10% restante se encuentra repartido entre Perú, Ecuador, Uruguay, Costa Rica, Paraguay, Venezuela, Guatemala, República Dominicana, Honduras y Panamá. Asimismo, se identificó un número muy reducido de empresas jóvenes Fintech originarias de Estados Unidos, Asia o Europa cuyo mercado principal se encuentra dentro de América Latina”.

a) Campo de Acción de las Fintech

El campo de acción que tiene este sector es amplio por lo se consideran los siguientes escenarios:

- 1) **Nuevos emprendimientos y empresas jóvenes en su mayoría.** Este grupo de empresas ha innovado tanto en las soluciones que ofrece como en los modelos de negocio y tiende a especializarse en nichos dentro la cadena de valor de los bancos.

La edad promedio de una típica empresa dentro del primer grupo es de solo seis años, pero dicho universo de empresas no se restringe a pequeñas empresas, lo cual se refleja, por ejemplo, para 2015, más de 36 empresas habían alcanzado el nivel de “unicornios”, empresas fundadas desde 2003 con una valoración igual o superior a los US \$1.000 millones. (Ventura Scanner, 2015)

- 2) **Gigantes de la tecnología, el comercio electrónico y la telefonía:** Como Amazon, Samsung, Vodafone y Alibaba. Este grupo tiende a ubicarse en varios segmentos del negocio bancario de forma simultánea, e integra los servicios financieros a su modelo de negocios y paquete de servicios. Así, por ejemplo, Alibaba, el gigante chino del comercio electrónico es también el más grande proveedor de pagos digitales y de manejo de fondos en China. Amazon ofrece una plataforma de pagos, (Amazon Payments) y una plataforma de préstamos y línea de crédito a los vendedores en su plataforma (Amazon Lending). Google, Intel, Apple, Samsung y otros grandes nombres están también en el mercado con sus propias innovaciones, por su propia cuenta o en asociación con otras empresas. (KPMG International y CBI Insight , 2016)

b) Mapa del Sector Fintech

Según el informe de “La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la banca” de la Corporación Andina de Fomento (2016) se tiene los siguientes segmentos de trabajo para las Fintech:

- 1) **Préstamos:** Incluyen las plataformas de préstamos de persona a persona (*peer to peer*) las cuales ponen en contacto a inversionistas con prestatarios sin la presencia de una institución financiera. Además, incluye a las compañías que proporcionan análisis de riesgo y la información de crédito del negocio. Por ejemplo: Lending Club; Prosper, Afluenta, on Deck; Kabbage.

- 2) **Pagos y transferencias:** las cuales pueden ser realizadas con el fin de la realización de Comercio Electrónico, por empresas que proporcionan soluciones de pago en línea para el comercio electrónico, para el proceso de Ventas, por empresas que ofrecen soluciones en puntos de venta (establecimientos y portátiles), tarjetas recargables e innovaciones como el código QR y escáneres portátiles, en cuanto a procesos de enfoque hacia las Personas, las empresas que ofrecen soluciones a consumidores para sus transacciones digitales; incluye billeteras móviles, agregadores de tarjetas de crédito (estilo PayPal), tarjetas de prepago, y las transferencias de persona a persona por vía digital. Por ejemplo: PayPal, ApplePay; Samsung Wallet; Square.

En cuanto a las Transferencias, son empresas que facilitan transferir dinero en forma de efectivo o a través de tarjetas. Así, por ejemplo: WorldRemit; Clip; Kantox; CurrencyFair.

- 3) **Apoyo administrativo a pequeñas empresas / Organizaciones sin fines de lucro:** Herramientas digitales que ayudan a pequeñas y medianas empresas, como también a organizaciones sin fines de lucro a manejar sus finanzas, incluyendo impuestos, nómina, facturación, contabilidad y otros. Por ejemplo: Payroll; Znetis; Xero, Scred.
- 4) **Finanzas personales:** Herramientas para que los individuos administren sus finanzas personales, incluyendo aplicaciones para hacer seguimiento de gastos, pago de deuda y ahorro de dinero. También incluye herramientas que permiten disputar cargos ilícitos en tarjetas de crédito, así como las que ayudan a optimizar las recompensas ofrecidas por las tarjetas de crédito y a comparar los precios de bienes y servicios. Algunas de estas empresas son las siguientes: Bills&Guard; Credit&Karma, CoverHound.
- 5) **Financiamiento de capital:** Herramientas digitales para que las empresas privadas obtengan capital a través de las llamadas plataformas de crowdsourcing, las cuales conectan empresas con inversionistas a cambio de acciones e instrumentos de deuda. Así, por ejemplo: Circle Up, Gustç, SeedInvest.
- 6) **Asesoramiento de inversión:** Empresas que ofrecen herramientas de educación financiera o que ayudan a tomar decisiones de inversión, en algunos casos mediante el uso de algoritmos e inteligencia artificial. Por ejemplo: E-Toro; Kapital; Future Adviser; Nutmeg.
- 7) **Inversión institucional:** Nuevas formas para que administradores y operadores financieros (traders) optimicen la rentabilidad de carteras de inversión,

incluyendo herramientas para el análisis predictivo de la valoración de las acciones y bonos y herramientas de negociación basadas en algoritmos. Por ejemplo: Kapital, Future Adviser, Stocktwist.

- 8) **Banca digital o en línea:** Bancos sin infraestructura física, oficinas o cajeros automáticos-y con un número mínimo de personal. Así, por ejemplo: Simple; Cardlike, Atom, Moven.
- 9) **Infraestructura:** Empresas que ofrecen soluciones que mejoran el funcionamiento del banco, incluyendo el manejo de bases de datos, análisis de datos y modelos predictivos, como también, el desarrollo de la interfaz para aplicaciones (Application Programming Interface, API) de terceros con los sistemas interno de los bancos. Así, por ejemplo: Kapitall, DemystData, SeekingAlpha.
- 10) **Seguridad, autenticación y fraude:** Incluye empresas que crean productos en el área de seguridad, autenticación (verificación de la identidad de usuarios), encriptación, detección y prevención del fraude (el fraude pagos, fraude de préstamos). Por ejemplo, podemos nombrar: Ebury, Ewise, Standard Treasury.
- 11) **Crowdfunding (no inversión):** Plataformas para el financiamiento de productos, servicios, causas sociales y proyectos creativos a través de donaciones o a cambio de beneficios como premios, participación en las ventas o descuentos. Entre las cuales se encuentran: Kikstarter, Indegogo, Tilt.
- 12) **Moneda digital:** Empresas que ofrecen monedas alternativas. El Bitcoin, y el resto de criptomonedas o monedas virtuales, surgieron como alternativa a las monedas convencionales y al actual sistema de divisas. Por ejemplo: Bitcoin; Bistamp; Xapo, BitPay.

La industria financiera está cambiando debido a la competencia de las empresas Fintech y sus nuevos modelos de negocio. Las innovaciones del sector Fintech tienen el potencial de mejorar la eficiencia de la industria financiera y promover la inclusión de grupos sociales tradicionalmente desatendidos por los bancos; por una parte, el nivel empresarial como son las MiPyME²⁴, por otro, el lado social, al consumidor financiero que por algún motivo no ha sido satisfecho con los actuales beneficios ofrecidos por la banca tradicional.

La dinámica de las Fintech es incipiente, según Hoder, et al. (2016), “La revolución Fintech está cambiando el panorama mundial rápidamente, generando nuevas oportunidades para

²⁴ Micro, pequeñas y medianas empresas.

que las MiPyME obtengan financiamiento con términos que se ajusten a sus necesidades. Se anticipa que la inversión mundial en las Fintech superará \$30 mil millones de dólares en 2016, más de treinta veces la cantidad invertida en 2010. Hasta ahora, poco ha llegado a Latino América y el Caribe, pero aun así está surgiendo un sector de Fintech dinámico, aunque incipiente, en la región. Las plataformas locales de préstamos P2P (Peer to peer) y crowdfunding, así como los proveedores de pagos electrónicos, han logrado éxito notable. La mayoría de las empresas Fintech en Latinoamérica y el Caribe han surgido en los mercados más grandes de la región, incluyendo Brasil, México, Colombia, Argentina y Chile. Las empresas internacionales también han empezado a buscar oportunidades en Latinoamérica y el Caribe al establecer alianzas y lanzar iniciativas piloto para poner a prueba y perfeccionar sus soluciones, con resultados prometedores hasta el momento”.

c) Enfoque de Contribución Social de las Fintech

Si observamos la contribución social, las empresas FinTech desagregan la cadena de valor de un banco al entrar al mercado con servicios digitales en distintos segmentos que la componen, tanto en los que se relacionan directamente con el cliente (*front-office*) como en los que realizan funciones finales o intermedias de apoyo a la atención al cliente (*back office* y las que facilita procesos entre estas dos (*middle office*)).

Esencialmente, las empresas FinTech utilizan las nuevas tecnologías de manejo y análisis de grandes datos, redes sociales, inteligencia artificial, computación en la nube, NFC²⁵ y encriptación, entre otras innovaciones, para ofrecer soluciones que resultan muy convenientes para los clientes por tres razones: la facilidad con que pueden ser usadas; la rapidez con la que se presta el servicio, a veces en tiempo real; y el costo asequible.

La propuesta de valor de las empresas FinTech se diferencia de la de los bancos en varios elementos que la hacen competitiva y amplia para el consumidor financiero:

- 1) Ofrecen una experiencia de compra simple y rápida a través de una interfaz digital amigable, accesible en múltiples canales digitales que están disponibles a cualquier hora y en cualquier lugar.
- 2) Son negocios totalmente digitales, sin sucursales, cajeros o sistemas heredados, rubros que impactan los costos operativos de los bancos. De acuerdo con la Corporación de Seguro de Depósitos (*Federal Deposit Insurance Corporation*)

²⁵ *Near Field Communication* es un sistema de comunicación inalámbrico de corto alcance (funciona por proximidad) que se está integrando en smartphones y tablets. La idea es que estos dos dispositivos puedan comunicarse entre sí de manera cómoda y eficaz, puede ser útil para verificaciones, pagos electrónicos, entre otros.

en los Estados Unidos, el costo promedio de esos rubros más los salarios relacionados alcanza entre el 51% y el 60% del total de los gastos operativos de los bancos comerciales en Estados Unidos (FDIC, 2016).

- 3) Tienen herramientas para entender al cliente y satisfacer sus necesidades y protegerlo de fraude, como análisis de grandes datos, modelos predictivos e inteligencia artificial (PwH, 2016).
- 4) Aprovechan la tecnología para entrar en segmentos donde los bancos y otros proveedores tradicionales de servicios son ineficientes o sufren por falta de transparencia o de asimetrías en información. En su análisis del impacto de las empresas FinTech el gobierno de Gran Bretaña destaca que el modelo de negocio “permite a las empresas servir a un mayor volumen de consumidores de bajo valor, en lugar de lo que hacen los bancos, que es servir a un volumen bajo de consumidores de alto valor”. Esto les permite presentar soluciones que promueven la inclusión financiera (UK Government, 2015).

d) Contribución Empresarial de las Fintech

Por su singularidad, las Fintech en su mayoría son más ágiles que las instituciones financieras, de modo que se adaptan a las necesidades del mercado rápidamente. Si hablamos desde un punto de vista empresarial podemos afirmar que la mayoría de las nuevas empresas están estableciéndose en territorios relativamente inexplorados, por lo que no han estado sujetas al mismo escrutinio regulatorio que los bancos.

Esto no significa que las instituciones financieras no puedan generar la capacidad para también atender la demanda cambiante del mercado, pero necesitan ser conscientes de sus diferencias con las empresas Fintech para desarrollar estrategias digitales ágiles y flexibles.

De esta forma “Las instituciones financieras consideran difícil satisfacer las necesidades de las empresas y aún más del nicho de mercado aun por satisfacer, las MiPyME; los volúmenes de préstamos individuales se consideran demasiado pequeños y los costos de transacción demasiado altos para crear valor suficiente. Además, las MiPyME representan un grupo de negocios heterogéneos en términos de industria, tamaño y modelo de negocios, lo cual dificulta comprender sus necesidades y potencial de crecimiento en su totalidad”. (Hoder , Wagner, Sguerra, & Bertol, 2016)

Aunque muchas de las soluciones Fintech hayan estado inicialmente enfocadas en la banca y los préstamos de consumidores, también hay aplicaciones para nichos de mercado abandonado por las instituciones financieras, las MiPyME. La eficiencia obtenida del buen uso de las tecnologías modernas crea opciones de financiamiento atractivas para las MiPyME en todo el mundo. Las innovaciones en el financiamiento para las MiPyME reducen los costos de operación y aumentan los márgenes, fortalecen las capacidades de gestión de riesgos, y mejoran la capacidad empresarial y el potencial de crecimiento de las MiPyME.

Las contribuciones de Fintech, según Hoder, et al. (2016) son las siguientes:

- **Datos Analíticos y Analítica Avanzada:** Las Fintech están aprovechando métricas alternativas como son los patrones de uso de sus teléfonos celulares, impresiones de redes sociales y detalles contractuales que ofrecen nueva información. El uso de software de punta y algoritmos avanzados permite que se procese y sintetice el Big Data extraído de estas fuentes rápidamente para evaluar las necesidades bancarias, la capacidad de pago y la fiabilidad de las empresas de mejor manera, buscando un mercado de inteligencia avanzada. Un ejemplo de una Fintech que ayuda a eliminar la brecha en la información es “*First Access Market*” que, con el consentimiento de los usuarios, empresas entre otros, hace uso de una combinación de información demográfica, geográfica, financiera y social de los celulares, contratos de servicios y otras fuentes para crear calificaciones de riesgos y recomendaciones crediticias en tiempo real. Hasta hoy, el modelo ha tenido éxito en África.
- **Automatización de Procesos:** Acción que están realizando las Fintech en busca de eficiencia en los procesos complejos que lleva la suscripción manual de algunos procedimientos típicos de orden organizacional. Cambiar las solicitudes complejas de préstamos en papel a versiones simplificadas disponibles en línea puede reducir drásticamente los costos de operación de una empresa en particular.

La automatización, y la desintermediación resultante del proceso de suscripción de préstamos, está generando oportunidades para mejorar los servicios bancarios tradicionales para las empresas de parte de las instituciones financieras por medio de colaboraciones con las Fintech como también al mismo tiempo, está abriendo espacio para una forma única de competencia lo que son los prestamistas en línea para pequeñas empresas como Kabbage y OnDeck Capital en EE.UU., y Funding Circle en el Reino Unido.

- **Servicios de Valor Agregado:** Las empresas menos sofisticadas pueden beneficiarse de herramientas de capacitación para ayudarlas a desarrollarse e implementar mejores prácticas de gestión, incluyendo estándares de contabilidad certificados, planeación financiera y controles de gestión de inventarios. El internet provee canales que permiten que tengan acceso a estos recursos a costos mucho menores en comparación con las capacitaciones presenciales.

Los cursos en línea abiertos masivos (MOOC²⁶, por sus siglas en inglés), son una forma de entregar contenido educativo a las empresas y sobre todo a las MiPyME prestatarias. Los MOOC están ganando popularidad debido a su estructura modular, flexibilidad de horarios y herramientas de evaluación en línea. *ConnectAmericas Academy*, una iniciativa del BID²⁷, ha registrado a casi 12.000 empresarios y gerentes empresariales de Latinoamérica y el Caribe, en sus cursos desde 2014, el contenido tiene el objetivo mejorar las prácticas de gestión empresarial, la competitividad y la productividad de las MiPyME. Ya sea que se desarrolle internamente o por medio de colaboraciones estratégicas, ofrecer soluciones de contenido virtual como éstas puede ayudar a los bancos a captar datos relevantes para complementar los perfiles de prestatarios existentes y potenciales, lo cual permite que los bancos mejoren los modelos de cobertura aún más.

- **Crowdfunding y Prestamos P2P²⁸:** Debido a las dificultades que enfrentan las instituciones financieras para atender las necesidades de las MiPyME, las Fintech están ansiosas de entrar al mercado para llenar las brechas.

Los ejemplos de soluciones de financiamiento para las MiPyME que están surgiendo en nichos de mercado relativamente menos regulados incluyen las plataformas de crowdfunding y los préstamos entre particulares (P2P). Estas plataformas en línea facilitan el financiamiento de las MiPyME por presentar su “campaña” (esencialmente una descripción de las actividades de financiamiento propuestas) en un lugar centralizado y acumular contribuciones relativamente pequeñas de un gran número de prestamistas individuales.

²⁶ Massive Online Open Courses o Cursos online masivos y abiertos en castellano. Es decir, se trata de cursos a distancia, accesibles por internet al que se pueden apuntar cualquier persona y prácticamente no tienen límites de participantes.

²⁷ Banco Interamericano de Desarrollo.

²⁸ *Peer to peer* o red de pares en castellano, es una red de ordenadores en la que todos o algunos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí, es decir, simultáneamente como clientes y servidores, las redes permiten el intercambio directo de información y recurso entre los ordenadores interconectados.

- **Pagos electrónicos:** El incremento del uso de las soluciones de pagos electrónicos aumenta las oportunidades de generación de ingresos para las empresas y crea un rastro financiero importante a la misma vez. Las transacciones comerciales no realizadas en efectivo demuestran los registros de volúmenes de ventas a través del tiempo, lo cual puede ofrecer a los bancos un medio para verificar los flujos de ingresos y, en consecuencia, contribuyen a la confianza necesaria para ampliar el crédito.

En la medida en que los consumidores aumenten el uso de sus tarjetas de crédito y débito, estas herramientas se harán cada vez más poderosas. En la medida en que más y más consumidores recurra a las tarjetas bancarias como su método de pago preferido y los smartphones se hagan más asequibles, los pequeños negocios se volverán cada vez más dispuestos a aceptar pagos distintos al efectivo. Las aplicaciones analíticas complementarias, como la de Square, después pueden procesar los datos generados por estas transacciones con el fin de ofrecer información valiosa para la planeación financiera, gestión de inventarios y estrategias de ventas. Este conocimiento puede ayudar a las empresas a mejorar la eficiencia y hacerse más competitivas, de modo que mejoren las oportunidades para obtener financiamiento externo. RedZebra, por ejemplo, ofrece una aplicación analítica que los clientes de las MiPyME puedan usar para captar promociones con base en los patrones de gastos. Esto está ligado a un programa bancario de puntos de recompensa que permite que los clientes obtengan recompensas adicionales por usar la tarjeta del banco para hacer compras en tiendas participantes. Por lo tanto, los comerciantes mejoran las ventas en tanto que los bancos fomentan el uso de las tarjetas y ambos mejoran la lealtad del cliente.

- **Financiamientos de Cadena de Valor:** El impacto de digitalizar las transacciones va más allá del consumo minorista. Las plataformas de facturación electrónica, por ejemplo, están ofreciendo soluciones de financiamientocada vez más accesibles para compradores y proveedores en las cadenas de valor de las empresas, y por tanto de mayor impacto para las MiPyME. Estas plataformas no bancarias pueden hacer más eficientes las soluciones de factoraje, de modo que permiten que las empresas vendan cuentas por cobrar a instituciones financieras con mayor eficiencia. Así, por ejemplo, Las Fintech especializadas facilitan el mercado en línea para las cuentas por cobrar, ya que integran aplicaciones de escaneo de documentos digitales y coordinan con múltiples instituciones financieras para monitorear la venta de cuentas

por cobrar para mitigar el riesgo. De esta forma, “BlueVine, con sede en California, por ejemplo, ofrece factoraje de facturas flexibles que permite que las MiPyME obtengan dinero el mismo día”.

Evidentemente las Fintech pueden ayudar a los bancos a desarrollar ecosistemas de datos más completos al acumular y organizar las cantidades masivas de información de clientes y del mercado que producen. Esta información puede ayudar a que los bancos comprendan a sus clientes, empresas, de mejor manera, lo cual es particularmente valioso en vista de la heterogeneidad del segmento. Comprender las necesidades e idiosincrasias esencialmente del segmento de las MiPyME y, de manera importante, de los subsegmentos, puede ayudar a los bancos a crear ofertas financieras y no financieras más atractivas. También puede mejorar su habilidad para personalizar estas ofertas y realizar la venta cruzada de productos y servicios complementarios a largo plazo. Sin embargo, sin sistemas tecnológicos implementados para recopilar y procesar información relevante de manera eficiente, sigue siendo demasiado costoso convertir los datos aislados en conocimiento sintetizado que sea útil para la institución financiera. La complementariedad debe ser eje principal de acción entre las Fintech y las instituciones financieras.

e) Obstáculos en el Entorno de las Fintech

Todo entorno está conformado, por elementos activos y pasivos, con mayor relación o no con el elemento principal, pudiendo ser una relación horizontal, proveedores –clientes, y vertical, alianzas y competencia, detectando de esta forma los siguientes procesos como obstáculos: Conectividad a internet, relación con los clientes, los consumidores financieros, la competencia, las entidades financieras tradicionales (que en algunos escenarios son también parte de alianzas) y otros factores, como son las legislaciones en cuanto al accionar de las Fintech, entre otros.

f) Perspectivas y Oportunidades para las Fintech

El desarrollo incipiente de las Fintech no es simplemente un factor aleatorio y de manera superficial, las fintech básicamente aprovecharon una serie de aspectos que encontraron en el medio de acción, que les permita el accionar de sus propuestas y la introducción al mercado financiero, considerando:

- **Las nuevas formas de interacción en medios de comunicación:** es principalmente la tecnología Smart, como ejemplo los smartphones, que ha pasado de ser un aparato de comunicación, a ser un aparato inteligente

de procesamiento múltiple, incluso en la utilización para la administración de finanzas personales y transacciones, como también medios de pago, los dispositivos móviles es un escenario donde las Fintech tiene mayor desarrollo, a través de aplicaciones móviles entre otros.

- **Limitada cobertura de servicios bancarios tradicionales:** Esencialmente en los países en desarrollo, donde las entidades financieras no tienen una bancarización eficiente, quedando los potenciales consumidores financieros con necesidades de recursos o acciones financieras insatisfechas, al tener flexibilidad operativa, las Fintech, cubren dichas necesidades con alternativas menos complejas y enfocadas al cliente.
- **Nuevas necesidades y expectativas de los clientes:** Los consumidores financieros son exigentes y demandan servicios no adecuados a las características propias de una empresa sino a las características necesarias y óptimas para el cliente, los cuales afirman su desarrollo en nuevas tecnologías, en las redes, y en el escenario virtual y dinámico del internet; las Fintech, entraron al mercado financiero, a través de la eliminación de la accesibilidad, en términos de convertir internet como un medio de interacción no solamente, social, sino financiero, recordemos que las barreras geográficas y culturas quedan atrás y superadas con la universalidad, reflejada por ejemplo en el uso de las redes sociales, como el Facebook.

El desafío es insertarse exitosamente en las distintas cadenas de valor del mercado, creando valor tanto para las personas como para el entorno. Las Fintech transformaron los paradigmas tradicionales en nuevas realidades, acelerando esta transformación con la agilidad y dinamismo que las caracteriza. Lo anterior esta intrínsecamente relacionado con los procesos de innovación de la industria.

2.3.4 Alianza Tecnológica Integral: Fintech y la Banca Tradicional

Las Fintech recién llegadas están demostrando habilidad para ofrecer por separado servicios específicos que alguna vez formaron parte de la variedad de ofertas de las instituciones, o que son parte de una identificación de necesidades insatisfechas, al centrarse en un subconjunto de ofertas, especializadas y emplear tecnologías digitales para maximizar su eficiencia. De forma individual, quizá no representen una amenaza, ya que los volúmenes actualmente en juego para cada Fintech fácilmente están opacados por los trillones de dólares administrados por las instituciones financieras tradicionales. Sin embargo, en conjunto, su impacto en la industria financiera puede ser significativo. (Hoder, et al., 2016).

La inserción de las Fintech en el escenario financiero se denota con una participación de crecimiento exponencial, en los últimos años; la ventaja competitiva que poseen las Fintech con relación de las instituciones financieras tradicionales, se basa prácticamente en dos: Una objetiva, identificada en los nuevos procesos de distribución de los servicios financieros, a través de canales alternos y mucho más eficientes, como son el internet, y sus actividades variables, redes sociales, aplicaciones, entre otros; la otra ventaja subjetiva, identificada a través de la satisfacción de necesidades particulares y especialistas de grupos pequeños que la banca tradicional no puede alcanzar, debido a una carencia de programas específicos o a una cobertura de servicios.

Según Ortiz Garcia (2017): “El país más grande del mundo tiene 2.000 millones de habitantes y está ubicado en la mayoría de las pantallas con las que convivimos a diario. Facebook es hoy la principal competencia del sistema financiero, por lo que la equivocada contienda que a veces libra la banca tradicional contra las Fintech no tiene otra salida más que la concordia entre ambos. De otro modo, los bancos están condenados a morir.”

El principal desafío de la industria financiera pasa por abrazar la tecnología. El sector tiene que preocuparse por mantener su mercado rentable al tiempo que se adentra en la transformación cultural y, para ello, debe subirse al escenario de la innovación, ese lugar en el que las grandes compañías empezaron a improvisar a fin de conectar de manera más rápida con el mundo exterior.

Por lo tanto, el futuro del sector está en estrechar lazos con las llamadas Fintech, que son empresas tecnológicas emergentes capaces de prestar servicios financieros de forma rápida y eficiente a usuarios con hambre de inmediatez.

Las Fintech, además de ser abiertas, conocen mejor a los usuarios y saben cómo adaptarse a nuevos entornos digitales, por lo que la banca tiene que colaborar con estas empresas para impulsar la innovación en lo tradicional. Los bancos no tienen que ver a las Fintech como una competencia, sino que tienen que verla como una aliada.

En Europa, los bancos más exitosos son los que les han dado la bienvenida a estas empresas tecnológicas emergentes y están en la actualidad colaborando con ellas. En América Latina la banca recién está empezando a despertar a la innovación.

En países como Alemania las personas ya pueden abrir una cuenta corriente a través del teléfono móvil, sin necesidad de presentarse en una oficina del banco. En este sentido, las sucursales van a ir migrando hacia un rol que rompe con el papel de las transacciones que han interpretado hasta el día de hoy.

En Argentina comenzará a operar a finales de año el primer banco sin sucursales y en Chile la transformación digital de la banca ya es una realidad manifiesta. El banco Santander ha revolucionado la forma de hacer banca y de relacionarse con las personas en el país, tendiendo más hacia el concepto de comunidad.

El banco hoy en día es portable, está en celulares y en tabletas, un hecho que representa una oportunidad para lograr la inclusión financiera. Por lo tanto, la transformación digital de la banca, además de ser una oportunidad, es un deber del sector para hacer que sus servicios sean más asequibles a las personas y poder llegar a mucha más gente.

Pero la rapidez de la oferta digital emerge en este nuevo contexto y se contrapone a los vacíos legales. La regulación en la región también tiene la tarea pendiente de dar cobertura y de flexibilizar algunas normas para que los propios bancos puedan empezar a ofrecer otro tipo de servicios y para que otros actores puedan participar de este nuevo ecosistema y en última instancia, proteger a las personas que juegan en las abarrotadas plazas digitales.

Si partimos de información cuantitativa, que demuestre la relación entre las Fintech y las entidades financieras tradicionales. El estudio realizado por PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, PWC (2016), demuestra a través de un análisis de como las nuevas tecnologías digitales van a cambiar el sector financiero, principalmente por las Fintech inmersas en el mismo escenario de las instituciones financieras tradicionales, con un aspecto concluyente de acciones colaborativas entre estos dos elementos del sistema financiero, destacando lo siguiente:

- En cuanto al consumidor financiero: El 2020, el 60% de los clientes del sector financiero tradicional accederá a servicios a través de aplicaciones móviles, al menos una vez al mes, siendo este un ambiente donde las Fintech tiene ventaja competitiva evidente.
- Solo el 32% de las entidades financieras encuestadas tienen algún tipo de acuerdo con las Fintech.
- Los encuestados aseguran que en la banca retail, o de consumo, el negocio de los medios de pago y los servicios relacionados con la gestión de activos y de patrimonios son, por este orden, los que se van a transformar de una forma más radical en los próximos cinco años.
- Las apariciones de nuevas plataformas online permiten la concesión de préstamos directos entre empresas y consumidores sin necesidad de intermediación bancaria o la proliferación de nuevos sistemas de pago a través

de aplicaciones móviles, wallets, tarjetas contactless, Paypalm ente otros, son algunos ejemplos.

- Las entidades financieras tradicionales creen que el fenómeno Fintech podría arriesgar casi el 25% del negocio actual, en los próximos cinco años. Pero, las Fintech consideran que este “bocado” puede ser todavía mayor y podría llegar hasta el 33% del negocio actual de las entidades financieras tradicionales. La banca retail, los medios de pago y los servicios relacionados con la gestión de activos y de patrimonio son, por este orden, los que van a experimentar un cambio más radical.
- El documento considera que el empuje de las Fintech es, al tiempo que una amenaza, una oportunidad para las entidades financieras tradicionales. Las propias entidades que han participado en el estudio reconocen que las colaboraciones con estos nuevos entrantes en el sector les ofrecen grandes oportunidades en materia de mejora de la eficiencia y reducción de costes (73%), a la hora de diferenciarse de sus competidores (62%), de retener a sus clientes (57%) y de conseguir ingresos adicionales (56%).
- Una de las tecnologías emergentes que se analiza en el informe es el auge de Blockchain²⁹ y su impacto futuro en el sector. De momento, a pesar de que una mayoría (56%) de los directivos encuestados reconoce su importancia, una proporción similar (57%) asegura que no sabe cómo responder a los desafíos que plantea. Probablemente, porque todavía no existe un conocimiento suficiente sobre su capacidad y posibles aplicaciones; solo 15% de los encuestados asegura estar familiarizado con la tecnología Blockchain.

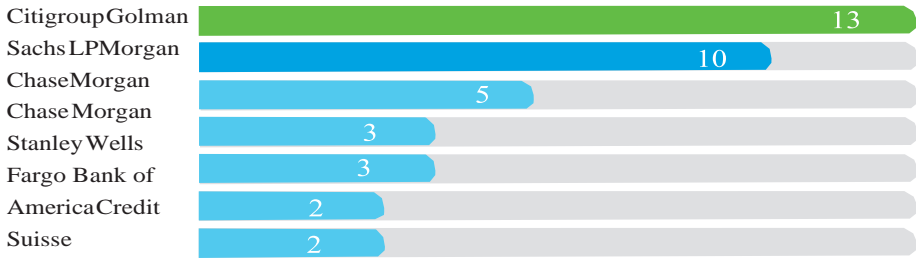
En realidad, el escenario es complicado, mostrar las instituciones financieras, con competitividad y propuesta de valor única, siendo actualmente rígida y con canales tradicionales, frente a una Fintech, prácticamente es una estrategia a corto plazo.

A nivel mundial, algunos bancos son conscientes del escenario de inserción actual de las Fintech a las actividades financieras, por lo que han realizado esfuerzos, con el propósito de lograr una relación financiera, con inversiones en compañías Fintech, bajo la premisa de “Ventura Capital”³⁰. (véase figura 7)

²⁹ *Cadena de Bloques*. Es un registro de las transacciones digitales que se basa en una gigantesca base de datos en la que están inscritas todas las operaciones financieras realizadas con una divisa electrónica. Es base de funcionamiento del bitcoin.

³⁰ Tipo de operación financiera en la que se aporta capital a startups y empresas con un alto potencial de crecimiento y elevados niveles de riesgo a cambio de un porcentaje de la empresa.

Figura 7. Los bancos que apuestan por compañías “Fintech” VR (Ventura Capital)



De las 26 transacciones más importantes del mundo



Fuente: Extraído de (BBVA Innovation Center, 2016)

Las instituciones financieras tradicionales deben iniciar una conversión de su propuesta de valor en sus servicios enfocada a clientes de manera diferente, de manera digital; los frutos de la transformación digital van a ir de la mano con las Fintech por su esencia de flexibilidad y enfoque, la idea tecnológica financiera acompañada de inversión y mercado potencial de consumidores financieros, permitirá que las soluciones hagan una vida fácil para los usuarios de servicios financieros.

III BANCA ELECTRÓNICA EN EL MUNDO

La banca electrónica se ha convertido en una herramienta innovadora, tecnológica, integral, co-participativa entre sus actores, un canal que disminuye las brechas en recursos económicos y factores como tiempo y lugar.

El mundo, tras entrar en una era creciente de rápido desarrollo y progreso, la era de la tecnología, se ha beneficiado de avances tecnológicos que satisfacen las necesidades cada vez más complejas del ser humano, que demanda servicios y productos acorde a sus actividades, no solamente físicas sino también en una red virtual.

La banca electrónica en su conjunto (cajeros automáticos, POS, banca por internet y banca móvil), permite ser el vínculo del consumidor financiero con los instrumentos electrónicos de pago, evidentemente la contribución de la desmaterialización del efectivo y la búsqueda de transacciones más eficientes y en tiempo real, es una de las funciones de la banca electrónica.

Este capítulo aborda la cuantificación en cifras de la banca electrónica mundial y posteriormente por zonas y regiones de importancia económica, con relevancia en la banca por internet.

Partiendo del concepto de difusión de la banca electrónica, como la medida del número de consumidores financieros que utilizan los canales electrónicos correspondientes, es decir, la “**UTILIZACIÓN**” que se le da al canal respectivo desde el punto de vista del consumidor financiero, que por ejemplo puede ser medido por el porcentaje de consumidores financieros que utilizan un determinado canal electrónico.

Por otra parte, desde el punto de vista de las entidades bancarias, las cuales tienen la responsabilidad de entregar infraestructura necesaria para que se pueda realizar las transacciones financieras electrónicas correspondientes, el concepto está dirigido a la cobertura, entendiéndose como el “**ACCESO**” que proveen las entidades a los consumidores financieros, además esto está influido por el entorno mismo que rodea al sistema, los factores sociales, geográficos, económicos, culturales, entre otros.

De lo mencionado líneas arriba, es posible resumir en la tabla el uso y acceso de canales que componen la banca electrónica a nivel mundial³¹.

³¹ Los POS (*Point of sale*) no fue considerado en el estudio global como también por regiones, debido a la falta de datos, así como también la confidencialidad de los proveedores

Tabla 3. Acceso y Utilización a la Banca Electrónica a Nivel Mundial

Banca Electrónica	ACCESO	UTILIZACIÓN
	Número	Porcentaje de consumidores financieros
Cajeros Automáticos	40,53/100.000 adultos mayores (2015). <u>País destacado:</u> Corea del Sur: 278,73/100.000. ³⁰	Varía según cada región.
Banca por Internet	El acceso varía según sistema financiero de cada región	37%
Banca Móvil	El acceso varía según sistema financiero de cada región	64% de los que utilizan la banca por internet ³¹

Fuente: Elaboración propia con base de Datos: Banco Mundial (2015), PricewaterhouseCoopers S.L (2014).

En cuanto al “uso”³² podemos considerar que canal con mayor utilización son los cajeros automáticos, aunque la banca móvil, es el canal que muestra un mayor crecimiento en cuanto a la adopción del consumidor financiero.³³

3.1. EUROPA: En Búsqueda del Mercado Único Digital

3.1.1 Descripción de la Banca Electrónica

Una característica especial de Europa recae en el hecho que es política oficial la Búsqueda del Mercado Único Digital, la evolución de la banca electrónica busca la Unión Electrónica-digital, centrado en transacciones electrónicas y el uso de los canales de la banca digital (la banca por internet y la banca móvil), así como también otras plataformas transaccionales no financieras.

La tabla 4 muestra la comparación de la banca electrónica con las oficinas físicas, sucursales de las entidades bancarias, así como también la información de los instrumentos financieros, de la banca por internet y la banca móvil, que tienen un crecimiento similar, mientras que en número de cajeros automáticos (acceso), sobresale las transacciones electrónicas que se realizan a través de tarjeta, como las que se realizan por internet.

³² Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/>

³³ Datos extraídos de Encuesta Mundial de Banca Digital (2014), expectativas para 2016

Tabla 4. Situación Descriptiva de la Banca Electrónica en Europa

Banca Electrónica	ACCESO		UTILIZACIÓN	
	Nro.	Países destacados	Porcentaje consumidores financieros	Países destacados
Cajeros Automáticos	70,35/100.000 adultos mayores (2015). ³²	-Reino Unido (164,62) -Croacia (122,88) -Alemania (121,10)	47%	
Banca por Internet	Sistema financiero bancario		44%	-Islandia (91%) -Noruega (89%) -Finlandia (89%)
Banca Móvil	Sistema financiero bancario		62% de los que utilizan la banca por internet	-España (65%) -Países Bajos (65%) -Turquía (63%) ³³
<u>Oficinas Bancarias</u>	27,52/100.000 adultos	-Luxemburgo (76,89) -España (67,53) -Bulgaria (60,36)	30%	
Instrumentos electrónicos	Transacciones Financieras Totales		Indicador principal	
Tarjetas electrónicas	47% de todas las transacciones.		49 €por cada transacción realizada. 1,5 tarjetas por cada habitante UE.	
Órdenes electrónicas de pago	26% fueron trasferencias. 21% fueron débitos directos (de todas las transacciones).			

Fuente: Elaboración propia con base a información consultada para esta sección: Banco Mundial (2015), European Banking Federation (2015), Ditrendia, (2017) y VISA(2017).^{34,35}

³⁴ Dato para la Unión Europea (2015).

³⁵ Consultado de: http://www.amic.media/media/files/file_352_1289.pdf; datos para 2016.

3.1.2 Sistema Financiero Europeo

La Unión Económica y Monetaria (UEM), establecida en el Tratado de Maastricht, entró en vigor en 1993 con el objetivo de fijar una política monetaria solidaria en la Unión Europea, en el que converjan progresivamente las distintas políticas y regulaciones económicas de los Estados miembros, y en el que se realice y consolide la verdadera unión monetaria. Conforman el marco para la estabilidad económica, sustentada en un Banco central Independiente (BCE) y las obligaciones jurídicas impuestas a los Estados miembros, consistentes en aplicar políticas económicas sólidas y en coordinarlas estrechamente.

Puesto que los intercambios comerciales entre los Estados miembros de la UE alcanzan el 60 % de su comercio total, la UEM es el complemento natural del mercado único. Este mercado funciona con mayor eficacia y desarrolla plenamente sus efectos beneficiosos a la eliminación de los elevados costes de transacción, generados por la conversión de la moneda y las incertidumbres asociadas a la inestabilidad de los tipos de cambio.

La moneda de la eurozona o zona euro, compuesta el 2014 por dieciocho de los 27 Estados miembros de la Unión Europea que comparten esta moneda única que pusieron en circulación el 1 de enero del 2002.

De este modo, se creó el Banco Central Europeo (BCE) en 1998, de conformidad con el Tratado de Maastricht, para introducir y gestionar la nueva moneda, efectuar operaciones con divisas y garantizar el buen funcionamiento de los sistemas de pago. Es también responsable de fijar líneas y ejecutar la política económica y monetaria de la UE. Una de las principales tareas del BCE es mantener la estabilidad de precios en la zona euro, preservando el poder adquisitivo del euro. Tiene su sede principal en la ciudad de Fráncfort del Meno, Alemania.

Así, la Autoridad Bancaria Europea (ABE) es una autoridad independiente de la UE que trabaja para garantizar un nivel efectivo y coherente de regulación y supervisión prudencial en todo el sector bancario europeo. Sus objetivos generales son de mantener la estabilidad financiera en la Unión Europea (UE) y velar por la integridad, la eficiencia y el correcto funcionamiento del sector bancario.

La ABE forma parte del Sistema Europeo de Supervisión Financiera (SESF), que está compuesto por tres autoridades de supervisión: la Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA), la Autoridad Bancaria Europea (ABE) y la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA). El sistema también abarca a la Junta Europea de Riesgo Sistémico (JERS), así como al Comité Mixto de las Autoridades Europeas de Supervisión y las autoridades nacionales de supervisión.

En cuanto a las transferencias se tiene el Área Única de Pagos en Euro, SEPA, el cual compone el Sistema de Transferencias bancarias electrónicas en Europa. Finalmente, la coordinación entre las entidades bancarias de Europa es realizada por *The European Banking Federation*.

a) The European Banking Federation

The European Banking Federation (EBF) o traducido al español, Federación Bancaria Europea es la voz del sector bancario europeo, uniendo a 32 asociaciones bancarias nacionales en Europa que en conjunto representan a unos 4.500 bancos, grandes y pequeños, mayoristas y minoristas, locales e internacionales, que emplean a cerca de 2,5 millones de personas.

Los miembros de la EBF representan a los bancos que conceden préstamos a la economía europea por encima de 20 billones de euros y que manejan con seguridad más de 300 millones de transacciones de pago por día.³⁶

Lanzado en 1960, el EBF se ha comprometido a crear un mercado único de servicios financieros en la Unión Europea y apoyar políticas que fomenten el crecimiento económico.

Innovación Europea, la Tendencia Líder para la mejor Experiencia del Cliente

Con el fin de satisfacer la demanda de los clientes, los bancos europeos lanzan continuamente, comunicación digital de alta calidad, productos y servicios financieros fáciles de usar que simplifican el comercio de los consumidores y la experiencia de gestión de transacción. Ellos lideran el cambio a través de soluciones innovadoras, pero conservan con éxito sus valores fundamentales: confianza, integridad, privacidad y seguridad para ofrecer lo mejor de la era digital a los consumidores. (European Banking Federation, 2016).

De un Enfoque Multicanal a un Omnichannel

Hasta hace poco tiempo, la mayoría de los clientes europeos eran depositarios a través de múltiples canales: ir a las sucursales para acceder a productos y servicios, para simplificar sus actividades se ha buscado nuevas formas de atención por parte de los bancos como la de utilizar un cajero automático (ATM) para retirar dinero, y, entrar por un dispositivo en línea para comprobar el saldo de su cuenta. Tales hábitos han sido transformados por internet donde se trata en línea, incluyendo pagos y transferencias de dinero. Así, por ejemplo:

³⁶ Información recuperada el 18 de abril 2017 de: Digital banking; <http://www.ebf-fbe.eu/>

- En muchos países europeos, las soluciones P2P (*Peer-to-Peer*³⁷), así como las soluciones de pago instantáneo, están floreciendo. En algunos países los bancos invirtieron en un nuevo sistema en tiempo real y desarrollaron una aplicación compartida para la transferencia de Peer-to-Peer o han comenzado a usar canales de video que acomete y asesora a los clientes.
- Así también las soluciones biométricas avanzadas han sido implementadas por bancos para cajeros automáticos en ciertos países. Esto permite a un cliente retirar dinero sin tarjeta. La autenticación se realiza con los dedos del cliente (o la red de venas humanas en los dedos) y el código PIN. La biométrica representa un instrumento clave para ciertas personas con discapacidades.
- Varios bancos han lanzado una solución móvil de punto de venta, conocida como mPOS, que permite a las empresas y profesionales independientes aceptar pagos con tarjeta utilizando un teléfono inteligente. Otros bancos han construido comunidades en línea de comerciantes usando un terminal POS que permite a los titulares acceder a ofertas y promociones usando la tecnología de geolocalización, a este conjunto de herramientas se ha denominado: Solución ***Mobile-Point-of-Sale***.

La digitalización de los bancos es una transformación de un enfoque multicanal (centrado en maximizar el rendimiento de cada canal físico, teléfono, web, móvil) a un enfoque omniciente, colocando al cliente en el centro y promoviendo el uso simultáneo de canales (en lugar de centrándose en silos corporativos). Todos los canales están ahora vinculados a una plataforma con dispositivos integrados, proporcionando una experiencia bancaria sin fisuras para los clientes.

Mercado Único Digital

Con respecto a la banca electrónica y a la promoción de mecanismos y herramientas de orden tecnológico en el sistema financiero y de orden digital, la EBF apoya los planes de la Comisión Europea sobre el mercado único digital.

La importancia de este mercado radica en que, actualmente, cuando viajas o resides temporalmente en otro país europeo no puedes acceder a los mismos contenidos ni utilizar todos los servicios que en tu país de origen europeo, aunque se esté pagando una suscripción.

³⁷ P2P, acrónimo de la voz inglesa peer to peer, que significa de igual a igual, es un método de intercambio de archivos, aplicaciones, programas, fotos, vídeos entre dos o más usuarios mediante una conexión directa entre ordenadores crece de manera exponencial a raíz de la popularización de la banda ancha para intercambiar archivos de música y vídeo.

La intención de la Unión Europea es eliminar estas restricciones y ofrecer la portabilidad transfronteriza de los contenidos digitales a los ciudadanos europeos.

La estrategia es el plan de la UE para crear un mercado único digital libre y seguro en el que los ciudadanos puedan comprar en línea a través de las fronteras y las empresas puedan vender en todo el territorio de la UE con independencia del lugar de la UE en que se encuentren. Su objetivo es ampliar la economía digital de la UE para ofrecer a los consumidores mejores servicios a mejores precios y ayudar a las empresas a crecer.

b) Reporte de la Banca Digital

La EBF presenta macro-datos, los cuales se refirieren al aporte del sistema financiero para la obtención del mercado único digital, según el EBF en base al informe “*DigitalReport*”³⁸ destaca lo siguiente:

Inversión en Tecnologías de Información

- Los bancos europeos son los principales inversores en infraestructura y servicios de Tecnologías de Información (TI), invirtiendo miles de millones de euros cada año en innovación, investigación y mantenimiento.
- La investigación entre bancos realizada en 2015 por Celent³⁹ muestra que los bancos europeos en 2018 esperan invertir unos 62.000 millones de euros en TI.
- Alrededor de 214 millones de personas en Europa utilizarán servicios de banca móvil para 2018.
- Aproximadamente 185 millones de europeos esperan utilizar una aplicación de pago móvil en lugar de efectivo en 2016. El valor de los pagos móviles en todo el mundo supera los 207.000 millones de euros en 2015, según una encuesta realizada por Ipsos.

Uso y Consumo de Servicios Financieros de la Banca por Internet en Europa

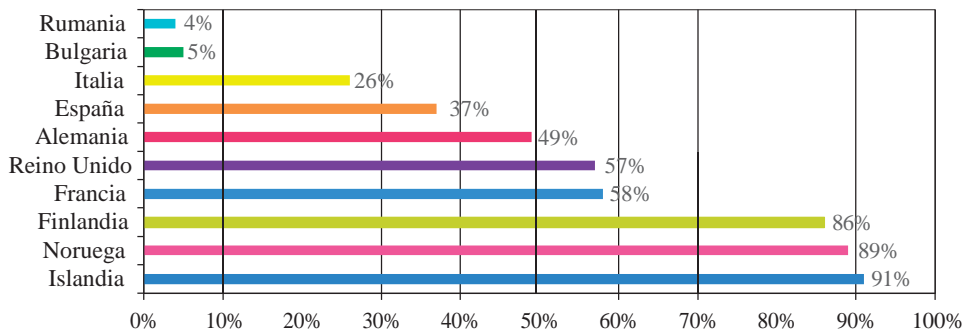
La proporción de Ciudadanos de la Unión Europea que utilizan la banca por internet aumentó de un 25% a un 44% entre 2007 y 2014. Sin embargo, los resultados varían significativamente de un país a otro. Así podemos citar que la adopción bancaria por internet es más alta en Islandia (91%), Noruega (89%) Finlandia (86%), mientras países con menor participación de usuarios de banca por internet el 2014 son Rumania (4%)

³⁸ Recuperado el 19 de abril 2017 de: http://www.ebfdigitalbanking.eu/images/EBF_DigitalReport.pdf

³⁹ Empresa de Investigación y consultoría enfocada en la aplicación de la tecnología de la información en la industria global de servicios financieros que otorga sus servicios en Norteamérica, Europa y Asia.

y Bulgaria (5%). También existen diferencias considerables entre las cinco economías más grandes de Europa. Por un lado, la banca en línea se utiliza de manera relativamente amplia en Francia (58%), Reino Unido (57%) y Alemania (49%). Por otra parte, no es popular en España (37%) e Italia (26%). Comparando 2007 y 2014, se pueden observar grandes aumentos en República Checa (34%) y Lituania (33%).

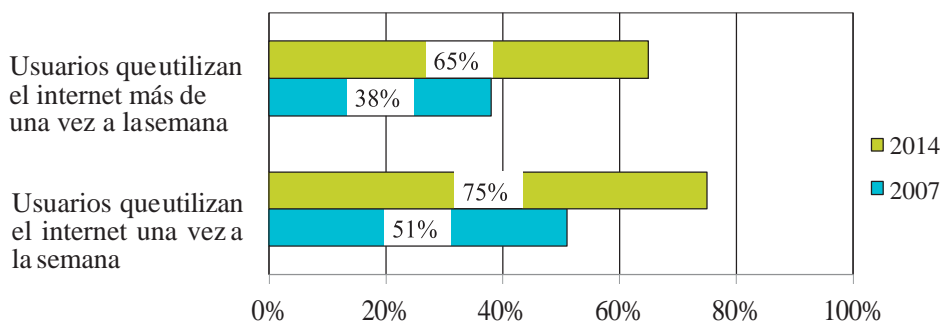
Figura 8. Nivel de Adopción de la Banca Digital en Europa (Expresado en porcentajes)



Fuente: Elaborado con base en el informe de European Banking Federation (EBF): “Digital Report 2016”.

Según el mismo informe, la cuota de internet de los usuarios de la UE-28, que utilizan Internet es al menos una vez por semana, creció en 24 % (del 51% al 75%), y la proporción de usuarios de internet que utilizan más de una vez a la semana en 27% (de 38% a 65%) entre 2007 y 2014. (European Banking Federation, 2015).

Figura 9. Cuota de Usuarios de Internet en Europa, 2015



Fuente: Elaborado con base de informe de EBF: “DigitalReport2016”.

Gestión del Dinero como Acción Esencial de la Banca Móvil Europea

La nueva tecnología bancaria tiene un impacto positivo en la gestión financiera de los clientes, a través de programas de presupuestos o mediante asesoramiento automatizado. Ayudan además a los consumidores a evitar errores financieros como el pasar por alto el pago de facturas y entrar en descubierto. Esto impide potencialmente a los clientes que les cobren multas. Según una reciente encuesta⁴⁰ la gran mayoría de las personas europeas que utilizan la banca móvil indica que su gestión del dinero ha mejorado desde el uso de la tecnología. Por ejemplo, tienen más control de sus finanzas, no se pierde los pagos y ahorra más. De hecho, el 85% de los usuarios de los bancos móviles en Europa indican al menos una forma en que la gestión del dinero ha mejorado desde que comenzaron a utilizar banca móvil. En algunos países, como Italia, Rumania o Polonia es 90% o más. (Digital Report, 2016)

Educación Digital Europea

El proceso de digitalización es importante para que los clientes puedan administrar su dinero, realizar seguimiento de las finanzas, planificar y mantenerse al día en temas financieros. Los recursos y herramientas en línea interactivos ayudan a los consumidores a obtener información (por ejemplo, productos financieros), presupuestar, pedir préstamos y calculadoras de pensiones.

En 2015, la Federación Bancaria Europea (EBF) lanzó su primera edición de *European Money Week*⁴¹, con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia de la educación financiera en toda Europa.

c) Situación de la Banca por Internet en Países Europeos

Los Países Europeos emergentes en la Banca Digital

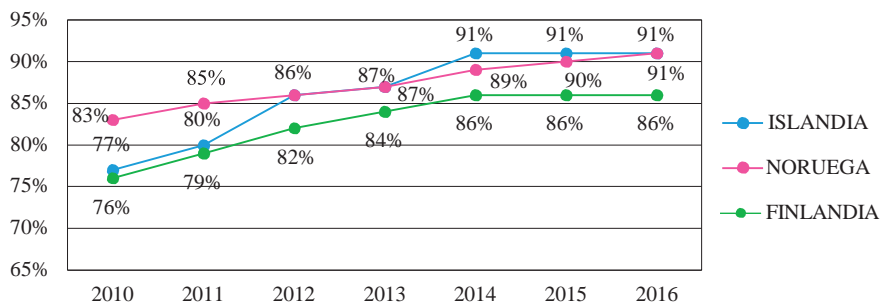
Según el informe proporcionado por la European Banking Federation mediante el Digital Report, 2016, los países emergentes con mayor nivel de adopción de la Banca por internet por parte de los usuarios financieros son: Irlanda, Finlandia y Noruega, en porcentajes

⁴⁰ La Encuesta Internacional ING sobre Banca Móvil, Nuevas Tecnologías y Comportamiento Financiero 2015: La Encuesta Internacional ING de 14.829 personas fue realizada por Ipsos utilizando encuestas por Internet. Se encuestaron en total 15 países: Austria, Bélgica, República Checa, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Rumania, España, Turquía y Reino Unido (13 países europeos) y los encuestados de Estados Unidos y Australia. La votación tuvo lugar entre el 16 de enero y el 2 de febrero de 2015.

⁴¹ Es una iniciativa conjunta de las asociaciones bancarias europeas que tiene como objetivo sensibilizar al público sobre la alfabetización financiera y mejorar la educación financiera de los estudiantes de las escuelas primarias y secundarias. La semana consiste en una serie de eventos en los países participantes y a nivel europeo.

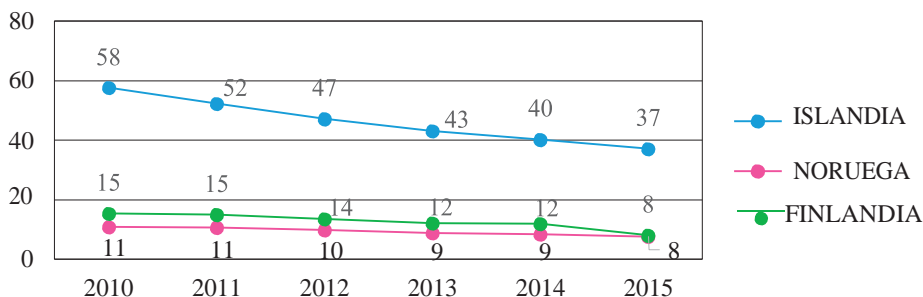
superiores a la media europea (89%), mientras que países categorizados como potencias económicas son Francia, Reino Unido, Alemania y España, aunque para previsiones futuras el Reino Unido tras la decisión del Brexit dejara de ser objeto de análisis dentro de la Unión Europea.

Figura 10. Penetración de la Banca Digital en Islandia, Noruega y Finlandia (Expresado en porcentajes)



Fuente. Elaboración con base a Información obtenida de:
<https://www.statista.com/statistics/380880/online-banking-penetration-in-finland/>;
<https://www.statista.com/statistics/380880/online-banking-penetration-in-norway/>;
<https://www.statista.com/statistics/380880/online-banking-penetration-in-iceland/>.⁴²

Figura 11. Sucursales de Bancos Comerciales en Irlanda, Noruega y Finlandia (Sucursales/100 personas mayores)

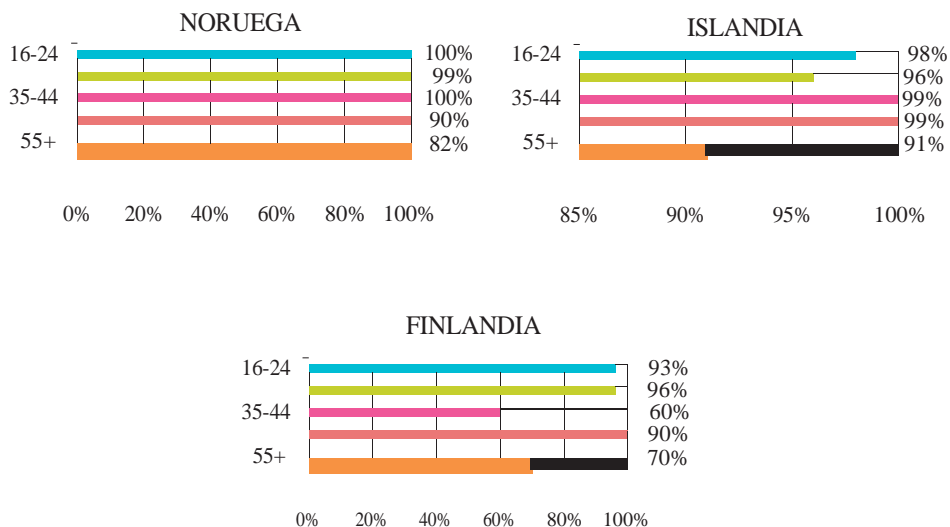


Fuente: Elaborado con base a datos disponibles por el Banco Mundial, extraído de <http://datos.bancomundial.org/indicador/FB.CBK.BRCH.P5?view=chart> ⁴³

⁴² Acceso el 24/04/2017

⁴³ Acceso el 24/04/2017

**Figura 12. Tasa de uso diario de Internet en Islandia, Noruega y Finlandia 2016
(Expresado en porcentaje)**



Fuente: Elaboración propia con base a información de: <https://www.statista.com/statistics/348048/daily-internet-usage-age-group-norway/>; <https://www.statista.com/statistics/418806/frequency-of-internet-usage-by-individuals-in-iceland-by-age-and-gender/>; <https://www.statista.com/statistics/347942/daily-internet-usage-age-group-finland/>.⁴⁴

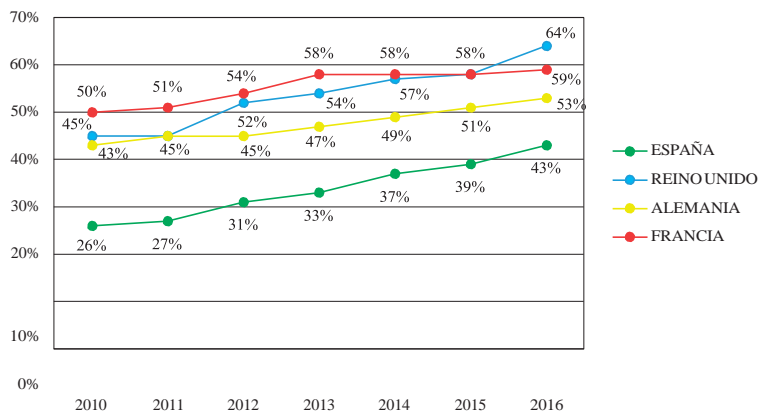
Es importante remarcar la tasa de uso diario de internet por edad, los tres países mantienen amplios porcentajes de uso y no tienen descenso porcentual a medida que la edad decrece, comportamiento natural en el resto del mundo (Veáse figura 12).

Situación de Países Potencias Económicas en Banca Digital

Las potencias económicas tradicionales del continente europeo: Reino Unido, Francia, Alemania y España, tienen una mejor posición en penetración de banca digital. En la figura 13 se observa la tendencia de crecimiento que sostuvo cada país:

⁴⁴ Acceso el 25/04/2017

Figura 13. Penetración de la Banca Digital en España, Reino Unido, Alemania, Francia (Expresado en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con base a información obtenida de:

<https://www.statista.com/statistics/380840/online-banking-penetration-in-france/>;

<https://www.statista.com/statistics/380823/online-banking-penetration-in-germany/>;

<https://www.statista.com/statistics/380884/online-banking-penetration-in-the-uk/>;

<https://www.statista.com/statistics/380837/online-banking-penetration-in-spain/>.⁴⁵

d) Perspectivas de la Banca Electrónica en Europa

Sistema de Transferencias Bancarias Electrónicas en Europa-SEPA

La creación de la Unión Económica y Monetaria y la introducción de los billetes y monedas en euros han sido hitos decisivos para la existencia de un mercado único en la Unión Europea. Desde su introducción, en enero de 2002, en todos los países de la eurozona es posible realizar pagos en efectivo en la misma moneda con la comodidad y sencillez con la que se efectuaban anteriormente los pagos en las respectivas monedas nacionales. No obstante, en el ámbito de los pagos que no se hacen en efectivo, permanece una situación de fragmentación que, en última instancia, dificulta la culminación de ese objetivo. Para contribuir a paliar esta situación nace la Zona Única de Pagos en Euros, conocida bajo el acrónimo SEPA (del inglés *Single Euro Payments Area*)⁴⁶.

El proyecto SEPA⁴⁷ comenzó en 2002, se define como la zona en la que ciudadanos, empresas y otros agentes económicos pueden hacer y recibir pagos en euros, con las

⁴⁵ Acceso el 27/04/2017

⁴⁶ Recuperado: <http://www.sepaesp.es/sepa/es/>

⁴⁷ Recuperado el 26/04/2017de: http://www.sepaesp.es/sepa/es/secciones/sobre-sepa/Sobre_SEPA.html.

mismas condiciones básicas, derechos y obligaciones, y ello con independencia de su ubicación y de que esos pagos impliquen o no procesos transfronterizos.

La SEPA supone un nuevo escenario caracterizado por una armonización en la forma de hacer pagos en euros principalmente mediante el empleo de tres grandes tipos de instrumentos: las transferencias, los adeudos domiciliados y las tarjetas de pago.

El territorio que abarca la zona SEPA, para la creación de un mercado único de pagos en euros, comprende 34 países: los 28 países miembros de la UE, así como Islandia, Liechtenstein, Mónaco, Noruega, San Marino y Suiza, miembros de la UE más Islandia, Noruega, Liechtenstein, Suiza, Mónaco y San Marino.

e) Estadísticas del Sistema de Pagos Europeo: Instrumentos Electrónicos

Según el informe elaborado por European Central Bank:

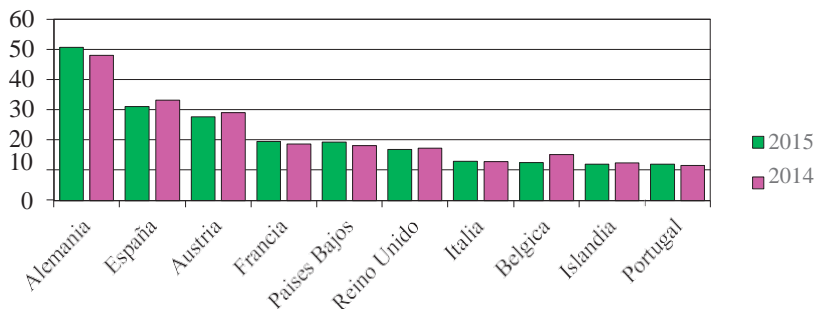
El número total de pagos no monetarios en la UE, que comprende todos los tipos de servicios de pago⁴⁸, aumentó en un 8,5 por ciento lo que significa 112,1 mil millones en 2015 en comparación con el año anterior. Los pagos con tarjeta representaron el 47% de todas las transacciones, mientras que las transferencias bancarias representaron el 26% y los débitos directos del 21%. El número de transferencias de crédito dentro de la UE aumentó en 2015 en un 6,4%, lo que significa que ahora es de 28.800 millones. Así, la importancia de Transacciones basadas en papel continuó disminuyendo, con la proporción de transacciones iniciadas electrónicamente, situándose alrededor de una a ocho. El número de tarjetas con una función de pago en la UE aumentó en 2015 un 1,8% a 781 millones. Con una población total de la UE de 510 millones, esto representó alrededor de 1,5 tarjetas de pago por habitante de la UE. El número de transacciones con tarjetas aumentó un 11,5%. Esto corresponde a un valor medio de alrededor de 49 € por transacción con tarjeta. (European Central Bank, 2016)

De esta manera, por ejemplo, de la cantidad de transacciones dentro el sistema de pagos de Alemania, el 60 por ciento fueron hechas mediante el mecanismo citado anteriormente el Crédito Directo SEPA, por lo que involucra la utilización de la banca digital.

La figura 14 representa la clasificación de los primeros diez países, con mayor utilización del sistema de pagos SEPA, en cuanto al número de transacciones, realizando un análisis de evolución con respecto al 2014.

⁴⁸ Incluidas las transferencias de crédito o bancarias, los débitos directos, los pagos con tarjeta emitidas por los proveedores de servicios de pago residentes, el dinero electrónico, cheques y otros servicios de pago.

Figura 14. Utilización del Sistema de Pagos SEPA, Europa, con respecto a la Cantidad de Transacciones, 2015 (Expresado en porcentajes de SDD)



Fuente: Elaboración propia con base a Informe Sistema de Pagos, BCE(2015).

3.2. ASIA: Transformación Directa hacia la Sociedad Digital

3.2.1 Descripción de la Banca Electrónica

La observación cuantitativa el estado de la banca electrónica de Asia se presenta de manera resumida en la tabla 5.

Tabla 5. Situación Descriptiva de la Banca Electrónica en Asia

Banca Electrónica	ACCESO		UTILIZACIÓN	
	Nro.	Países destacados	Porcentaje consumidores financieros	Países destacados
Cajeros Automáticos	52,21/100.000 adultos mayores (2015). ⁴⁷	-Japón (127) -China (76,36) -Singapur (60)	-	-
Banca por Internet	Acceso medio	-	47%	-Singapur (94%) -Vietnam (44%) -Malasia (41%)
Banca Móvil	Acceso medio	-	53% ⁴⁸	-
Oficinas Bancarias	10/100.000 adultos mayores	-Japón (34,13) -Singapur (9,32) -China (8,45)	-	-

Fuente: Elaboración propia con base a información consultada para esta sección. McKinsey & Company, (2015), Banco Mundial (2015), Nielsen, (2016).^{49 50}

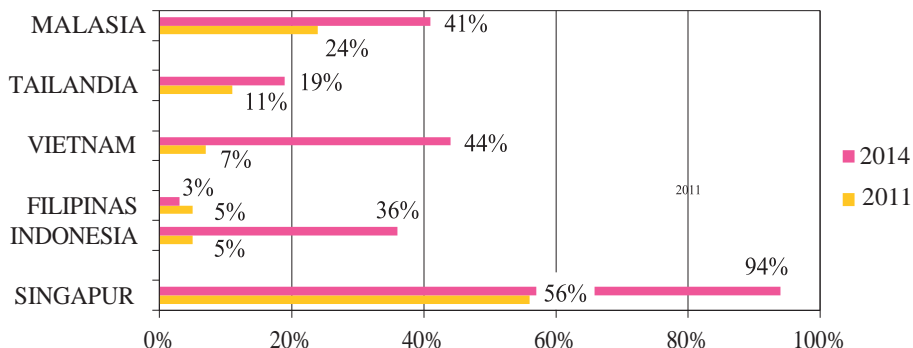
⁴⁹ Datos referentes a Asia Oriental y del Pacífico, (2015).

⁵⁰ Datos de Asia-Pacífico, estudio Dinero Móvil (2016)

Asia, destaca en el sector de la banca electrónica. Así por ejemplo el estado de Singapur tiene una puntuación de penetración muy elevada, 94%, además de la utilización del canal online. Si se realiza una distribución según edades, se presenta picos altos, siendo el menor, con un 81 por ciento, los individuos con una edad entre 50 a 64 años, también destacan Vietnam (44%) e Indonesia (36%) (McKinsey & Company, 2015).

Al revisar la situación de la banca electrónica en Asia, resalta la innovación y tecnología además de TICs como también I+D.

Figura 15. Penetración de la Banca por Internet en Asia, 2011-2014



Fuente: Elaboración propia con base a informe, McKinsey & Company⁵¹, 2015, con el título: “Digital Banking in ASEAN⁵²: Increasing Consumer Sophistication and Openness”.

En Asia existe una mínima cantidad de oficinas bancarias, como también de cajeros automáticos con respecto a la media mundial, lo cual se relaciona con la alta utilización de canales digitales financieros.

3.2.2 CHINA: De la Banca Electrónica a la Gestión de Inversión en Fintech

China no se ha quedado al margen del crecimiento de la banca electrónica, sino que ha traspasado fronteras dirigiendo su mirada a la gestión de la inversión en Fintech⁵³,

⁵¹ McKinsey & Company es una firma global de consultoría de gestión, con presencia en 60 países, que conjuntamente McKinsey Innovation Campus (MIC) en Singapur y en asociación con el Gobierno de Singapur a través de la Junta de Desarrollo Económico (EDB), MIC está diseñado para ofrecer un conocimiento innovador que ayuda a las empresas de Singapur y de Asia a afrontar los desafíos más difíciles.

⁵² Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) por sus siglas en inglés: Association of Southeast Asian Nations), es una organización regional de Estados del sudeste asiático, compuesta por 10 países miembros: Malasia, Indonesia, Brunéi, Vietnam, Camboya, Laos, Birmania, Singapur, Tailandia y Filipinas.

⁵³ Es el acrónimo de las palabras inglesas Financial Technology, es decir, Tecnología Financiera, y refiere a cualquier tecnología aplicada a los servicios financieros.

una nueva manera de ampliar el margen de utilidad de las transacciones financieras electrónicas.

Algunos datos interesantes demuestran el panorama de la inversión Fintech realizada en China, extraída del portal de información Seeking Alpha⁵⁴:

- Las inversiones de Fintech aumentaron a 8.800 millones de dólares en los 12 meses finalizados al 30 de junio de 2016, según el informe conjunto de DBS Bank y la consultora EY.
- A principios de 2016, Ant Financial recaudó US \$4.500 millones, la mayor colocación privada individual en la historia de Fintech, con una valoración de \$60 mil millones en la compañía afiliada a Alibaba.
- En total, Fintech atrajo alrededor de la mitad de todo el capital de riesgo chino durante 2016.

Para muchos expertos China es el líder mundial en inversión en tecnología financiera (Fintech), y los datos financieros comprueban lo estipulado.

Así, el proveedor chino de búsquedas Baidu, en enero se convirtió en el último gigante de la tecnología para abrir un Banco directo, uniendo fuerzas con la firma de inversión China CITIC Bank para formar Baixin Bank. Este Banco ofrece servicios bancarios y de préstamos en línea, de forma virtual, exclusivamente para consumidores y pequeñas empresas.

Con este lanzamiento, Baidu se une a los gigantes de Internet Alibaba y Tencent Holdings (junto, BAT) en el ofrecimiento de la banca directa a través de los bancos en línea. Tencent, que dirige la mayor red social de China, WeChat, formó WeBank en 2014. Alibaba presentó dos de los proyectos de Fintech más exitosos de China: MYBank y Ant Financial.

Los principales bancos de internet se han desempeñado bien financieramente en relación con otros startups⁵⁵.

El crecimiento de Fintech en China es en gran medida una extensión de los servicios de BAT⁵⁶, los gigantes tecnológicos dominantes de China. Hay más de 700 millones

⁵⁴ Alpha, es una plataforma para la investigación de inversiones, con amplia cobertura de acciones, clases de activos, ETFs y estrategia de inversión, disponible en <https://seekingalpha.com/>.

⁵⁵ Empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable.

⁵⁶ Palabra que se utiliza para referirse a Baidu, Alibaba y Tencent -conocidas en la industria e-commerce.

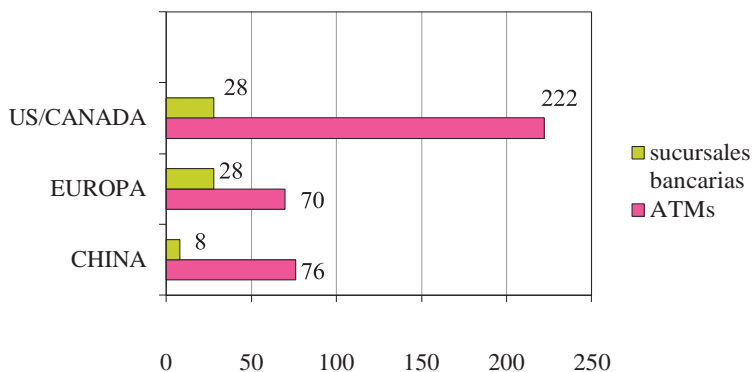
de teléfonos inteligentes en uso en China. Esas tres compañías controlan gran parte de la vida en línea y móvil de los usuarios de Internet chinos y la conversión de millones de usuarios cautivos que ya están en la red es una evolución de su estrategia de producto.

Pero la penetración de Fintech no es sólo números absolutos. En Estados Unidos, Facebook y Amazon.com cuentan con millones de usuarios cautivos, pero los servicios bancarios y de pago de las compañías aún están en sus etapas iniciales con tasas de adopción bajas.

Entonces, el mayor facilitador de crecimiento de Fintech y banca electrónica es la industria bancaria tradicional en China. Los grandes bancos de China generalmente se concentran en servir a gobiernos locales y regionales, empresas estatales y grandes empresas privadas.

Por tanto, a pesar de ser la segunda economía más grande del mundo, uno de cada cinco de los adultos de China no tiene cuenta bancaria, según el informe (Group Reseach DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY, 2016). Además de resolver el problema de acceso, los Bancos en línea ofrecen a los consumidores productos baratos y personalizados. (véase figura 16)

**Figura 16. Disponibilidad de Canales por cada 100.000 Adultos, 2015
(Expresado en Porcentajes)**



Fuente: Elaboración propia con base a Banco Mundial (2015).

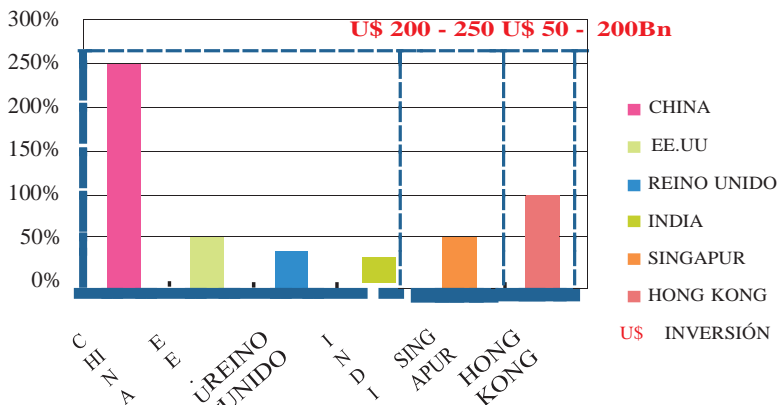
Las pequeñas y medianas empresas constituyen otro segmento que los grandes bancos pasan por alto. Si bien representan el 60% del PIB de China y el 80% del empleo urbano, representan del 20 y el 25% del total de préstamos originados por los bancos.

Este sector sub-servido ha sido un gran benefactor de los bancos de internet en los últimos años. Durante los primeros ocho meses después de su lanzamiento, MYBank por ejemplo desembolsó más de 45.000 millones de yuanes (6.000 millones de dólares) de crédito a más de 800.000 pequeñas y medianas empresas

Los grandes bancos tampoco han mantenido el ritmo de la infraestructura digital. La consultora McKinsey & Co. estimó que los principales bancos chinos sólo invirtieron 1 a 3 por ciento de sus ingresos antes de impuestos a las nuevas tecnologías y las innovaciones digitales, muy por debajo del 17 al 20 por ciento destinado a la innovación tecnológica en bancos globales fuera de China.

Con respecto a las inversiones en Fintech en China según el informe “Group Reseach DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY” (2016) es una de las pioneras en crecimiento porcentual, en comparación con otros países, la competencia en este nuevo modelo de negocio financiero se está calentando, y China en coordinación con el capital privado no queda exento en financiar nuevas empresas chinas. Esto llevó a que China llegue a una expansión del 252 por ciento en las inversiones de Fintech en los 12 meses hasta junio de 2016. En la figura 17 siguiente se aprecia que China maneja un gran porcentaje de crecimiento en inversión de Fintech, además de otros países con una agrupación según la inversión que destina para el sector financiero- tecnológico.

Figura 17. Crecimiento de la financiación de Fintech de julio 2015 a junio 2016 (Expresado en Porcentajes)



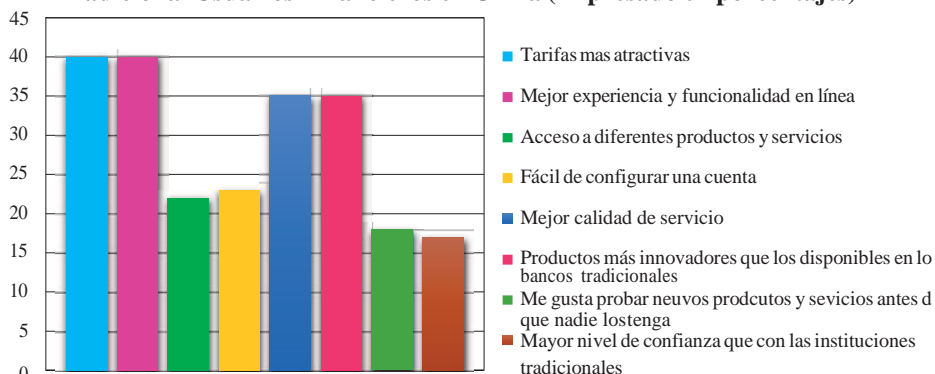
Fuente: Extraído de Informe: Group Reseach DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY, (2016).

Las empresas chinas de nueva creación en Fintech también disfrutaban de una serie de beneficios del Gobierno, como la elegibilidad para las deducciones anuales de impuestos.

Aquellas que califican como New High Tech Enterprises (NHTE)⁵⁷ son gravados con un tipo de impuesto de sociedades por debajo del 15 por ciento en comparación con el 25 por ciento normalmente aplicable. Incluso las empresas de Fintech privadas está iniciando una etapa de financiación conjunta con empresas afiliadas al gobierno. (Group Research DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY, 2016)

El éxito del Fintech en China supone una calidad de servicio que los usuarios chinos identifican a la hora de acudir a los servicios de una entidad online financiera. (véase figura 18)

Figura 18. Razones para Utilizar un Institución no Bancaria en lugar de un Banco Tradicional Usuarios Financieros en China (Expresado en porcentajes)



Fuente: Extraído del informe: Group Research DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY, (2016).

Finalmente, podemos notar que la ejecución de pagos móviles y online ha crecido de manera constante, relación natural y de consecuencia que deriva del hecho de la inversión de las empresas financieras y de pagos en Fintech y del posicionamiento en la mente de los usuarios financieros acerca de la banca online, expresado a través de la figura anterior.

Por tanto, China está lista para saltar a las naciones desarrolladas y a un mercado financiero digital. Aunque China puede tener una infraestructura bancaria física mucho menos extensa en comparación con Estados Unidos y Europa, su infraestructura digital mayor, con una población lista y capaz de usar sus teléfonos inteligentes para la banca móvil.

⁵⁷ Categoría destinada a la tasa preferencial en impuestos destinada a Empresas con inversión en tecnológica en China.

En junio de 2016, China contaba con 710 millones de usuarios de Internet (ya más que los Estados Unidos y Europa juntos), elevando su tasa de penetración en línea de 1.8% de la población en 2000 a 8.5 por ciento en 2005 y 51,7 por ciento a mediados de 2016. A esta tasa de crecimiento, las tasas actuales de penetración del 89 por ciento en América del Norte y del 73,9 por ciento en Europa estarán a su alcance dentro de unos años.

3.3. NORTEAMERICA: Sociedad Virtual Diversificada

El continente americano está conformado por dos sectores que desde un inicio y desarrollo se estratificaron geográficamente e incluso económicamente, América del Norte y América del Sur.

En este sentido América del Norte, basa su territorio y economía en prácticamente: Canadá, Estados Unidos y México

3.3.1 Descripción de la Banca Electrónica

En una investigación realizada por Accenture Consulting (2015)⁵⁸, realizada en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) para identificar el perfil del consumidor financiero de la banca electrónica, llegó a los resultados siguientes:

- Los consumidores utilizan la banca en línea más frecuentemente, es decir, 60% quienes usan al menos una vez por semana.
- Los consumidores usan más comúnmente el canal móvil para las transacciones. Las tres razones principales para la banca móvil son: Hacer un pago, depositar un cheque y ver una transacción pasada. Sin embargo, el 35 por ciento de los consumidores todavía no utilizan su teléfono móvil para la banca.
- El 46% de los consumidores están dispuestos a utilizar el robo-asesoramiento⁵⁹ en sus finanzas en el futuro.

América de Norte registra un pico alto en cuanto a acceso a cajeros automáticos, quintuplicando la media a nivel mundial, la utilización de canales digitales es alta, en cuanto a banca por internet y creciente con respecto a la banca móvil, dado esta situación, el desarrollo de la banca electrónica en América del Norte es uniforme y positivo, tanto para el acceso brindado por las entidades financieras, como también por la utilización que realizan los consumidores financieros. (véase tabla 6)

⁵⁸ Recuperado el 4/4/2017 de: https://www.accenture.com/t20160609T222453_w___/us-en/_acnmedia/PDF-22/Accenture-2016-North-America-Consumer-Digital-Banking-Survey.pdf.

⁵⁹ Robo-Advisor o Robo asesoramiento es un tipo de asesor financiero que apareció el 2012 en Estados Unidos que proporciona gestión de carteras de forma online con una mínima intervención humana.

Tabla 6. Situación Descriptiva de la Banca Electrónica en Norteamérica

Banca Electrónica	ACCESO		UTILIZACIÓN	
	Nro.	Países destacados	Porcentaje consumidores financieros	Países destacados
Cajeros Automáticos	220,52/100.000 adultos mayores (2015). ⁵⁸	-Canadá (220) -E.E.U.U. (220)	81,5%	E.E.U.U. (75%) Canadá (88%)
Banca por Internet	Acceso medio	-	47%	E.E.U.U. (71%) Canadá (76%)
Banca Móvil	Acceso medio	-	41%	E.E.U.U. (38%) Canadá (44%)
Oficinas Bancarias	28,25/100.000 adultos mayores (2015)	-Canadá (23,62) -E.E.U.U. (32,87)	84%	E.E.U.U. (84%) Canadá (84%)

Fuente: Elaboración propia con base a información consultada: Banco Mundial (2015), Canadian Bankers Association, (2017) y Board of Governors of the Federal Reserve System, (2016).⁶⁰

3.2 Banca Electrónica en Canadá

El CBAo en español “Asociación de Banqueros Canadiense”, es la asociación más antigua de Canadá con una larga historia de participación en la formación de políticas públicas del sistema bancario canadiense. Hoy en día, la Asociación de Banqueros de Canadá trabaja en nombre de 62 Bancos nacionales, filiales y sucursales de bancos extranjeros que operan en Canadá.

El CBA presentó como informe en un post, el 1° de mayo de 2017, información acerca de la Banca electrónica, los movimientos y estadísticas de la gestión 2016: (Canadian Bankers Association, 2017)

- Casi tres cuartas partes de los canadienses (75%) ahora hacen la mayor parte de su banca digitalmente, usando banca online y móvil.
- La sucursal y la banca ABM⁶¹, aunque disminuyen en popularidad a lo largo del tiempo, siguen siendo métodos importantes y valiosos para llevar a cabo una amplia variedad de transacciones bancarias.

⁶⁰ Datos de Banco Mundial (2015).

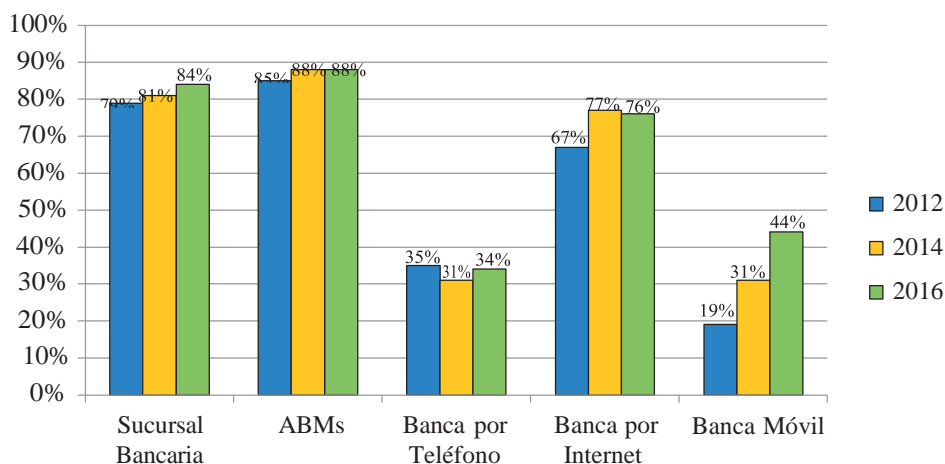
⁶¹ *Automated Banking Machine (ABM)* se refiere a los cajeros automáticos o puntos ATMs.

- Los bancos han estado agregando soluciones bancarias y de pago, nuevas, seguras, rápidas y convenientes, incluyendo la banca móvil, los pagos móviles de “toque para pagar” y el depósito de cheques mediante la toma de una foto con un teléfono inteligente.

a) Utilización de los Canales de la Banca Electrónica

Con cada vez más canadienses llevando teléfonos inteligentes, los bancos ofrecen servicios de banca móvil y servicios de pago y aplicaciones que permiten a los clientes llevar a cabo una variedad de transacciones a través de sus dispositivos móviles y el número de canadienses que se movilizan continúa aumentando. Así, por ejemplo, el 44 por ciento de los canadienses informó haber utilizado la banca móvil durante el último año, frente al 31 por ciento en 2014 y sólo el 19 por ciento en 2010. (véase figura 19)

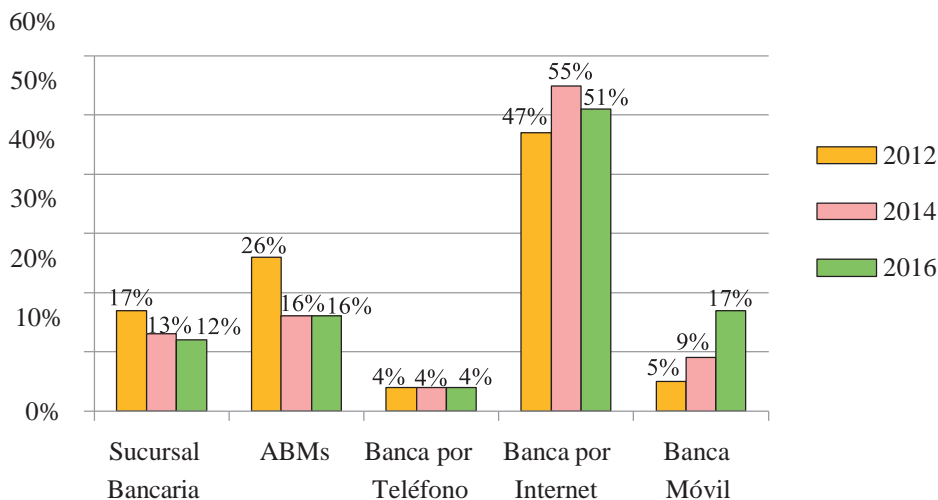
Figura 19. Utilización de Canales Electrónicos y Físicos en Canadá (Escala porcentual)



Fuente: Elaboración propia con base al informe de Canadian Bankers Association, (2017).

Para la realización de una transacción, el 51 por ciento de los canadienses utilizan la banca por internet como su principal medio, frente al 55 por ciento en 2014. La disminución se debe al crecimiento de la banca móvil, con el 17 por ciento de los canadienses informando que el móvil es su principal método, en comparación con el nueve por ciento de 2014. Al contrario que solo el 12 por ciento de los canadienses encuestados identifican la sucursal bancaria como su principal método bancario, significativamente menos que el 29 por ciento en el 2000.

Figura 20. Principales Canales Bancarios para realizar transacciones financieras en Canadá (Expresado en porcentajes)



Fuente: Elaboración Propia con base a informe Canadian Bankers Association, (2017).

También es importante destacar, la importancia de ATMs, en el desarrollo de la banca electrónica:

- Más canadienses ahora identifican la banca en línea como su método bancario principal (51%) sobre la banca en la ATMs (16%):
- En 2015, los canadienses hicieron aproximadamente 510 millones de retiros en efectivo, 172 millones de depósitos y 36 millones de pagos de cuentas en ATMs propiedad de Bancos.
- El 76% de los canadienses usan ATMs cuando realizan retiros en efectivo, mientras que el 17% lo hacen en una sucursal. El 6% también se aprovecha de los servicios de devolución de dinero disponibles en algunos minoristas.
- Hay más de 65.000 ATMs en Canadá, incluyendo 18.711 ATMs de propiedad exclusiva de bancos.

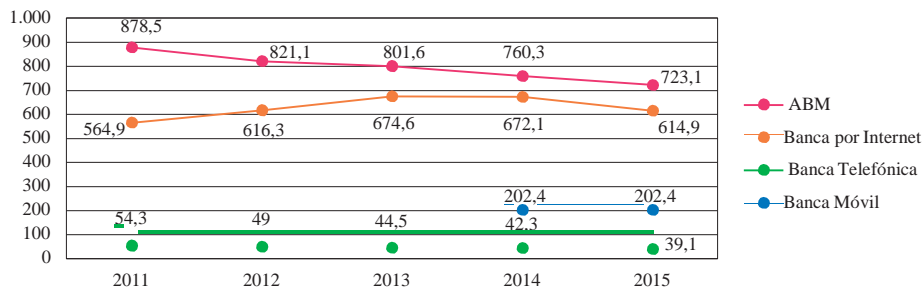
b) Transacciones Financieras en Canadá

Las transacciones financieras en Canadá según CBA(2016), han alcanzado un crecimiento respecto al volumen, de utilización tanto en la banca digital y la banca móvil, la curva

de descenso registrada desde el 2014 en la banca digital, se debe que de esa fecha se

empezó a computar la banca móvil independientemente de la banca digital, además, tanto los canales habituales, ATM y la tradicional banca telefónica, registran descensos en su evolución en el tiempo, siendo más notorios los ATMs, los cuales aún registran grandes volúmenes de transacciones, mientras que el canal telefónico, es el de menor utilización. (véase figura 21)

Figura 21. Volumen de Transacciones Bancarias por tipo de Canal en Canadá (Expresado en millones de operaciones)



Fuente: Elaboración propia con base a informe anual presentado por Canadian Bankers Association (CBA) (2016)⁶².

3.3.3 Banca Electrónica en Estados Unidos

La *Federal Reserve Board* que pertenece a la FED⁶³, es la encargada por el gobierno estadounidense de realizar la medición del estado financiero de los bancos y usuarios financieros. La encuesta y el informe fueron preparados por la Sección de Investigación para el Desarrollo Comunitario de la División de Asuntos de Consumidores y Comunidad de la Junta de la Reserva Federal (DCCA), (Board of Governors of the Federal Reserve System, 2016).

En la encuesta realizada a los usuarios financieros dentro del sistema bancario estadounidense se les dio un conjunto de preguntas de selección que preguntaban si tenían acceso a una cuenta bancaria, internet y un teléfono móvil. También se les preguntó sobre las diversas maneras en que tienen acceso a sus cuentas financieras, de esta forma la encuesta realizada por FED señala que el 91 por ciento de los consumidores estadounidenses que

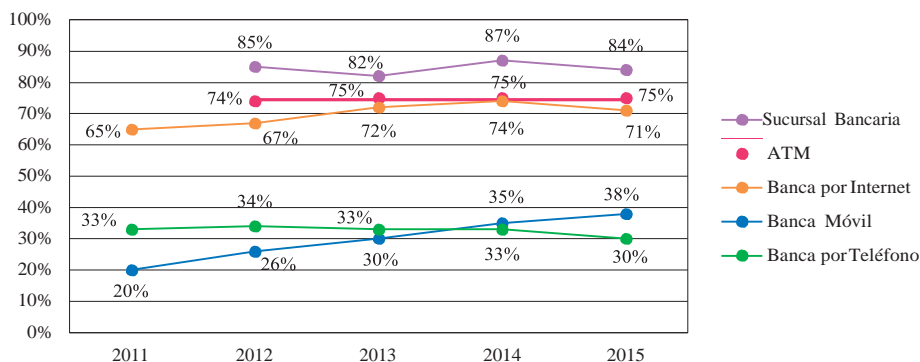
⁶² Recuperado el 4/05/2017 de: www.cba.ca/Assets/CBA/Files/.../PDF/stat_channels_en.pdf

⁶³ *The Federal Reserve System* es el Banco Central de los Estados Unidos. Realiza funciones generales con el objetivo de promover el funcionamiento efectivo de la economía de los Estados Unidos y, más generalmente, hacia el interés público.

tienen una cuenta de cheques, ahorros o dinero en el sistema financiero, la mayoría usa alguna forma de tecnología para interactuar con su institución financiera.

La forma más común de interactuar con una institución financiera es en persona, en una sucursal, 84 por ciento de los consumidores que tienen una cuenta bancaria habían visitado una sucursal y hablado con un cajero en los 12 meses anteriores a la encuesta. El segundo medio más común de acceso en los 12 meses anteriores fue el uso de un cajero automático (ATM) en un 75 por ciento, seguido por banca en línea en 71 por ciento. El 38 por ciento de todos los consumidores con cuentas bancarias utilizó la banca móvil, frente al 35 por ciento del año anterior, mientras que el 30 por ciento utilizó la banca telefónica.

Figura 22. Uso de Diferentes Canales de Acceso a Servicios Bancarios en EEUU (Expresado en porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con base a informe presentado por Board of Governors of the Federal Reserve System, (2016).

Perspectivas Acerca de la Banca Electrónica en Estados Unidos

Las acciones que se pueden realizar mediante la Banca electrónica se refieren a los servicios que permiten a los consumidores obtener información financiera de la cuenta y realizar transacciones con su institución financiera, además que los consumidores pueden hacer pagos, transferencias de dinero o pagar por bienes y servicios (pagos móviles), los cuales son cada vez más frecuente, como la billetera móvil.

Con la creciente difusión de tecnología y una amplia gama de opciones, la adopción de los consumidores de servicios financieros móviles ha aumentado. Lo cual refleja la siguiente evolución: En la encuesta de 2011, por ejemplo, el 22 por ciento de los usuarios de teléfonos móviles con cuentas bancarias y el 43 por ciento de los usuarios de teléfonos

inteligentes con cuentas bancarias informaron que habían utilizado la banca móvil en los 12 meses anteriores. Estas proporciones han aumentado en cada año de la encuesta. En la encuesta de 2015, la prevalencia de la banca móvil continuó aumentando, alcanzando el 43 por ciento de los usuarios de teléfonos móviles con cuentas bancarias y el 53 por ciento de los usuarios de teléfonos inteligentes con cuentas.

Según la encuesta realizada por la FED, alrededor del 67% de los Millennials⁶⁴ ahora utilizan la banca móvil, en comparación con el 18% para los consumidores de 60 años o más.

Estas diferencias por edad reflejan tanto la mayor proporción de grupos de edad más jóvenes que son propietarios de teléfonos inteligentes, así como las diferencias en la propensión a utilizar la banca móvil para aquellos con un determinado tipo de teléfono. Entre los propietarios de teléfonos inteligentes, este patrón de mayor adopción de la banca móvil para los grupos de edad más jóvenes sigue siendo muy evidente.

Curiosamente, los datos de la FED muestran que la banca móvil no está necesariamente atenuando el uso de otros canales bancarios. Incluso entre los propietarios de teléfonos inteligentes que utilizan servicios de banca móvil, muchos todavía necesitan o quieren utilizar otros canales bancarios. Por ejemplo, una visita a un cajero automático o sucursal puede ser necesaria para retirar dinero en efectivo, y visitar una sucursal o hablar con un representante de servicio al cliente pueden ser formas preferidas de resolver problemas.

Por otra parte, *Automated Clearing House* (ACH) o Cámara de Compensación Automatizada es una red electrónica para las transacciones financieras en los Estados Unidos. ACH procesa grandes volúmenes de transacciones de crédito y débito en lotes; por sus siglas en inglés es la institución cuya responsabilidad es de gestionar los intercambios y pagos que se realicen de manera virtual en el territorio estadounidense.

Según ACH, la Red de Compensación Automatizada creció un 6,9 por ciento en el primer trimestre de 2017 comparado con hace un año, según las estadísticas de FED, aproximadamente 5,35 mil millones de transacciones moviendo aproximadamente \$ 11,5 billones se llevaron a cabo durante el trimestre 2015. (véase figura 23)

El sistema de pagos en cuanto al volumen de pagos está representado por los PPD Credits los cuales son transferencias electrónicas que se realizan mediante cuantas interbancarias, como también el pago online de facturas, junto con la Web Debit y los PPD Debit conforman prácticamente un importante proporción que está en constante crecimiento,

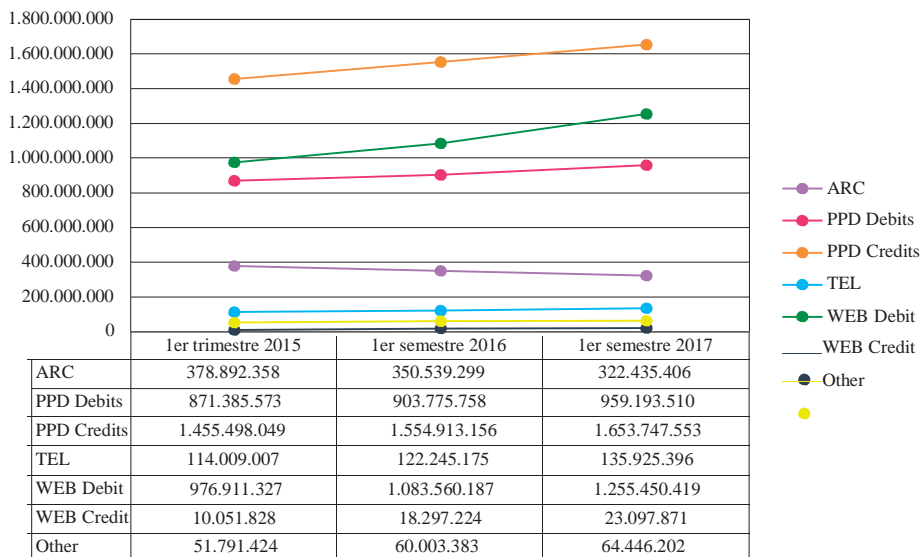
⁶⁴ La Generación Millennials (Milenio) son las personas nacidas entre 1980 y 2000.

quien presenta una menor cifra es la WEB Credit el cual se refiere a las transacciones que se originan a través de lo que se denomina créditos online.

Para una mejor comprensión, la codificación es la siguiente:

- **ARC Accounts receivable conversion** (Conversión de Cuentas por Cobrar). Los cheques de los consumidores convertidos en débito ACH (a través de la foto)
- **PPD Prearranged payment and deposits** (pago preestablecido y depósitos). Utilizado para acreditar o una cuenta del consumidor. Popularmente utilizado para los depósitos directos de nómina y el pago pre autorizado de facturas.
- **TEL Telephone-initiated entry** (Entrada iniciada por teléfono). Autorización oral por teléfono para emitir una entrada ACH tales como cheques por teléfono. (**WEB Web-initiated entry** (entrada iniciada en la Web). Autorización electrónica a través del Internet para crear una entrada ACH.

Figura 23. Número de Transacciones Electrónicas según el fin en Estados Unidos (Expresado en unidades)



Fuente: Elaboración propia con base a informe de Board of Governors of the Federal Reserve System (2016).

Por tanto, Norteamérica ha logrado establecer un sistema solvente y estructurado para la banca electrónica, el incentivo privado de los bancos es intenso, aprovechando la

tecnología, se busca que el consumidor financiero cambie de un hábito físico financiero a un hábito digital, electrónico e interactivo.

3.4. LATINOAMERICA: Perspectiva Regional a la Banca Electrónica

El conjunto de países que conforman la región latinoamericana, se encuentran distribuidos desde el norte de México, hasta Argentina, un bloque que en mayor escala ha estado promovido por la organización de cooperación conjunta económica y social como la CAN (Comunidad Andina) y MERCOSUR (Mercado Común del Sur), que tiene el objetivo de promover un mercado de intercambio económico y social dentro de la región, pero que lamentablemente no ha visto un gran avance de integración financiera como se pudo notar con la estratégica utilizada de la Unión Europea.

3.4.1 Descripción de la Banca Electrónica

Una observación general en cuanto a la situación de la banca electrónica a nivel Latinoamérica se refleja en la tabla 7; la situación es variada, en cuanto a acceso a los cajeros automáticos, la cifra es levemente superior a la registrada a nivel mundial, en cuanto al uso de la banca por internet igualmente se encuentra dentro de los parámetros normales a nivel mundial, lo que resalta es la utilización de la banca móvil, sobre todo el registro de crecimiento, se proyecta que este canal seguirá creciendo pasos grandes, fruto de la falta de cobertura física bancaria como también de la digitalización de la actividades; Brasil y México destacan en la penetración de la banca móvil, mientras que Venezuela, Brasil y Chile destacan en la penetración de la banca por internet; Brasil es el punto alto en cuanto a crecimiento tanto en uso como el acceso a la banca electrónica.

Una característica especial que el país con mayor cobertura, por personas mayores, de oficinas y sucursales bancarias, se encuentra en Latinoamérica, Colombia registra 257 sucursales por cada 100.000 adultos mayores.

Tabla 7. Situación Descriptiva de la Banca Electrónica en Latinoamérica

Banca Electrónica	ACCESO		UTILIZACIÓN	
	Nro.	Países destacados	Porcentaje consumidores financieros	Países destacados
Cajeros Automáticos	41,02/100.000 adultos mayores (2015). ⁶³	-Perú (119,23) -Brasil (114) -Argentina (60,55)	-	-
Banca por Internet	Acceso medio	-	33%	-Venezuela (54,7%) -Chile (46,5%) -Brasil (44%)
Banca Móvil	Acceso medio	-	43% ⁶⁴	-México (55%) ⁶⁵ -Brasil (45%)
POS ⁶⁶	-	-Colombia (328.774) -México (765.200) -Brasil (22.000)	-	-
<u>Oficinas Bancarias</u>	15,32/100.000 adultos mayores	-Colombia (257,7) -Ecuador (75,74) -Guatemala (34,4)	-	-

Fuente: Elaboración propia con base a información consultada: Banco Mundial (2016), Nielsen, (2016), TECNOCOM, (2015).^{65 66 67 68}

3.4.2 Penetración de la Banca por Internet en América Latina

Con relación a la intensidad de utilización de la banca por internet en América Latina, según el informe presentado por Comscore, citada en la página web de e-Marketer⁶⁹, en América Latina, la banca en línea llega a un tercio de la población de 15 años o más, pero la penetración varía drásticamente de un país a otro. Por ejemplo, en México, donde el alcance fue menor, sólo el 15,1% de los internautas realizaron actividades de banca en línea en casa o en el trabajo durante abril de 2015. Mientras tanto, en Venezuela, el 54,7% hizo lo mismo. Venezuela fue el único país en la región donde la mayoría de los usuarios de Internet también eran banqueros en línea.

⁶⁵ Datos del Banco Mundial (2016)

⁶⁶ Datos de Informe: Dinero Móvil (2016)

⁶⁷ Datos de <https://www.emarketer.com/>

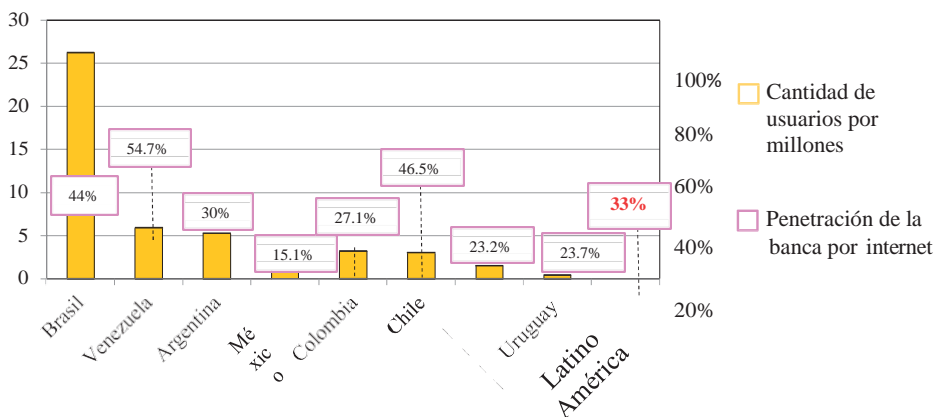
⁶⁸ Datos de Informe: Tendencias de Medios de Pagos (2015)

⁶⁹ Recuperado: <https://www.emarketer.com/Chart/Online-Banking-Users-Select-Countries-Latin-America-April-2015-millions-reach/175725>.

El mayor número absoluto de usuarios de banca en línea están en el Brasil, que dominó esta métrica. Investigaciones anteriores encontraron que más de la mitad de todas las transacciones bancarias en Brasil se llevaron a cabo digitalmente a partir de 2014, aunque se podrá notar que estas cifras varían con el paso del tiempo.

Los países que mantienen en banca digital son: Brasil, en número de usuarios, que se encuentra en una posición superior con respecto al promedio dentro de América Latina, como también destacan los países de Chile, Argentina, Perú, y México.

Figura 24. Número de Usuarios y Penetración de Banca Digital en Latinoamérica, 2015 (Expresado en porcentajes y cantidad de usuarios)



Fuente: Elaboración propia con base a información de Comscore Ind, citada por El Economista, julio 2015 y extraída del portal web: e-Marketer⁷⁰.

Por tanto, América Latina ha sido una de las regiones más lentas del mundo en adoptar la banca en línea. Los ejecutivos bancarios de todo el mundo encuestados en 2014 por la *Economist Intelligence Unit* tenían más probabilidades de decir que sus clientes utilizaban principalmente sucursales y cajeros automáticos para la banca en América Latina que cualquier otra región y por consiguiente, menos probabilidades de decir que utilizaban dispositivos móviles para este propósito.

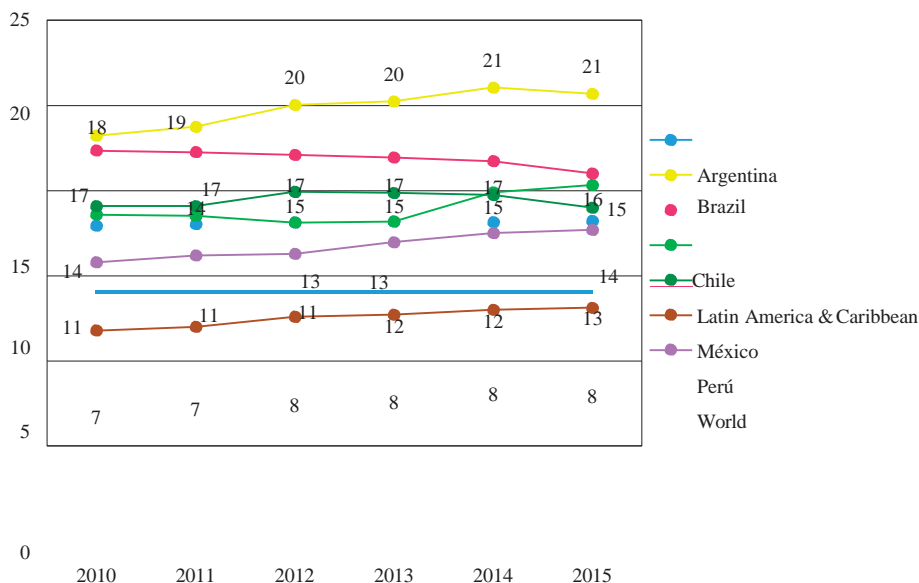
3.4.3 Presencia de los Canales Tradicionales

De la bancarización física en los países de América Latina, según datos proporcionados por el banco mundial, Chile y México, presentan en el tiempo, un descenso en oficinas o sucursales bancarias por cada 100.000 habitantes, este descenso puede estar influido por

⁷⁰ <http://www.emarketer.com>

el uso o direccionamiento de las estrategias bancarias hacia una bancarización digital y promoción de la banca por internet; Perú (8,13), Argentina (13,21) presentan el menor número de sucursales bancarias por cada 100.000 personas, mientras que en mayor medida se encuentra Brasil (20,67). Finalmente, el país con mayor número de sucursales bancarias en el mundo es Colombia, con una tasa de 258 sucursales bancarias, para el año 2015.

Figura 25. Sucursales de Bancos Comerciales (por cada 100.000 adultos) en América Latina (Expresado en número de sucursales)



Fuente: Elaboración propia con base a información extraída de portal web del Banco Mundial⁷¹.

3.4.4 Innovaciones Tecnológicas Financieras en Latinoamérica

Según Technisys, 2014, la mayoría de los bancos han centrado sus recientes innovaciones en el ámbito de las aplicaciones móviles y las opciones de cartera / pago móvil (incluyendo transferencias de cable P2P a través de WhatsApp o tecnologías similares), además de mejorar la experiencia del usuario en su canal de Banca Digital). Las innovaciones recientes de los bancos incluyen:

- Aplicaciones Smart TV (para LG y Samsung)
- Medios de comunicación social para las transacciones bancarias (no sólo para la retroalimentación y el compromiso)

⁷¹ Recuperado el 8/05/2017 de <http://datos.bancomundial.org/indicador/FB.CBK.BRCH.P5?view=chart>

- Kioscos chat de vídeo.
- Avances de nómina a través de cajeros automáticos.
- Asociarse con otros sectores enfocados al cliente, como Disney, para construir una cultura de maximizar la experiencia para el usuario o cliente.

IV BANCA ELECTRÓNICA EN BOLIVIA

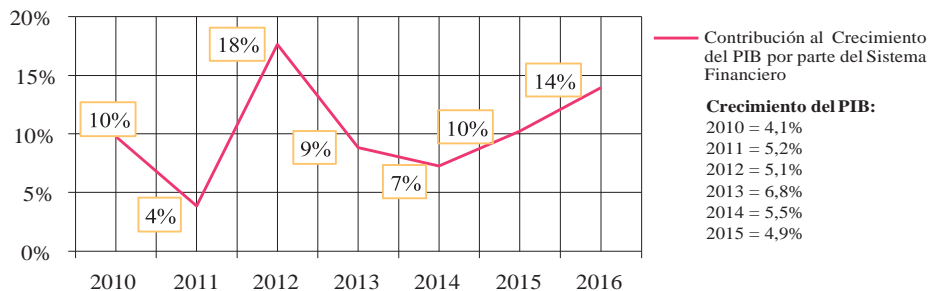
4.1. Contexto Económico y Financiero de Bolivia

Bolivia es un país que tiene una población estimada para el 2017 de 11.145.770 habitantes⁷², el Estado plurinacional presenta una economía sustentada en los hidrocarburos, relegando a sectores como I+D a lugares inferiores y con tasas mínimas de inversión a lo largo de la historia del PIB.

Así, toda economía necesita de un sistema económico y por ende de un sistema financiero, donde un grupo de organizaciones participen como entes de intermediación para un traspaso eficaz de los recursos, entre individuos deficitarios como también superavitarios, esta acción en Bolivia recae, de manera comercial, en las entidades bancarias.

El aporte del sector financiero al PIB ha ido evolucionando a lo largo de tiempo, en la última gestión, el sector financiero representó el 14% respecto al crecimiento registrado para el año 2016. Sin embargo, en años precedentes se registró un descenso como el de los años 2011 y 2014. Aunque a partir del 2014 ha existido un leve crecimiento. Lo que demuestra la importancia del aporte que realizan las entidades que prestan servicios financieros al desarrollo y crecimiento de la economía y la producción del país.

Figura 26. Aporte Porcentual del sector del Sistema Financiero al crecimiento del PIB



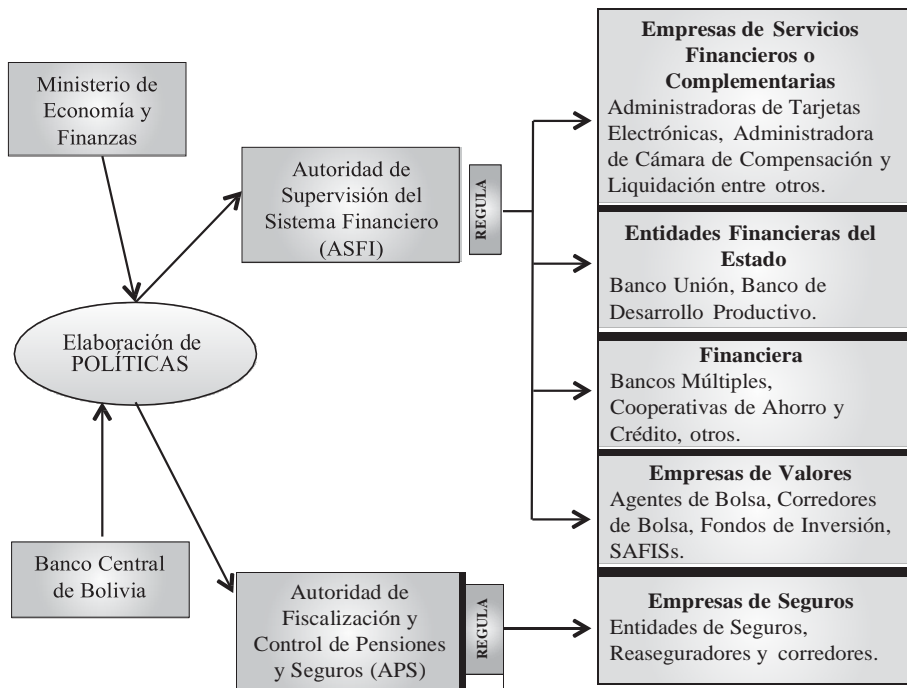
Fuente: Elaboración propia con base a datos de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE)

⁷² Recuperado de <http://www.ine.gob.bo/>

4.2. Sistema Financiero en Bolivia

El Sistema Financiero Boliviano está compuesto por un conjunto de elementos.

Figura 27. Sistema Financiero Boliviano



Fuente: Elaboración Propia con base al a ley 393 (Servicios Financieros), ley 1834 (Mercado de Valores) y la ley 1883 (Seguros)

Así, el primer grupo son las entidades financieras, estatales o de intermediación financiera privadas; posteriormente, las empresas de valores y las empresas de seguros, que realizan el intercambio de recursos financieros y son los responsables de la actividad e intensidad de la dinámica del sistema. Estas instituciones requieren de otro conjunto de instituciones de ayuda técnica, ya sea empresas financieras complementarias, para un procesamiento adecuado y sistemático de los recursos y además de entes de control y supervisión, como el Banco Central de Bolivia y ASFI; todas estas instituciones son reguladas por el artículo 7 de ley 393 (de servicios financieros), que establece que las políticas financieras son dictadas por el ente Rector del sistema, el Estado, a través del Ministerio de Economía y Finanzas y el Consejo de Estabilidad Financiera. (véase figura 27)

4.2.1 Entidades de Supervisión y Regulación del Sistema Financiero Boliviano

La regulación emerge cuando el mercado no alcanza sus propias soluciones, con el afán de proteger a los usuarios o clientes de los mercados financieros, se crea así un clima de seguridad y confianza. La regulación no es una ciencia y por tanto debe mantener una búsqueda constante de balance entre sus exigencias y la necesidad de fomentar el desarrollo de los mercados.

Es precisamente por las funciones que desempeña el Sistema Financiero dentro de una economía, que este sistema es un asunto de interés público (su comportamiento afecta a todos sin excepción). El gobierno responde al requerimiento colectivo de los participantes del mercado para establecer regulaciones que provean un mayor grado de estabilidad y de eficiencia. Aunque algunos soportarán el costo de la regulación; el bienestar de muchos lo justifica en pro del bien público.

En Bolivia el sistema financiero, además de los instrumentos, los mercados e instituciones, utiliza canales para una interrelación entre clientes o usuarios financieros, tiene como entes de regulación y supervisión a la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, como también al Banco Central de Bolivia, BCB.

En este sentido, la ley del Sistema financiero en su artículo 8 señala que: “Es competencia privativa indelegable de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI, ejecutar la regulación y supervisión financiera, con la finalidad de velar por el sano funcionamiento y desarrollo de las entidades financieras y preservar la estabilidad del sistema financiero, bajo los postulados de la política financiera, establecidos en la Constitución Política del Estado.”⁷³ Además, que “La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI), emitirá reglamentación específica y supervisará su cumplimiento en el marco de la normativa emitida por el Banco Central de Bolivia (BCB), en el ámbito del sistema de pagos.”

a) Banco Central de Bolivia

El Banco Central de Bolivia es una institución de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, tiene la función de mantener la estabilidad del poder adquisitivo interno de la moneda, para contribuir al desarrollo económico y social⁷⁴. El mismo fue creado el 20 de julio de 1928, en el gobierno del presidente Hernando Siles Reyes, que promulgó la Ley N° 632, haciendo que deje de existir el Banco de la Nación Boliviana y creándose en su reemplazo el Banco Central de la Nación Boliviana. Meses después adoptó su nombre definitivo de Banco Central de Bolivia, a través de una

⁷³ Ley promulgada el 21 de agosto del 2013.

⁷⁴ Recuperado de <https://www.bcb.gob.bo>

modificación a la Ley de Bancos de fecha 20 de abril de 1929. El 1 de julio de 1929, el BCB inauguró oficialmente sus actividades.

En un principio el Banco Central de Bolivia tenía la atribución exclusiva de emitir la moneda nacional, el manejo de la tasa de descuento, las operaciones de mercado abierto y el control de la política crediticia, funciones que a lo largo del tiempo fueron variando y llegando a nuevos niveles de regulación institucional. Así por ejemplo en 1987 se retiraron del BCB las funciones de fiscalización y se restituyó la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras (actualmente ASFI).

A partir de la aprobación de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (febrero de 2009), se consolida un nuevo modelo económico plural. El Banco Central de Bolivia (BCB), es reconocido en la Constitución como: “Institución de derecho público con personalidad jurídica y patrimonio propio”. El Estado, a través del Órgano Ejecutivo, determina los objetivos de la política monetaria y cambiaria del país, en coordinación con el BCB.

En cuanto a las atribuciones actuales y principales que posee, según la CPE⁷⁵ (Art. 327-328) en coordinación con la política económica determinada por el Órgano Ejecutivo, además de las señaladas por la ley, se encuentran:

- a) Determinar y ejecutar la política monetaria.
- b) Ejecutar la política cambiaria.
- c) Regular el sistema de pagos.
- d) Autorizar la emisión de la moneda.
- e) Administrar las reservas internacionales.

Además, el BCB, entre muchas de sus funciones, regula el sistema de pagos, destinado a promover la seguridad y eficiencia de las transacciones.

b) Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI)

ASFI es una institución de derecho público y de duración indefinida, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía de gestión administrativa, financiera, legal y técnica, con jurisdicción, competencia y estructura de alcance nacional, bajo tuición del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas y sujeta a control social.

⁷⁵ Constitución Política Del Estado, 2009.

El objeto de ASFI es regular, controlar y supervisar los servicios financieros en el marco de la Constitución Política del Estado, la Ley N° 393 de Servicios Financieros y los decretos supremos reglamentarios, así como la actividad del mercado de valores, los intermediarios y sus entidades auxiliares.

Las actividades financieras y la presentación de servicios financieros deben ser realizadas únicamente por entidades que tengan autorización de ASFI, según los tipos de entidades definidos en la Ley N° 393.

Los roles que cumple ASFI, además de la supervisión y la regulación del sistema financiero, citados en el artículo 17, de la ley 393, están contemplados los siguientes enunciados:

- a) Proteger los ahorros colocados en las entidades de intermediación financiera autorizadas, fortaleciendo la confianza del público en el sistema financiero boliviano.
- b) Promover el acceso universal a los servicios financieros.
- c) Asegurar que las entidades financieras proporcionen medios transaccionales financieros eficientes y seguros, que faciliten la actividad económica y satisfagan las necesidades financieras del consumidor financiero.
- d) Controlar el cumplimiento de las políticas y metas de financiamiento establecidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central del Estado.
- e) Proteger al consumidor financiero e investigar denuncias en el ámbito de su competencia.
- f) Controlar el financiamiento destinado a satisfacer las necesidades de vivienda de las personas, principalmente la vivienda de interés social para la población de menores ingresos.
- g) Promover una mayor transparencia de información en el sistema financiero, como un mecanismo que permita a los consumidores financieros de las entidades supervisadas acceder a mejor información sobre tasas de interés, comisiones, gastos y demás condiciones de contratación de servicios financieros que conlleve, a su vez, a una mejor toma de decisiones sobre una base más informada.
- h) Asegurar la prestación de servicios financieros con atención de calidad.
- i) Preservar la estabilidad, solvencia y eficiencia del sistema financiero.

4.2.2 Entidades de Intermediación Financiera

Los servicios de intermediación financiera, según la ley 393, en el artículo 117, se señala que: “Son las operaciones pasivas, activas y contingentes como los servicios de naturaleza financiera que están facultadas a prestar las entidades financieras autorizadas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI”.

Además, dentro de legislación estudiada, la ley de Servicios Financieros establece en el Artículo 151, las categorías de entidades que están autorizadas para su funcionamiento dentro de territorio boliviano, que son las siguientes:

Entidades financieras del Estado o con participación mayoritaria del Estado:

- a) Banco de Desarrollo Productivo.
- b) Banco Público. (Banco Unión)
- c) Entidad Financiera Pública de Desarrollo.

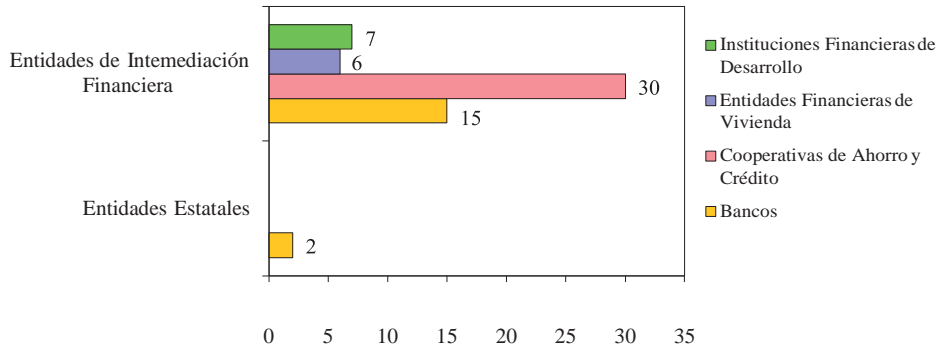
Entidades de intermediación financiera privadas:

- d) Banco de Desarrollo Privado.
- e) Banco Múltiple.
- f) Banco PYME.
- g) Cooperativa de Ahorro y Crédito.
- h) Entidad Financiera de Vivienda.
- i) Institución Financiera de Desarrollo.
- j) Entidad Financiera Comunal

Según información de ASFI, octubre 2017, las entidades financieras con licencia de funcionamiento, en el Sistema Bancario Boliviano, está compuesto de 17 Bancos: 14 Bancos Múltiples, 2 Bancos PyMES y 1 banco de Desarrollo Productivo; además de otras categorías que son: 30 cooperativas de ahorro y crédito, 6 Entidades Financieras de Vivienda, y 7 Instituciones Financieras de Desarrollo.

Al respecto, el sistema financiero está constituido por 60 entidades financieras, 2 instituciones estatales y 58 instituciones de intermediación financiera privada, existen cooperativas de ahorro y crédito, con características regionales y de participación accionaria, seguido de las Entidades Bancarias privadas. Esta situación permite deducir la disponibilidad de entidades regionales para el consumidor financiero. (véase figura 28)

**Figura 28. Entidades Financieras en el Sistema Financiero Boliviano
(Expresado en número de entidades)**



Fuente: Información interna de ASFI (2017).

Para relacionarse con el cliente, las instituciones financieras, manejan como canal tradicional, las oficinas, aunque una gran mayoría ha mejorado sus recursos tecnológicos, es decir, la modernización de sus páginas web, la interacción, y el desarrollo de la banca electrónica, la banca por internet, la banca móvil, de los cajeros automáticos y puntos POS (*Point of sale*).

Entidades Bancarias en Bolivia

La palabra “Banco” en idioma castellano es el nombre o razón social de una Entidad Financiera y su uso está permitido para las siguientes entidades: Bancos de desarrollo, Banco público, Bancos Múltiples y Bancos PYMEs. Ninguna otra entidad financiera podrá utilizar dicha denominación, es lo que estipula el artículo 151, párrafo segundo, de la ley de Servicios Financieros.

Las entidades bancarias en el país han sido a lo largo del tiempo, las entidades de mayor utilización y conocimiento, además de la intermediación, de tipo comercial, con el público en general, su desarrollo ha sido importante y son generalmente el tipo de entidades que ha utilizado más el avance tecnológico financiero en el país, debido a su constante interacción con el público.

Así, el conjunto de bancos que actualmente realizan operaciones financieras en Bolivia, además de ser supervisadas y reguladas por ASFI son las siguientes:

Tabla 5. Entidades Bancarias que operan en Bolivia⁷⁶

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	FECHA DE FUNDACIÓN	COBERTURA⁷⁴	OPERACIONES FINANCIERAS	PÁGINA WEB
ENTIDADES FINANCIERAS DEL ESTADO O CON PARTICIPACIÓN MAYORITARIA				
Banco de Desarrollo Productivo S.A.M	1 de enero de 2007 (Fecha de Adecuación, antes NAFIBO)	LP*, OR, CB, SC, BN, TJ, CH	Productos de primer y segundo piso destinados a los sectores sector agrícola, ganadero, manufacturero, piscícola y forestal	www.bdp.com.bo/ (No cuenta con banca electrónica)
Banco Unión	28 de julio de 1979	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Banca Personas Microcréditos Banca PyME Banca Empresas Banca electrónica	www.bancounion.com.bo/
BANCOS MÚLTIPLES				
Banco Nacional de Bolivia S.A.	1 de septiembre de 1871	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Banca de Negocios y Préstamos Banca de Servicios, inversiones y cuentas Banca Internacional Banca Digital	www.bnb.com.bo/
Banco Mercantil Santa Cruz S.A.	1 de diciembre de 1906	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Banca Personas Banca Empresas Banca PyME Inversiones Banca electrónica	www.bmsc.com.bo
Banco Bisa S.A.	5 de julio de 1963	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Banca Personas Banca Empresas Banca PyME Banca Micro finanzas Banca electrónica	http://bisa.com/
Banco de Crédito de Bolivia S.A.	1994	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH	Banca PyME Banca Personas Banca Empresas Inversiones Banca electrónica	www.bcp.com.bo
Banco Económico S.A.	7 de febrero de 1991	SC*, LP, CB, TJ, CH	Banca Personas Banca MyPE Banca electrónica	www.baneco.com.bo

⁷⁶ LP= La Paz; SC=Santa Cruz; CB=Cochabamba; TJ= Tarija; OR=Oruro; PT= Potosí; CH= Chuquisaca; BN= Beni y PA=Pando
LP*= Significa que La Paz es la sede principal de operaciones

Banco Ganadero S.A.	15 de julio de 1993	SC*, LP, OR, CB, BN, TJ, CH, PA	Banca Personas Banca Negocios Banca Futuro Banca electrónica	www.bg.com.bo
Banco Solidario S.A.	10 de febrero de 1992	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Ahorro Crédito Micro seguros Fondos de Garantías Banca electrónica	www.bancosol.com.bo
Banco Fomento a las Iniciativas Económicas (FIE) S.A.	1985 12 de febrero de 2010 (Adecuación)	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Banca electrónica Banca Empresa Banca electrónica	www.bancofie.com.bo
Banco de la Nación Argentina	15 de abril de 1958	SC*	Banca Personal Banca Comercial Banca Exterior Banca Electrónica	www.bna.com.bo
Banco Do Brasil S. A.	1960	LP*, SC	Banca Personal Banca Empresarial Otros Servicios Internet Banking	www.bb.com.br
Banco Prodem S.A.	18 de agosto de 1998	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Créditos Ahorros Servicios Banca electrónica	www.prodem.bo
Banco Fassil S.A.	12 de agosto de 1996 (Como Instrumento de Desarrollo)	SC*, OR, PT, CB, LP, TJ, CH,	Banca Personas Banca Empresa Banca PyME Banca Microempresa Banca electrónica	www.fassil.com.bo
Banco Fortaleza S.A.	2000	LP*, OR, PT, CB, SC, TJ, CH	Banca Personas Banca Pyme Banca electrónica	www.bancofortaleza.com.bo
BANCOS PYME				
Banco de la Comunidad S. A.	9 de septiembre de 1996 (Como Fondo)	CB*, SC, LP	Cuentas Microcrédito PyME Otros Servicios Banca electrónica	www.bco.com.bo
Banco Ecofuturo S. A.	Junio de 1999	LP*, OR, PT, CB, SC, BN, TJ, CH, PA	Ahorro Comercio Exterior Crédito Otros Servicios Banca electrónica	www.ecofuturo.com.bo

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, Bolivia tiene un sistema bancario conformado por 17 Bancos, la mayor parte de capital privado, parte de estos iniciaron sus operaciones en el siglo pasado, o incluso desde hace dos siglos. Además, con la nueva ley de servicios financieros, año 2013, los fondos financieros privados FFP cambiaron su razón social y forma de ser por reglamentación y obligatoriedad, para convertirse en Bancos Múltiples y entidades bancarias PyMEs, lo que aportó entidades al sistema bancario, y dinamizó y ordenó las actividades dentro del sistema financiero boliviano.

4.2.3 Empresas de Servicios Financieros Complementarios

Todo sistema financiero requiere de entidades complementarias, para los servicios de apoyo que permitan el normal funcionamiento del sistema de intermediación financiera y el accionar transaccional. Para cumplir con esta actividad el Estado boliviano, a través de la ley de Servicios Financieros, ha permitido la creación y funcionamiento de “Empresas de Servicios Complementarios”.

Los servicios financieros complementarios normados por ley se encuentran dentro de la ley 393, artículo 123, que expresa lo siguiente: “A los efectos de la presente ley son servicios financieros complementarios los ofrecidos por empresas de servicios financieros complementarios, autorizadas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI”, incluyendo entre éstos con carácter enunciativo y no limitativo los siguientes:

- a) Arrendamiento financiero.
- b) Factoraje.
- c) Servicios de depósitos en almacenes generales de depósito.
- d) Administración de cámaras de compensación y liquidación.
- e) Administración de burós de información.
- f) Actividades de transporte de material monetario y valores.
- g) Administración de tarjetas electrónicas.
- h) Operaciones de cambio de moneda.
- i) Servicios de pago móvil.
- j) Giros y remesas.

a) Administración de Cámaras de Compensación y Liquidación

En fecha 5 de julio de 2004, la Asociación de Bancos Privados de Bolivia (ASOBAN) constituyó la Administradora de Cámaras de Compensación y Liquidación S.A. (ACCL S.A.), a través de la cual se ha segregado la actividad de compensación de los instrumentos de pago de la Banca. (ACCL, 2016)

Así, la Cámara de Compensación y Liquidación (ACCL), es una empresa técnica, sistemática, dirigida hacia la compensación y liquidación, de todas las transacciones que se realizan en internet, entre personas naturales o jurídicas, o las transacciones que se realizan de una entidad bancaria a otra, bajo el principio de mantención de la seguridad transaccional, al utilizar la tarjeta de débito o crédito vía internet, en la acción de transferir, comprar, recargar, o algún otro movimiento, respecto al movimiento de cheques, al igual que la billetera móvil, todo bajo la lógica de la ACCL de otorgar seguridad y rapidez acorde a las necesidades del consumidor financiero.

Entonces, la ACCL S.A. tiene por objeto único la compensación y liquidación de los instrumentos de pago recibidos de sus participantes, a cuyo efecto la sociedad se halla facultada a realizar las operaciones y servicios permitidos por ley como empresa de servicios financieros complementarios, haciendo uso de los medios y herramientas tecnológicas necesarias para cumplir su objeto, pudiendo a tales fines realizar cuanto sea necesario y conducente al cumplimiento de su objeto social. (ACCL, 2016)

Su oficina central se encuentra en la ciudad de La Paz, Bolivia, y tiene oficinas de representación en las capitales del territorio nacional. De las operaciones y servicios disponibles por ley de la Administradora (ley 393 artículo 342) se señala lo siguiente:

- Suscribir y mantener vigentes contratos de servicios de compensación y liquidación de instrumentos de pago con sus participantes.
- Compensar instrumentos de pago.
- Liquidar posiciones multilaterales netas.
- Mantener una cuenta liquidadora en el Banco Central de Bolivia - BCB.
- Preservar los registros electrónicos de las operaciones con su correspondiente firma digital.

Al ser un ente de apoyo técnico a las entidades financieras y de facultad transaccional la Administradora de Compensación y Liquidación, está conformada por 18 participantes⁷⁷ que pertenecen al sistema financiero, los que son los siguientes:

- Banco Central de Bolivia
- Banco Mercantil Santa Cruz
- Banco Sol
- Banco Económico

⁷⁷ No se considera al Banco PyME Los Andes Pro Credit debido a su situación de proceso de fusión.

- Banco Unión
- Banco Bisa
- Banco Fassil
- Banco Fortaleza
- Banco Fie
- Banco Ganadero
- Banco de Crédito
- Banco Do Brasil
- Banco de La Nación Argentina
- Banco Nacional de Bolivia
- Banco PyME de La Comunidad
- Banco PyME Ecofuturo
- Cooperativa Jesús Nazareno
- Tigo Money

La administradora está compuesta de 16 socios, por lo que Tigo Money y el Banco Central de Bolivia no poseen este título. Los servicios que ofrece la ACCL, son los siguientes:

- 1) **Cámara Electrónica de Compensación Cheques (Lynx)** es un sistema mediante el cual los participantes presentan cheques ajenos, recibidos en depósito para ser cobrados y a la vez recibir cheques propios a ser pagados.

Este es un sistema de Compensación Multilateral, que genera un resultado neto consolidado por participante (saldo a Favor o en Contra).

Como señala su nombre, es una cámara Electrónica, por lo que toda la información (datos de los cheques e imágenes) es transmitida a Centros de Compensación, mediante envío de mensajes electrónicos procesados con software *Procheq*.

- 2) **Cámara de transferencias Electrónicas (A.C.H)** es un sistema mediante el cual los participantes envían órdenes electrónicas a otros Participantes, instruyendo el abono o débito de fondos, desde y/o hacia una cuenta en particular. Estas transferencias de fondos están destinadas a distintas transacciones bancarias, como ser: pago de préstamos, pago de tarjetas de crédito, abono en cuentas y otros.

Al igual que la Cámara de Cheques, los mensajes electrónicos enviados por la ACH cuentan con estándares y formatos establecidos, teniendo como particularidad que en estas transacciones no existen documentos físicos (Administradora de Cámaras de Compensación y Liquidación ACCL, 2016)

Por tanto, la importancia de ACCL S.A radica en su interacción como ente administrativo de las transacciones principalmente electrónicas, esto demuestra su labor de organización dentro del sistema de pagos boliviano.

b) Administración de Tarjetas Electrónicas

La administración de tarjetas electrónicas es llevada por las Administradoras de igual denominación, las cuales cumplen según reglamento emitido por ASFI como actividad principal la administración de instrumentos de pago (tarjetas de crédito, débito y pre pagadas) y que de forma complementaria pueden realizar la gestión de las tarjetas de pago, como la adquirencia⁷⁸, compensación⁷⁹ y liquidación⁸⁰ de las operaciones realizadas con tarjetas de pago. (Circular 274/2014)⁸¹

La Administradora tiene como actividad, la administración de la red de pagos electrónicos, red que aglutina, a las entidades bancarias, en cuanto a las tarjetas de crédito y débito, los cajeros automáticos, a las empresas que realizan transacciones autorizadas mediante esta forma de pago electrónico, mediante puntos POS, y a los tarjetahabientes, los individuos y/o personas que poseen recursos financieros para una transacción electrónica con tarjeta.

Las entidades que están autorizadas por ASFI, para la Administración de tarjetas electrónicas, son las siguientes: Administradoras de Tarjetas de Crédito Red Enlace y Empresa Administradora de Tarjetas de Crédito LINKSERS.A.

La empresa Administradora líder del sector es Red Enlace, cuenta con más de 4.000 comercios y 564 cajeros automáticos en Bolivia, y más de 24 millones de comercios y un millón de cajeros automáticos en todo el mundo. La Red Enlace tiene los siguientes miembros a nivel nacional: Banco Nacional de Bolivia, Banco Mercantil Santa Cruz, Banco de Crédito, Banco Bisa. (Red Enlace, 2016)

⁷⁸ Proceso a través del cual una empresa, previo acuerdo con una marca de tarjetas, afilia a un establecimiento comercial y de servicios para procesar sus transacciones con esas tarjetas, realiza la provisión de terminales electrónicas y es responsable de la recopilación y custodia de la información de las transacciones y la liquidación con las empresas aceptantes.

⁷⁹ Proceso consistente en la transmisión, conciliación, y cuanto corresponda confirmación de las órdenes de pago, e instrucciones de transferencias de valores, previo a la liquidación, la compensación incluye el establecimiento de posiciones finales (acreedoras y deudoras)

⁸⁰ Proceso en el que se efectúa el pago o cobro, por cuenta de los tarjetahabientes o clientes que realizaron transacciones financieras, previamente compensadas.

⁸¹ Recuperado de http://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/circulares/ASFI_274.pdf

Mientras que las instituciones financieras interconectadas son las siguientes: Banco Solidario, Banco FIE, Banco Fortaleza, Mutual La Primera, Mutual La Paz, Eco Futuro, Prodem, Fassil, Credifondo, Bisa SAFI, Mercantil Santa Cruz SAFI, Fortaleza SAFI y Servired. (Red Enlace, 2014)

c) Servicios de Pago Móvil

Los servicios de pago móvil consisten en la emisión de billeteras móviles, instrumentos electrónicos de pago, y procesamiento de órdenes de pago, como procesos transaccionales de dinero, manejado de forma electrónica. (Tigo Money, 2017)

Las empresas de servicios de pago móvil están facultadas para realizar las siguientes operaciones y servicios de acuerdo con el artículo 369, ley de Servicios Financieros:

- a) Operar servicios de pago móvil.
- b) Emitir billeteras móviles y operar cuentas de pago.
- c) Ejecutar electrónicamente órdenes de pago y consultas con dispositivos móviles a través de operadoras de telefonía móvil.
- d) Otros relacionados con servicios de pago autorizadas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero, ASFI.

Así, el único servicio de pagos móviles vigente en territorio boliviano y con autorización de ASFI, es: EFECTIVO ESPM S.A (Tigo Money). Además, estas empresas realizan sus operaciones a través de la billetera electrónica, que utiliza un dispositivo móvil inteligente (Smartphone).

4.2.4 Consumidor Financiero Boliviano

a) Definición del Consumidor Financiero Boliviano

Según ASFI⁸²: el consumidor financiero puede ser el cliente o usuario financiero:

- Cliente financiero: Persona natural o jurídica que utiliza los servicios financieros de entidades financieras, mediante la suscripción de contratos. (Por ejemplo: aquel titular que tiene una cuenta en la entidad financiera).
- Usuario financiero: Persona natural o jurídica que utiliza los servicios financieros de entidades financieras, sin que medie la suscripción de contratos (Por ejemplo, aquella persona que va a la entidad financiera a pagar un servicio básico, sin necesariamente ser parte o haber firmado un compromiso civil con la entidad).

⁸² Página principal ASFI: <https://www.asfi.gob.bo>

Todo consumidor financiero tiene derecho y obligaciones otorgadas por ley⁸³:

En cuanto a los derechos son los siguientes:

- a) Al acceso a los servicios financieros con trato equitativo, sin discriminación por razones de edad, género, raza, religión o identidad cultural.
- b) A recibir servicios financieros en condiciones de calidad, cuantía, oportunidad y disponibilidad adecuadas a sus intereses económicos.
- c) A recibir información fidedigna, amplia, íntegra, clara, comprensible, oportuna y accesible de las entidades financieras, sobre las características y condiciones de los productos y servicios financieros que ofrecen.
- d) A recibir buena atención y trato digno de parte de las entidades financieras, debiendo éstas actuar en todo momento con la debida diligencia.
- e) Al acceso a medios o canales de reclamo eficientes, si los productos y servicios financieros recibidos no se ajustan a lo dispuesto en los numerales precedentes.
- f) A la confidencialidad, con las excepciones establecidas por Ley.
- g) A efectuar consultas, peticiones y solicitudes.

Mientras las obligaciones del consumidor financiero son:

- Cerciorarse que la entidad financiera en la cual desea contratar un producto o servicio financiero tenga Licencia de Funcionamiento emitida por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero.
- Leer los documentos a ser suscritos con una entidad financiera, sean estos contratos, boletas de depósito o retiro, autorizaciones, solicitudes u otros, así como conservar las copias que la entidad suministre de los mismos.
- Informarse sobre las características, beneficios, tasa de interés, seguro, costos y comisiones inherentes al producto o servicio que vaya a contratar.
- Tomar en cuenta las recomendaciones emitidas por la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero o por la entidad financiera respecto al uso de diferentes productos y servicios.
- Al momento de solicitar un producto, servicio o actualizar la información el consumidor financiero, debe suministrar información cierta, suficiente y oportuna a la Entidad Financiera, referente a sus datos personales, ingresos entre otros.

⁸³ Artículo 74, Ley No 393 de Servicios Financieros.

- Cumplir con lo pactado al momento de adquirir un producto, por ejemplo, pagar puntualmente las cuotas de un crédito, es decir en las fechas establecidas en el plan de pagos.
- Conocer ante quién y cómo se puede presentar un reclamo, en primera y segunda instancia.

b) Datos Generales del Consumidor Financiero Boliviano

Según la información proporcionada por los resultados de la 3ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros, realizada por ASFI, 2017 el consumidor financiero tiene las siguientes características:

- **En aspectos socioeconómicos:** Los consumidores financieros en Bolivia en su mayor proporción tienen una edad entre 25 a 46 años (56%); además que son trabajadores por cuenta propia (41%), perteneciendo al sector de servicios y comercio (49%), presenta estado civil de casado (44%); además que ostentan el grado de educación secundaria (27%) y otra gran parte hasta la educación universitaria (25%); la mayor parte (64%) percibe un ingreso mensual inferior o igual a Bs.4000 (52%); el 49% de los consumidores financieros vive en casa propia y el 28% en casa de un familiar. (ASFI, 2017)
- **En Aspectos financieros:** Los consumidores financieros en su gran proporción (75%) tienen ahorros en el sistema financiero, la gran mayoría en cuenta caja de ahorros (76%), de menor proporción (3%) en depósito a plazo fijo. El 47% de los consumidores financieros presentan algún tipo de crédito en sistema financiero, mayormente para financiar actividades económicas y para comprar una vivienda. (ASFI, 2017)

4.2.5 Sistema de Pagos Boliviano

Según el Banco Central de Bolivia el sistema de pagos es la infraestructura a través de la cual se moviliza el dinero en una economía. Es atribución constitucional del BCB regular el sistema de pagos nacional en este contexto, realiza la emisión de un marco normativo general para la provisión de servicios e instrumentos de pago, la gestión de riesgos realiza tareas de análisis y evaluación de los sistemas considerados de importancia sistémica, lidera y apoya proyectos para la provisión de nuevos servicios e instrumentos y es el proveedor y administrador del sistema de pagos de alto valor.

Además, el sistema de pagos es el canal a través del cual fluye el dinero (virtual, electrónico, magnético, etc.); el eficiente manejo y modernización del sistema de pagos

nacional, contribuye al logro de la misión del BCB, la de mantener la estabilidad del poder adquisitivo de la moneda nacional.

El sistema de pagos es importante porque:

- Es un canal para la transmisión de la política monetaria.
- Su funcionamiento seguro y eficiente, contribuye a la estabilidad financiera pues el incumplimiento de un pago por parte de uno de sus participantes podría ocasionar trastornos en otros participantes y/o en el sistema financiero. Esta condición a su vez tiene efecto sobre el desarrollo de los servicios e instrumentos de pago y el bienestar de los usuarios de servicios financieros.
- Fomenta la confianza en el sistema bancario, la solidez y en la eficiencia de la moneda nacional.
- Permite movilizar el dinero de forma segura y oportuna para materializar transacciones de actividades productivas (eficiencia económica).

a) Características del Sistema de Pagos

En función al tiempo en que ocurre la liquidación el Sistema de pagos puede operar con:

- Liquidación Bruta en Tiempo Real (LBTR): la liquidación (o pago) se realiza de forma inmediata de recibida la instrucción de pago.
- Liquidación Neta en Tiempo Diferido (LNTD): la liquidación (o pago) se realiza en uno o varios momentos posteriores de recibida la instrucción de pago.
- Liquidación híbrida: cuando se combinan las características de eficiencia de la liquidación bruta en tiempo real y se optimiza el uso de fondos utilizando las herramientas de la liquidación neta diferida.

En función del importe de las operaciones transadas, un sistema de pagos puede ser:

- Alto valor-mayoristas: Los pagos son de alto importe y/o elevada urgencia Ej.: operaciones interbancarias.
- Bajo valor-minoristas: Los Pagos son de menor importe, urgencia e importancia. Ej.: pagos con tarjetas, órdenes electrónicas, cheques, pagarés, letras de cambio, etc.

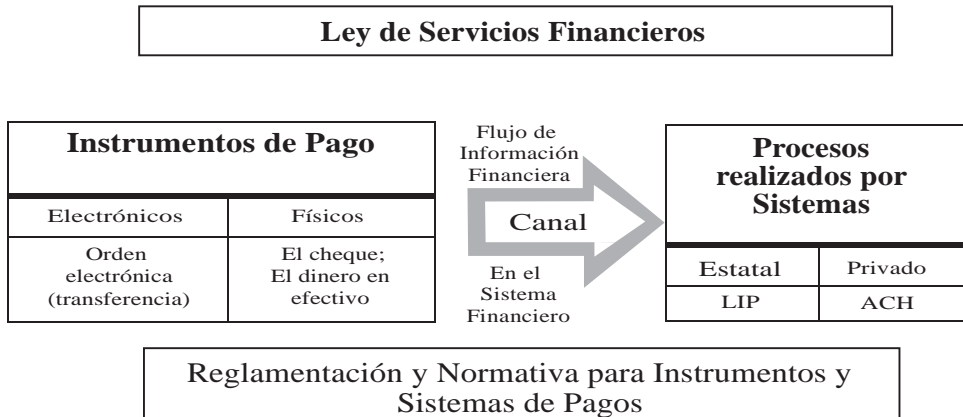
En función del ámbito geográfico el sistema de pagos puede ser:

- Nacional: Las Transferencias de fondos se realizan dentro de un país.
- Internacional: Las Transferencia de fondos se realizan con el exterior.

b) Componentes del Sistema de Pagos

El sistema está constituido por una serie de elementos interrelacionados, estos son: Instrumentos, procedimientos (Procesos realizados por Sistemas privados o estatal) y reglas para la transferencia de fondos entre los participantes del sistema.

Figura 29. Componentes del Sistema de Pagos Boliviano



Fuente: Elaboración Propia con base a Reglamentos respectivos de ASFI(2016).

c) Subsistemas del Sistema de Pago

La función de vigilancia de los sistemas de pago en nuestro país está orientada hacia el control de riesgos sistémicos, especialmente cuando se trata de sistemas de pago administrados y gestionados por instituciones privadas, las cuales son las siguientes:

- Sistemas de pagos operados mediante Órdenes Electrónicas (Automated Clearing House - ACH) y cheques (Cámara de Compensación de Cheques - CCC); ambos administrados por la Administradora de Cámaras de Compensación y Liquidación S.A (ACCL).
- El Sistema de Pagos operado con Tarjetas administrado por la Administradora de Tarjetas de Crédito S.A. (ATC) y Linkser S.A.

- El sistema de Pagos de Operaciones entre Cooperativas administrado por ServiRed S.A.
- La Liquidación de Valores administrada por la Entidad de Depósito de Valores (EDV).
- Las transferencias que se realizan con Billetera Móvil administradas por la empresa E-FECTIVO S.A.: Banco de Crédito y Banco Nacional de Bolivia.
- Finalmente, los pagos transfronterizos realizados por personas o entidades.

Todos estos sistemas están acogidos, monitoreados e integrados por el sistema que administra el estado, denominado LIP (Liquidación Integrada de Pagos).

Tabla 10. Información de los Sistemas de Pagos en Bolivia

	LIP	ACH	CCC	EDV	TARJETAS	BILLETERA MOVIL
TIPO DE PAGO	Alto Valor	Bajo Valor	Bajo Valor	Liquidación de Valores	Bajo Valor	Bajo Valor
ADMINISTRA	BCB	ACCL S. A	ACCL S. A	EDV S. A	ATC S.A.; LINKSER S.A.; BANCO PRODEN	E-FECTIVO ESPM S.A.; Banco de Crédito; Banco Nacional de Bolivia
PARTICIPAN	Bancos; Entidades Financieras de Vivienda; Cooperativas de Ahorro y Crédito; Agencias de Bolsa, Instituciones Financieras de Desarrollo y Administradoras de Fondos de Inversión	Bancos	Bancos	Bancos; Entidades Financieras de Vivienda; Cooperativas de Ahorro y Crédito; AFP; Empresas de Seguros; Agencias de Bolsa y otros	Bancos; Entidades Financieras de Vivienda; Cooperativas de Ahorro y Crédito	Público en general y empresas comerciales y de servicios
LIQUIDACIÓN	Híbrida	Neta en Tiempo diferido				Bruta en Tiempo Real
DENOMINACIÓN MONETARIA	Bs, \$us, UFV	Bs, \$us	Bs, \$us	Bs, \$us, UFV, MVDOL	Bs, \$us	Bs.

Fuente: Extraído de BCB (2017).

4.2.6 Comportamiento del Sistema Financiero

Se ha establecido que es de interés conocer el desempeño de las entidades financieras, tanto en términos de las captaciones y las colocaciones, las utilidades; como además de la oferta de puntos de acceso a los servicios financieros.

a) Depósitos del Público en el Sistema Financiero

Según ASFI, a junio de 2017, se registró Bs. 149.391 millones en el valor de los depósitos públicos con una tendencia creciente a lo largo de los años, principalmente en los primeros años analizados; en la naturaleza de los depósitos públicos en montos, se registró gran parte a plazo fijo (46,4%), pero las cuentas corrientes o a la vista y las de caja de ahorro, tipos de depósito que cuentan disponible el servicio de la banca por internet, agrupan un total de 50,65% de todos los depósitos, con Bs.75.668 millones, obteniendo la mayor concentración en cuanto a valor. (véase figura 30)

En cuanto a la cantidad de cuentas de depósitos, nótese que un depositante puede tener más de una cuenta; según ASFI, a junio del 2017, se registró un total de 9.904.788 cuentas, con una evolución histórica favorable, principalmente en los primeros años analizados, la mayor concentración de cuentas tiene la Banca Múltiple (84,02%), mientras que el Banco de Desarrollo Productivo, solamente registra 121 cuentas de depósitos. (véase figura 31)

Así, un indicador a utilizar es la tasa de cantidad media depositada en cada cuenta, que realiza una aproximación de lo que en promedio tienen los depositantes en una cuenta, por lo que, a junio de 2017, se registra un promedio general de todo el sistema de intermediación financiera de Bs. j13415.083, la Banca Múltiple registra una media en cada cuenta de Bs.16.405, posteriormente las Entidades Financieras de Vivienda y la Banca PyME.

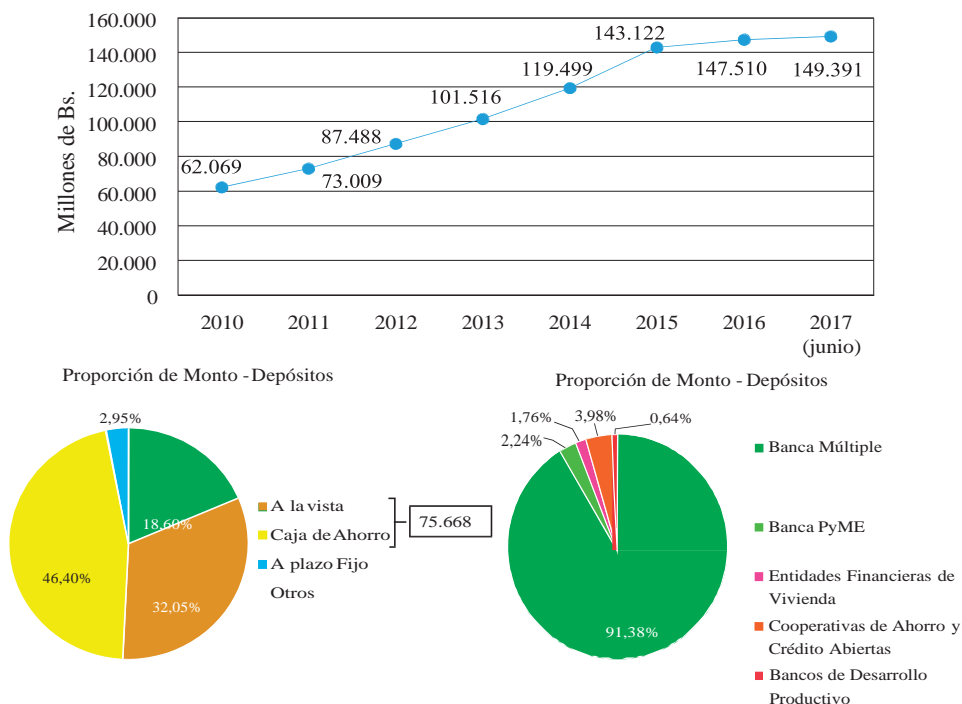
En evolución temporal, ASFI realiza una comparación de junio 2017 a junio de 2016, donde se muestra que los Bancos Múltiples registran un crecimiento de 124.061 millones de bolivianos el 2016, a 136.520 millones de bolivianos el 2017 (10,04%); las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas crecieron de 5.529 millones de bolivianos a 5.942 millones bolivianos, a junio de 2017 (7,46 %); el Banco de Desarrollo Productivo registra una crecimiento de 748 millones de bolivianos a 954 millones de bolivianos (5,35%); en las Entidades Financieras de Vivienda hubo una variación positiva registrándose a junio de 2017, 2.634 millones de bolivianos a comparación del año 2016 de 2.539 millones de bolivianos (3,75%); finalmente los Bancos PyMES registraron una caída en depósitos públicos, registrando una caída de 6.940 millones de bolivianos a 3.342 millones de

bolivianos, un decrecimiento notorio (51,84%), baja que se explica por la fusión del Banco PyME los Andes Pro Credit S.A., cuentas que se redirigieron hacia el grupo de Bancos Múltiples (Banco Mercantil Santa Cruz).

De estos datos explicados, podemos deducir lo siguiente:

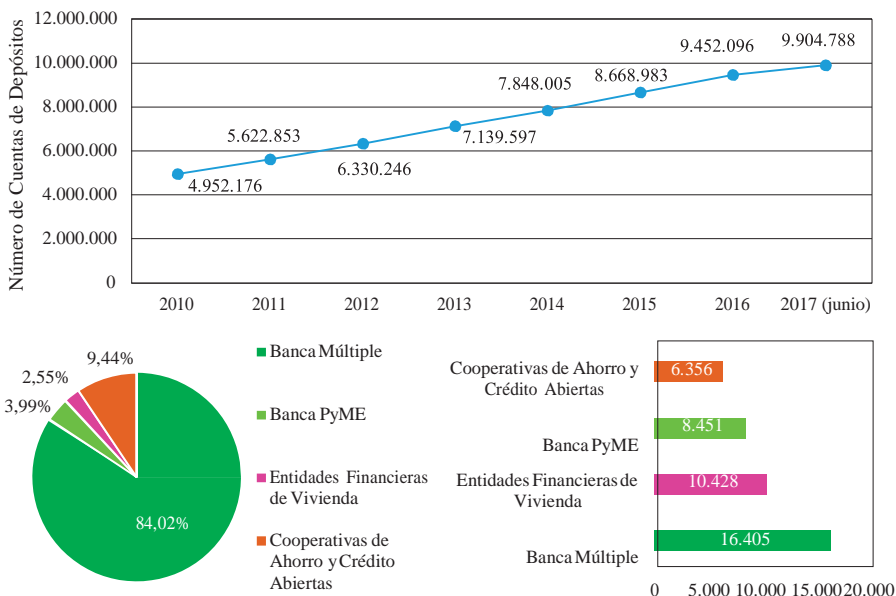
- **Banca Múltiple** tiene importancia cuantitativa fundamentada tanto en el valor de depósitos como la cantidad de cuentas registradas.
- **Cooperativas de Ahorro y Crédito** registran una cantidad numérica importante de cuentas, pero con valor inferior que los demás tipos de entidades.
- Mientras que las **Entidades Financieras de Vivienda** y la **Banca PyME** registran un número menor de cuentas, pero con un valor mayor e inferior a la media general en depósitos.

Figura 30. Evolución y Tipo de Depósitos Públicos (valor) en el Sistema de Intermediación Financiero en Bolivia



Fuente: Elaboración propia con base a información de ASFI (junio 2017).

Figura 31. Evolución y Tipo de Depósitos Públicos (en cantidad) en el Sistema de Intermediación Financiero Boliviano



Fuente: Elaboración propia con base a información de ASFI (junio 2017).

Según ASFI a junio de 2017, los departamentos que presentan una mayor proporción de depósitos del público, en el sistema financiero nacional son: La Paz (47%), Santa Cruz (33%) y Cochabamba (11%).

Si se considera los depósitos a la vista, caja de ahorros, los montos depositados, entre la gestión 2015 y 2016, según ASFI, registran un crecimiento en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (0,45%), debido a la adición de dos nuevas Cooperativas⁸⁴; entre las entidades con decrecimiento están las Entidades Financieras de Vivienda, con un decrecimiento (16,25%) en alguna forma debido a la fusión por absorción de la E.F.V. La Paz⁸⁵; seguida de la Banca múltiple, con un decrecimiento mínimo (4,34%), aunque el Banco Fie, destaca por su crecimiento (29,49%) con respecto a la anterior gestión. Finalmente, la Banca Pyme evidencia un decrecimiento (3,53%), a pesar de

⁸⁴ Las entidades que obtuvieron su respectiva autorización de funcionamiento por ASFI son: La Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta CACEF Ltda. y Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta Progreso Ltda.

⁸⁵ La fusión por absorción fue a favor del Banco Mercantil Santa Cruz y terminó en febrero de 2017.

la fusión del Banco PyME Los Andes Pro Credit⁸⁶. Por tanto, en promedio existió un decrecimiento en los depósitos, a la vista y caja de ahorros durante la gestión 2016.

Por otra parte, de la cantidad de cuentas existentes en los depósitos a la vista y caja de ahorros, la Banca Múltiple registra un crecimiento moderado (11,67%), al igual que las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abierta (5,71%) y la Banca PyME (4,63%), y las Entidades Financieras de Vivienda registran números porcentuales menores.

Por tanto, los consumidores financieros han visto conveniente pasar el valor de sus depósitos a la vista y en caja de ahorros a modalidades más rentables, de preferencia los depósitos a plazo fijo; lo que significa que incluso los nuevos consumidores financieros prefieren tener sus depósitos en DPF⁸⁷ y dejar en segundo plano las cuentas de caja de ahorro y a la vista. Este puede tener un efecto, aunque mínimo, en la utilización de canales propios de la modalidad de depósitos, como la banca digital.

En la gestión 2016, según información de ASFI, la mayor proporción de dinero en cuentas de vista y caja de ahorros corresponde a la Banca Múltiple, destacan el Banco Mercantil Santa Cruz (20,12%)⁸⁸, el Banco Unión (17,42%) y el Banco Nacional de Bolivia (14,95%); en la Banca PyME destaca el Banco PyME Ecofuturo (29%)⁸⁹. De las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas destacan Jesús Nazareno Ltda. (23,36%) y San Martín de Porres (8,92%), finalmente en las Entidades Financieras de Vivienda destaca La Primera (67,79%)⁹⁰ y La Promotora (17,72%). Los cuatro tipos de entidades citadas tienen depositado en sus cuentas un total de Bs. 83'955.649,92, al cierre de la gestión. (ASFI, 2016)

⁸⁶ ASFI en el Anuario Estadístico del 2016, no considera aun la fusión del Banco PyME Los Andes Pro Credit; si suponemos la fusión de esta entidad, con la transferencia total de su cartera que registra al 31 de diciembre de 2016, la Banca PyME pudo haber considerado un decremento porcentual mucho mayor en cuanto a los montos (64,31%), como también al número de cuentas (51,60%).

⁸⁷ Depósito a Plazo Fijo.

⁸⁸ Si se considera la fusión por absorción del Banco PyME Los Andes Pro Credit, la cifra de proporción aumenta a 20,53%, esto en consideración de los montos, el número de cuentas la cifra porcentual aumenta a 14%.

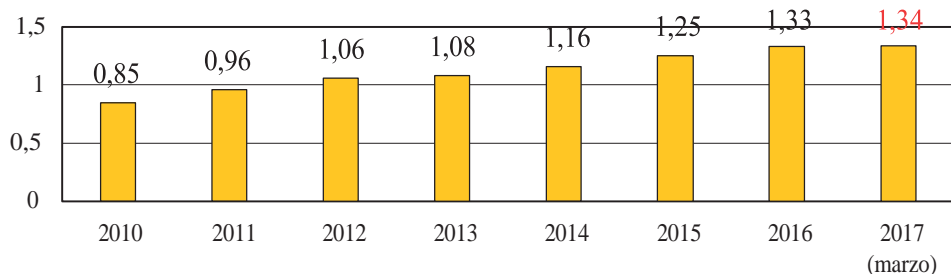
⁸⁹ Si se considera la fusión por absorción del Banco PyME los Andes Pro Credit, la cifra de proporción de Ecofuturo aumenta a 78,24%, esto en consideración de los montos, del número de cuentas la cifra porcentual aumenta a 94,99%.

⁹⁰ Si se considera la fusión por absorción por parte de la E.F.V. La Primera de la entidad La Plata, realizada en abril de 2017, la proporción porcentual del primero se incrementa a 70,31%, esto en consideración de los montos, del número de cuentas la cifra porcentual aumenta a 64,05%.

También del número de cuentas de vista y caja de ahorro, destaca la Banca múltiple, representado por el Banco Unión (15,97%), el Banco Sol (12,93%) y el Banco Prodem (12,88%); en la Banca PyME, destacan las cuentas del Banco PyME Ecofuturo (43,94%); en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas destacan Jesús Nazareno Ltda. (15,32%) y San Martín de Porres Ltda. (9,90%); finalmente en las Entidades Financieras de Vivienda destaca la EFV La Primera (59,75%). De esta forma en estos cuatro tipos de entidades financieras citadas existe un total de 9'293.639 números de cuentas bajo la categoría de vista y caja de ahorros. Finalmente, según los datos estadísticos de ASFI; en la Banca PyME el porcentaje de números de cuentas, a la vista y caja de ahorros, menores a \$500 es 95,70%, en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas alcanzan el 90,86%, en la Banca Múltiple el porcentaje es 87,17% y finalmente las EFV., que registran un menor porcentaje a los anteriores (80,09%). (ASFI, 2017)

Otro indicador de importancia a observar es el número de cuentas, sobre el número de personas con mayoría de edad, que puede mostrar el acceso a servicios financieros; según ASFI, a marzo de 2017, el indicador es igual a 1,34, lo que indica que cada persona mayor de edad en Bolivia, en promedio tiene 1 cuenta de depósito, en la figura 32 este indicador mejoro a lo largo de tiempo analizado.

Figura 32. Número de Cuentas de Depósitos de Personas Adultas en Bolivia (Expresado en unidades)



Fuente: Extraído del Reporte de Inclusión Financiera ASFI (marzo 2017).

b) Créditos del Sistema Financiero

De los créditos otorgados por las Entidades Financieras, según ASFI, a junio de 2017, el valor es de millones de Bs. 143.089 en la cartera bruta, además, existe una tendencia creciente, aunque es menor en comparación al valor de los depósitos, considerando que existe una desaceleración en los últimos años.

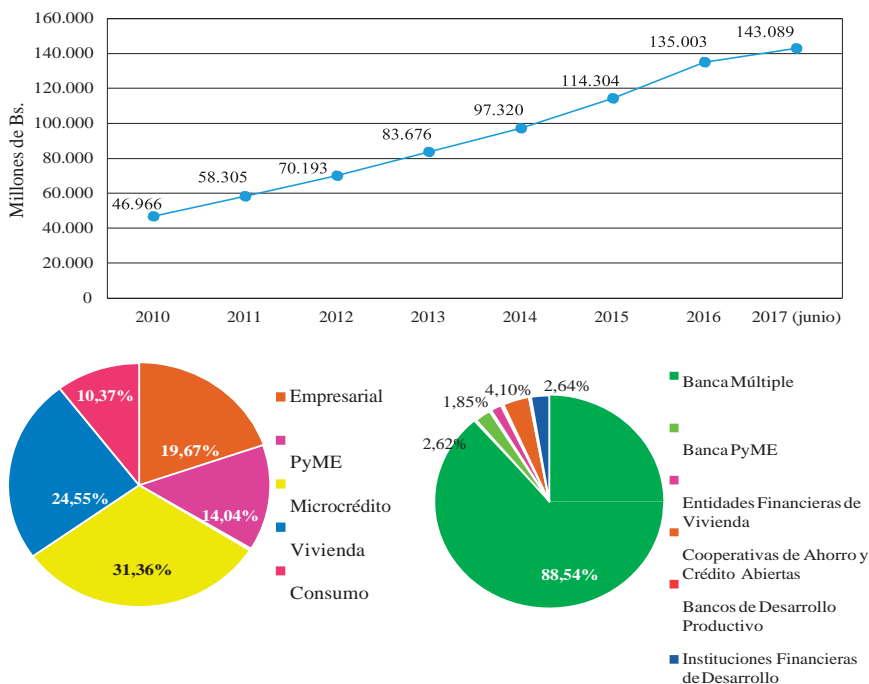
Asimismo, a junio de 2017, la composición de la cartera de créditos muestra que una gran proporción está destinado al Microcrédito (31,36%), Vivienda (24,55%), esta última considera los créditos sociales de vivienda, luego está la empresarial (19,67%), el crédito de consumo, con la tarjeta de crédito (10,37%). Las entidades con mayor proporción en valor de la cartera de créditos es la Banca Múltiple (88,54%). (véase figura 33)

Otro punto interesante, reportado por ASFI, es el tipo de crédito por entidad, así por ejemplo a junio de 2017, la Banca Múltiple tiene una cartera de créditos destinado al sector microcréditos (28,87%) y al sector vivienda (24,8%), por tanto, tienen mayor equidad en la distribución de su cartera; la Banca PyME registra mayor proporción de microcréditos (69%) y en créditos de consumo (12%); las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas tienen una mayor proporción en el crédito de consumo (41%) y en microcréditos (39%). Por último, las Entidades Financieras de Vivienda registran mayor proporción en créditos para viviendas (79%) y para créditos de consumo (12%).

Para conocer la evolución temporal, según ASFI de junio 2016 a junio de 2017. La cartera de créditos en Bancos Múltiples, en los meses de análisis, pasó de 106.712 millones de bolivianos en 2016 a 126.694 millones de bolivianos en 2017, registrando un crecimiento positivo (18,72%); por otra parte, la cartera de créditos en Cooperativas de Ahorro y Crédito crecieron de 5.336 millones de bolivianos de junio 2016 a 5.872 millones de bolivianos a junio 2017 (10,04%); en Entidades Financieras de Vivienda se registró un incremento de 2.589 millones el 2016 a 2.645 millones el 2017 (2,17%) y en el Banco de Desarrollo Productivo de 86 millones de bolivianos el 2016 a 348 millones de bolivianos el 2017. La cartera de créditos el Bancos Pyme decreció en 51,76%.

Sobre la cantidad de prestatarios del sistema de intermediación financiera, a junio 2017, fue 1.507.988. Siendo la mayor proporción de prestatarios por entidad en la Banca Múltiple (65,37%).

Figura 33. Evolución y Tipo de Crédito en el Sistema de Intermediación Financiero Boliviano



Fuente: Elaboración Propia con base a información de ASFI (junio 2017).

Los departamentos con mayor cartera de crédito, en cantidad de dinero, en el sistema financiero son Santa Cruz (40%), seguido de La Paz (25%) y Cochabamba (18%).

En el sector de créditos de consumo⁹¹ incluido la tarjeta de crédito, para la gestión 2016, comparado con la gestión precedente, en los Bancos Múltiples representaron en crecimiento el 20,10 %, el Banco Fassil, registra mayor crecimiento (145,04%) y las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (11,14%), es importante aclarar que las entidades no bancarias (Las Cooperativas y las Entidades Financieras de Vivienda) no otorgan tarjetas de crédito.

Por entidad financiera, en cuanto a valor de los créditos de consumo en la gestión 2016, con respecto a la Banca Múltiple, destacan el Banco Mercantil Santa Cruz (17,13%), siendo la entidad con mayor número de créditos de consumo en el sistema, el Banco Unión (17,07%) y el Banco Nacional de Bolivia (15,34%). En la Banca PyME, destaca

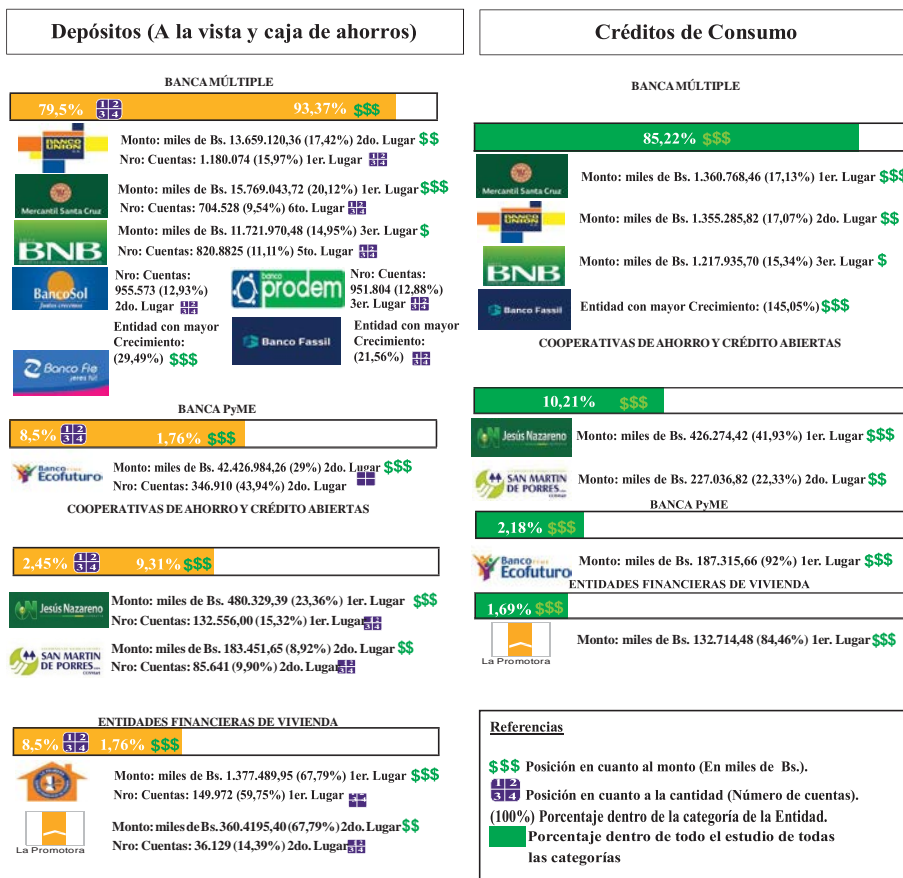
⁹¹ Para el análisis de este tipo de crédito, solo se consideró el registro de “créditos de consumo” dentro de la cartera de créditos.

Ecofuturo (92%) y en las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abierta destaca Jesús Nazareno Ltda. (41,93%). En las Entidades Financieras de Vivienda destaca la Promotora (84,46%), considerando que la cartera de consumo total para estas cuatro entidades es de Bs. 9.318.630,37 al cierre de la gestión 2016.

En valor de la cartera de créditos de consumo, a junio 2017, la mayor cantidad está en la Banca Múltiple, 11.343 millones de bolivianos, 76,43% de la cartera de créditos.

Para conocer la relación de créditos respecto la cantidad de personas activas, denominadas PEA (Población Económica Activa). Según ASFI, a marzo de 2017, el porcentaje de PEAs con crédito es de 26,24%, cantidad que decreció respecto al 2015. Por departamento, a marzo 2017, Pando (24%), La Paz (22%) y Tarija (22%), son los más importantes.

Figura 34. Análisis de Entidades Financieras por Colocaciones y Captaciones en Bolivia (2016)

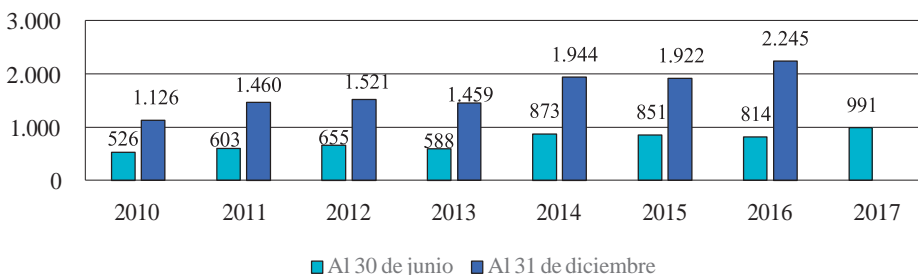


Fuente: Elaboración propia con base Anuario Estadístico de ASFI (2015) y (2016).

c) Utilidades en el Sistema Financiero

Según ASFI, la evolución de las utilidades de todas las entidades es positiva, de esta manera, a junio de 2017, las entidades tuvieron una utilidad de Bs. 991 millones con un crecimiento del 12,71% respecto a la gestión anterior. Asimismo, los Bancos Múltiples presentan una tasa de crecimiento en utilidades de 91,12%, seguido de las Instituciones Financieras de Desarrollo 3,13% y la de los Bancos de Desarrollo Productivo 2,12%.

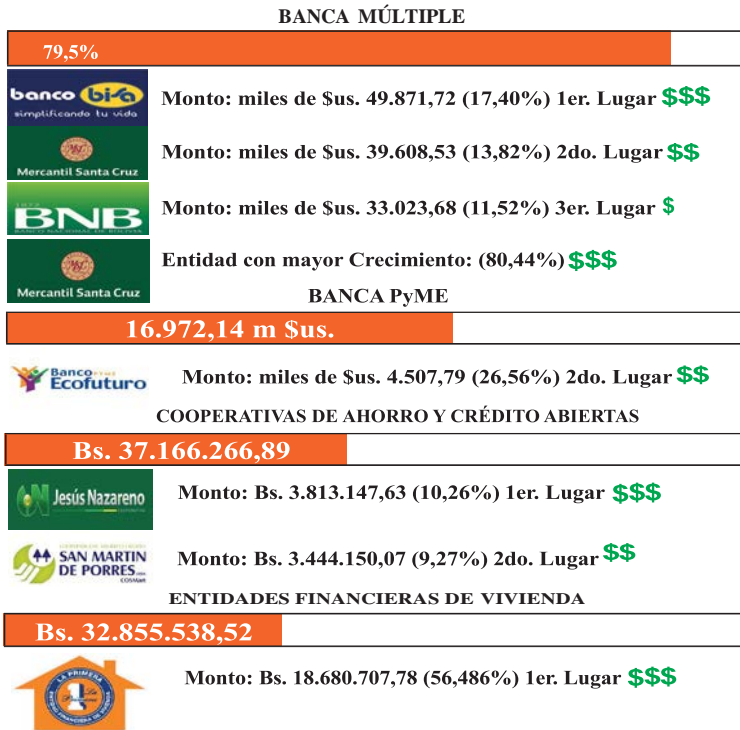
Figura 35. Evolución de Utilidades del Sistema de Intermediación Financiero Boliviano (Expresado en millones de Bs.)



Fuente: Elaboración propia con base a información de ASFI (junio 2017).

Las entidades con mayores utilidades a diciembre 2016, según ASFI, fueron: Banco Bisa (17,40%), Banco Mercantil Santa Cruz (13,82%) y BNB (11,52%). De los bancos Pyme, el banco PyME Los Andes Pro Credit, el banco PyME Ecofuturo (26,56%). De las Cooperativas de Ahorro y Crédito abiertas, destaca Nazareno Ltda. (10,26%) y San Martín de Porres Ltda. (9,27%); y finalmente de las Instituciones Financieras de Vivienda sobresale La Primera EFV (56,86%). Por tanto, es necesario remarcar que la entidad con mayor crecimiento respecto a la gestión 2015 fue el Banco Mercantil Santa Cruz (80,44%).

Figura 36. Análisis de las Entidades Financieras Bolivianas por sus Utilidades, 2016



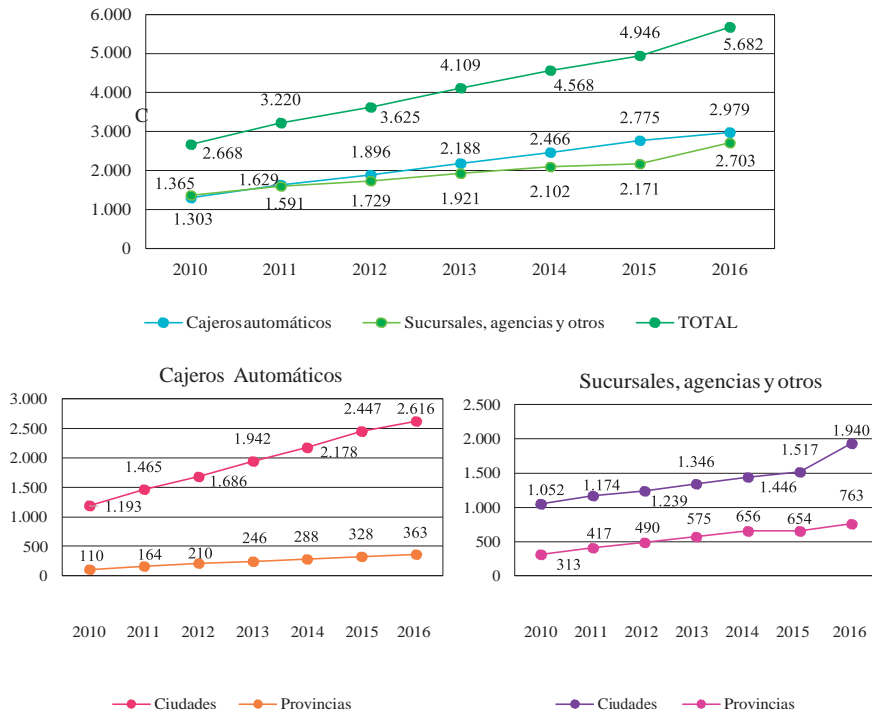
Fuente: Elaboración propia con base a Anuario Estadístico ASFI (2016)

d) Puntos de Atención del Sistema de Intermediación Financiero

Según ASFI, a diciembre 2016 se reportó un total de 5.682 puntos de atención financiera (PAF) de los cuales 2.979 (52,43%) son Cajeros Automáticos (ATMs) y 2.703 (47,57%) son Sucursales agencias entre otros. Se establece que existe una tasa de crecimiento constante en ambos ítems desde el año 2011. De las agencias, oficinas y otros, a diciembre de 2016, comparado con la anterior gestión, se registró un crecimiento del 24,50% y los cajeros automáticos crecieron en 7,35%. Por tanto, actualmente es más importante la creación de oficinas comparado con los puntos ATMs.

Por otra parte, según ASFI la distribución geográfica de las agencias y sucursales, a diciembre 2016 en áreas urbanas (capitales de departamento y el Alto) es 71,77%. Asimismo, existe una mayor proporción de Cajeros Automáticos en el área urbana (87,82%) comparado el área rural (12,18%) (véase figura 37).

Figura 37. Cantidad de PAF en el Sistema de Intermediación Financiero Boliviano



Fuente: Reporte de Principales Variables de Sistema Financiero ASFI (2016).

Finalmente, las tasas de crecimientos porcentuales 2016 respecto al 2015, registraron una mayor creación de agencias, sucursales en provincias (10,67%) que en ciudades (6,91%). Con respecto a los cajeros automáticos, se registra un crecimiento importante en lugares donde no existe la suficiente cantidad de oficinas financieras.

4.3. Canales Tradicionales en Bolivia

Los canales tradicionales que se encuentran dentro del sistema financiero son: La banca telefónica y las oficinas, agencias o sucursales de las entidades financieras, este último canal, correspondiente a los canales de distribución tradicional.

4.3.1 Oficinas Bancarias en Bolivia

Toda institución financiera que presta sus servicios en Bolivia tiene básicamente una oficina y sede, en el país, independientemente que sea un banco, una cooperativa, una entidad o institución.

ASFI a través de la circular 312/2015, señala que un Punto de Atención Financiero (PAF), es un espacio físico, que cuenta con las condiciones necesarias para realizar

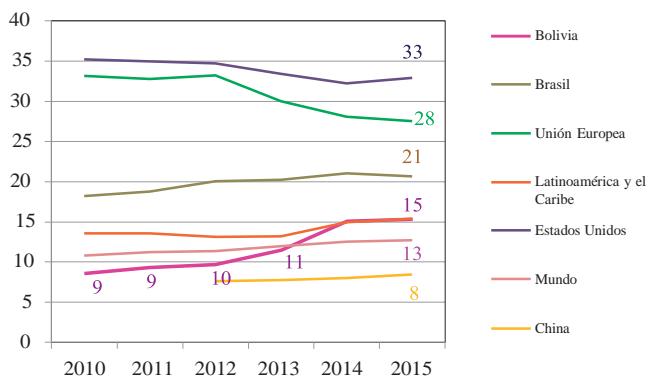
operaciones de intermediación financiera o servicios financieros complementarios, según corresponda, en el marco de la ley 393 de acuerdo a lo establecido en la Recopilación de Normas para los Servicios Financieros (RNSF). Entonces un PAF, puede involucrar un cajero automático como también otras diferentes categorías que describe el reglamento, entre los cuales figuran: Las agencias fijas, sucursales, móviles entre otros.

a) Acceso a las Oficinas Bancarias en Bolivia

Aún es importante el desarrollo de las oficinas bancarias en nuestro país, definida bajo el siguiente enunciado: “En tanto existan localidades con más de dos mil habitantes que no tengan puntos de atención financiera (PAF) (nula bancarización) todas las entidades de intermediación financiera, deben cumplir una meta anual de apertura de PAF (que no incluye cajeros automáticos, ventanillas de cobranza, ni puntos promocionales de venta ni oficinas feriales temporales) en localidades con baja o nula bancarización, de acuerdo al mapa de bancarización que ASFI publicará y actualizará mensualmente en su sitio web” esto de acuerdo al circular 312/2015. (ASFI, 2015)

Así, una comparación descriptiva, demuestra que Bolivia en comparación a otras regiones del mundo, está en una situación intermedia en cuanto a disponibilidad de sucursales bancarias para el consumidor financiero, para el año 2013, la situación respecto al promedio a nivel global era baja, siendo la tasa estudiada del mundo de 13 sucursales bancarias y la del país de 11, actualmente la tasa es de 15 sucursales, superior al promedio de 13 sucursales a nivel mundial, además tiene un ritmo similar de crecimiento que en Latinoamérica.

Figura 38. Sucursales de Bancos Comerciales en el mundo por cada 100.000 Adultos (Expresado en unidades)



Fuente: Elaborado con base a datos disponibles por Banco Mundial (2015).

Respecto a otros países y regiones, Brasil tiene 28 sucursales, además de tener una buena penetración de la banca digital, Estados Unidos, dispone de 33 sucursales, superando las 28 sucursales de la Unión Europea, con situación de desaceleración en cuanto a nuevas sucursales. Además, China tiene una tasa de 8 sucursales, debido a los lineamientos que se está siguiendo con la inversión en tecnología financiera por la población que posee.

A nivel nacional, en cuanto a PAF, sin contar los cajeros automáticos, por cada departamento, dentro del sistema bancario, y el no bancario, conformado por cooperativas e instituciones financieras de vivienda, según el Anuario Estadístico de ASFI 2016⁹²; se refleja lo siguiente:

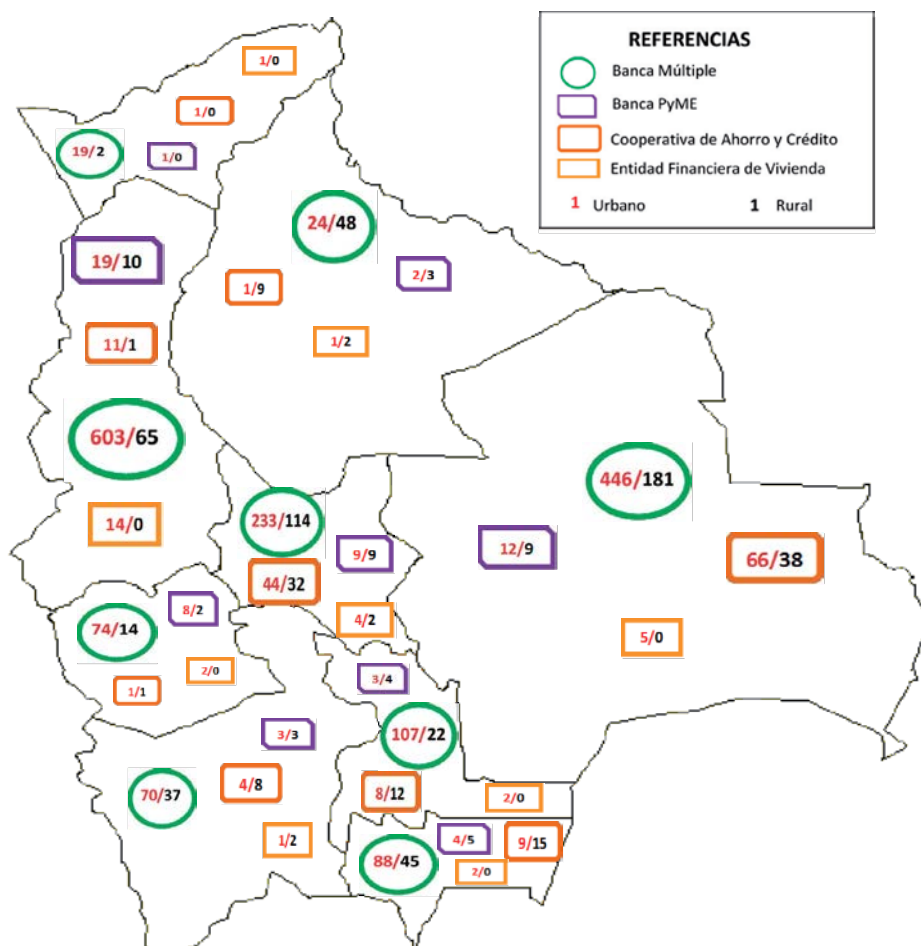
- **El sistema Bancario Múltiple**, posee el mayor número de PAF en el país, 2.192 puntos a nivel nacional, 1.668 PAF en las zonas urbanas (76,1%) y lo restante en la zona rural, siendo el Banco Bisa, el banco y la entidad financiera con mayor cantidad, 298 PAF, seguido de Banco Nacional de Bolivia, 287 PAF; y posteriormente Banco Unión, 269 PAF; La Paz es el departamento con mayor PAF para este sector, con establecimientos en las zonas urbanas y rurales.
- **Las Cooperativas de Ahorro y crédito Abiertas**, poseen en conjunto de 261 PAF a nivel nacional, de los cuales 145 PAF se encuentran en las zonas urbanas (55,56%), la más representativa es Jesús Nazareno, con 43 puntos, siendo el departamento de Santa Cruz, el más atendido por este sector, además que es el sector que más atención le da a las provincias, con un 116 PAF (44,44% del total) ubicados en zonas rurales a nivel nacional.
- **La Banca PyME**, cuenta con 106 PAF en todo el país, con 62 PAF en las zonas urbanas (58,49%); 91 PAF son del Banco PyME Ecofuturo; esta banca tiene establecimientos en su mayor proporción en La Paz.
- Finalmente, **Las Entidades Financieras de Viviendas**, en conjunto tienen 38 PAF a nivel nacional, de las cuales 32 PAF se encuentran en zona urbana, siendo EFV La Primera, la más representativa, con 24 puntos, este sector atiende en mayor proporción al departamento de La Paz, y con mayoría de establecimientos en las ciudades. (véase figura 39)

A nivel nacional, el departamento con mayor PAF dentro del sistema financiero es el departamento de Santa Cruz (29,15%), con 757 puntos, seguido de La Paz (27,84%) con 723 puntos, Cochabamba (17,21%), con 447 puntos y, a nivel nacional se cuenta con 2.597 PAF funcionando dentro de todo el sistema financiero.

⁹² Disponible en: <https://www.asfi.gob.bo/index.php/mv-estadisticas/anuario-estadistico-mv.html>

Esta información es esencial para poder comprender la situación geográfica del campo de acción de operaciones realizadas por las entidades financieras, según el papel que desempeñan dentro del sistema financiero.

Figura 39. Situación descriptiva de los PAF por departamento en Bolivia según el tipo de Entidad Financiera



Fuente: Elaboración propia con base datos disponibles en el Anuario Estadístico ASFI (2016).

b) Utilización de los Canales Físicos (oficinas, agencias, entre otros)

Según la ASFI a través de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros realizada el 2016, referente a la “Sección 10: Acceso, comodidad y seguridad” según la calificación que otorga el consumidor financiero “la seguridad al realizar transacciones” obtuvo la calificación alta (50% de los consumidores financieros, calificaron con una nota mayor o igual al 9); En cuanto a “la ubicación oficinas y el sentirse a gusto y cómodo con las mismas”, tiene menor dispersión, concentrándose el 50% de las calificaciones entre 7 y 9, en la gestión 2016.

Con respecto a la gestión 2017, se evidencia que la mayoría de los consumidores financieros (82%) está de acuerdo, en algún grado, con la afirmación “Esta entidad cuenta con un número adecuado de oficinas de atención al público” otorgando a la misma un nivel de aceptación mayor a 5.

Las oficinas bancarias tradicionales cuentan con una buena aceptación en cuanto a seguridad, comodidad y confiabilidad, siguen siendo las de mayor preferencia con respecto a los demás canales ofrecidos por las entidades financieras.

4.4. Canales de la Banca Electrónica en Bolivia

Para describir los canales que conforman la banca electrónica, se consideró dos variables importantes, el uso, desde el enfoque del consumidor y el acceso desde el enfoque de la entidad financiera.

- **Utilización:** Para la cuantificación en cuanto al porcentaje de utilización del canal respectivo de la banca electrónica, según información presentada por ASFI, en las versiones 2015, 2016, y 2017, en la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, se presenta la percepción del consumidor financiero de los canales que conforman la banca electrónica.
- **Acceso:** Se utilizó información disgregada del portal en línea de ASFI, acerca de los canales electrónicos, por departamento, región y otros segmentos de importancia, que permite observar la disponibilidad de los canales de la banca electrónica.

4.4.1 Cajeros Automáticos o ATMs en Bolivia

Según normativa de ASFI, recopilado de Normas para Servicios Financieros⁹³, en la reglamentación correspondiente, artículo 3, denomina cajeros automáticos a: “Punto de atención financiera (PAF) que permite a los clientes y/o usuarios de servicios financieros, mediante la operación de una máquina dedicada al efecto, de forma enunciativa y no limitativa, realizar retiros y/o depósitos de efectivo, consultas de movimientos y saldos,

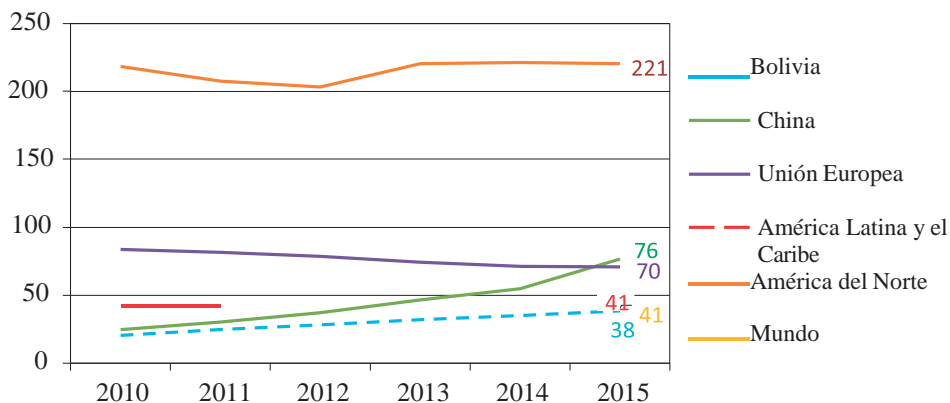
⁹³ Recuperado de <http://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/Textos/L02T06.pdf>

rescate de cuotas, transferencias entre cuentas propias y a cuentas de terceros, carga de dinero almacenado en la billetera móvil y/o pagos de servicios, mediante el uso de tarjetas de débito, tarjetas de crédito, tarjetas pre pagadas y billetera móvil, que debe cumplir con lo establecido en el presente Reglamento. Los cajeros automáticos son también conocidos por su sigla en inglés: ATM (*Automated Teller Machine*)”.

a) Acceso a los Cajeros Automáticos

Según datos del Banco Mundial, el panorama de ATMs en Bolivia es ascendente, del año 2010, de 20 cajeros por cada 100.000 adultos, el 2015 subió a 38 cajeros:

Figura 40. Cajeros Automáticos por cada 100.000 Adultos, Bolivia y el Mundo (Expresado en unidades)



Fuente: Elaboración Propia con base a datos de Banco Mundial (2015)⁹⁴.

Así entonces, el Estado Boliviano para el 2015, registro 38 cajeros automáticos por cada 100.1 adultos mayores, proporción menor respecto a la situación de otros países, pero es una media similar a la de América Latina (41 cajeros) y el mundial (41 cajeros), pero no es comparable con los de América del Norte (221 cajeros) con tendencia regular, y la Unión Europea (70 cajeros), con tendencia al descenso, por el uso de la banca por internet.

En ese sentido, las dos empresas autorizadas por ASFI para la emisión y administración de tarjetas de crédito y electrónicas son Red Enlace y Linker, además son los emisores de tarjetas: Europay, MasterCard y Visa, esto según la reglamentación de ASFI, circular 133/2012, tercera sección, artículo 10.

⁹⁴ Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador/FB.ATM.TOTL.P5?view=chart>

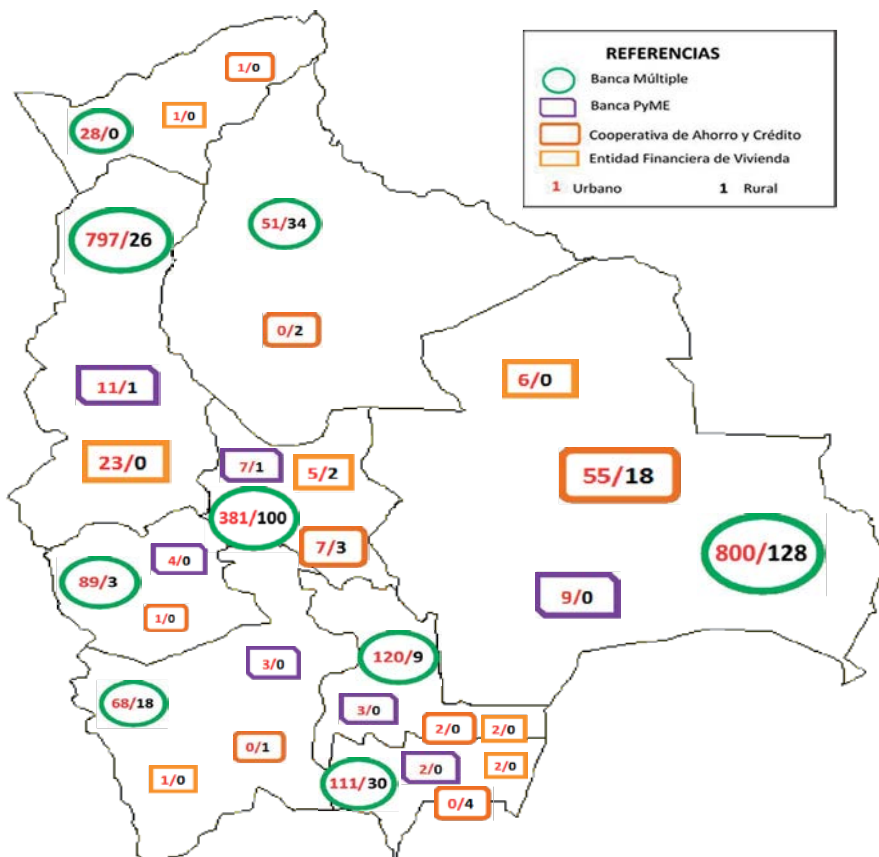
A nivel nacional según los datos de ASFI, los Cajeros Automáticos por departamento, a junio de 2017 tiene la siguiente descripción:

- **El Sistema Bancario Múltiple**, posee el mayor número de ATMs en el país, 2.793 cajeros automáticos a nivel nacional, siendo el Banco Mercantil Santa Cruz, el Banco y la entidad financiera con mayor cantidad, 505 cajeros automáticos; le sigue Banco Unión, 412 ATMs y Banco Bisa, 323 ATMs; Santa Cruz es el departamento con mayor ATMs, los mismos están ubicados en su mayoría en las ciudades.
- **Las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas**, poseen en conjunto 94 ATMs a nivel nacional, la más representativas es Jesús Nazareno Ltda., con 53 ATMs, y San Martín de Porres Ltda., con 19 ATMs; siendo el departamento de Santa Cruz, departamento que más ATMs tiene en las provincias, con un 29,79 % de sus cajeros automáticos ubicados en zonas rurales.
- **Las Entidades Financieras de Viviendas**, en conjunto tienen 42 ATMs a nivel nacional, siendo La Primera EFV, la más representativa, con 34 ATMs, este sector atiende en mayor proporción al departamento de La Paz, y con mayoría de establecimientos en las ciudades.
- Finalmente, **la Banca PyME**, cuenta con 41 ATMs en todo el país, de los cuales 35 cajeros automáticos son del Banco PyME Ecofuturo, esta Banca tiene establecimientos en su mayor proporción en el departamento de La Paz, con mínimo alcance a las provincias a nivel nacional. (véase figura 41)

A nivel nacional:

- Se cuenta a junio de 2017, con 2970 cajeros automáticos dispuestos para el consumidor financiero, de los cuales 2405 (81%) se encuentra en zona urbana, y 565 (19%) en zona rural.
- El departamento con mayor ATMs dentro del sistema financiero es el departamento de Santa Cruz (34,2%), con 1.016 cajeros automáticos, a nivel nacional, seguido de La Paz (29%), con 858 ATMs y Cochabamba (17%) con 506 ATMs, a nivel nacional se cuenta con 2.970 cajeros automáticos funcionado dentro de todo el sistema financiero, de los cuales 2590 ATMs (87,20%) corresponden al área urbana.
- El departamento que tiene una mayor cobertura porcentual en cajeros automáticos para las provincias es Beni con el 41,38% de sus cajeros ubicados en la zona mencionada, mientras que Pando no tiene ningún cajero automático ubicado en provincias.

Figura 41. Situación descriptiva de Cajeros Automáticos en Bolivia por Entidad Financiera



Fuente: Elaboración propia con base datos en el Anuario Estadístico. ASFI (2016).

b) Uso de los Cajeros Automáticos

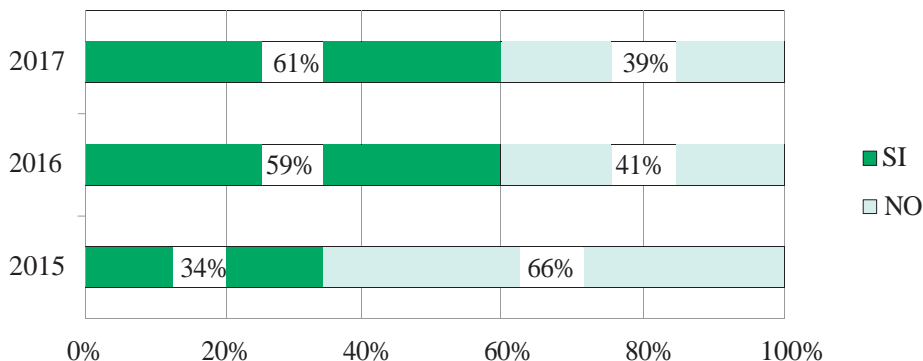
El comportamiento del consumidor financiero es medido en base a la cantidad de usuarios de canales electrónicos, razones de utilización y problemas detectados.

Usuarios de los Cajeros automáticos

En el comportamiento del consumidor frente al cajero automático entre 2016 y el 2017 existió incremento en la utilización de los mismos en Bolivia de dos puntos porcentuales, es

decir, el porcentaje de uso es del 61%, o aproximadamente dos de cada tres consumidores financieros utilizan los ATMs. (véase figura 42).

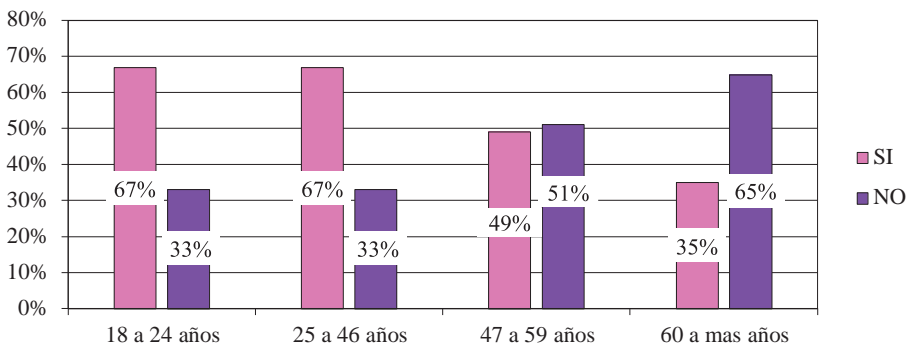
Figura 42. Evolución de la Utilización de cajeros automáticos en Bolivia (2015-2017) (Expresado en porcentaje)



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

Al respecto, el uso de los cajeros automáticos tiene una correlación inversa con la edad, es decir, 67% de los consumidores financieros con edades entre 18 y 24 años usan los cajeros automáticos de las entidades del sistema financiero; esta proporción disminuye al 35% si consideramos consumidores financieros (CF) de 60 años o más. Además, más del 50% de los CF con 47 años o más no usa cajeros automáticos. (ASFI, 2017)

Figura 43. Proporción de Consumidores Financieros que usan Cajeros Automáticos, 2017 (Expresado en porcentaje)



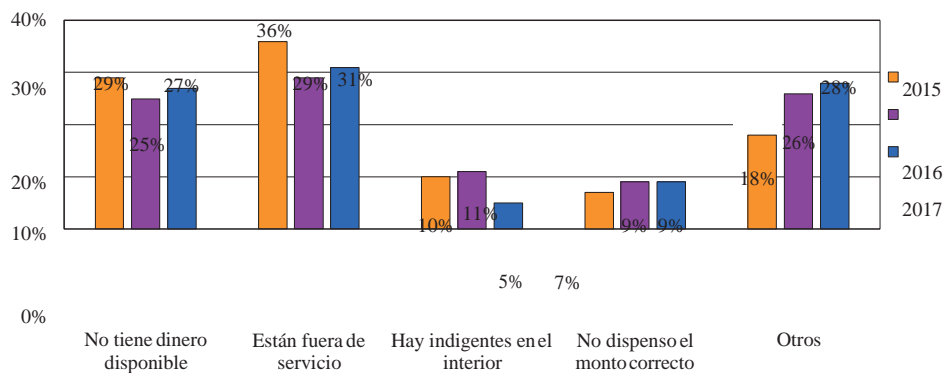
Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

Problemas detectados por los usuarios de Cajeros Automáticos

Los usuarios de cajeros automáticos que detectaron una serie de problemas son el 28%, para la gestión 2017, cifra que ha disminuido respecto a la gestión 2016 (47%).

Los problemas frecuentes que ocurren son: situación de “fuera de servicio” (31%) y le sigue “la falta de disponibilidad de dinero” (27%). Así el 58% de los consumidores financieros fueron afectados por alguno de estos dos problemas. La incidencia de problemas para el usuario en este canal bancario ha disminuido comparado con gestiones pasadas (ASFI, 2017)

Figura 44. Problemas Detectados por Consumidores Financieros de Cajeros Automáticos (2015-2017)



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

Acciones realizadas por los usuarios de Cajero Automáticos

El accionar es diferente para cada consumidor financiero que utiliza los ATMs, de esta manera solamente el 22% de los consumidores utilizan cajeros automáticos para realizar depósitos, transferencias o el pago de servicios básicos, habiendo existido un crecimiento de cuatro puntos porcentuales con relación a la gestión 2016(18%).

Otro dato de importancia señala que además del retiro de efectivo, el servicio demandado con mayor frecuencia en los cajeros automáticos es el pago de impuestos, con una participación de 43%; asimismo, el 35% de los consumidores financieros piensa que el pago de créditos debería ser un servicio adicional de los cajeros automáticos. (ASFI, 2017)

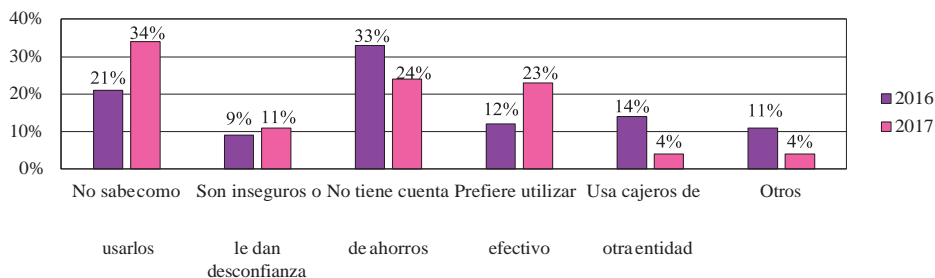
Un dato adicional, según ASFI, da entender que en la escala de Likert, los consumidores financieros están satisfechos con la ubicación de los cajeros automáticos (50% calificaron con

una nota mayor o igual a 7).

Razones de no utilización del Cajero Automático

El 34% de los consumidores que no utiliza ATMs, afirma que “no sabe cómo usarlos”, el 23% “prefiere usar dinero en efectivo”, el 11% “desconfía de su seguridad”, estas variables se han incrementado con los años, siendo quizás la razón principal, la falta de educación financiera de los no usuarios de ATMs. Por otra parte, las razones de “uso de cajeros de otra entidad” y “no tiene cuenta de ahorros”, registro un decrecimiento gradual respecto al 2016. Por tanto, de lo citado líneas arriba ha existido una mejora en la inclusión financiera (véase figura 45).

Figura 45. Razones de NO Utilización de Cajeros Automáticos en Bolivia (2015-2017) (Expresado en porcentaje)



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

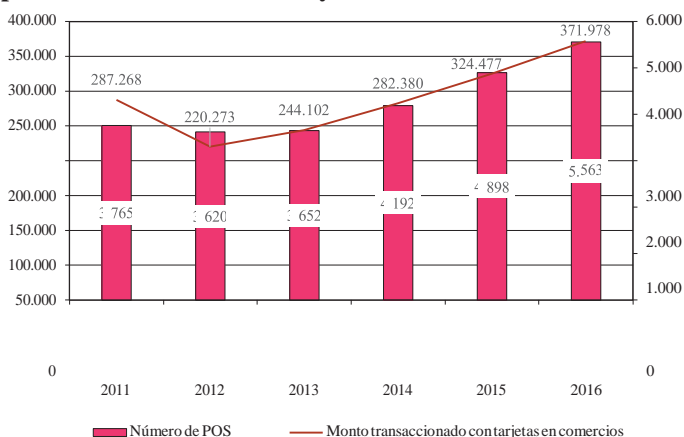
4.4.2 Terminales de Venta POS en Bolivia

El uso de los terminales de venta o del inglés Point of sale, en Bolivia tienen tendencia ascendente. La importancia de los POS como canales de pago incentivan un modelo de negocios basado en pagos sin efectivo y por redes interconectadas, que permite realizar transacciones en línea, con la utilización de instrumentos electrónicos de pago, y otros actores, dentro del sistema de pagos

a) Acceso a Terminales de Venta POS

Según la red Enlace, 2016, existe un crecimiento ascendente del número de POS. Así, al cierre del año 2016 se registró 5.563 POS activos a nivel nacional, en los cuales se realizó un valor en transacciones de US\$ 371.978,052. La relación entre ambas variables es directamente proporcional. Así entonces a mayor número de POS a lo largo del tiempo en Bolivia, ha permitido el incremento del valor de transacciones en este canal. (véase figura 46).

Figura 46. Crecimiento de la Cantidad de POS activos en Bolivia (2011-2016)
(Expresado en número de POS y valor de las transacciones en US\$)



Fuente: Elaboración propia con base Memoria Anual de Red Enlace (2016).

Por otra parte, el acceso a los POS en Bolivia es menor comparado con el promedio de Latinoamérica; aun así la accesibilidad es positiva, por cada 10.000 personas mayores se registra en territorio boliviano 8 POS, mientras que por cada 100 empresas afiliadas en el Registro de Comercio Boliviano, 2 empresas cuentan con este canal de transacción, los crecimientos son constantes a lo largo de tiempo, lo que llama la atención es la baja transacción registrada, en la gestión 2017, 66,87 US\$ por cada por POS activo en territorio boliviano. Si bien el sector se marca como pago minorista, no se ve la masificación constante de pagos. Así entonces, aún el proceso de accesibilidad es menor, influido por el comportamiento del consumidor al momento de realizar la transacción por este canal. (véase tabla 9)

Tabla 9. Análisis de Accesibilidad a POS en Bolivia

	2012	2013	2014	2015	2016
No de Pos activos	3.620	3.652	4.192	4.898	5.563
POS/ 10.000 personas mayores	5,88	5,80	6,52	7,45	8,29
Personas mayores (+18 años)	6.153.019	6.291.874	6.431.477	6.571.240	6.712.239
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 activo	60,85	66,84	67,36	66,25	66,87
Monto transaccionado con tarjetas en comercios (US\$)	220.272,844	244.101,811	282.380,456	324.477,2	371.978,052

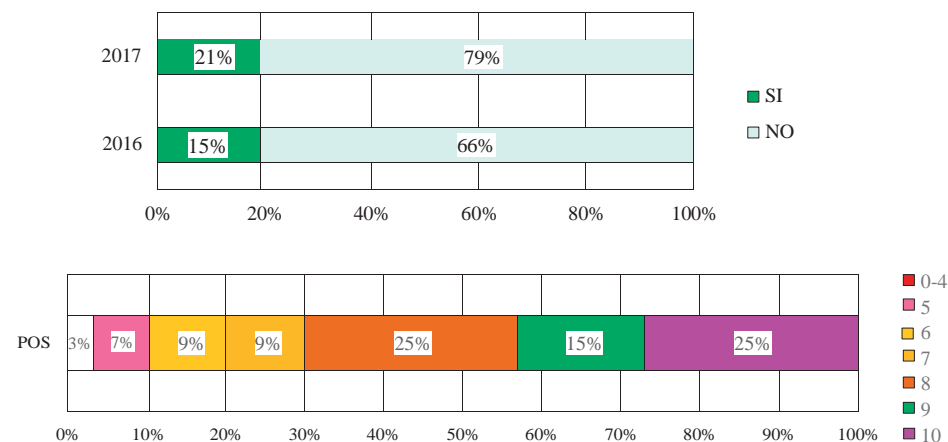
Fuente: Elaboración propia con base a datos seleccionados de Red Enlace (2016), INE (2017) y Fundaempresa (2017).

b) Utilización de los Terminales de Venta POS

Los POS (*Point of Sale*), son el segundo canal de mayor utilización por los consumidores financieros, (el primero son los ATMs); el 21% es la proporción de consumidores que lo utilizan al momento de realizar transacciones electrónicas, con un crecimiento de 6 puntos porcentuales⁹⁵ respecto al 2016 (ASFI 2016 y 2017).

Otro aspecto a considerar, es la calificación que le otorga el consumidor financiero, durante la gestión 2016, el 60% calificaron con valores mayores o iguales a 8 en la escala Likert. Por tanto, los POS cuentan con una calificación mayor en comparación con los demás canales electrónicos analizados. (véase figura 47)

Figura 47. Utilización de POS (*Point of sale*) para Transacciones Electrónicas por el Consumidor Financiero (2016-2017)



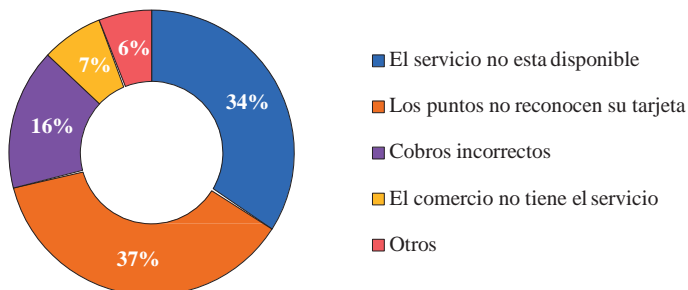
Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2016 y 2017).

Problemas detectados por los Usuarios de POS

Según la 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 tarjetas, porcentaje mínimo, comparado con otros canales. De aquellos que detectaron algún problema, La principal dificultad que experimentaron fue que “el servicio no estaba disponible” (34% mantiene esa afirmación) y como segundo problema indicaron que “los puntos no reconocen su tarjeta” (37%). Asimismo, es importante resaltar que existe un 16 % que afirmó haber tenido “inconvenientes por cobros incorrectos”. (véase figura 48)

⁹⁵ En la puntuación correspondiente al 2017, se realizó la siguiente pregunta ¿Realizó pagos con su tarjeta de débito o crédito en supermercados, comercios, farmacias u otros lugares?

**Figura 48. Problemas al realizar Pagos con Tarjetas en POS, 2017
(Expresado en porcentaje)**

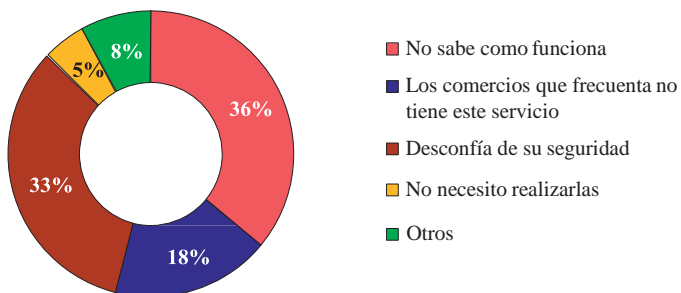


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

Razones de no Utilización de POS

Según la ASFI, 2017, el 79% de los consumidores financieros no utilizó en el último año su tarjeta para compras en comercios, la mayoría de ellos expresó como razón el desconocimiento de su uso. También es relevante que el 33% de los consumidores no utiliza el servicio por “desconfianza en su seguridad” y en menor proporción (18%) debido a que “los comercios que frecuenta no ofrecen ese servicio”. (véase figura 49)

Figura 49. Razones de no utilización de pagos con tarjeta en POS, 2017



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

4.5. Instrumentos de Pago de la Banca Electrónica

Los instrumentos de pago, son de dos tipos: Los Instrumentos físicos y los instrumentos electrónicos. Así entonces los instrumentos físicos, como ser el dinero en efectivo, si bien en primera instancia es un bien físico, en otra oportunidad a recorrido su valor

dentro de un sistema de pagos, o dentro de una cuenta de ahorros, o una inversión, La importancia del dinero no radica en el papel impreso, sino en el valor que tiene.

4.5.1 Clasificación de Instrumentos Electrónicos de Pago

Los instrumentos electrónicos básicamente son aquellos que intervienen para la realización exitosa de la transacción, estos ayudan al fin de los canales que conforman la banca electrónica.

La normativa boliviana señala en el Reglamento para la Emisión y Administración de Instrumentos Electrónicos de Pago (Capítulo III, Recopilación de Normas para Servicios Financieros), circular 133/2012, 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, estando en la lista los siguientes:

- a) **Tarjetas de Crédito:** Son denominadas como: IEP⁹⁶ que, por el mantenimiento de fondos en una cuenta corriente, de ahorro o cuenta de participación en un fondo de inversión abierto, permite realizar electrónicamente órdenes de pago, que incluyen el retiro de efectivo, rescate de cuotas así como consultas de la cuenta asociada.
- b) **Tarjetas de Débito:** IEP que indica la otorgación de una línea de crédito a su titular. Permite realizar compras y/o extraer efectivo hasta un límite previamente acordado.
- c) **Tarjetas pre-pagadas:** IEP en el que se encuentra almacenado un determinado valor, previamente pagado al emisor de IEP, mediante el que se anticipa el monto del consumo que se realizará con la tarjeta con la que se pueden realizar electrónicamente órdenes de pago hasta el valor del importe cargado.
- d) **Ordenes Electrónicas de Traslaciones de Fondos:** IEP que, mediante redes de comunicación, sistemas y desarrollos informáticos especializados como banca digital, banca móvil u otros permite a los titulares y/o usuarios originar órdenes de pago y/o realizar consultas de cuentas relacionadas con el instrumento. También son denominadas dispositivos o documentos electrónicos.

Añadir además que, para el caso de las transferencias electrónicas, el BCB ha emitido una resolución de directorio N 154/2014, que establece tarifas máximas para este tipo de transferencias, además que se acuerda la gratuidad para las transferencias a cuentas de la misma entidad, consulta de saldos, pagos online y pago de impuestos. (véase tabla 10)

⁹⁶ Disponible en: <https://www.asfi.gob.bo/index.php/mv-e>

Tabla 10. Tarifario de Transferencias Electrónicas en Sistema Financiero Boliviano

TARIFAS MÁXIMAS POR ÓRDENES ELECTRÓNICAS DE TRANSFERENCIAS DE FONDOS ENTRE ENTIDADES FINANCIERAS			
Monto en Bs. o su equivalente en Moneda Extranjera	Cámara Electrónica de Compensación (ACH)	Plataforma	Sistema de Liquidación Integrada de Pagos
1-5.000	0	5	30
5.001-50.000	5	10	30
Mayor a 50.000	10	15	30

OTRAS ÓRDENES ELECTRÓNICAS DE TRANSFERENCIA DE FONDOS	
Trasferencias a Cuentas de la Misma Entidad	0
Consulta de Saldos	0
Pago de Servicios Online	0
Pago de Impuestos	0

Fuente: Extraído de Resolución Directorio BCB N° 154/2014⁹⁷

- e) **Billetera Móvil:** La norma la señala como un IEP que acredita una relación contractual entre la EIF (Empresa de Intermediación Financiera) o la ESPM (Empresa de Servicios de Pagos Móviles) y el cliente por la apertura de una cuenta de pago (exclusivamente en moneda nacional) para realizar electrónicamente. Debido a que este Instrumentos es una variante de la banca digital, por que satisface de forma similar la transacción rápida, electrónica y virtual, se considera más adelante, en la sección de “Perspectivas de la Banca Digital”.

No se debe confundir este instrumento con la banca móvil, la cual se encuentra categorizada dentro de banca digital.

- f) **Otros instrumentos electrónicos de pago que el directorio BCB autoriza:** Los canales electrónicos de pagos, son también denominados canales de distribución bancaria, por lo que ambos conceptos significan lo mismo.

⁹⁷ estadisticas/anuario-estadistico-mv.html

https://www.bcb.gob.bo/webdocs/01_resoluciones/154%202014.PDF

https://www.bcb.gob.bo/webdocs/01_resoluciones/154%202014.PDF

4.5.2 Estadísticas de los Instrumentos Electrónicos de Pago

La medición cuantitativa concerniente a los instrumentos electrónicos de pagos es realizada mediante el Sistema de Pagos, que está regido y administrado por el Banco Central Bolivia.

Así, el sistema de pagos, es el escenario principal y condicional para que se realice una exitosa transferencia electrónica, esencia inicial y característica básica de la banca digital.

a) Panorama General del Sistema de Pagos Nacional

Según el Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2016 (Banco Central de Bolivia, 2017) la estabilidad económica y financiera contribuyó a la expansión de las operaciones del sistema de pagos nacional. Por ende, las operaciones electrónicas registraron un crecimiento generalizado; por el contrario, se observó una disminución de las operaciones interbancarias con cheques, lo cual muestra la preferencia de la gente por el uso de instrumentos electrónicos de pago. De igual forma las transacciones en bolivianos registraron participación mayoritaria, que refleja la confianza y expectativas de los agentes en la moneda nacional para fines transaccionales.

Los sistemas de pago y de liquidación de valores vigilados por el Banco Central de Bolivia registraron las siguientes tasas de crecimiento en valor transado:

Pagos de alto valor (22%), órdenes de pago vía ACH (14%), cheques procesados por la CCC (-8%), tarjetas electrónicas (7%), billetera móvil (80%) y valores desmaterializados (8%); es notorio el crecimiento porcentual de gran proporción de la billetera móvil.

Además el Sistema de Pagos nacional movilizó aproximadamente 4,61 veces el PIB en 2016, del cual el sistema de mayor incidencia fue el Sistema de Pagos de Alto Valor del BCB con 2,54 veces, este aspecto muestra referencialmente el grado de desarrollo de la actividad transaccional con relación a la actividad económica en el país (Banco Central de Bolivia, 2017).

Tabla 11. Progresión Económica del Sistema de Pagos Boliviano, 2016

	LIP	ACH	CCC	EDV	TARJETAS	BILLETERA MOVIL
Valor Procesado 2016 (millones de Bs.)	572.518	172.645	86.322	121.637	4.221	1.543
Valor Procesado 2016 (millones de \$us.)	83.457	25.167	12.583	17.731	615	225
Importe Promedio Diario Procesado	2.194	662	331	466	16	6
Número de Operaciones 2016	123.174	3.030.670	1.941.413	42.033	17.636.293	61.879.911
Variación Porcentual (2016-2015) valor de las transacciones	22	14	-8	8	7	80
Variación Porcentual (2016-2015) Valor de las Transacciones	26	57	-5	-9	9	150
Valor medio por Transacción (Bs.)	4,65 millones	0,06 millones	0,04 millones	2,89 millones	239	25

Fuente: Extraído de Informe Sistema de Pagos, BCB (2016)

Así entonces, los sistemas como ACH, tarjetas y billetera móvil, permiten que las transacciones electrónicas por diferentes instrumentos, han registrado un crecimiento, en sus cuentas, tanto en el número de transacciones como en valor, además de observar el crecimiento sustancial de la billetera móvil, como también de las transacciones por ACH, ambos en valor de sus operaciones.

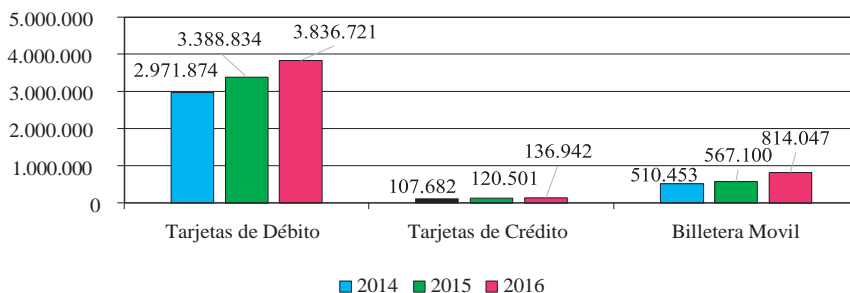
b) Pagos Minoristas (Tarjetas, Billetera Móvil, Órdenes Electrónicas y Cheques)

Dentro del Sistema de Pagos existe básicamente dos sistemas de mayor importancia: El Sistema de Pagos de Alto Valor y el de Bajo Valor también denominado el Sistema de Pagos Minoristas.

El informe del BCB afirma: “El mayor acceso de la población a servicios financieros, también se vio reflejado en un mayor número de operaciones con instrumentos electrónicos de pago (órdenes de pago, tarjetas de pago y billetera móvil) durante la gestión 2016. Contrariamente, los pagos con cheques registraron una tendencia a la baja, aspecto que refleja una menor preferencia del público por el uso de instrumentos físicos de pago”.

Al cierre de la gestión 2016, el número total de instrumentos electrónicos de pago vigentes registrados llegó a 4,8 millones, mayor en 711 mil unidades (17%) al reportado en la gestión 2015. Por tipo de instrumento, las tarjetas de débito representaron el 80% de la cifra total (3,8 millones) seguidas por las billeteras móviles (17%) y las tarjetas de crédito (3%), en si la tarjeta plástica se convierte en los instrumentos de pago electrónicos de mayor número en el sistema financiero. (véase figura 50)

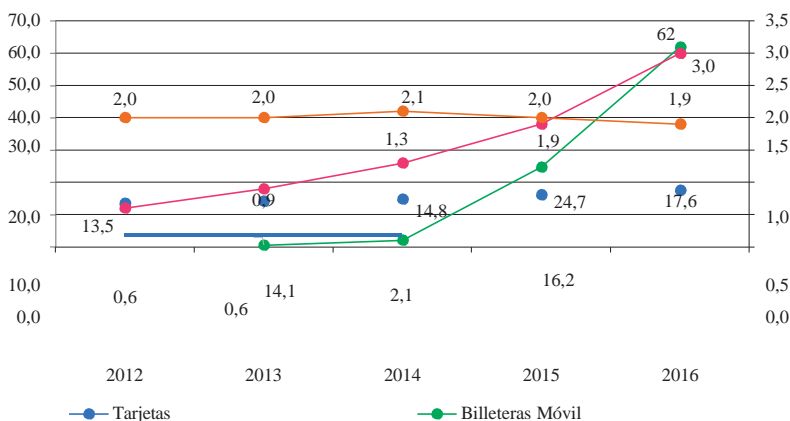
Figura 50. Número de Tarjetas de Pago y Billeteras Móviles vigentes en Bolivia (2014-2016)



Fuente: Adaptado con base a Informe de Sistema de Pagos BCB (2015 y 2016).

El volumen o número de operaciones con billeteras móviles registró un repunte notable durante la gestión 2016, comparado con otras gestiones, de este modo representó el 73% del volumen global de los pagos minoristas, seguido por las tarjetas (21%), cheques (2%) y las órdenes de pago (4%). (véase figura 51)

Figura 51. Número de Operaciones con Cheques Ajenos, Órdenes de Pago, Tarjetas y Billeteras Móviles en Bolivia (Expresado en millones de Operaciones)

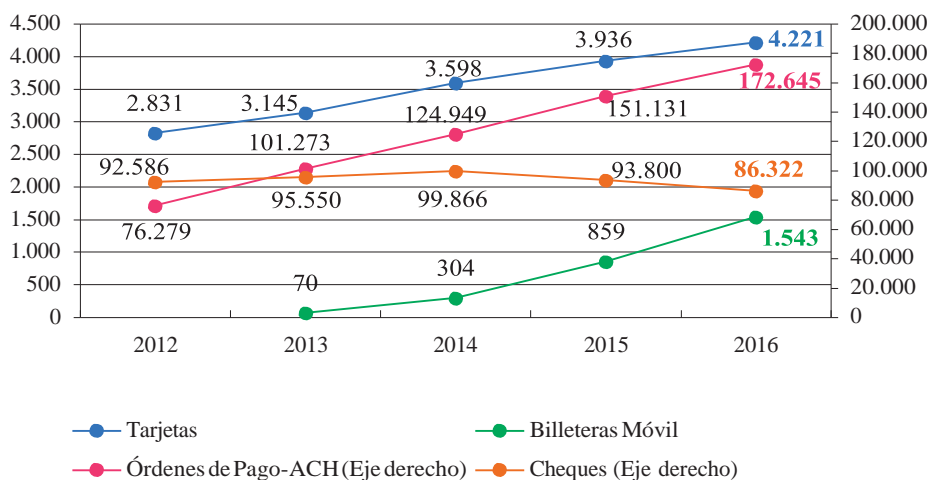


—●— Órdenes de Pago-ACH (Ejederecho) —●— Cheques (Ejederecho)

Fuente: Informe del Sistema de Pagos, BCB (2016).

En términos de valor de las operaciones del Sistema Minorista, el importe de las operaciones con órdenes de pago superó por cuarto año consecutivo al de los cheques procesados en la Cámara de Compensación de Cheques, por otro lado, las transacciones con tarjetas y billeteras móviles continuaron con una evolución positiva. En la gestión 2016, el valor de los pagos con cheques registró una variación negativa, que evidencia menor preferencia por el usuario a instrumentos de pago físicos. (véase figura 52)

Figura 52. Valor de las Operaciones con Cheques ajenos, Órdenes de Pago, Tarjetas y Billeteras Móviles (Expresado en millones de bolivianos)



Fuente: Informe del Sistema de Pagos, BCB (2016).

Lo anterior permite concluir con lo siguiente: “La evolución del número de instrumentos electrónicos de pago en poder del público, así como el volumen de operaciones también son indicadores que permiten inferir sobre el acceso de la población a los servicios financieros y de pago” (Banco Central de Bolivia, 2017).

Pagos con Cheques

Las entidades bancarias reciben cotidianamente cheques ajenos del público (cheques de otras instituciones) los cuales son compensados en la CCC y posteriormente liquidados en dos ciclos diarios. Durante la gestión 2016, la CCC procesó Bs.86.322 millones a través de aproximadamente 2 millones de operaciones. Comparativamente, estas cifras fueron menores en 8% en valor y 5% en volumen con relación al 2015; además la participación de la moneda nacional en el valor alcanzó al 90% y el valor promedio de cada cheque compensado fue de Bs. 44 mil.

Transacciones con Órdenes de Pago

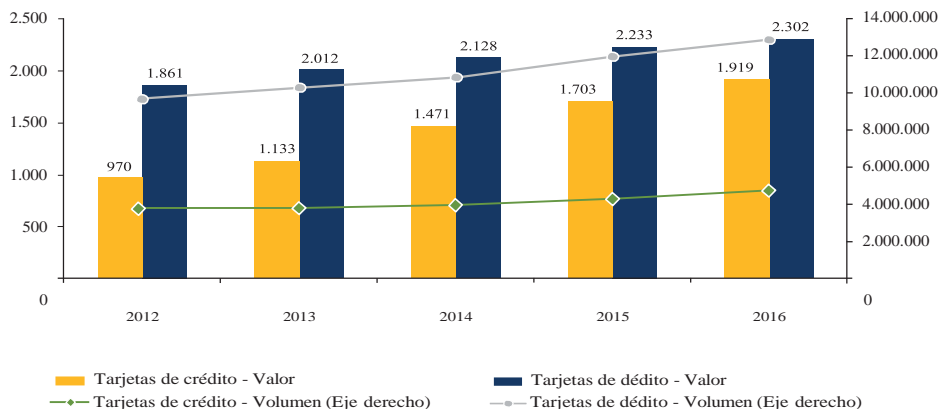
Entre los principales beneficios de efectuar transferencias interbancarias (de cuenta a cuenta) con órdenes de pago están la gratuidad en el costo del servicio (como se mencionó anteriormente) y la eficiencia (reducción de costos de transacción y oportunidad). Para acceder a este servicio, el cliente financiero puede usar el servicio de banca digital, banca móvil o acudir a las ventanillas de las agencias y sucursales de las entidades financieras. Durante la gestión 2016 la evolución de las transferencias electrónicas continuó su tendencia positiva por cuarto año consecutivo. El valor y volumen procesados alcanzaron a Bs. 172.645 millones y 3 millones de operaciones, respectivamente, cifras superiores en 14% y 57% frente a las obtenidas en la gestión 2015. El importe promedio continuó disminuyendo hasta alcanzar a Bs.57 mil, aspecto que muestra un mayor uso de este instrumento para pagos minoristas, la participación de la moneda nacional en estas operaciones fue de 90%.

Pagos con Tarjetas

Actualmente las Tarjetas Electrónicas (crédito y débito) se constituyen en el instrumento más utilizado entre la población para efectuar pagos domésticos. En el país, en la gestión 2016, se registro el crecimiento del número de cuentas de ahorro y el aumento de las operaciones de crédito en el sistema financiero, el volumen de transacciones con tarjetas también aumentó progresivamente. El importe procesado alcanzó a Bs. 4.221 millones y el volumen a aproximadamente 18 millones de operaciones, ambas cifras fueron mayores a las registradas en 2015 en 7% y 9%, respectivamente. El importe promedio por transacción se situó en Bs. 239.

La expansión de los servicios de ahorro y crédito contribuyeron al mayor acceso y uso de tarjetas de pago en Bolivia. Por parte de las tarjetas, en 2016, el valor de los pagos con débito y crédito registraron tasas de crecimiento positivas de 13% y 14%, respectivamente. La tarjeta de débito fue el instrumento más utilizado; el valor de los pagos realizados con este instrumento alcanzó a Bs.2.302 millones y el volumen a 12,8 millones de operaciones, por su parte las transacciones de pago con tarjetas de crédito alcanzaron un valor de Bs.1.919 millones y un volumen de 4,7 millones de operaciones. (véase figura 53)

Figura 53. Valor y Volumen de Operaciones con Tarjetas de Pago
(En millones de bolivianos y número de operaciones)



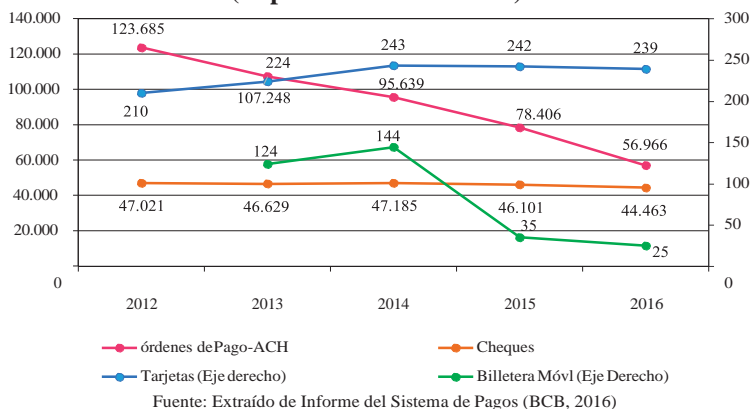
Fuente: Informe del Sistema de Pagos, BCB (2016).

Pagos con Billetera Móvil

El valor y volumen de operaciones con billeteras móviles aumentaron progresivamente desde su implementación en 2013. En los últimos años, se destacó el aumento de la gama de servicios vinculado a este instrumento como el pago de servicios básicos, giros internos, pago de productos, pago de servicios de entretenimiento, la posibilidad de cargar la billetera desde una cuenta bancaria o depositar un monto cualquiera a una cuenta bancaria desde la billetera móvil entre otros. En la gestión 2016 el importe anual procesado alcanzó a Bs.1.543 millones y el volumen a aproximadamente 61,8 millones de operaciones, el importe medio por transacción fue de Bs.25. (véase figura 54)

El sólido marco normativo y las campañas informativas llevadas a cabo por las empresas proveedoras del servicio (E-FECTIVO ESPM S.A., Banco Nacional de Bolivia y Banco de Crédito) contribuyeron a la consolidación de este servicio.

Figura 54. Importe Promedio por Transacción según Instrumento de Pago (Expresado en bolivianos)



Fuente: Informe del Sistema de Pagos, BCB (2016).

4.5.3 Utilización de Instrumentos Electrónicos de Pago

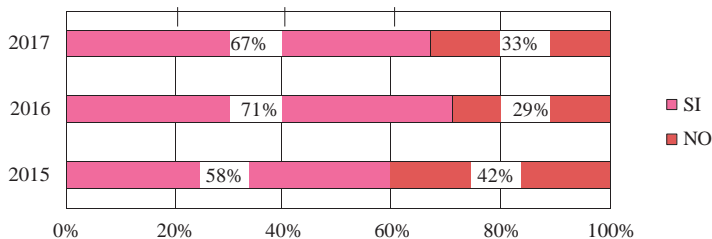
Según la Encuesta Nacional de Servicios Financieros realizada por ASFI, en sus tres versiones (2015, 2016 y 2017).

a) Comportamiento del Consumidor Financiero frente a la Tarjeta de Débito

Utilización de la Tarjeta de Débito

Existe un aumento general en cuanto a consumidores financieros que poseen tarjeta de débito, pese a que el 2017, con respecto al año precedente, existió una disminución de la tenencia en 4 puntos porcentuales, a 2017; el 67% de los consumidores financieros cuentan con una tarjeta de débito asociada a su cuenta, siendo que entre la gestión 2015 y 2016, si se registró un crecimiento positivo mayor. (véase figura 55)

Figura 55. Consumidores Financieros con Tarjeta de Débito asociada a una Cuenta Corriente en Bolivia (2015-2017)

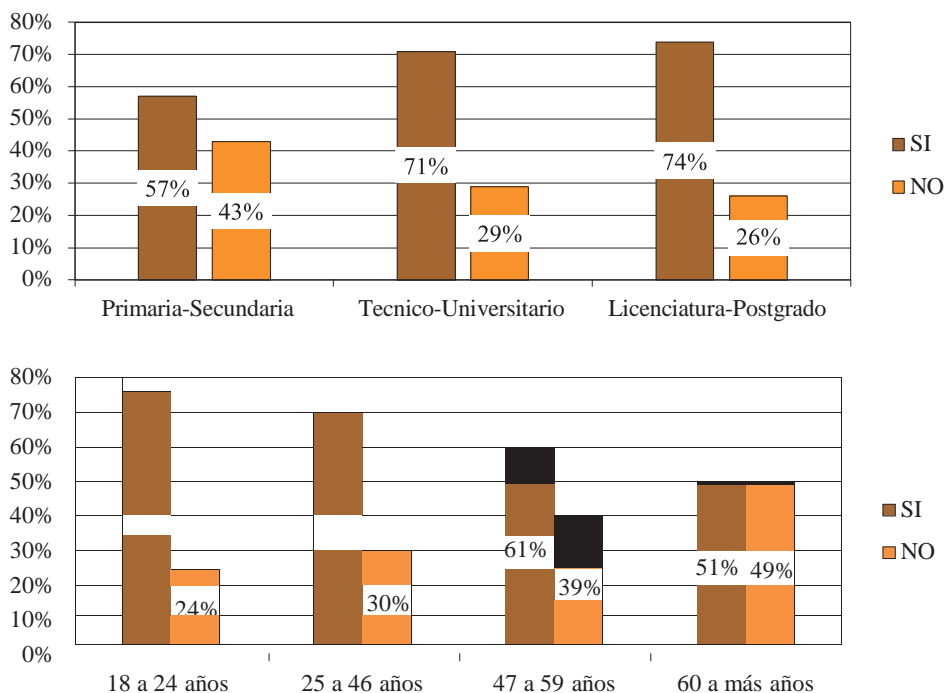


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017).

De la información disgregada según características demográficas para la gestión 2017, como educación, se observa que el porcentaje de consumidores financieros (CF) que tienen tarjeta de débito aumenta con el nivel educativo del consumidor financiero. En niveles de educación inferior, el 57% de los consumidores financieros tiene tarjeta de débito; por otra parte, para consumidores financieros con licenciatura o postgrado el porcentaje aumenta a 74%. Por tanto, existe la necesidad de difundir el uso de tarjetas de débito en sectores de la población con menores niveles de educación. (véase figura 56)

Si se considera la disgregación por edad, el 76% de los CF más jóvenes cuentan con una tarjeta de débito; esta proporción disminuye al 51% en los CF de 60 años o más. Por tanto, la educación financiera sobre el uso de tarjetas de débito debe orientarse en mayor medida a las personas adultas. (véase figura 56)

Figura 56. Consumidores Financieros que realizaron Transacciones Financieras por Internet por Nivel Educativo y Edad

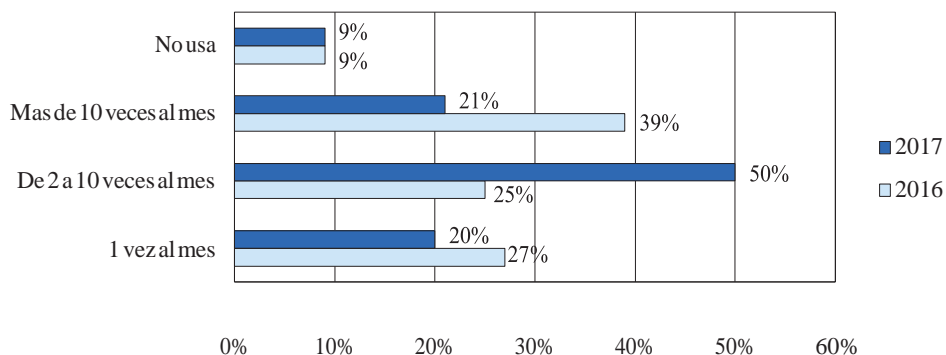


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

Frecuencia de Utilización de la Tarjeta de Débito

La encuesta informa que el 50% de los consumidores financieros que tienen tarjeta de débito expresó que la utilizan de 2 a 10 veces al mes. El 9% no usa su tarjeta de débito. (véase figura 57)

Figura 57. Frecuencia de utilización de la Tarjeta de Débito por los Consumidores Financieros en Bolivia (2016-2017)



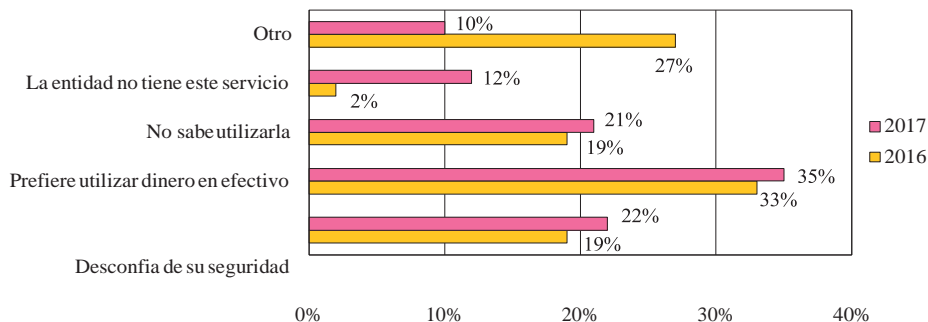
Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2016 y 2017).

Razones de No Utilización de las Tarjetas de Débito

El 33% de los consumidores no tiene una tarjeta de débito asociada a su cuenta el 2017. De este grupo, el 35% indicó que “prefiere utilizar dinero en efectivo”, el 22% manifestó “desconfiar de la seguridad” y el 21% “no sabe utilizarla”.

Así, con respecto al 2016, aumentaron los consumidores financieros que no saben cómo utilizar este instrumento electrónico de pago, la desconfianza en su seguridad, la preferencia en utilizar dinero en efectivo es una situación desfavorable, que se relaciona con la disminución de tarjetahabientes descrito anteriormente. Si bien, los montos a través de este medio aumentaron, los tarjetahabientes, en porcentaje de consumidores financieros disminuyeron, los que utilizan este instrumento han profundizado su uso.

Figura 58. Razones de no utilización de Tarjeta de Débito por los Consumidores Financieros en Bolivia (2016- 2017)



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

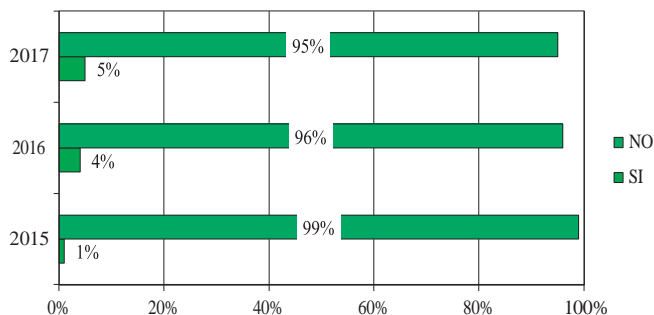
b) Comportamiento del Consumidor Financiero frente a la Billetera Móvil

El comportamiento del consumidor financiero en base a la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, en sus tres versiones, establecen como variables de importancia el uso, tipo de transacciones realizadas, problemas que se presenta, y razones por las cuales el consumidor financiero no realiza transacciones financieras en billetera móvil.

Usuarios de la Billetera Móvil en Bolivia

Según la 3ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros, el 5% de los consumidores financieros utiliza, la billetera móvil, para realizar transacciones electrónicas, en la gestión 2017, con respecto a la anterior gestión se registra un crecimiento de 1 punto porcentual, menor crecimiento con relación a la gestión 2015. (véase figura 59)

Figura 59. Consumidores Financieros que Realizo Transacciones por Billetera Móvil (2015-2017)

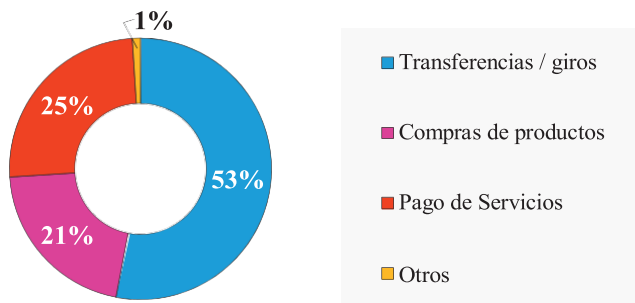


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017).

Tipo de Transacciones de los Usuarios de la Billetera Móvil

Solo el 5% de los consumidores financieros, en el último año, realizó transacciones mediante billetera móvil. De los que usan este servicio, la mayoría recurre al mismo para “transferencias o giros” y para “compras de productos”, con participaciones de 53% y 21% respectivamente. Por su parte, el 25% usa el servicio para el “pago de servicios”. (véase figura 60)

Figura 60. Tipo de Transacciones Realizadas por el Usuario de la Billetera Móvil, 2017

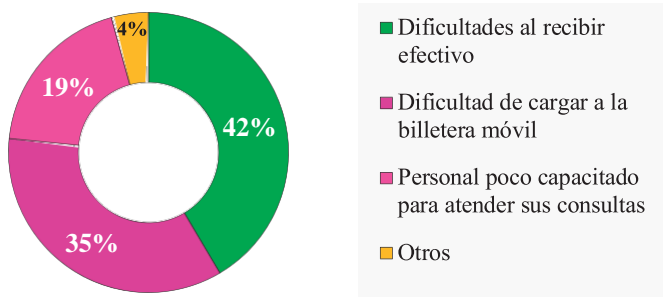


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

Problemas e Registrados por los Usuarios de la Billetera Móvil

Del grupo de consumidores financieros que utilizan la billetera móvil, el 13% afirmó tener algún tipo de problema; entre los principales problemas que experimentaron están “la dificultad al cargar la billetera móvil” (39%) y “las dificultades al recibir el efectivo” (39%). (véase figura 61)

Figura 61. Problemas que afectan a los Usuarios de la Billetera Móvil, 2017

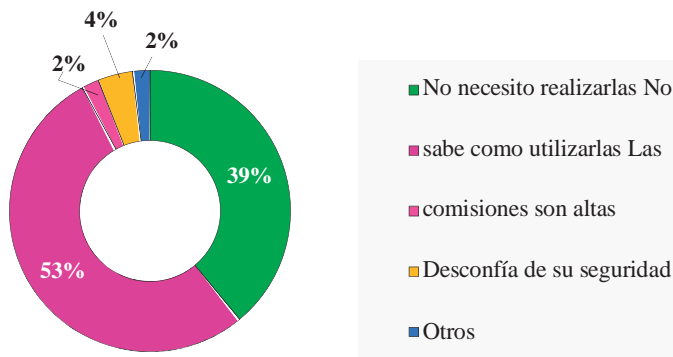


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

Razones de no utilización de la Billetera Móvil

De las personas que no usan billetera móvil, la mayoría no lo hace debido al “desconocimiento en el funcionamiento” y el 39% “no necesita realizarlas”, nuevamente se denota la falta de educación financiera en la utilización de los instrumentos electrónicos de pago. (véase figura 62)

Figura 62. Razones de no utilización de pagos con Tarjeta en POS, 2017



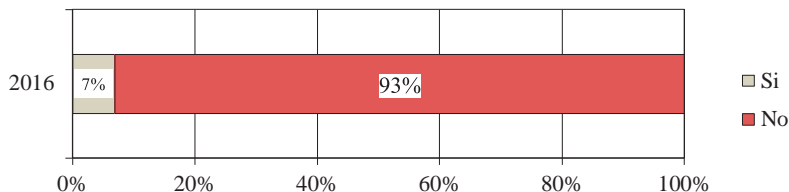
Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

4.6. Educación Financiera en el Sistema Financiero

La Educación Financiera es la capacitación que el consumidor financiero obtiene por parte de las entidades financieras (bancos, cooperativas, etc.), como también de organismos relacionados con el sistema financiero (ASFI, ASOBAN, entre otros), acerca del uso adecuado de los servicios e instrumentos financieros que otorgan las entidades financieras.

Según la ASFI en consulta a los consumidores financieros acerca de si recibió alguna capacitación en cuanto a temas financieros, resultado de aquello, en la gestión 2016, el 93% de los consumidores financieros afirma que: “No recibieron ninguna capacitación”, una cifra que evidencia la falta de enfoque de las entidades financieras hacia sus clientes, incluso esto se relaciona de manera directa con las respuestas que dan los mismos en el desconocimiento del uso y funcionalidad de canales alternos e instrumentos electrónicos de pago. (véase figura 63)

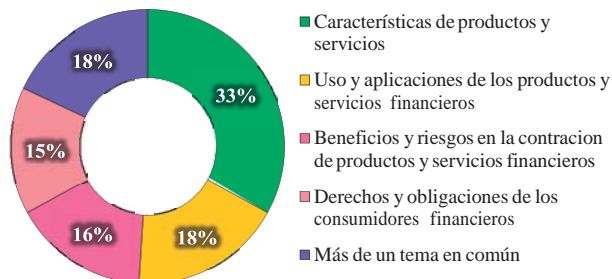
Figura 63. Consumidores Financieros que recibió Capacitación Financiera por parte de Entidad Financiera Boliviana, 2016



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

Los consumidores financieros que recibieron alguna capacitación sobre temas financieros, afirma que fue en los siguientes temas: En mayor proporción (33%) sobre “características de los productos y servicios financieros”, seguido de “uso y aplicaciones de los productos y servicios financieros” (18%), “beneficios y riesgos de la contratación de servicios financieros” (16%), posteriormente “derechos y obligaciones de los consumidores financieros” (15%). Las acciones de las entidades financieras se centran en transferencia de conocimiento, características y uso de los productos y servicios financieros. (véase figura 64)

Figura 64. Temas de capacitación para el Consumidor financiero boliviano 2016



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

4.7. Banca Digital en Bolivia

En la banca por internet, existe mecanismos tales como: herramientas, instrumentos, sistemas que se interrelacionan se conectan, registran y verifican el proceso realizado, así, por ejemplo:

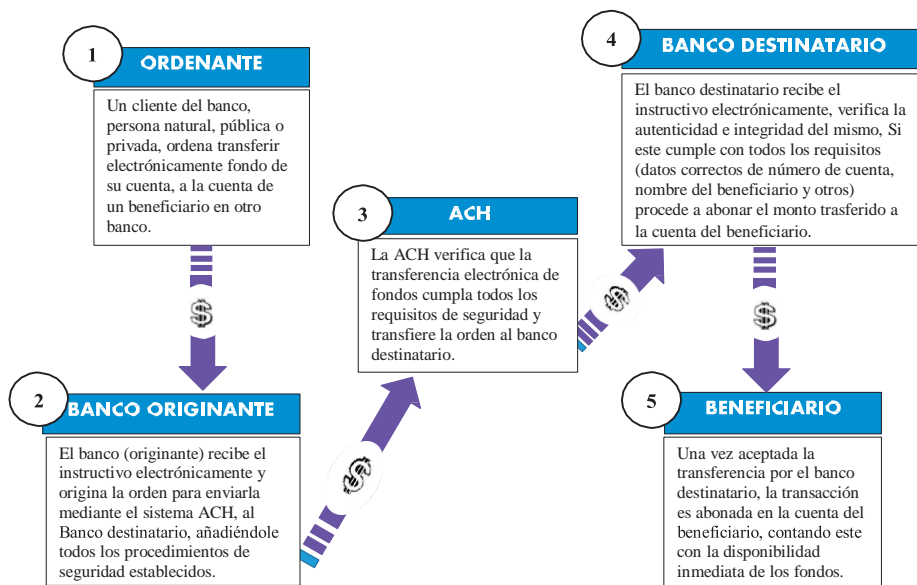
Si un consumidor financiero radica en la ciudad de Cochabamba y quiere realizar una transacción electrónica (instrumento financiero-orden electrónica de transferencia de

fondos) a su esposa, igual consumidor financiero, que radica en Santa Cruz, previamente deberá habilitar la banca por internet (canal electrónico de pago) en su entidad financiera, posteriormente de haber ingresado, utilizara la opción de trasferencia interbancaria o bancaria, sea el caso, lo que la Entidad Bancaria mediante su sistema verifica, si el consumidor tiene los fondos suficientes, además que la orden sea fidedigna y real para iniciar el proceso, a continuación, la orden enviada por el banco inicial llega al Sistema la Cámara de Transferencias Electrónicas de Fondos (ACH), administrado por ACCL S.A, que analizará, revisará los datos y cumplimiento de las normas de seguridad de fondos, para que posteriormente emitir una orden de pago electrónica hacia el banco destinatario, el mismo banco destinatario también revisa la seguridad de los datos, para finalmente si procede, abonar a la cuenta de la esposa de Juan para que cuenta con disponibilidad inmediata que al cobro por un medio de pago o simplemente este en su cuenta correspondiente.

4.7.1 Proceso General de la Banca por Internet

La banca por internet es un proceso interconectado, la figura 65 muestra este sistema que consiste en transacciones electrónicas como medio de pago:

Figura 65. Procedimiento de la Tránsferencia Electrónica a través de la Banca Digital en Bolivia



Fuente: Presentación de la Feria de Crédito, Cochabamba, Bolivia, ACCL (2017).

La banca por internet en Bolivia es respaldada por dos organismos: AGETIG y ASFI, ambas entidades de dominio público, pero con diferente visión en cuanto al panorama financiero, la primera institución está dedicada a buscar el desarrollo de lastecnologías de información, como las herramientas transaccionales electrónicas, labanca electrónica; y la segunda, se encarga de monitorear, supervisar y controlar todas las actividades, incluyendo transacciones de forma electrónica.

El análisis del comportamiento de los usuarios de la banca electrónica está en base a datos e información de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, elaborada por ASFI, y la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información, realizada por AGETIC, orientado a identificar al consumidor financiero usuario de la banca digital. (banca por internet y banca móvil).

4.7.2 Descripción de Banca Digital en Bolivia - ASFI

a) Utilización de la Banca Digital en Bolivia

La utilización de la banca por Internet es medida por la proporción de consumidores financieros que usan este canal para realizar transacciones financieras, según la Encuesta Nacional de Consumidores Financieros, en sus tres versiones de ASFI es el siguiente:

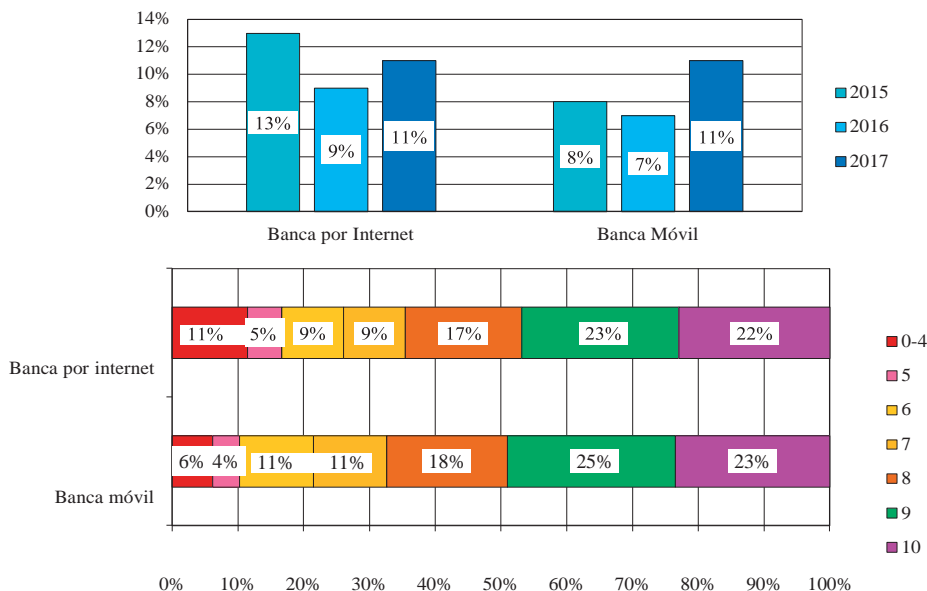
- **Banca por internet:** El 11% de los usuarios financieros han utilizado este canal bancario electrónico el año 2017 y existe un aumento de 2 puntos porcentuales con relación al 2016.

Del nivel de satisfacción, el 2016, registró que el 55% de los consumidores otorgaron una calificación mayor o igual a 8 en la escala Likert.

- **Banca móvil:** El 11% de los consumidores financieros utilizaron este medio para realizar transacciones electrónicas. Existió un aumento de 4 puntos porcentuales con respecto a la anterior gestión. Este canal registro un crecimiento mayor con respecto a la banca por internet.

Además, el 2016, de todos los usuarios, el 52% otorgaron una calificación mayor e igual a 8 en la escala de Likert. (véase figura 66)

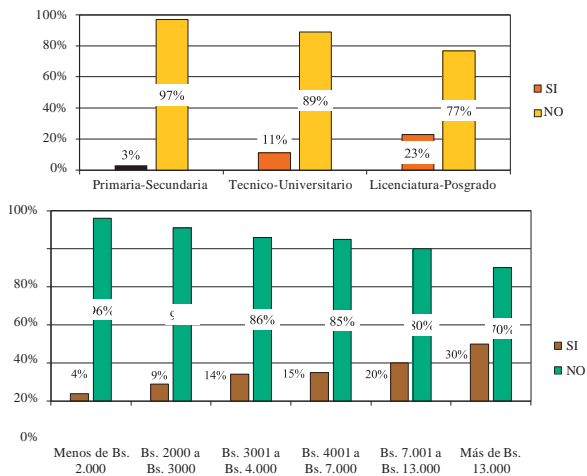
**Figura 66. Evolución de la Utilización de la Banca Digital en Bolivia (2015-2017)
(Expresado en porcentajes)**



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

Por otra parte, el 89% de los consumidores financieros no han realizado transacciones electrónicas en la gestión 2017, tanto por banca por internet como por banca móvil. Este porcentaje puede variar de acuerdo a las condiciones económicas y de edad. Lo que significa que el uso de las transacciones electrónicas mediante internet se encuentra correlacionado positivamente con el nivel de educación y de ingreso. Así entonces, la utilización de estos servicios en los Consumidores financieros con un nivel de educación secundaria es apenas del 3%; incrementándose al 23% en aquellos con grado de licenciatura o postgrado. Por tanto, este comportamiento manifiesta la necesidad de difundir el funcionamiento de estos servicios, así como los beneficios que ofrecen los mismos (ASFI, 2017).

Figura 67. Consumidores Financieros que realizaron Transacciones Financieras por Internet, según Nivel Educativo e Ingreso, 2017 (Expresado en porcentajes)

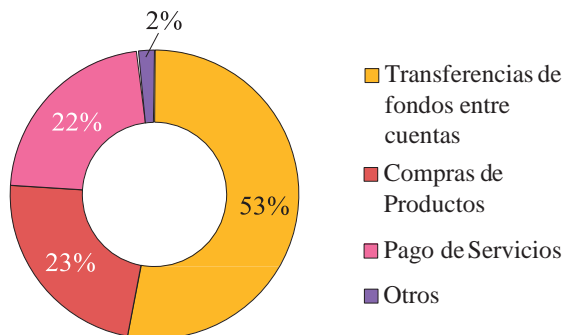


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

b) Razones de Utilización de la Banca Digital en Bolivia

Del 11% de los consumidores financieros que realizaron transacciones por internet, la gestión 2017, el servicio más utilizado fue “la transferencia de fondos entre cuentas” (53%), seguido por “las compras de productos” con 23% de participación y el 22% con “pagos de servicios”. (véase figura 68)

Figura 68. Tipos de Transacciones realizadas por Usuarios de la Banca Digital, 2017 (Expresado en Porcentajes)

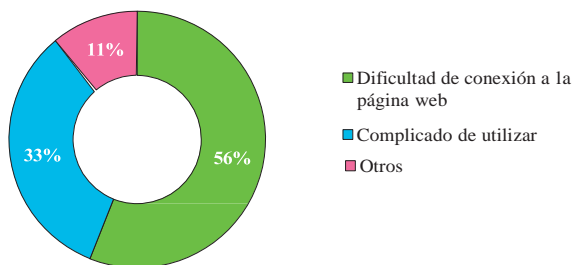


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

c) Problemas detectados por los Usuarios de la Banca Digital en Bolivia

Los consumidores financieros que realizaron transacciones por internet la gestión 2017, solamente un 15% manifestó haber tenido algún problema al realizar las mismas. De estos un 56% identificó como principal problema la dificultad a la conexión de la página web de la entidad de intermediación financiera” y el 33% manifestó que es complicado de utilizar (ASFI, 2017)

Figura 69. Problemas en Transacciones Electrónicas que afectan al Usuario de la Banca Digital, 2017 (Expresado en Porcentajes)

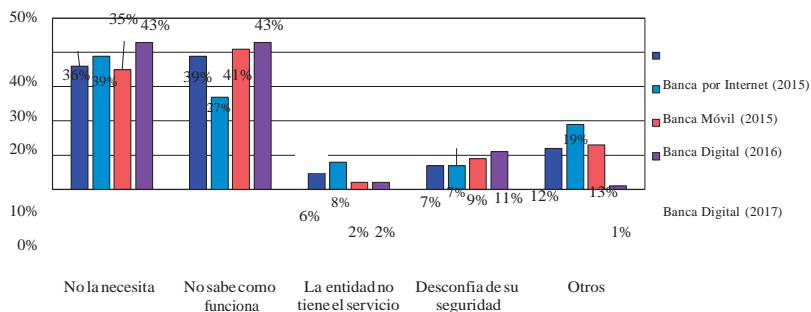


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2017).

d) Razones del Escaso uso de las Transacciones Electrónicas

En ese sentido, según la ASFI, 2017, el 89% de los consumidores financieros no realizó transacciones electrónicas en el último año; de este grupo, el 43% “desconoce el funcionamiento de los mismos” y el 11% “desconfía de su seguridad”. Otro porcentaje importante (43%) de los consumidores financieros “no necesitó realizarlas”. Por tanto, estas razones se incrementan en el tiempo y muestran la falta de educación financiera (véase figura 70).

Figura 70. Razones del escaso uso de las transacciones Electrónicas por los Consumidores Financieros (2015-2017) (Expresado en porcentaje)

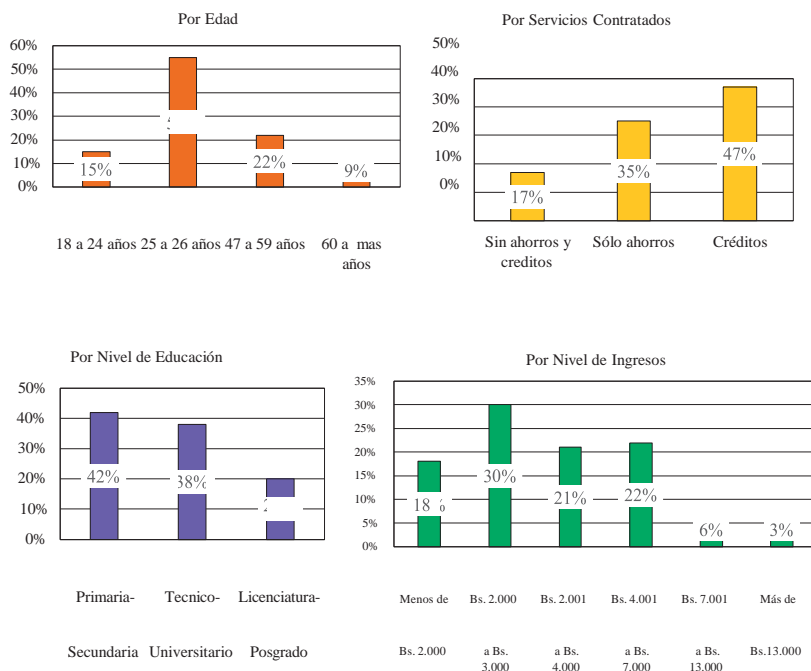


Fuente: Encuesta Nacional de Servicios Financieros, ASFI (2015, 2016 y 2017).

Asimismo, las razones por la que los consumidores financieros no realizaron transacciones electrónicas fue porque “no saben cómo funcionan” (43%) y “desconfían de su seguridad” (11%). Por tanto un 54% de los CF⁹⁸ no realizan transacciones electrónicas, debido a: al nivel de educación, edad o ingresos.

Por tanto, los CF con menor nivel de educación son los que desconocen este servicio o desconfían del mismo; disgregando por edad, el 55% de este grupo está en un grupo poblacional de edad entre 25 a 46 años. (véase figura 71)

Figura 71. Razones del escaso uso de transacciones Electrónicas por los Consumidores Financieros, 2017 (Expresado en Porcentajes)



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

4.7.3 Descripción de Banca Digital en el País - AGETIC

Por otra parte, según la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de la Información y Comunicación AGETIC, que realizó una investigación a una muestra de la población mayor de 14 años, en diciembre de 2016, con la base de datos, se deduce que la penetración de la banca por internet a nivel nacional fue 14% (mayores de 18 años⁹⁹), habiéndose incrementado en la población de internautas¹⁰⁰ (19%) y disminuido en los mayores de 14 años (13%).

⁹⁸ Consumidores Financieros.

⁹⁹ Para establecer un punto de aproximación con datos de ASFI.

¹⁰⁰ Condición del estudio de AGETIC, para aquellas personas mayores de 14 años que utilizan de forma habitual el internet en Bolivia.

Según la misma fuente, las personas entre 25 a 46 años son los que utilizan más la banca por internet (19%), contrario a los menores edad (2,8%) como también a las personas de 60 años o más (3,4%).

Por otra parte, por nivel socioeconómico según AGETIC (2017) a nivel nacional, el “segmento socioeconómico alto” tiene un mayor porcentaje de uso (53%) contrario al bajo porcentaje del “segmento bajo extremo” (3%).

Por tanto, a nivel departamental: Pando (19%), Santa Cruz (18%) y Cochabamba (16%). En ciudades: Cochabamba (31%), Santa Cruz de la Sierra (29%) y según localidades intermedias Chuquisaca (29%) y Potosí (18%) al igual que las ciudades rurales de Chuquisaca (11%) y Cochabamba (10%). A nivel nacional, el uso en las ciudades capitales (23%) es mayor a las ciudades intermedias (9%) y más aún a las localidades rurales (5%).

Además, para categorizar los usuarios de la banca por internet en el país, se realizó la “segmentación de usuarios”, es decir, la agrupación por el grado de funcionalidad de la banca por internet, de la siguiente forma:

Usuarios básicos: Aquellos que solo realizan consultas.

Usuarios de transacción básica: Aquellos que realizan transferencias electrónicas entre cuentas.

Usuarios avanzados: Los que realizan transacciones de pago de servicios y productos.

En ese sentido, según AGETIC (2017) gran parte de los usuarios de la banca por internet son: “usuarios avanzados” (47%), “usuarios básicos” (34%) y “usuarios de transacción básica” (19%); de los avanzados el 69% realizó tres funciones (consulta, transferencias y pagos).

Las tres categorías tienen edades comprendidas entre 25 y 46 años, la edad de los CF disminuye a medida que las transacciones se hacen más complejas, es decir, existe una relación inversa entre la edad y la complejidad de las transacciones; con respecto a la ocupación, los “usuarios básicos” en mayor medida son “asalariados”, en “usuarios de transacción básica” su ocupación es “profesional independiente” (20%) y en “usuarios de transacción avanzada” esta los “asalariados” (31%) y los que tienen un “negocio propio” (28%).

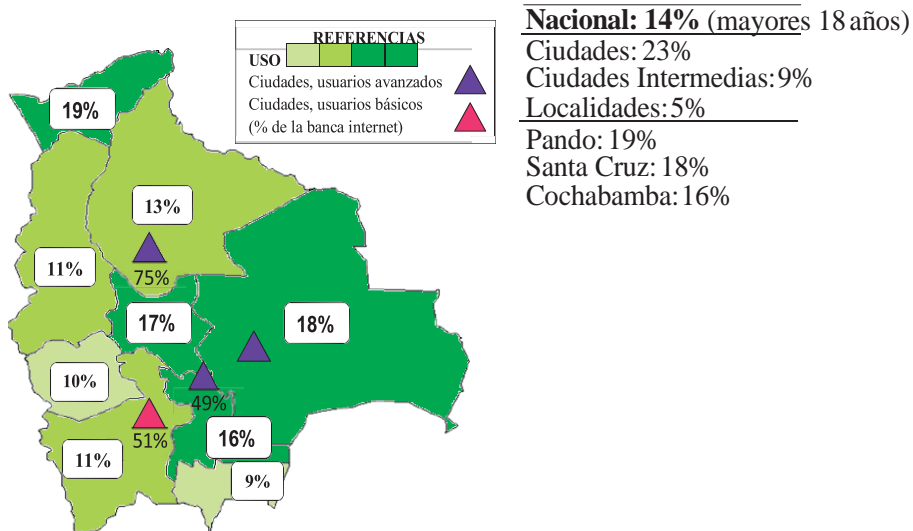
Por departamentos con uso básico en banca por internet están: Potosí (58%) y Tarija (54%); con uso transaccional Cochabamba (32%) y La Paz (25%); con uso avanzado Beni (68%) y Santa Cruz (60%) (AGETIC, 2017)

Asimismo, en las ciudades capitales es donde se realizan transacciones electrónicas avanzadas. Así por ejemplo en Trinidad (75%), Santa Cruz (59%) y Chuquisaca (49%); en la ciudad de Potosí (51%) se realizan operaciones básicas de consulta de saldos.

Por tanto, los “usuarios avanzados”, a nivel nacional en su mayoría pagan por internet “Servicios básicos como: luz, tv, cable y agua” (51%) y “Servicios de telefonía e internet” (28%).

Además, el pago de “entradas a espectáculos”, “estudios, pensión escolar” e “impuestos” representan un (2% c/u). Así, por ejemplo, en Tarija representó el (16,7%), Pando (11,6%), Cochabamba (8,7%) y el pago de “impuestos” en Oruro constituyó el (4,9%) y por último el pago de “pasajes aéreos” en Pando tuvo una frecuencia del 17,9%. (véase figura 72)

Figura 72. Penetración de Uso de la Banca por Internet en Bolivia



Fuente: Elaboración propia con base a la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC, 2017).

4.8. Internet en Bolivia

Estado Descriptivo del Internet en Bolivia

El internet en Bolivia ha sido un factor determinante para el desarrollo de sectores de tipo informático, servicios y productos. Es un medio indispensable de comunicación no simplemente social sino hasta comercial e interactivo. Así entonces, el internet es un componente fundamental para el desarrollo de la banca digital.

Por tanto, el determinar la situación del acceso a internet en Bolivia es complejo algunas veces con información fragmentada: recién en el Censo del 2012 y en la Encuesta de Hogares del Instituto Nacional de Estadística se formuló como pregunta

este tema. Se registra datos que no suelen coincidir con los registros administrativos de las autoridades regulatorias del sector de internet, que anotan el número de abonados o suscriptores a algún tipo de dispositivo que permite acceder a Internet sin distinguir si se trata de personas o de entidades, es decir, si cada conexión es usada por una o más personas.

Aun así la brecha digital supone diferencias de segmentos entre conectividad y disponibilidad física de conexiones en un determinado lugar, así, según Mayorga, (2017): El país se está urbanizando y experimentando los efectos del llamado “bono demográfico”, es decir, la presencia de población mayoritariamente joven en su estructura demográfica permite que exista un potencial deseado de usuarios ya adaptados a las nuevas tecnologías de comunicación, que incide para que estos se conviertan en consumidores potenciales de la banca digital.

4.8.1 Acceso al Internet en Bolivia

Es la cobertura y densidad de la infraestructura y/o dispositivos tecnológicos que podrían permitir a las personas conectarse a la red. En el caso de Bolivia, la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), tiene la misión de: Promover el derecho al acceso equitativo, universal y con calidad a las Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Transportes y Servicio Postal para las y los bolivianos.” (ATT, 2017).

Tabla 12. Datos de Acceso a Internet, sociales y de TIC en Bolivia

	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (octubre)
Población	10.059.856	10.234.897	10.665.841	10.825.013	10.985.059	11.145.770
% Población urbana	67,5%					
INDICADORES DE EQUIPAMIENTO DE HOGAR						
% Hogares con electricidad	82,3%	89,5%		91,52%		
Nro. de hogares con computadora	23,6%	32,5%	27,7%	24,4%		
% de hogares con internet	9,6%	13,7%	14,9%	14,9%		
Nro. de hogares con internet	268.334	366.357	419.047	448.966		

INDICADORES DE ACCESO A TIC						
Telefonía móvil						
Nro. de abonos de telefonía celular	9.493.207	10.425.704	10.729.635	x	10.181.941	10.477.007
Abonos de telefonía celular por cada 100 habitantes	94	102	103	X	92,68	93,99
% teléfonos inteligentes en los abonos celulares	4,8%	11,4%	17,1%	X	59,31%	60,5%
Acceso a Internet						
Conexiones a internet	1.966.732	3.559.239	4.981.685	6.649.980	6.880.719	7.138.696
Conexiones a internet por cada 100 habitantes	20	35	48	61	63	64
% conexiones a internet en terminales no móviles (ADSL, wifi y otros)	7,8%	4,6%	3,6%	2,89%	3,7%	4,45%
% conexiones en modem USB (2.5 a 4 G)	11,8%	8,2%	5,7%	2,8%	1,71%	1,40%
% conexiones a Internet en terminales móviles (GPRS/EDGE y 2.5-4G)	80,4%	87,1%	90,3%	93,92%	94,04%	93,7%
% conexiones con Internet menor a 256 kbps	59%	54,1%	39,2%	22,7%	6,32%	4,93%
% Conexiones con Internet entre 256 y 1024 kbps	38,1%	45,3%	72%	75%	90,27%	90,64%
% Conexiones con Internet mayor a 1024 kbps	2,9%	0,6%	1,2%	2,34%	3,41%	4,43%
% de sitios web visitados desde dispositivos móviles	5,6%	17,9%	39,5%	48,6%		

Fuente: Datos Actualizados de Informe “Bolivia Digital” (2015).

Estas son estadísticas relevantes, pero no informan sobre el uso de Internet por los ciudadanos, entre otras cosas, porque estas conexiones permiten un acceso de diversas calidades. Cualitativamente no es lo mismo conectarse a través de un dispositivo móvil con poca capacidad de bajada/subida de datos o una conexión de banda ancha en el hogar o el acceder a la red en un café-internet o en una computadora en el trabajo o la escuela.

Hasta octubre de 2017 la ATT estimo que existían 7.138.696 conexiones a internet de diversos tipos; el incremento mayor fue en el bienio 2013-2015, en el que las conexiones pasaron de alrededor de dos millones a algo más de seis y medio millones. A fines de 2016, el 94,04% de las conexiones está en algún tipo de tecnología móvil.

Desde el punto de vista de la velocidad de acceso, los resultados muestran que el porcentaje de conexiones mayores a 256 kbps ha aumentado de 73,3% a 93,68% entre 2015 y 2016. Sin embargo, apenas un 3,41% son suscripciones con velocidad mayor a 1.024 kbps (2016).

En resumen, las plataformas móviles han reconfigurado estructuralmente el paisaje de posibilidades tecnológicas para el acceso a Internet en Bolivia. Hay una evidente ampliación de las opciones tecnológicas para los usuarios, quienes están masificando la presencia de estos dispositivos en la vida cotidiana, sobre todo en las urbes. Sin embargo, estos logros son heterogéneos en términos de calidad de conectividad: las velocidades de acceso más comunes siguen siendo reducidas con respecto a los estándares regionales. Además, el ritmo de crecimiento de las conexiones a banda ancha y/o en hogares es lento¹⁰¹.

4.8.2 Uso de internet en Bolivia

Los indicadores de uso de internet se refieren a la frecuencia o calidad de utilización de las personas para realizar actividades educativas de búsqueda de información, entretenimiento o trabajo en cualquier tipo de plataformas tecnológicas o lugares de acceso. Esta información se suele obtener a partir de encuestas o sondeos en los que se indaga directamente si las personas han realizado esta actividad en determinado periodo de tiempo o la cantidad de veces que están conectadas usualmente a ese medio. Esta medición fue estimada por AGETIC, en la 1ra Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación, realizada el 2016, y que se centra en la descripción del internauta boliviano. (véase ANEXO II).

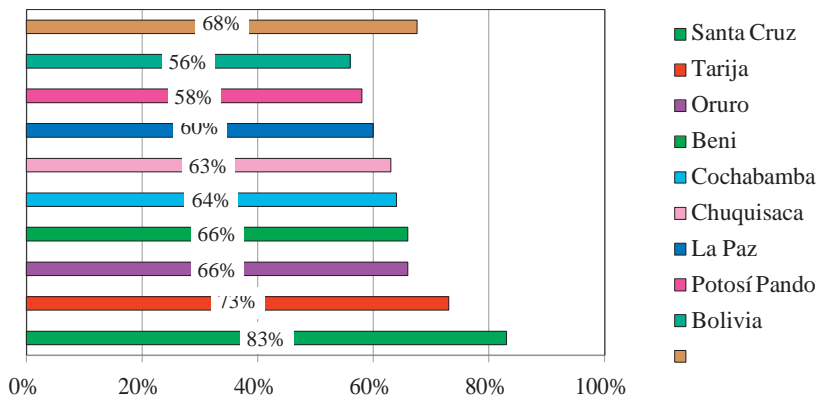
¹⁰¹ Redacción con base al trabajo de Investigación “El Acceso y Uso del Internet en Bolivia”, Ortuño Yañez (2016).

a) Hábitos y Usos del Internet

La población internauta por departamento se compone de la siguiente forma: con mayor población internauta del total esta con 83% Santa Cruz, luego le siguen 73% Tarija, 66% Oruro, 66% Beni, 64% Cochabamba, 63% Chuquisaca, 60% La Paz, 58% Potosí y por último 56% Pando. En promedio la población internauta boliviana alcanzo el 68% de la población total (mayor a 14 años). (véase figura 73)

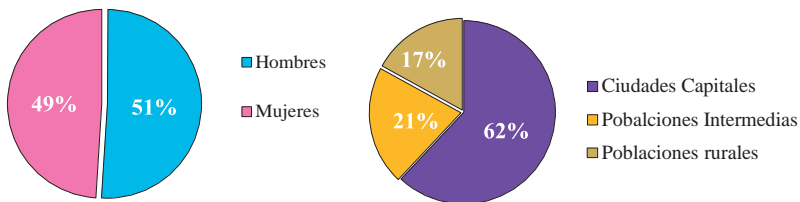
La estructura por género de los internautas bolivianos consiste en: 51% son hombres y 49% mujeres. En cuanto a la zona geográfica habitada por los internautas bolivianos consiste en: 62% son de ciudades capitales, 21% de ciudades intermedias y 17% son de poblaciones rurales. (véase figura 74)

Figura 73. Población Internauta Boliviana por Departamento, 2016
(Expresado en porcentajes)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

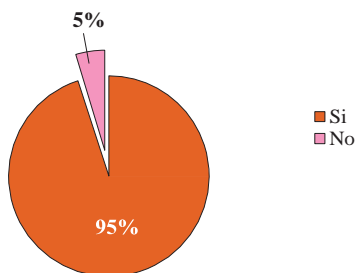
Figura 74. Población Internauta según Sexo y Área Geográfica en Bolivia, 2016
(Expresado en porcentajes)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

De la muestra de la población internauta consultada: un 95% tiene internet en su celular o móvil. Además, los lugares donde la población internauta se ha conectado a internet, el último mes (últimos treinta días previos a la encuesta) a parte del internet del hogar o el internet móvil del celular, un 30% afirmó que lo hizo en un café internet, 16% en el trabajo, 12% casa de amigos o familiares, 11% espacios públicos, 9% en la universidad, 5% en el colegio, 3% en un telecentro, 2% en restaurantes y cafés y ninguno de los anteriores un 38%.

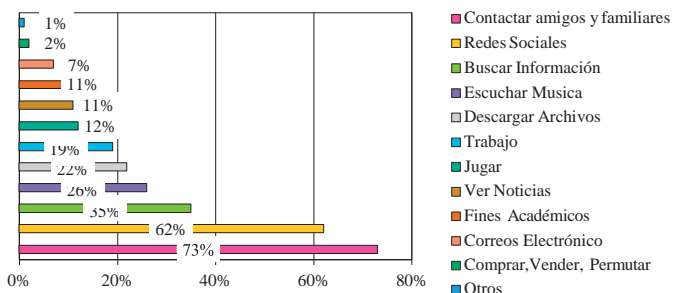
Figura 75. Población Internauta Boliviana con Internet en su Celular, 2016 (Expresado en porcentajes)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

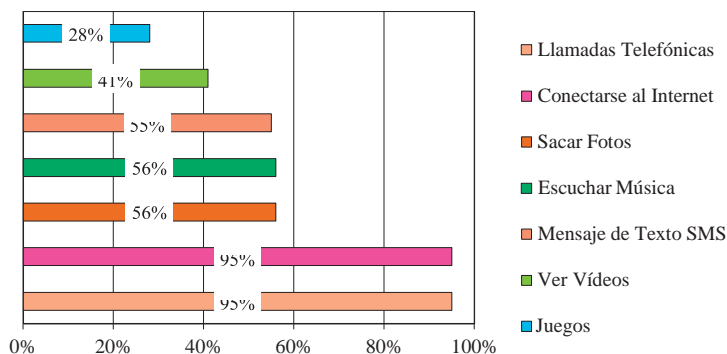
Por otra parte, según AGETIC (2016), la población internauta boliviana utiliza su celular de la siguiente forma: 95% para llamadas telefónicas, 95% para conectarse al internet, 56% para sacar fotos, 56% para escuchar música, 55% para mandar mensajes de texto o SMS, 41% para ver videos y 28% para jugar y solamente un 2% realiza alguna compra (véase figura 77).

Figura 76. Uso que la Población Internauta Boliviana le da a su Celular en Bolivia, 2016 (Expresado en porcentaje)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

Figura 77. Actividades que la Población Internauta Boliviana Realiza con más Frecuencia al Conectarse a Internet. (Expresado en porcentaje)

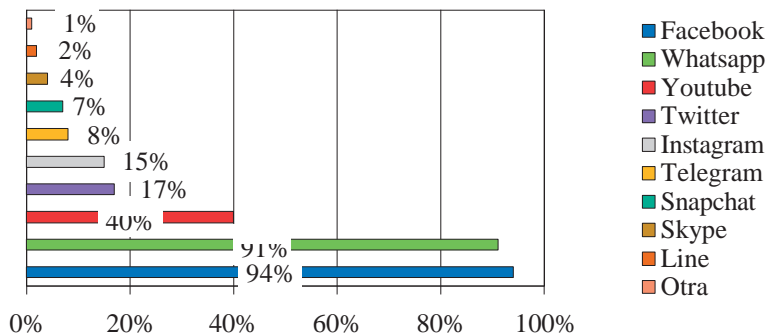


Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

b) Hábitos y Usos de las Redes Sociales en Bolivia

Sobre las redes sociales que utiliza la población internauta, a decir de AGETIC (2016): Un 94% utiliza Facebook, 91% whatsapp, 40% youtube, 17% twitter, 15% instagram, 8% telegram, 7% Snapchat, 4% Skype, 2% line, 1% otra.

Figura 78. Redes Sociales que utiliza la Población Internauta en Bolivia, 2016 (Expresado en porcentaje)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

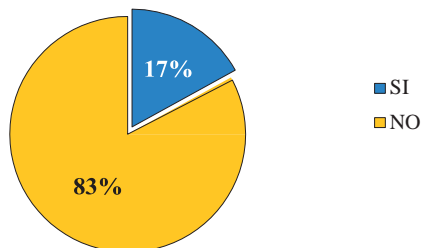
c) Uso de la Banca Digital del Internauta Boliviano

Sobre el porcentaje de la población internauta que, en los últimos 6 meses, de la gestión

2016, (últimos 180 días previos a la encuesta), realizó por internet una consulta de

movimientos y saldos de su cuenta en el banco, 83% afirmó que, si lo hizo siendo una gran mayoría los que no lo hicieron. (véase figura 79).

Figura 79. Población Internauta Boliviana que en los últimos 6 meses realizó por Internet una consulta de saldos de su cuenta en el banco (Expresado en porcentajes)

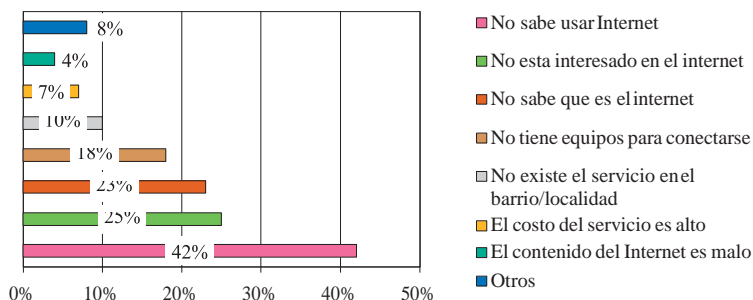


Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

d) Hábitos del NO Internauta Boliviano

Según AGETIC (2016), las razones por las cuales la población no internauta, no se conecta a internet, se agrupan en el desconocimiento de internet, 42% afirmó que “no sabe cómo utilizar internet”, 25% “no está interesado en internet”, 23% no sabe que es internet, 18% no tiene equipos para conectarse, 10% no existe servicio en el barrio o localidad para conectarse, 7% el costo del servicio es alto, y el 4% tiene el concepto erróneo de que el contenido de internet es malo. (véase figura 80)

Figura 80. Razones por las cuales la Población “No Internauta” Boliviana no se Conecta a Internet Regularmente, 2016 (Expresado en porcentaje)



Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

La evolución favorable de los datos cuantitativos en cuanto a la situación del internet y la mejora temporal del uso y la conexión se debe a un conjunto de sucesos del país que, según Mayorga, (2017) se generaliza en:

- En el decenio (2003-2013), gran parte del territorio está logrando acceso a electricidad (90% de la población en 2013), esta acción recae en la relación con mayor significancia en la disponibilidad de lograr mayores conexiones fijas.
- La cobertura de la telefonía celular se ha expandido hasta llegar a 103 conexiones por 100 habitantes, casi al nivel de los países más avanzados de la región. Hay que precisar que esto no solo ha sido posible por el aumento de los recursos en el país, sino también por el abaratamiento que muchas tecnologías han experimentado en ese mismo periodo, lo cual permite que los dispositivos móviles dejen de ser considerados como bienes de lujo y pasen a ser bienes necesarios e indispensables para el consumidor boliviano.
- El aumento de la población joven (15 a 35 años de edad), con proyección para la gestión 2017 es de 34,42% del total de la población total, lo cual genera una demanda de servicios digitales, desde una conexión básica al internet, hasta servicios más complejos, como la banca digital, lo cual obliga a las instituciones que proporcionan la conexión y otros servicios que basen su proceso en el internet, a mejorar su oferta y por tanto la calidad de las conexiones a internet.

4.9. Situación Actual de las Fintech en Bolivia

El mercado de la billetera móvil está conformado por la Billetera Móvil, un servicio que es prestado por 3 entidades: Tigo Money, Banco Nacional de Bolivia (BNB) y Banco de Crédito de Bolivia (BCP); estos dos últimos en asociación con la Telefónica VIVA. La participación en el mercado de Tigo Money es del 96,2%, la billetera Móvil del Banco Nacional de Bolivia del 2% y del Banco de Crédito el 1,8%. (E-FECTIVO ESPM S.A., 2016).

4.9.1 Caso de Éxito – Fintech Bolivia-TIGO MONEY

Tigo Money domina el servicio de la empresa de servicios de pago “E-Fectivo ESPM S.A.”, que tiene como principal accionista a la empresa de telecomunicaciones Telecel S.A, con su marca comercial “TIGO”; consiste en el servicio de billetera móvil para convertir el dinero efectivo en dinero electrónico, almacenado en una cuenta de celular. Es una Fintech, porque la empresa no parte de un sistema financiero tradicional, además se impulsa la utilización de medios electrónicos, las características de innovación tecnológica para la realización de diferentes acciones de tipo transaccional e intercambio financiero de flujos de dinero electrónico Tigo Money está a disposición de sus clientes para su funcionamiento a principios de 2013, un servicio solamente para clientes de

la telefonía. Posteriormente tras el éxito en su uso tanto en valor, como cantidad fue relanzado a finales del 2015, al mercado boliviano con el requisito de que el receptor de la acción financiera debe estar suscrito y habilitado para el servicio. Hoy en día el servicio de Tigo Money es un canal de acceso a servicios financieros, para toda línea telefónica, en la modalidad de Billetera Móvil asociada a un teléfono celular, y se puede realizar transferencias, carga y monetización de dinero electrónico.

Así, Tigo Money ofrece servicios para el usuario de la billetera móvil, además de variantes para las necesidades del cliente reflejadas en la siguiente tabla (véase tabla 13):

Tabla 13. Características y Costos del Servicio de Tigo Money, 2017

SERVICIO	ESPECIFICACIONES	PROCESO	COSTO DELSERVICIO
Giros a otras cuentas Tigo Money o a un N° de Carnet.	A un número de cuenta Tigo Money desde un punto Tigo Money	-Acude a un punto Tigo Money. -Llena Formulario. -Entrega dinero al encargado -Espera comprobante de transacción	Giro: Cuentas Tigo-Tigo: Bs.0. Pago por retiro: Según valor del giro.
	Desde cajeros automáticos TIGO MATIC.	-Elige la opción “Tigo Money” y “Abona el dinero”. -Llena el formulario digital. -El cajero indicara los montos de billetes a introducir. -Recibirá un comprobante de transacción de Giro.	Giro: Cuentas Tigo-Tigo: Bs.0. sino comisión respectiva. Pago por retiro: Según valor del giro.
	Giros desde celular disponible las 24 horas del día.	-Marca *555 y elige “Giros y Traslferencias” -Elige la opción “Giro a una cuenta Tigo Money” -Ingresa el monto que deseas girar y la cuenta Tigo Money -Verifica la transacción	Giro: Cuentas Tigo-Tigo: Bs.0. Pago por retiro: Según valor del giro.
	Giros a un carnet desde tu celular (Comisión 6%)	-Marca *555 y elige la opción giros -Elige la opción “Giros a un carnet” -Ingresa monto y número C.I Verifica transacción.	Giro: Según tarifario. Pago por retiro: Según valor del giro

Pago de crédito Tigo para tu línea o a otras líneas Tigo			
Pago de Bienes o Servicios básicos, agua, luz, telefonía, cable, etc.	Se Puede pagar las siguientes facturas: -TIGO -TIGO -CRE -SAGUAPAC -ELFEC -NATURA	-Digita desde tu celular el *555 -Selecciona la opción "Pago de servicio". -Elige el servicio que deseas pagar con Tigo Money. -Confirma con tu PIN de Tigo Money	
Pago por otros servicios y productos			
Uso de Tigo Money como medio de pago en la web.	Comercios que aceptan Tigo Money como método de pago: Entretenimiento: -Cinemark -Cine Center -Supertarjetas -Superticket -Ticketeg -Todotix -Axeso5 Viajes y Turismo -BOA -TicketsBolivia.com -Viacon Tours -Amazonas -Comercios -MercadoSeguro -Multicenter -MageraNacif -Sincuentos.com -Sologana -Netcommidas.com -GOstore Publicitarios -Clasificados-El Deber -Toqueeltimbre.com -Tumomo.com	-Ingresa a la página web de cualquiera de nuestros comercios asociados. -Elige el producto o servicio deseado, sigue los pasos de la empresa asociada y selecciona "Tigo Money" como medio de pago. -Ingresa el número de cuenta Tigo Money. -Acepta términos y condiciones y realiza pago. -Confirmación de pago por celular.	

GIROS DE DINERO

Giros desde un Punto Tigo Money	0
Giros a un carnet de identidad	6%
Giros entre cuentas Tigo Money (Aplicable desde 2018)	
Bs.1 - Bs. 300	1%
Bs.201 - Bs. 900	0,5%
Bs.901 - Bs. 5000	0,25%

RETIRO DE CUENTA TIGO MONEY

Bs. 10 - Bs. 100	Bs. 4
Bs. 101 - Bs. 200	Bs. 7
Bs. 201 - Bs. 250	Bs. 10
Bs. 251 - Bs. 400	Bs. 13
Bs. 401 - Bs. 600	Bs. 20
Bs. 601 - Bs. 800	Bs. 30
Bs. 801 - Bs. 1000	Bs. 35
Bs.1001 - Bs. 1200	Bs. 40
Bs.1201 - Bs. 1400	Bs. 45
Bs.1401 - Bs. 1600	Bs. 50
Bs.1601 - Bs. 1800	Bs. 55
Bs.1801 - Bs. 2000	Bs. 60
Bs.2001 - Bs. 5000	3%

Fuente: Adaptado de tarifario Tigo Money 2016

Por otra parte, es necesario remarcar que existen límites pro-transacción y por niveles, así por ejemplo para el nivel 1, por día es de Bs. 1.500 y para el nivel 2 es de Bs. 5.000.

Las transacciones financieras que permite hacer Tigo Money pueden ser realizados a través de los siguientes canales: Billetera Móvil, ya sea de forma manual o mediante aplicación, los PTM (Punto Tigo Money-puntos físicos) y los cajeros Automáticos Tigo Matic. Estos últimos son un medio con diseño tecnológico adaptado a las necesidades de los clientes, tiene un interfaz didáctico con varios servicios y con familiaridad de uso a un cajero automático habitual de una entidad financiera tradicional. Las funciones van desde la recuperación de Chip, compra de saldos, cambio de planes, consultas, Tigo Money transacciones, Tigo Star, entre otros.

Tigo Money también ofrece un conjunto de servicios destinados a las empresas, tales como: Servicios de recaudación, pagos en línea para comercio electrónicos, gestor de pagos masivos, pagos en comercios.

Así entonces, tras su inserción en el mercado, Tigo Money, la primera billetera móvil en el país, ha adaptado sus servicios a las necesidades cambiantes del consumidor financiero. Las actividades realizadas durante la gestión 2016 estuvieron enmarcadas en los siguientes objetivos estratégicos: Procesos permanentes de educación y capacitación a clientes, consolidación del ecosistema, crecimiento en productos y diversificación de los ingresos, solidez tecnológica operativa y solvencia. De esta forma según “La Memoria Anual Tigo Money” de la última gestión (E-FECTIVO ESPM S.A, 2016) se aprecia los siguientes avances en el servicio:

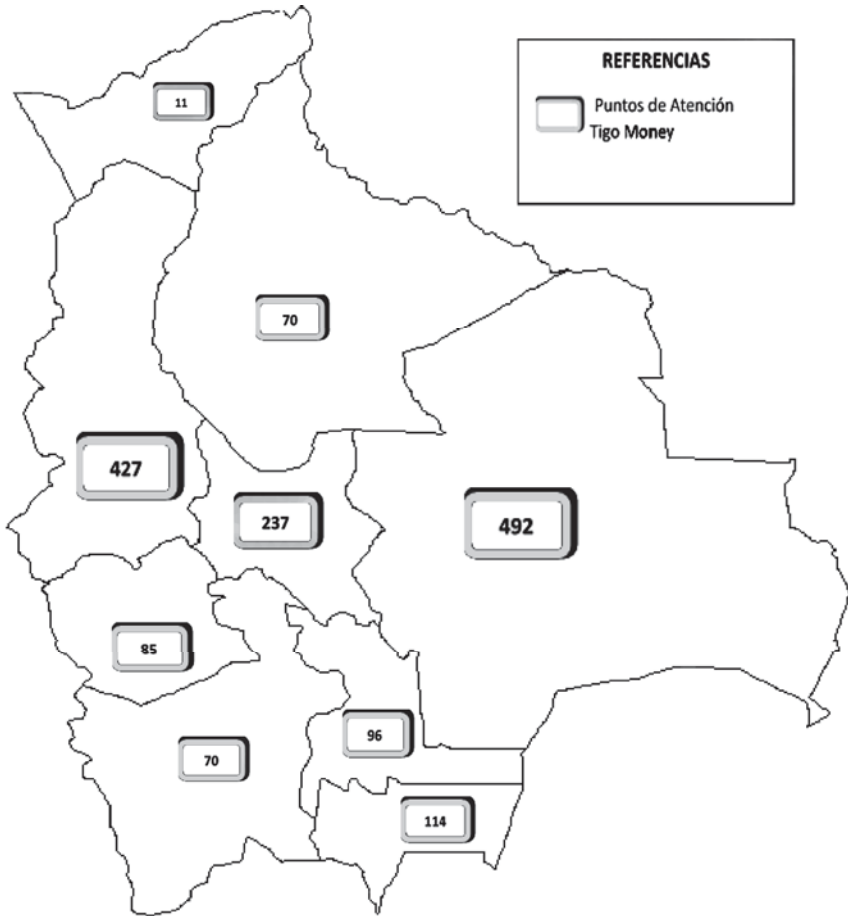
- Consolidación del ecosistema de pagos, Tigo Money, en septiembre de 2016 , lanzó el servicio de transferencias interbancarias (ACH), el cual a través de la cámara de compensación ACCL, permite a todos los clientes de Tigo Money enviar y recibir dinero desde su billetera móvil hacia cuentas bancarias, y viceversa, marcando un hito a nivel mundial convirtiéndose en la primera empresa de pago móvil que se afilia a una cámara compensación en la que participan entidades bancarias.
- El inicio de operaciones como participante de la cámara de compensación ACCL, permite que los clientes de las 16 entidades financieras (aprox. 6 millones de clientes) y los clientes de la billetera móvil Tigo Money (300 mil clientes) puedan realizar transferencias de dinero de billetera móvil a cuenta de banco y viceversa.
- Con la integración de Tigo Money a la cámara de la ACCL, se inicia la interoperabilidad entre sistemas de pagos, creando un ecosistema más eficiente y permitiendo que clientes no bancarizados, a través de la billetera móvil puedan acceder a cuentas del sistema financiero. Asimismo, ha logrado tener acceso a aproximadamente 6 millones de cuentas del sistema financiero, abriendo la posibilidad de que el dinero electrónico fluya en gran parte del sistema financiero.
- En el marco del objetivo de tener solidez tecnológica y operativa, durante la gestión 2016 se trabajó en el desarrollo de aplicaciones e integraciones que acompañaron los objetivos estratégicos de la empresa; es así que se trabajó en el desarrollo de una interface para pago de salarios, la integración con la ACCL, la implementación de dispositivos de punto de venta, la integración con Western Union, la incorporación de mejoras en la APP móvil, la mejora de las APIS de la pasarela de pago y la implementación de Colecturía Offline.

- En crecimiento de productos y diversificación de los ingresos, la empresa lanzó el servicio de pago de remesas internacionales a través de Western Union, permitiendo al cliente recibir su remesa directamente en su billetera móvil. También se logró posicionar a Tigo Money como medio de pago en los principales comercios electrónicos de Bolivia, actualmente 32 comercios aceptan Tigo Money como medio de pago.
- El proceso de educación financiera al cliente se desarrolló a través de ferias integrales en ocho departamentos (La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Chuquisaca, Tarija, Oruro, Potosí, Beni), capacitando a un total de 6.184 personas sobre las características de la billetera móvil, sus usos y aplicaciones, y los beneficios y riesgos que representa su contratación. Asimismo, Tigo Money envió mensualmente 400.000 mensajes SMS de educación financiera a los clientes del servicio en temas de seguridad y prevención del fraude.
- Fortalecimiento de la red de distribución que al final de la gestión contó con 1.602 Puntos de Atención Financiera, con presencia en 183 localidades a nivel nacional, de los cuales el 26% no tiene presencia de puntos de atención de entidades de intermediación financiera.

Así, durante la gestión 2016 se tuvo un crecimiento de 23% en Puntos de Atención Financiera de 1.301 a 1.602. De la totalidad de los Puntos de Atención, el 40% se encuentran en zonas rurales, en un total de 183 localidades de las cuales aproximadamente el 26% no tiene presencia de ninguna entidad financiera. La última gestión llevó los esfuerzos a la mejora de la tecnología de los POS, dispositivos que permiten a los clientes realizar la carga y retiro de dinero en los puntos de atención. Esta implementación mejoró el tiempo de atención de los clientes, en la realización de dichas transacciones. (véase figura 81)

Después de cuatro años de funcionamiento de la empresa, se tiene una red de puntos de atención financiera consolidada; por lo que la gestión (2017), mejoró la atención al cliente en los puntos de atención financiera, capacitaciones y el control de la liquidez.

**Figura 81. Puntos de Atención Financiera “Tigo Money” 2016
(Expresado en número de PAF)**



Fuente: Informe “Memoria Anual Tigo Money”, E-FECTIVO ESPM S.A (2016).

Tigo Money es un caso de éxito en billetera móvil, como también de Fintech en un escenario aun tradicional y con poca disponibilidad posible de medios digitales. Tigo Money ha recibido muchos reconocimientos a nivel nacional e internacional, como también ha sido visto como un caso de estudio a nivel Latinoamérica.

4.9.2 Otros Casos de Éxitos-Fintech Bolivia

El desarrollo de las Fintech en Bolivia es evidente y necesario, tanto para un apoyo técnico-comercial de intercambio de tecnológica con las entidades financieras tradicionales, como también para dinamizar de forma directa en el sistema financiero, con la oferta de servicios financieros diferentes y sobre todo con la satisfacción de necesidades olvidadas por las entidades tradicionales.

Dentro de este proceso, la plataforma internacional Fintech Digital Bank en conjunto con Cetus Group, una empresa boliviana de consultoría y soluciones Fintech y software, organizaron en Santa Cruz y La Paz, el evento Digital Bank Bolivia, para mostrar el escenario actual de la banca digital, el desarrollo de nuevos mecanismos de distribución del servicio, así como también la participación competitiva de Fintech, en total participaron alrededor de 16 startups bolivianas de banca, por medio de presentación de una demo de sus operaciones.

Entre los casos positivos en base a un artículo de periódico¹⁰² están los siguientes:

- El evento Digital Bank abrió las puertas a iniciativas como Biocredit, una startup colombiana que rastrea la disponibilidad de créditos bancarios por medio del reconocimiento facial, lo cual permite la seguridad en los procesos y la sencillez de acceso.
- Así mismo, otro proyecto Banexo permite conocer la tasa de interés más baja, comparando los servicios ofrecidos por los bancos en una sola plataforma.
- El startup Khipu plantea transferir servicios de la banca desde una web hacia una aplicación sin necesidad de grandes desarrollos.
- Por otro lado, Joint SMS brinda la facilidad de expansión de publicad y recordatorios enviando mensajes de texto en pocos minutos a todos los clientes de una entidad.

Además, destacan iniciativas realizadas por la “Fundación Novus”, a través del “Programa de Fintech Bolivia”¹⁰³, un programa de aceleración de emprendimientos de base tecnológica digital, que busca soluciones para desarrollar, fidelizar y potenciar el acceso a servicios financieros de manera escalable.

¹⁰² <https://www.eldeber.com.bo/dinero/Fintech-los-nuevos-aliados-de-la-banca-digital-20170823-0043.html> (acceso 12 noviembre 2017)

¹⁰³ Para mayor información: fintechbolivia.com

Este programa consiste en un apoyo a nuevos emprendimientos Fintech, con propósito de acompañarlos técnicamente en su inserción al mercado financiero. Es de carácter competitivo, y en base al avance de cada proyecto seleccionado.

Lastemáticas del programa son: Métodos de pagos, transacciones y remesas, infraestructura para bancos, préstamos y accesos al crédito, ciberseguridad al crédito, ciberseguridad encriptación, gestión financiera y educacional, servicio financiero empresarial, seguros y gestión de riesgo, trading y mercados.

Entre los socios estratégicos podemos nombrar los siguientes: FUNDA-PRÓ¹⁰⁴, Banco Ecofuturo, FEICOBOL, Wayra¹⁰⁵, Telefonica¹⁰⁶, Fundación Novus¹⁰⁷ y HUB 7 S.A.¹⁰⁸

¹⁰⁴ Fundación para la producción. Página web: <http://www.fundapro.org.bo/fundapro/>

¹⁰⁵ Aceleradora corporativa de Telefónica Open Future. Página web: <https://www.openfuture.org/es/spaces/wayra>.

¹⁰⁶ Empresa multinacional española de telecomunicaciones, situada como la compañía de telecomunicaciones más importante de Europa, y quinta a nivel mundial. Página Web: <https://www.telefonica.com>.

¹⁰⁷ Fundación para la innovación empresarial y apoyo al emprendimiento.

¹⁰⁸ Empresa que se dedica al desarrollo de servicios innovadores de entrenamiento, mentoría y asesoramiento empresarial y financiero de emprendimientos dinámicos y sociales. Página web: <http://www.hub7sa.co>.

V BANCA ELECTRÓNICA EN COCHABAMBA

5.1. Banca Electrónica en Cochabamba

La ciudad de Cochabamba, o también denominada Cercado alberga 1.833.901 habitantes¹⁰⁹, se encuentra ubicada al centro de Bolivia, siendo el tercer departamento con variables financiera de importancia¹¹⁰.

El estudio de las características del sistema financiero en Cochabamba, así como los canales de distribución bancaria, considera dos variables de importancia: El acceso y uso del canal, sea este tradicional o de la banca electrónica, con el objeto de tener conocimiento acerca de la disponibilidad de infraestructura (física o tecnológica) de las entidades financieras, así como también del comportamiento del consumidor financiero.

5.1.1 Canales Tradicionales en Cochabamba

A nivel nacional, Santa Cruz es el departamento con mayor número de PAF (puntos de atención financiera) en el país, siendo el Banco BISA el que tiene mayor número de PAF a nivel nacional.

Con respecto a Cochabamba se ubica en tercer lugar en cantidad de puntos PAF y son la banca múltiple las que tienen mayor número de PAF en la región. Las entidades con menor número de puntos PAF son las Entidades Financieras de Vivienda, con 15,79 % puntos establecidos en el departamento (ASFÍ, junio 2017).

En general existen 447 PAF, en el departamento de Cochabamba, de los cuales 291 puntos (65,10%) están en la ciudad de Cochabamba, los restantes, en las provincias.

Según ASFÍ (junio, 2017), la composición del sistema financiero en cantidad de puntos PAF en la ciudad de Cochabamba es la siguiente:

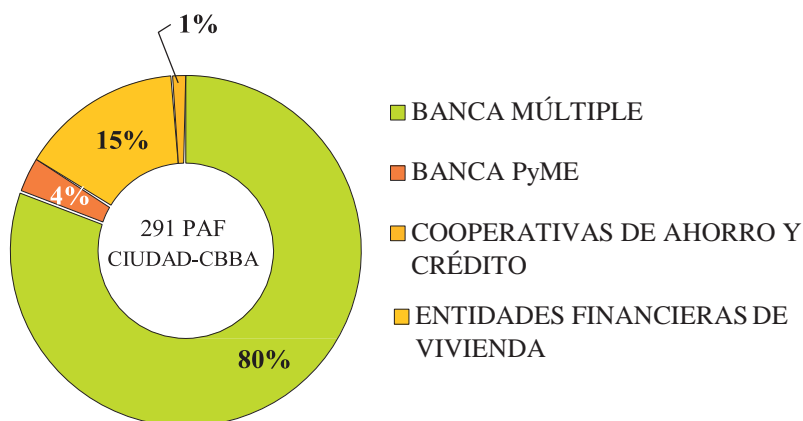
- **Banca Múltiple:** 234 PAF (80%), siendo el Banco de Crédito de Bolivia la entidad con mayor número (40 PAF), seguido del Banco Nacional de Bolivia (30 PAF) y Banco Sol con 29 PAF.

¹⁰⁹ Proyecciones INE Bolivia, recuperado de: <http://www.ine.gob.bo/index.php/introduccion-5/introduccion-2>

¹¹⁰ Véase: “Comportamiento del Sistema Financiero” en el capítulo: “Banca Electrónica en Bolivia”.

- **Cooperativas de Ahorro y Crédito:** 44 PAF (15%) los más representativos son: Cooperativa Pio X con 7 PAF y Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta San Antonio Ltda. con 6 PAF.
- **Banca PyME:** Cuenta con 9 PAF (3%), destaca el Banco PyME Ecofuturo, con 5 PAF.
- **Entidades Financieras de Vivienda:** 4 PAF (1%), de las cuales EFV La Promotora tiene 3 PAF. (véase figura 83)

Figura 82. Composición del Sistema Financiero en puntos de atención financiera y de Entidad en la Ciudad de Cochabamba, 2017 (Expresado en porcentajes)



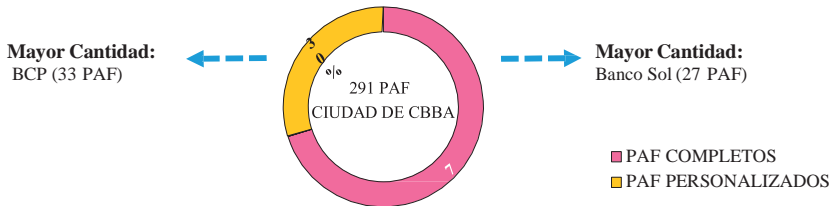
Fuente: Elaboración propia con base a información ASFI (junio de 2017).

Es necesario aclarar que un punto financiero está compuesto de una variedad de establecimientos que permiten a los consumidores financieros realizar determinado tipo de servicios como los siguientes:

- **Establecimiento de servicios financieros completos:** Donde se puede realizar la mayoría o el total de las acciones financieras que dispone consumidor financiero, estas son: las oficinas centrales, externas, las agencias fijas, las sucursales.
- **Establecimientos con servicios financieros básicos.:** Donde la entidad ofrece una gama de servicios básicos, para las acciones financieras básicas (comouna transferencia, o un extracto financiero) para el consumidor. Sólo existe en provincias.

- **Establecimiento con servicios especializados:** Son las ventanillas de cobranza, los puntos de corresponsales financieros y no financieros, las oficinas feriales y los puntos promocionales.

Figura 83. Puntos de atención financiera por funcionalidad en la Ciudad de Cochabamba, 2017 (Expresado en porcentajes)



Fuente: Elaboración Propia según datos de ASFI (junio de 2017).

Con esta categorización en la ciudad de Cochabamba existen actualmente 204 establecimientos (70%) con servicios financieros-completos y siendo el Banco Sol con 27 PAF de ese tipo. Además 87 establecimientos (30%) tienen servicios especializados, teniendo un mayor número el Banco de Crédito con 33 PAF de ese tipo.

5.1.2 Cajeros Automáticos en Cochabamba

A nivel nacional se establece que Santa Cruz, es el departamento con mayor número cajeros automáticos (ATMs) en el país, siendo el Banco Mercantil Santa Cruz la entidad con mayor número de cajeros automáticos.

Cochabamba, se encuentra en tercer lugar dentro de todo el Sistema Financiero. En ese sentido las entidades que prestan mayor atención de cajeros automáticos son los Bancos; las entidades con menor atención en el departamento son las Cooperativas de Ahorro y Crédito.

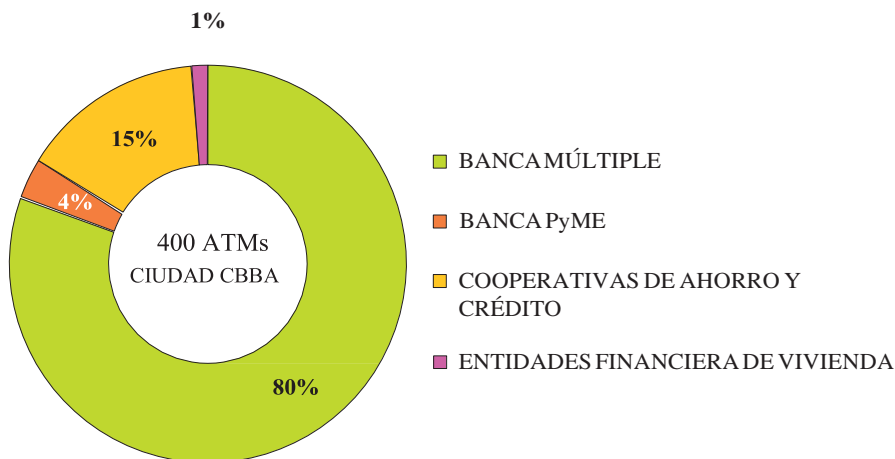
Según información de ASFI, a junio de 2017, existen 506 ATMs, en el departamento de Cochabamba, de los cuales 400 ATMs (79,05%) están en la ciudad de Cochabamba y los restantes están en las provincias.

Según ASFI (junio, 2017), la composición de ATMs en la ciudad de Cochabamba es la siguiente:

- **Banca Múltiple:** 381 ATMs (95%) pertenecen a este grupo. El Banco Mercantil Santa Cruz, es la entidad con mayor número, dispone de 75 ATMs, el Banco Unión 56 ATMs, el Banco Nacional de Bolivia 52 ATMs.

- **Cooperativas de Ahorro y Crédito:** Poseen 7 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).

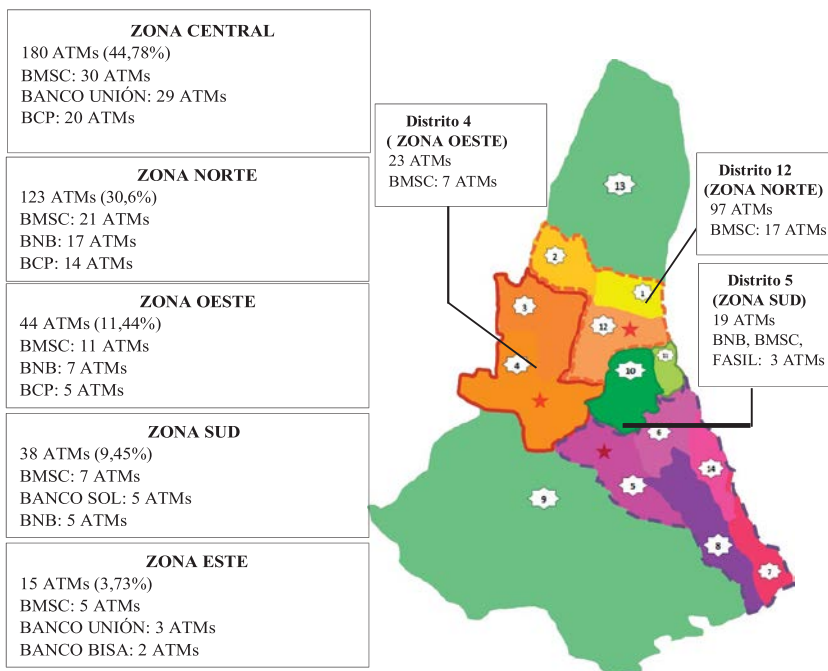
Figura 84. Composición de ATMs y de Entidad en la Ciudad de Cochabamba, 2017 (Expresado en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con base a datos ASFI (junio de 2017).

De la distribución ATMs en la ciudad de Cochabamba: La zona central es la zona con mayor disponibilidad en ATMs con 180 ATMs (45%), le sigue la zona norte con 123 ATMs (30,75%), posteriormente la zona sud con 38 ATMs (9,45%). Y de la distribución de ATMs por distritos: el distrito 12 de la zona norte, tiene 97 ATMs disponibles, el distrito 4 (zona oeste) tiene 23 ATMs, el distrito 5(zona sud) dispone de 19 ATMs, como también el distrito 10 conformado por la zona central, o casco viejo de la ciudad. (véase figura 85).

**Figura 85. Localización de ATMs en la Ciudad de Cochabamba, 2017
(Expresado en porcentaje)**



Fuente: Elaboración propia con base a datos de ASFI (junio, 2017).

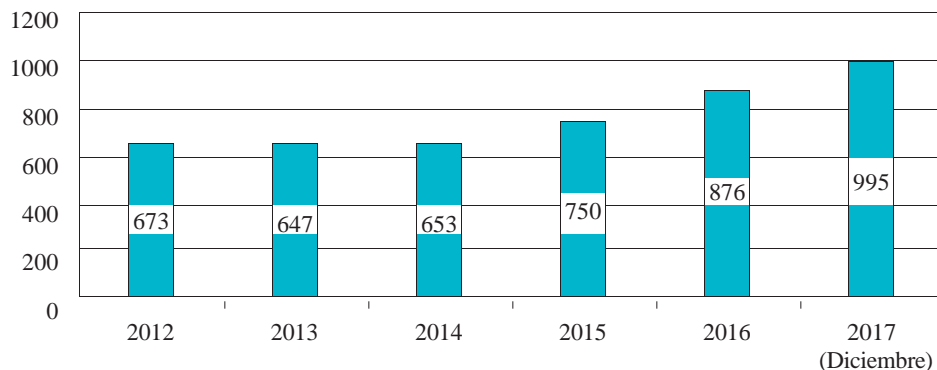
5.1.3 Terminales de Venta (POS) en Cochabamba

Según la Administradora de Tarjetas de Crédito S.A. (Red Enlace) a diciembre 2017 se registró en el departamento de Cochabamba, 995 POS, es decir, el 17% del total de POS proyectados a nivel nacional¹¹¹. Se considero para el cálculo el crecimiento de POS en Cochabamba en base a la tasa anual de crecimiento nacional de número de POS (2012-2017)

¹¹¹ La proyección se realizó de la siguiente manera:

$$\text{POS a nivel nacional (2017)} = \text{Pos a nivel nacional (2016)} \times (1 + \text{Tasa de crecimiento promedio}) = 5563 \times 1,0672 = 5937$$

**Figura 86. Evolución de Número de Pos en Cochabamba
(Expresado en unidades)**



Fuente: Elaboración propia, aproximación con base a datos nacionales, Red Enlace (2017).

Además, según información proporcionada por Red Enlace, en Cochabamba de los 995 puntos de venta POS emplazados, a diciembre de 2017, 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.

5.2. Banca Digital en Cochabamba

Es conocido que la banca digital es aquella que involucra los canales de la banca por internet como también la banca móvil, la descripción de ambas muestra que existe complementariedad como estrategia digital a utilizarse por parte de las entidades financieras.

5.2.1 Acceso a la Banca Digital en las Entidades Financieras

Las entidades financieras en Cochabamba ofrecen al consumidor financiero, una serie de servicios y productos siendo uno de ellos banca digital. (véase tabla 14)

Tabla 14. Oferta Comercial de las Entidades Financieras en Banca Digital en Bolivia

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	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.	GanaNET	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.
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.cooperativaloylea.com
PÍO 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.
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	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
IDEPRO- IFD	X	X	www.idepro.org
PRO-MUJER	X	X	bolivia.promujer.org

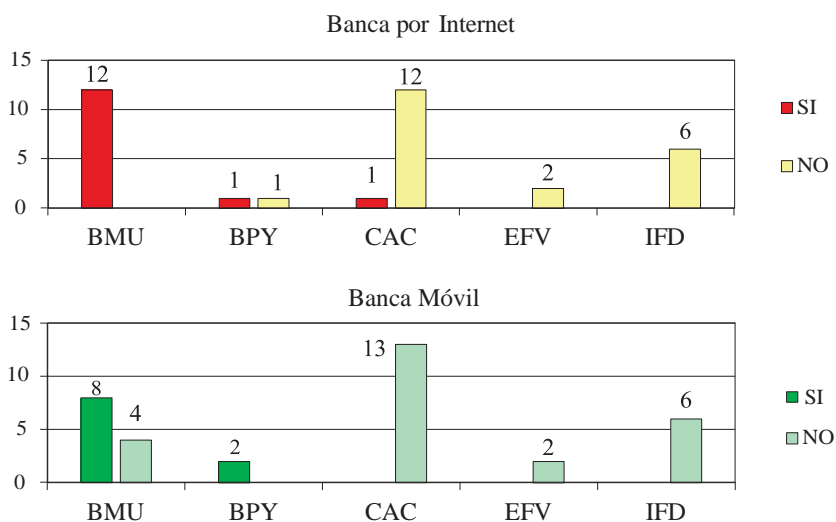
Fuente: Elaboración propia con base a oferta comercial de las entidades financieras (diciembre 2017).

En base a la oferta comercial de las entidades financieras a diciembre de 2017, casi el 100% de las entidades bancarias múltiples ofrece 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.

En ese sentido, solo una Cooperativa presenta 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 87. Entidades Financieras con Banca digital en el Sistema Financiero Boliviano, 2017 (Expresado en unidades)



Fuente: Elaboración Propia, Aproximación con base a datos nacionales, Red Enlace (2017)¹¹².

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.

¹¹² 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.

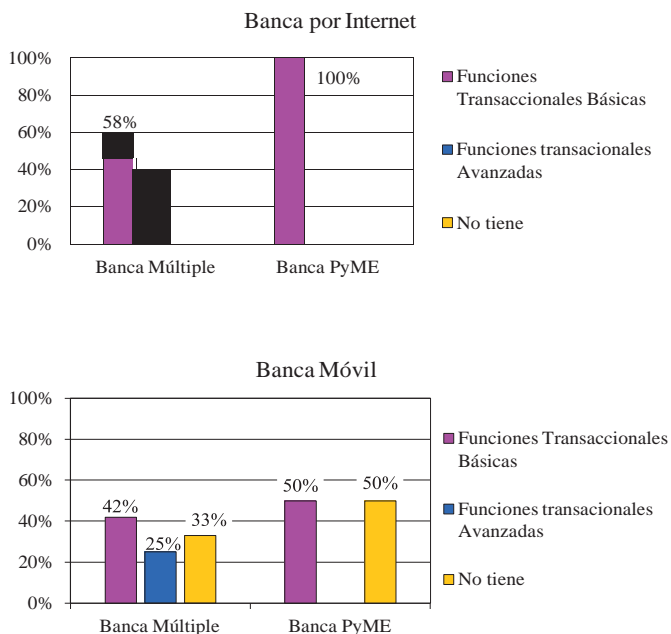
- **Funciones Transaccionales Avanzadas:** Permite realizar una amplia variedad de operaciones, esta interconectado con otros canales, tiene una amplia variedad para el pago de servicios, es la más alta experiencia online a nivel nacional.

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%) disponen de ofertas para transacciones avanzadas; solo 33% de los bancos múltiples no disponen de banca móvil.

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

Figura 88. 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 2017).

5.2.2 Tendencias, Innovaciones y Oferta de la Banca Digital

La siguiente tabla resume las nuevas innovaciones tecnológicas que existen y las principales características de los servicios ofrecidos por las entidades de intermediación financiera en Cochabamba.

Tabla 15. Innovaciones en la 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.	-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.	-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).	-Se puede realizar consultas, transferencias, 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.	-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.	-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.	-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 mediante sistemas operativos IOS y Android.	-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 chatbot, o asistente en línea, es decir un robot que chatea con los clientes y no clientes del banco, a través de Messenger de Facebook.	-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.	-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.	-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.	-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).

5.2.3 Utilización de la Banca por Internet en Cochabamba

Al respecto, la base de datos de AGETIC (2017), permite realizar una descripción y análisis de la penetración de la banca por internet; en el departamento de Cochabamba el 16% de los encuestados mayores de 14 años utiliza la banca por internet, siendo mayor el porcentaje en los internautas (25%).

Si se considera a la población mayor de 18 años (uso de 17%), por edad, las personas de 25 a 46 años tienen un mayor uso (22,4%) contrario a los menores de edad (2,6%) como también de 60 años o más (3,4%)¹¹³

¹¹³ A partir del enunciado los datos pertenecen a personas mayores de 18 años.

A nivel departamental, Cochabamba, se ubica en cuarto lugar (17%); siendo la ciudad en primer lugar (31%); en localidades intermedias quinto lugar (9%); y en localidades menores a 2.000 habitantes en segundo lugar

En zonas geográficas, sin considerar la ciudad, la zona del Valle Bajo (14%) y la Valle bajo (7%), tienen una mayor penetración.

Por niveles socioeconómicos, en la ciudad de Cochabamba, destaca el “Medio Alto” (51%) y “Alto” (45%), mientras que en las zonas rurales (ciudades intermedias y localidades) se invierte la relación: “Alto” (53%) y “Medio Alto” (40%). Cabe mencionar que el mayor uso de la banca por internet es dado en el sector de nivel medio bajo, pero no así por el nivel bajo extremo, respecto a las provincias. (AGETIC, 2017).

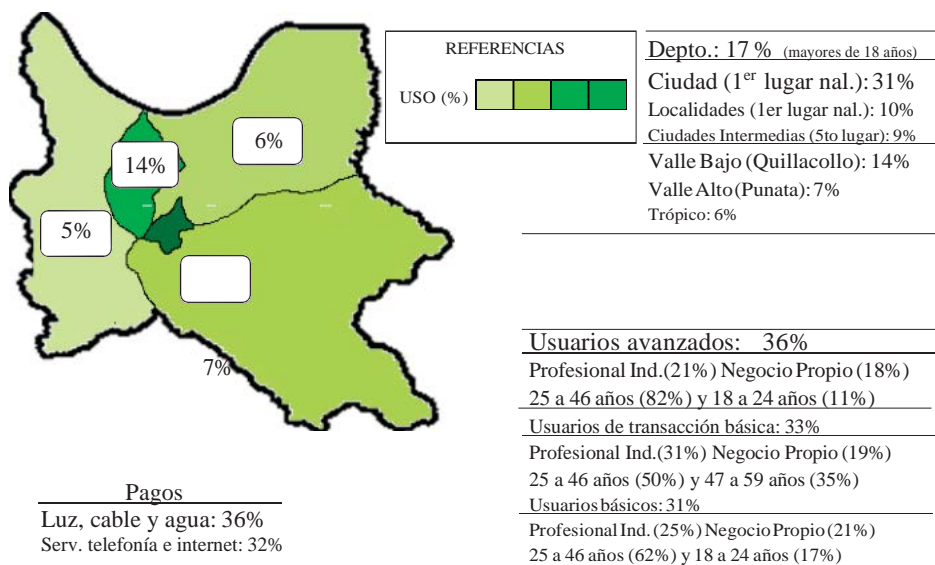
En ocupación, en la ciudad de Cochabamba, según en base a AGETIC (2017), el mayor uso es hecho por los “Profesionales independientes” (50%) en cambio en las provincias el uso de los “Profesionales Independientes” es (71%) y aquellos que tienen “Negocio propio” (38%). (Considerando la proporción de usuarios por rubro).

En la ciudad, la categorización por tipo de usuario es la siguiente:

- **Usuarios Avanzados:** En mayor proporción (36%): de estos son “Profesionales Independientes” (21%) y con “Negocios Propios” (18%). De 25 a 46 años (82%) y 18 a 24 años (11%).
- **Usuarios de Transacción Básica:** En segundo lugar (33%) son “Profesionales Independientes” (31%) con edades entre 25 a 46 años (50%) y de 47 a 49 años (35%).
- **Usuarios Básicos:** Con un porcentaje inferior (31%): Son “Asalariados” (21%), con edades de 25 a 46 años (62%) y 18 a 24 años (17%). (AGETIC, 2017), (véase figura 89).

Cabe remarcar que Cochabamba es el departamento con mayor homogeneidad en la distribución por tipo de usuarios, así por ejemplo no hay gran diferencia del número de “Usuarios Básicos” con respecto a “Usuarios Avanzados”.

Figura 89. Penetración de Uso de la Banca por Internet en Cochabamba



Fuente: Elaboración propia con base a datos de la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC, 2017).

Nota: Nal. = nacional, Serv.=Servicio, Ind.=independiente

5.2.4 Percepción de Agentes Involucrados en la Banca Digital en Cochabamba

Con el propósito de conocer las opiniones de los involucrados (entidades, consumidor, expertos del área) en la banca digital en Cochabamba, con base a entrevistas publicadas en artículos de periódicos, entre otros, se describe a continuación la opinión vertida por dichas personas.

a) Percepción de Agentes Expertos en Innovación y Banca Digital

La Omnicanalidad no existe y la nube está lejos por temas regulatorios-Jorge Velazco (Experto en Innovación y Banca)¹¹⁴

Los bancos han comenzado a dar los primeros pasos hacia la banca digital cambiando sus plataformas informáticas a una virtual, reorganizando sus áreas y modelos de negocio, creando áreas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), creando productos y servicios a través de nuevos canales, etc. Estas iniciativas han creado un ambiente de competencia de quien llega antes al objetivo digital. Sin embargo, queda todavía mucho por hacer para que los bancos puedan transitar, lo más rápido posible de la banca tradicional a digital, y elevar la experiencia del cliente tanto en la atención del servicio como en la como la concreción de nuevos negocios.

¹¹⁴ EL DEBER. -Suplemento de Economía y Negocios DINERO, 17 de octubre de 2017.

La omnicanalidad todavía es inexistente, la cocreación de productos y la innovación es un desafío, llegar a la tecnología en la nueve por temas regulatorios y de seguridad todavía está muy lejos, el *big data* y el uso masivo de los datos de clientes está todavía subutilizado, no se tiene aún un proyecto de todo el sector para llegar al mercado con una sola billetera móvil.

La banca debe acercarse al ecosistema universitario para elevar el espíritu emprendedor e innovador de los nuevos profesionales y apoyar el surgimiento de nuevas empresas Fintech que permitan satisfacer mejor las necesidades de los clientes y cerrar brechas entre los servicios ofrecidos de manera tradicional y las demandas digitales.

Llegar a la banca digital es priorizar la relación holística con el cliente en un entorno digital seguro.

“Nuestra Banca Digital dista de otros países”-Marcelo Duran, experto en Internet y Comunicación Digital¹¹⁵

¿Por qué en Bolivia es tan baja la participación en banca digital?

Hay que contrastar los datos en este caso:

- El nivel de acceso que tiene la gente al internet, según los datos de la ATT y la encuesta de la AGETIG están por encima del 67% en el país
- El nivel de acceso a la banca digital según AGETIC es del 17%

Existen algunas explicaciones sobre dicha diferencia. En primer lugar, el público de mayor uso y acceso al internet (jóvenes de 15 a 28 años) no son usuarios directos o frecuentes de la banca por internet. Si bien algunos bancos están abriendo sus posibilidades a la banca joven, hay una fuerte distorsión entre banca digital y el público destinatario. Por otro lado, la banca digital permite realizar operaciones bancarias frecuentes como depósitos o retiros, pero los pagos a servicios no están al 100% disponibles ni tampoco el depósito de dinero en cajeros automáticos.

Quienes están en este bajo porcentaje de uso cotidiano de banca digital afirman que este servicio les ha cambiado la vida.

Efectivamente hay una transformación importante en el hábito de consumo digital, pero creo que dista mucho la banca digital boliviana con relación con otros países. Por ejemplo un chat online “ Yo soy cliente de este banco hace años y la experiencia digital es muy

¹¹⁵ LOS TIEMPOS: Suplemento de Negocios y Finanzas EL OBSERVADOR ECONOMICO, 3 de octubre de 2017.

completa, desde este chat puedes solicitar varios servicios, además que el concepto de banca digital no solo se circunscribe a la web del banco, son otros servicios como pagos digitales, cajeros inteligentes que permitan depósitos, dispositivos para imprimir tickets (cine, avión, etc.). Un ejemplo curioso de ello es que BOA habla de e-commerce, igual tienes que imprimir tu pase a bordo, cuando podrían leer el código directamente desde el teléfono.

¿Qué deben hacer los bancos ante esta situación de rezago en banca digital?

Los bancos no deben hacer nada. Es ASFI que debe obligar a las empresas de servicios (COMTECO, ELFEC, YPFB) a abrirse para un pago digital en 100% de bancos, como experiencia personal, hace un tiempo hice un reclamo por Facebook, sobre este tema y muchos colegas e incluso gerentes de bancos, coincidieron en decir que el problema no está en el servicio, sino en que las empresas de servicios no están disponibles, por lo tanto, igual debes ir al banco o la cooperativa a realizar dicho pago.

Algunos bancos enfocan sus esperanzas en los jóvenes ¿Los adultos son ya generación perdida?

Al contrario, creo que la generación joven tiene una relación distinta con el dinero. La generación *Baby Boomer* y la Generación X, asumen la riqueza como sentido de propiedad privada. Por tanto, tener un crédito (auto, casa, consumo, etc.) es parte fundamental de lograr esos objetivos. En cambio, para los *millenials* no es tan importante este factor, por lo que los productos que ofrece el banco no son relevantes para ellos. Algunos bancos locales han abierto su estrategia hacia jóvenes (con tarjetas de compras web, con productos de ahorro, con compras de bajo coste). Por lo tanto, el desafío de la banca no será solamente digital y llegar al público joven, sino ser más eficientes en los servicios que brinda y en los productos que ofrece a la altura de los tiempos que vivimos.

b) Percepción de las Entidades Bancarias¹¹⁶

MERCANTIL SANTA CRUZ-Destacan por su plataforma de servicios Banca 24/7

EL BMSC con la Banca 24/7 una plataforma integral tecnológica de atención continua y permanente, disponible las 24 horas, que a través de un servicio ágil, cómodo y seguro permite a nuestros clientes realizar sus transacciones desde donde estén. Se encuentra compuesta por una banca por internet, banca móvil (Android e IOS), central de consultas, la red de cajeros (que permiten el pago de servicios y depósitos), y las plataformas de autoservicio.

¹¹⁶ EL DEBER: Suplemento de Economía y Negocios DINERO, 17 de octubre de 2017.

BANCO NACIONAL DE BOLIVIA-Transacciones superan 280.000 en lo que va de 2017

“La app BNB es la única aplicación que permite hacer pagos y cobros rápidos a través de tecnología QR y la identificación del cliente con su huella digital, para un ingreso ágil y rápido. Las transacciones por BNB móvil superan las 280.000 aproximadamente, en lo que va del año. Además, esta Carlitos BNB, un chat bot que opera en Messenger de Facebook y responde consultas. Funciona con inteligencia artificial”, explicó Carlos Mojica gerente de Innovación y Banca Digital.

BANCO UNIÓN-Alista la renovación de Uninet y Unimovil

Estamos próximos a presentar Uninet, nuestra banca por internet, y Unimovil, la banca móvil, porque creemos que la tecnología nos permite mejorar el servicio a nuestros clientes. Vemos que hay una fuerte inserción de los bolivianos en la banca por internet. El mayor acceso a los celulares hace que se puedan expandir los servicios financieros, Nosotros tenemos un área específica que trabaja en tecnología e innovación” afirmó la gerenta Regional Mary Nancy Suarez.

BANCO DE CRÉDITO BCP-El producto más reciente es la billetera móvil Soli Pagos

“Cada año invertimos más en nuevos productos y servicios tecnológicos. Además, estamos trayendo experiencia de afuera y tropicalizándola” a nuestra realidad. El camino es ir a la digitalización de servicios financieros enfocándonos al segmento joven. Nuestro producto más reciente es la billetera Soli Pagos BCP, una app que permite pagar servicios desde un teléfono inteligente y que incluyo la posibilidad de realizar compras en comercios” sostuvo el CEO Marcelo Trigo.

BISA-Acaban de presentar BISA NEO y pago por celulares

Los clientes de Banco Bisa cuentan con las aplicaciones e-Bisa móvil y Bisa Neo, para realizar una serie de operaciones y transacciones desde sus dispositivos móviles. Con e-Bisa móvil se administra la cuenta, transacciones bancarias, giros móviles y pago de servicios. Mientras BISA Neo permite acceder a los servicios de la banca electrónica y pagar compras a través de teléfono celular en diferentes comercios. Resalto el gerente regional Miguel Navarro.

BANCO ECONOMICO- Contrataron una empresa líder en banca digital

“En los últimos años realizamos intervenciones importantes para digitalizar gran parte de nuestros servicios. Hoy en día contamos con una moderna plataforma de banca web,

donde los clientes pueden realizar todas las transacciones que harían en una oficina física por medio de la computadora. En 2016, lanzamos la banca móvil transaccional desarrollada por una empresa internacional especializada en banca móvil”, resaltó el principal ejecutivo Sergio Asbun.

BANCO GANADERO-Los movimientos aumentaran más del 160% en un año

Las transacciones electrónicas han aumentado considerablemente. Los movimientos realizados por medio de nuestra aplicación móvil GanaMovil ha aumentado más del 160% con respecto a la gestión anterior (de enero a septiembre de 2016). Además, contamos con nuestra banca por internet GanaNer y nuestra banca móvil GanaMóvil, que permiten incluso en traspaso de efectivo a cuentas de terceros a otros bancos”, destacó el gerente de Marketing Edgardo Cuellar.

BANCOSOL Se facilita el acceso a los servicios Financieros

Apostamos por la innovación a través de cajeros automáticos, banca por internet y una aplicación diseñada para teléfonos móviles inteligentes con el fin de facilitar el acceso a los productos financieros incluidos en nuestro portafolio. La Banca por Internet, a través de la conectividad con un teléfono móvil inteligente, una tableta o una computadora, ha revolucionado los canales de acceso a múltiples servicios”, explicó Luis Reyes Sánchez, gerente regional Oriente.

BANCO FASSIL-Trabaja en una aplicación especial para smartphones

“El portal del Banco permite realizar distintas transacciones financieras los 365 días del año durante las 24 horas. Hoy la mayoría de los usuarios acceden a través desde sus teléfonos celulares, entonces pensar en un portal sin la aplicación móvil no es viable, Se está desarrollando una aplicación especial para el uso exclusivo de smartphones obviamente precautelando la seguridad del usuario de telefonía móvil”, dijo Julio Cesar Melgar, subgerente de Banca Productiva de Banca Fassil.

BANCO FORTALEZA-Se realizan operaciones Financieras en segundos

Ha desarrollado plataformas online que permiten realizar transacciones en segundos desde un smatphone, una computadora o una tableta, las 24 horas del día y los 365 días del año, desde donde se encuentre y con las mayores medidas de seguridad. A través de su sistema de banca por internet oferta servicios transaccionales para empresas, con su producto Office Bank, se pueden realizar transferencias de dinero ente cuentas, a terceros u otras entidades.

c) Percepción del Consumidor Financiero¹¹⁷

Desde el fin del mundo-Valeria Thaine

Valeria vive como quien dice “En el fin del mundo”. Se trata de una finca escondida en el sur de Potosí, donde cultiva frutas y verduras que luego son deshidratadas y ofrecidas al mercado boliviano bajo la marca El Yurumeño. No hay una entidad financiera a cuatro horas de viaje en vehículo, pero la gracias a la tecnología digital pudo realizar todas sus transacciones financieras desde Yurumo, el poblado más cercano a solo media hora de la finca, solo conectándose a internet.

“El momento que salimos a poblados más grandes (Yurumo, por ejemplo) es que podemos realizar las transacciones que necesitamos o cuando estamos en la ciudad si el monto que vamos a transferir es muy alto o caso contrario no tenemos tiempo para hacerlo “indica.

Valeria comenta que, desde hace poco más de un año, ella y los jóvenes con quienes trabaja comenzaron a usar la banca digital, una vez que comenzaron a trabajar con el Estado con la provisión de sus productos.

Tuvieron que acostumbrarse a las plataformas de las entidades bancarias, pero eso no fue impedimento para hacer uso del servicio. “Es más un tema de arriesgarse e intentar usar estos servicios digitales, a pesar de que me paso algunas veces que, por problema de red, las transacciones no se completaron y no logree recibir pagos ni hacerlos “señala con una sonrisa. A pesar de estos traspisés, Valeria asegura que la banca digital le facilito hacer transacciones financieras, sin mencionar el menor riesgo para depositar o retirar dinero de los bancos, recuerda que antes debía correr para llegar al banco, esperar tediosos minutos y realizar transacciones que demoraban horas. “Ahora no me preocupa porque puedo hacerlo las 24 horas del día, los siete días de la semana, desde mi computadora o el celular, sin prisa y muchas veces no necesito moverme de mi cama” cuenta.

Domingos tenía problemas-Alicia Valda

Alicia es una emprendedora que ofrece jugos de verduras Zumo 5 y hojas de banano para cocina, con su agencia AV Alimentos. Pero tiene un problemita. O lo tenía hasta hace un tiempo. Ofrece sus productos en las ferias, muchas de las cuales se realizaban los domingos en distintos lugares. “Domingo por la noche no había un banco donde depositar mis ingresos del día”, cuenta. Pero con la banca digital, su rutina cambio y aunque tiene cuentas en varios bancos, su aplicación favorita es Carlitos del BNB, que le dice donde hay agencias bancarias y ATM más cercano. También aprendió a depositar

¹¹⁷ LOS TIEMPOS: Suplemento de Negocios y Finanzas EL OBSERVADOR ECONOMICO, 3 de octubre de 2017.

dinero en efectivo en el cajero (en efectivo y cheques) y por supuesto, las transacciones, transferencias y pago de servicios básicos. “Muchos de mis clientes, incluso frente a frente, prefieren hacerme el pago vía celular” explica.

Ella explica que se incursiono en banca digital hace cuatro años, cuando trabajaba en un proyecto de La Paz destinado a incubar empresas. Como estaba sola en otra ciudad, debía darse modos para incursionar en el nuevo sistema, y con la creación de su propia empresa, la necesidad creció exponencialmente. Ahora utiliza el BNB Móvil, el BNB plus y la Banca Móvil de BISA.

Considera que la banca digital ha cambiado su vida, “Los que nos consideramos millenials no tenemos tiempo. El hecho de ir a un banco es demasiada inversión de tiempo. Hacer un depósito a retiro en el banco me toma mínimamente 40 minutos. En ese tiempo, hubiera podido hacer dos entregas de mis productos”, ejemplifica.

¿Miedo a la tecnología? “No para nada” explica, a tiempo de relatar que las aplicaciones tienen guías sencillas y basta con probarlas para acostumbrarse.

Hay que masificar el servicio-Antonio Fernández

Antonio Fernández es presidente de la Cámara de Industria y como empresario privado se vio también en la necesidad de dominar todo lo que es banca digital. Prácticamente ya no hace ningún movimiento económico bancario sino es por la red. Según explica hace transferencias de dinero desde su celular, consulta saldos, paga planillas de sueldos, consulta el consumo de su tarjeta de crédito y paga servicios básicos, entre otros.

Sin embargo, considera que el país “aún está en pañales” con relación al resto del mundo. “En Brasil hasta el periódico se paga mediante tarjeta de crédito o débito” explica. Además, hay muchos clientes que aún no han entrado en la banca digital, primero, explica, por falta de información; segundo, por desconfianza en la tecnología y tercero, porque hay pocas oportunidades “Faltan cajeros automáticos en lugares alejados y los pagos de comisiones por el uso del servicio de otros bancos son demasiados altos”, explica.

Por lo demás, considera que en la ciudad de Cochabamba ya la mayoría de las empresas realiza el pago de planillas de sueldos, servicios básicos y transferencias mediante banca digital.

Además, advierte que otras empresas también incursionan ya en servicios de envío digital de dinero, tal el caso de Tigo Money. “Hay que hacer entender al consumidor que Bolivia tiene seguridad de banca digital”. Lo que nos falta es masificar el servicio, explica a tiempo de mencionar que, en su experiencia personal, sus aplicaciones favoritas son Gana

Móvil, del Banco Ganadero y Tigo Money. “Son aplicaciones amigables, no hay que tener miedo”, explica.

Fernández, agrega que esta confianza debe extenderse al comercio digital. De hecho, anuncia que dentro de poco entrara en el mercado un mall virtual, una empresa afiliada a la Cámara de Industria.

Me simplifico el Tiempo-Aldo Vacaflores

Aldo Vacaflores, empresario y presidente de la FEICC, realiza transacciones desde la comodidad de su escritorio o desde su casa gracias a la banca digital. Ya que en el olvido hacer filas o esperar sentado por lo menos 30 minutos para poder ser atendido en el banco, asegura, debido a que la banca digital optimiz’o el tiempo que les dedicaba a realizar transacciones para su empresa o en el pago de algunos servicios básicos. El empresario señala que comenzó a usar los servicios de la banca digital desde hace por lo menos dos años. “Inicialmente eran productos básicos, pero ahora te dan varias opciones, revisar cuentas, ver extractos, tus créditos pagarlos, saldos, pagar tu tarjeta de crédito y otras transacciones más” indica. “La banca digital me simplifico el tiempo que usaba para realizar transacciones, ya no hago colas” subraya.

Recuerda que antes en determinadas fechas, los bancos se hallaban totalmente abarrotados y se debía esperar un tiempo innecesario. Ahora, con la banca digital, eso no pasa. “Se va al banco cuando es realmente necesaria la presencia del usuario. Ya no se va como antes a hacer depósitos, retiros, transferencias. Ahora desde tu casa u oficina puedes hacerlo no necesitas que el banco este abierto”, dice. Señala que muchas personas aún tienen miedo de usar la banca digital por la seguridad de sus cuentas, pero que ahora las entidades bancarias tienen protocolos mucho más sofisticados que permiten resguardar su dinero. También indica que la plataforma que usa es intuitiva y que por ello no tuvo mucho problema para utilizarla, sino solo indagar al igual que cualquier otra aplicación que descarga en un celular. Por otro lado, Vacaflores señala que de las cosas que aún no cambiaron en la banca son los formularios, los envíos de solicitudes para transferencias al exterior, pero que también debería dinamizar las tasaciones interbancarias que habitualmente duran 24 horas, lo que en otros países toma segundos.

Conclusiones

Los porcentajes de utilización de los canales de la banca electrónica (ATMs, POS, banca por internet, banca móvil), aun 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 montos transaccionados, así también en la normativa vigente para el desarrollo de banca electrónica.

Se evidencio 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 en los 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 en valor que representan, esto registrado 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 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 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.

La información de ASFI y AGETIC, se aproximan bajo algunas condiciones de uso, (11% y 14% respectivamente), como también en la realización de funciones de uso, según ASFI (45% realiza pagos) y AGETIC (47% son usuarios avanzados). Con

respecto a variables de importancia, es notorio la relación directa entre la condición económica y el uso del mismo, como también en edad (que es gradual).

En cuanto al comportamiento del usuario en la ciudad de Cochabamba aquellos con mayor experiencia (básicos y avanzados) tiene una ocupación en “negocios propios” y su edad esta entre joven-maduro. De los usuarios básicos, son “profesionales independientes” como “asalariados”. Un porcentaje significativo de usuarios avanzados (47%), en general, no se conformaron con explorar, sino que realizaron pagos vía medios electrónicos.

Cochabamba, muestra una situación avanzada respecto a la media nacional, como la ciudad con mayor uso de banca por internet; el uso en las provincias sobrepasa por aquellos con negocio propio. Además, de los “usuarios avanzados” con “negocios propios” y las empresas PyME, muestran que están utilizando y beneficiándose de experiencias transaccionales disponibles en la banca por internet. Similar situación ocurre a nivel nacional. Así, de esta forma se demuestra que aquellos con uso regular de banca por internet, cada vez realizan nuevas funciones, las cuales se van incrementando debido a su mayor conocimiento y confianza.

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 ASFI, en sus tres versiones 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.

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 universal, 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, ASFI y ASOBAN.

Se debe promover 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

Accenture Consulting. (2015). *2016 North American Consumer Digital Banking Survey; Banking on Value*. recuperado de: www.accenture.com/.

Acedo A. (1997). *Instituciones Financieras*. Caracas, Venezuela: (7ma. Ed.) McGraw Interamericana de Caracas, Universidad Central de Venezuela.

Administradora de Cámaras de Compensación y Liquidación ACCL. (2016). Recuperado de <http://www.accl.bo/acclsa/nosotros>

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)*. La Paz, Bolivia.

AGETIC. (2017). *Primeros Resultados de la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación, 2016*. La Paz, Bolivia.

Arner, D., Barberis, J., & Buckley, R.P. (2015). *The Evolution of fintech: A New Post-Crisis Paradigm*. Asian Institute of International Financial Law.

ASFI. (2017). *Banca Digital: Una Estrategia para Impulsar la Inclusión Financiera*. ASFI Publicaciones.

ASFI. (2011). *Recopilación de Normas para Bancos y Entidades Financieras*. Recuperado de ASFI: <http://servdmzw.asfi.gob.bo/circular/textos/T09.pdf>

ASFI. (2015). *Informe de Resultados de “1ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros”*. La Paz, Bolivia: ASFI- Dirección de Estudios y Publicaciones.

ASFI. (2017). *Banca Electrónica e Instrumentos Electrónicos de Pago en Bolivia*. ASFI Publicaciones.

ASFI. (2017). *Informe de Resultados de “3ra Encuesta Nacional de Servicios Financieros”*. La Paz, Bolivia: ASFI- Dirección de Estudios y Publicaciones.

ASFI. (2017). *Informe de Resultados de “2da Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2016”*. La Paz, Bolivia: Dirección de Estudios y Publicaciones ASFI.

ASFI. (2017). *Principales variables de Sistema Financiero*. Departamento de Estudios y Publicaciones.

Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, ATT. (2017). *Estado de Situación del Internet en Bolivia*. La Paz, Bolivia.

ATT. (5 de Noviembre de 2017). *Misión y Visión*. Recuperado de ATT: <https://www.att.gob.bo/content/misi%C3%B3n-y-visi%C3%B3n>

Banco Central de Bolivia. (2017). Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2016. La Paz: BCB. Recuperado de: <https://www.bcb.gob.bo>.

Banco Central de Bolivia. (2017). *Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos, 2017*. La Paz, Bolivia. Recuperado de: <https://www.bcb.gob.bo>.

Banco Central de Bolivia. (2016). *Boletín Mensual del Sistema de Pagos Nacional y Liquidación de Valores*. La Paz, Bolivia: Banco Central de Bolivia.

Banco Central de Bolivia. (2016). *Informe de Estabilidad Financiera*. La Paz, Bolivia.

Banco Central de Bolivia. (2016). *Informe de Vigilancia del Sistema de Pagos 2015*. La Paz, Bolivia: Recuperado de: <https://www.bcb.gob.bo>.

Banco Interamericano de Desarrollo-Finnovista. (2017). “*Fintech: Innovaciones que no sabías que eran de America Latina*”.

Banco Mundial. (2017). *Datos: Gasto en Investigación y Desarrollo (%PIB)*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>

BBVA Innovation Center. (2016). *Revolucion Fintech*. Innovation Edge. Bernabé, M. (2012). *Generalidades del Sistema Bancario*. Recuperado de: <http://www.5campus.com/leccion/gensisban>

Board of Governors of the Federal Reserve System. (2016). *Consumers and Mobile Financial Services 2016*. Washington, DC; USA.: Publications Fulfillment.

Bucklin, L. (1966). *A theory of distribution channel structure*. Berkeley: Institute of Business and Economic Research, University of California.

Calvo B., A., Parejo Gámir, J. A., Rodríguez Sáiz, L., & Cuervo García, A. (2010). *Manual del Sistema Financiero Español*. Barcelona, España.

Canadian Bankers Association. (2017). *How Canadians Bank*. Recuperado de: http://www.cba.ca/Assets/CBA/Files/Article%20Category/PDF/bkg_technology_en.pdf

Carvajal Sierra, F. E. (2015). *Diseño de una Metodología para medir el uso de Internet Banca en Colombia*. Tesis presentada para obtener el título de Ingeniero de Sistemas: Departamento de Sistemas e Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Colombia, Colombia.

Casilda Bejar, R. (1997). *Realidades y alternativas, el futuro de la banca. La banca virtual*. Esic-Market.

Castello, E. (2001). *La orientación del cliente en las entidades de crédito. Funcionamiento y control*. Madrid: UNED.

Catelló Muñoz, E. (2007). *Gestión Comercial de Servicios Financieros*. Madrid: ESIC.

Centro de Desarrollo OCDE. (2016). *Startup America Latina 2016-Construyendo un futuro Innovador*.

CEPAL. (2016). *Estado de la Banda Ancha en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile-Naciones Unidas .

CEPAL. (2013). *Entre mitos y realidades. TIC, políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Naciones Unidas.

Chias, J. (1991). *El mercado son personas*. Madrid, España: McGraw-Hill.

Corporación Andina de Fomento. (2016). *La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca*. Dirección de Desarrollo Productivo y Financiero de CAF.

De Ollolqui, F., Andrade, G., & Herrera, D. (2015). *Inclusión Financiera en América Latina y el Caribe*, Banco Interamericano de Desarrollo.

De Young, R. (2001). *The financial performance of pure play Internet banks*. Economic Perspectives, vol 25, N° 1, first quarter, Bank of Chicago.

Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2014). *The Global Findex Database 2014: Measuring financial inclusion around the world*. World Bank Policy Research Working Paper.

Ditrendia. (2017). *Informe Mobile en España y en el Mundo*.

- Dueñas, R. (1991). *Introducción al Sistema Financiero y Bancario*. Bogotá - Colombia: Institución Universitaria, Politécnico Grancolombiano.
- Ernst & Young (EY) . (2017). *EY Fintech Adoption Index 2017*.
- E-Efectivo Espm S.A. (2016). *Memoria Anual Tigo Money 2016*. Bolivia.
- Espitia, M. (1996). *Efectos cíclicos en la adopción de innovaciones: evidencias en el sector bancario*. Información Comercial Española.
- Europa Direct. (2016). *Ficha Práctica. ¿Que es una Starup?* Madrid: Centro de Documentacion Europea.
- European Central Bank. (2016). *Comunicado de Prensa; Payments statistics for 2015*.
- European Banking Federation. (2015). *European Banking Sector “Fact y Figures” 2015*. París-Francia: European Bnaking Federation aisbl.
- European Banking Federation*. (Abril de 2016). Recuperado de: http://www.ebfdigitalbanking.eu/EBFDB_4.html
- European Central Bank. (2013). *The single Euro Payment Area (SEPA)*. Frankfurt, Germany.
- EY & HM trasury. (2017). *Guía EY sobre Fintech. Una evaluación sobre Fintech en el Reino Unido y a nivel global*. Reino Unido: Ernst & Young LLP .
- Feria Domínguez, J. M. (2000). *Proyectos CICA-THALES*. Recuperado de: <http://thales.cica.es/rd/Recursos/rd98/Economia/02/texto1.html>
- Frederic S., M. (2014). *Moneda, Banca y Mercados Financieros*. México: Pearson Educación.
- Fundaempresa. (2017). *Estadísticas del Registro de Comercio de Bolivia, Enero 2017*.
- Galdo Souto, M. (2015). *Multicanalidad y Digitalización*. Madrid, España.
- Gandy, T. (1995). *Banking in e-space. Banker*.
- Garcia, 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.

- Group Reseach DBS Bank and Asia Pacific Fintech Leader EY. (2016). *The Rise of Fintech in China “Redefining Financial Services”*. Asian Insights Office and DBS Group Reseach.
- Hoder , F., Wagner , M., Sguerra, J., & Bertol, G. (2016). *La Revolución Fintech*. Nueva York: Corporación Interamericana de Inversiones.
- Ibarrondo Dávila, P.(2012). *“La Producción de Sevicios Bancarios” Problemática en torno a su delimitación*. España: ICE.
- Kotler, P.(1990). *Dirección de Mercadotecnia*. México: ed.Diana.
- KPMG International y CBI Insight. (2016). *The pulse of Fintech in 2015*.
- La Universidad en el Campo. (2011). *Economía I*. Espacio Gráfico Comunicaciones S.A: Caldas - Colombia.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Pearson Educación.
- Luna Acevedo, I. (2015). *“Bolivia crece en un 30% anual en comercio electrónico”*. Recuperado de: https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=1&pla=3&id_articulo=177378.
- Martinez A. (2013). *El dinero plástico: ¿qué tan conveniente es?*. Recuperado de: <http://www.elobservadoreconomico.com/archivo/>
- Mayorga, F. (2017). Usos Culturales, educativos y sociales del Internet. En E. Quiroz, *Bolivia Digital - 15 miradas acerca del Internet y sociedad en Bolivia* (pág. 538). Vicepresidencia del Estado-CIS.
- McKinsey & Company. (2015). *Digital Banking in ASEAN: Increasing Consumer Sophistication and Openness*. Singapore: McKinsey & Company.
- Mendialdua, A.B. (2015). *Gestión de Entidades Financieras “Un enfoque práctico a la gestión bancaria actual”*. Madrid - España: Editorial ESIC.
- Mendieta, M. (2007). Llega la oficina Bancaria 2.0. *Cinco Días*, 1-3.
- Mercabalanza. (29 de Enero de 2015). *¿Qué es un POS, Terminal Punto de Venta?* Recuperado de: <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*. Recuperado de: <http://www.mercabalanza.es/que-es-un-pos-terminal-punto-de-venta/>

Monparler Pechuan, A. (2008). *El desarrollo en la Banca Electrónica en España. Un análisis comparativo entre entidades online y tradicionales en España y EEUU*. Tesis Doctoral, Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.

Muñoz Leiva, F. (2008). *La adopción de una innovación basada en la Web. Analisis y modelización de los mecanismos generadores de confianza (tesis doctoral)*. Departamento de Comercialización y Mercados, Universidad de Granada, Granada, España.

Navajas, S., & Trujillo, V. (2014). *Finalcial Inclusion in Latin America and the Caribbean: Data and Trends.MIF, IDB, Special Editor for FOROMIC*. Washinton DC.

Nicholas, T. I. (1984). *La banca y la tecnología*. Papeles de Economía Española.

Nielsen. (2016). *Dinero Móvil*.

Ontiveros, E. (2003). Nueva Banca: Nuevos impulsos a la desintermediación. *Madrid*, 11-15.

Ortiz García, M. (18 de Junio de 2017). Las fintech, el “adversario” indispensable de la banca. *Página Siete*.

Ortuño Yañez, A. (2016). El Acceso y el Uso del Internet en Bolivia. En E. Quiroz Gutiérrez, *Bolivia Digital “15 miradas acerca de Internet y la Sociedad en Bolivia”* (págs. 149-187). La Paz, Bolivia: CIS, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.

La curiosa historia de cómo nació el cajero automático hace 50 años. Recuperado de: <http://www.paginasiete.bo/inversion/2017/7/2/curiosa-historia-como-nacio-cajero-automatico-hace-anos-143143.html>

Perdiguer, M. (1991). *La situación tecnológica en el Sistema Financiero Español*. Estrategia Financiera, Nº 67.

Puga Muñoz, M. (2014). *Fundamentos Basicos de Finanzas*. Universidad Arturo Prat. Victoria, Chile.

Red Enlace. (2014). *Quienes Somos: Red Enlace*. Recuperado de: <https://www.redenlace.com.bo/quienes-somos.php?pag=2>

Red Enlace. (2016). *Memoria Anual*. Red Enlace.

Rodríguez, A. (2002). Reseña Histórica de Innovaciones Financieras en Venezuela y el Mundo. *Revista Economía* N° 17-18, 147.

Rodríguez, B. (2014). *Origen y evolución histórica de las tarjetas de crédito*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/innotecmkfinint.htm>

Rodríguez, D., & Sánchez Torrez, J. (2011). *e-banca, una revisión del estado de las formas de medición*. ALTEC.

(s.f). Recuperado de: <https://anotacionesmaticasfrases.blogspot.com/>

Sanchis Palacio, J. (2001). *Dirección Estratégica Bancaria: “Estado Actual y temas de Investigación”*, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa . España.

Seeking Alpha: Sotck ideas, Epoch Times. (31 de Enero de 2017). Recuperado de: <https://seekingalpha.com/>

Sinkey, J. (1983). *Commercial Bank Financial Management*. Nueva York: Macmillan .

Soto, S. (17 de Marzo de 2015). “*Como la telefonía móvil ayuda a la inclusión financiera*”. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/17/1014208>.

PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios S.L. . (2016). *Cómo FinTech está redefiniendo el sector financiero*.

PricewaterhouseCoopers S.L. (2014). *Encuesta Mundial de Banca Digital*.

TECNOCOM. (2015). *Tendencias en Medios de Pago*.

Tigo Money. (2017). *E-FECTIVOESPM S.A. Programa de Educación Financiera*. Recuperado de: <http://www.tigo.com.bo/>

Varela, E. (2014). *Economía Bolivia*. Recuperado de <http://www.economiabolivia.net/2014/01/14/cuatro-limitaciones-frenan-desarrollo-del-comercio-electronico-en-bolivia/>

Ventura Scanner. (2015). *The State of Financial Technology*. Recuperado de <https://medium.com/@VentureScanner/the-state-offinancial-technology-in-15-visuals-b7cbea4b2b2a#.hi1f6e8es>

Viejo Valverde, F. (2015). “Análisis de la banca por Internet” *Un modelo en dinámica de Sistemas*. Valladolid, España.

VISA. (2017). *Visa Pagos Digitales*.

Zineldin, M. (1996). Bank positioning and some determinants of bank selection. *The International Journal of Bank Marketing*, 12.

1,2,3 Cuenta. (7 de Agosto de 2015). *¿Qué es un datáfono, POS o pasa tarjetas?*
Recuperado de 1,2,3 Cuenta: <https://www.123cuenta.com/wiki-financiero/article/21-%C2%BFqu%C3%A9-es-un-dat%C3%A1fono-pos-o-pasa-tarjetas-214.html>

ANEXOS

AI: Tercera Encuesta Nacional de Servicios Financieros

Los datos cuantitativos que se presentan en el presente trabajo de investigación corresponden a dos fuentes importantes de información, una de esas es la encuesta Nacional de Servicios Financieros, realizaba por ASFI, se realizó en tres gestiones, siendo la última, la gestión 2017.

Se toma en consideración los resultados de la Encuesta elaborada por ASFI debido a las siguientes consideraciones:

- La Ley N° 393 de Servicios Financieros (LSF) dispone que uno de los objetivos de la regulación y supervisión financiera es asegurar que las entidades financieras satisfagan las necesidades del consumidor financiero (artículo 17). Uno de los mecanismos establecidos en la LSF (artículo 73) para el logro de ese objetivo, es la realización de estudios sobre necesidades y grado de satisfacción de los consumidores financieros.
- La ENSF¹¹⁸ se realiza por mandato de la LSF¹¹⁹, específicamente, el artículo 116 señala: “La autoridad de Supervisión del Sistema Financiero-ASFI, implementará encuestas anuales representativas que abarquen a todos los segmentos de los consumidores financieros de todas las regiones del país, con el fin de evaluar sus necesidades en materia financiera, el nivel de atención a las mismas por parte de las entidades financieras y las percepciones de la población sobre el grado de cumplimiento del a función social de las entidades de intermediación financiera en la prestación de servicios financieros” la misma ley establece que la encuesta se debe realizar anualmente.

Por tanto, ASFI tiene competencia en materia de medir el comportamiento del consumidor financiero, la situación actual de los servicios y por tanto de la Banca Digital.

La presente descripción fue elaborada en base a datos de la encuesta realizada por la Autoridad de Fiscalización del Sistema Financiero (ASFI), realizada el 9 de septiembre del 2016, en instalaciones físicas de las entidades financieras, conocidas como PAF (Punto de Atención Financiera), es decir, en las oficinas centrales, sucursales y agencias, de las siguientes entidades financieras: Bancos Múltiples, Bancos Pymes, Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas, Entidades de Fomento a la Vivienda e Instituciones de Fomento al Desarrollo.

¹¹⁸ Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

¹¹⁹ Ley del Sistema Financiero.

Se utilizó una muestra de 106 municipios y de entre los cuales se escogió aquellos que tienen 2 o más PAF en su jurisdicción. Por lo que se seleccionó una muestra de 46 municipios:

En cuanto al número de personas observadas, se entrevistó a 3080 consumidores financieros (18% más que el 2015).

Para tener un procesamiento temporal de la información se realiza un análisis comparativo entre la presente encuesta y la que fue realizada el 2015.

Figura 90. Selección de muestra para 2da Encuesta al Consumidor Financiero en Bolivia, ASFI 2017

DEPARTAMENTO	POBLACIÓN		MUESTRA	
	MUNICIPIOS	PAF	MUNICIPIOS	PAF
BENI	10	77	2	14
CHUQUISACA	7	78	3	14
COCHABAMBA	19	288	9	56
LA PAZ	17	415	10	80
ORURO	4	56	3	13
PANDO	1	18	1	10
POTOSÍ	8	72	4	13
SANTA CRUZ	32	453	10	89
TARLJA	8	109	4	23
TOTALES	106	1566	46	312

Fuente: Encuesta al Consumidor Financiero ASFI (2017).

Otros aspectos a considerar de Encuesta Nacional de Servicios Financieros.

Podemos citar la siguiente información:

- Con respecto a la confiabilidad con la entidad financiera, el 50% de los consumidores dio una buena puntuación a la confiabilidad (el 50% calificó con una nota mayor al 9; también debemos mencionar que la “Contribución a la mejora de calidad de vida “y “La mejora en atención al público” son aspectos que obtienen menores calificación.
- El 41% de los consumidores financieros considera que el acceso a servicios financieros ofrecidos por las entidades financieras en zonas marginales de las ciudades capitales no es suficiente.
- Finalmente, el consumidor financiero calificó en cuanto a la satisfacción con los servicios y productos financieros que le proporciona la entidad financiera, la

calificación que más se repite es de 8 sobre 10, siendo esta la posición del 25% de los consumidores financieros, en si el 51% de ellos da una calificación mayor o igual a 8, un indicador positivo sobre satisfacción.

Sin embargo, con respeto a lo anterior, si nos referimos al índice general de satisfacción del consumidor financiero, que es, para la gestión 2016, 7,45 puntos, este es menor comparado con la anterior gestión (7,85 pts.), las variables que explican esta disminución son: Los “procedimientos para obtener créditos”, “La comodidad en las oficinas” y “la satisfacción con los intereses que se recibe de los depósitos”. Si se realiza una estratificación acerca del índice, el segmento de población joven de mayor proporción activa (25 a 46 años), es la que otorga una menor calificación (7,36 pts.) con respecto al promedio general, y además en cuanto nivel de educación de muestra una relación inversa de calificación, a mayor nivel, se presenta menor calificación en el índice, finalmente por tipo de entidad, las entidades que tienen una calificación superior e igual a índice general, solo son las Instituciones Financieras de Desarrollo (7,80 prtos.) y las Cooperativas de Ahorro y Crédito Abiertas (7,73% pts.).

A II: Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnología de Información y Comunicación (TIC)

La entidad responsable de esta presente encuesta es la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC), entidad pública bajo tuición del Ministerio de la Presidencia, creada en septiembre del 2015.

AGETIC se define como: “Una entidad que bajo el principio de la soberanía tecnológica desarrolla todas sus actividades. Por esto la investigación e innovación son fundamentales en cada una de ellas.”

“El conocimiento es para nosotros un bien de toda la humanidad, por eso utilizamos software libre, promovemos los datos abiertos y liberamos los diseños, contenidos, código y resultados científicos que alcanzamos.”

“Nuestra preocupación permanente es lograr que las ciudadanas y ciudadanos encuentren cada día un Estado más eficiente, transparente y amable.¹²⁰”

AGETIC, como entidad pública relacionada con las TICs, ha realizado una encuesta nacional sobre Opinión sobre tecnologías y Comunicación, de esta forma cumpliendo su oficio en el estudio las actividades como ser el uso del internet, la Banca Digital, las compras electrónicas entre otros aspectos, por tanto la información recabada de esta

¹²⁰ Información disponible en: <http://www.agic.gob.bo/#/nosotros>

fueron de suma importancia para inicialmente realizar con contraste con los datos obtenidos por ASFI, como también de obtener nueva información que complemente lo anterior para una comprensión del comportamiento del consumidor ahora denominado internauta virtual, nótese la diferencia entre el consumidor financiero, el cual puede que no sea un internauta virtual.

A continuación, describiremos el marco muestral que utilizó la AGETIC, para proceder con la investigación que realizó, inicialmente se tiene la siguiente información:

- El lugar de presentación de los datos iniciales fue en la Vicepresidencia del Estado, bajo la programación por el Día del Internet, celebrado el 17 de mayo del 2017.
- En cuanto a la ficha técnica: La población objetivo fueron los internautas mayores a catorce años de edad de ambos sexos y pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos. Para fines de la encuesta se tiene la siguiente definición:

“El internauta boliviano es aquella persona que se conectó al internet al menos una vez el mes previo a la encuesta.”

- A esa población internauta se aplicó una boleta que contenía alrededor de 171 preguntas que estaban divididas en diferentes bloques donde destaca para nuestro estudio: Hábitos de uso de internet, redes sociales, comercio electrónico, habilidades informáticas; a pesar de que de que la población objetivo eran los internautas, también se aplicó una boleta a aquellas personas que no se habían conectado en ese mes previo a la encuesta, es decir, los no internautas principalmente con el objetivo de indagar acerca de las razones por las que no se había conectado.
- El procedimiento del muestreo fue multietápico por conglomerados, los puntos muestrales fueron seleccionados de manera aleatoria en cuatro segmentos poblacionales que fueron, ciudades capitales y el alto, ciudades intermedias que incorporan poblaciones de más de 10.000 habitantes, centros poblados que hacen referencia a poblaciones entre 2.000 a 10.000 habitantes, y localidades rurales de menos de 2.000 habitantes. En el caso de las ciudades capitales los puntos muestrales aglutinaron a las nueve capitales de departamento más la ciudad del alto, para las ciudades intermedias se tomó 20 puntos muestrales, en el caso de los centros poblados se tomó 21 puntos muestrales, y para las localidades rurales los puntos muestrales fueron 34, eso significa que el ámbito de la encuesta fue no solo a nivel ciudad sino incluyó el ámbito rural.

- El tamaño total de la muestra alcanzo a 5536 boletas lo que permitió tener un nivel de error muestral del 1.3% a nivel nacional y de 4% a nivel departamental. Además, se tuvo un nivel de confianza del 95% .la fecha de realización de la encuesta fue entre el 3 al 18 de diciembre del 2016. (AGETIC, 2017).

Figura 91. Marco Muestral de la Encuesta Nacional de opinión sobre TIC en Bolivia

Estratos	Puntos muestrales (PM)
Ciudades capitales y El Alto	10
Ciudades intermedias (Más de 10.000 habitantes)	20
Centros poblados (de 2.000 a 10.000 habitantes)	21
Localidades rurales (Menos de 2.000 habitantes)	34

Fuente: Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC).

Para la presentación de la información de interés, vamos a categorizarla de la siguiente forma: Vamos a tener una sección sobre hábitos y uso del internet del internauta boliviano, seguidamente veremos el usos y hábitos en las redes sociales, uso de la Banca Digital y finalmente razones de no utilización del internet por lo no internautas bolivianos.

ANEXO III: CANTIDAD DE POS EN COCHABAMBA

MCC*	Descripción	Cantidad de POS
742	Servicios veterinarios	1
1520	Contratistas generales-residenciales y comerciales	8
2741	Editoriales e imprentas misceláneas	1
4119	Servicios de ambulancia	1
4215	Servicios de mensajería-por aire y por tierra, agencias transportistas	3
4511	Transportadores aéreos, aerolíneas-no clasificados en otro lugar	34
4722	Agencias de viaje y operadores turísticos	28
4812	Equipos de telecomunicaciones incluyendo ventas de teléfonos	13
4814	Servicios de telecomunicaciones, incluyendo sin limitación, los servicios telefónicos prepagados y los servicios telefónicos recurrentes	12

4816	Red de computadora/servicios de información	1
5039	Materiales de construcción-no clasificados en otro lugar	9
5045	Computadoras, equipo periférico de computadoras, software	2
5047	Equipo y material dental/laboratorio/médico/oftálmico para hospitales	1
5065	Partes y equipos eléctricos	1
5072	Equipo y materiales de ferretería	3
5074	Equipos de fontanería y de calefacción	1
5094	Piedras y metales preciosos, relojes y joyería	3
5111	Artículos de papelería, materiales para oficinas, papel para escribir y para impresoras	2
5122	Drogas, propietarios de drogas patentadas, artículos de farmacia	2
5139	Calzado comercial	4
5192	Libros, periódicos y diarios	13
5198	Pinturas, barnices y materiales	4
5200	Tiendas de almacenes de materiales para el hogar	12
5331	Tiendas de variedades	7
5399	Tiendas misceláneas de mercancía general	2
5411	Tiendas de comestibles, supermercados	105
5499	Tiendas misceláneas de comestibles-tiendas de conveniencia, mercados, tiendas de especialidades	4
5511	Distribuidores de automóviles y camiones-ventas, servicio, reparaciones, repuestos y arrendamiento	2
5531	Tienda de artículos para automóviles, tienda de artículos para el hogar	1
5532	Tiendas de neumáticos para automotores	2
5533	Tiendas de repuestos para automotores, accesorios	25
5541	Estaciones de servicio (con o sin servicios auxiliares)	6
5611	Tiendas de ropa y accesorios de hombre y niños	10
5621	Tiendas de ropa para damas	19
5631	Tiendas de accesorios y de especialidades para damas	1
5641	Tiendas de ropa para niños y para bebés	12
5651	Tiendas de ropa para la familia	46
5655	Tiendas de ropa de deportes, ropa ecuestre	24
5661	Zapaterías	44

5691	Tiendas de ropa de caballeros y de damas	1
5712	Tiendas de equipo, mobiliario y muebles para el hogar (excepto electrodomésticos)	21
5714	Tiendas de cortinas, materiales de tapicería, y productos para cubrir las ventanas	2
5722	Tiendas de electrodomésticos	5
5733	Tiendas de música-instrumentos musicales, pianos, partituras	1
5734	Tiendas de software para computadoras	1
5812	Establecimientos de comida, restaurantes	98
5813	Bares, salones para cocteles, discotecas, clubes nocturnos y tabernas-establecimientos de bebidas [bebidas alcohólicas]	20
5814	Restaurantes de comida rápida	53
5912	Droguerías, farmacias	63
5921	Tiendas de licor empacado, cerveza, vino, y licores	6
5940	Tiendas de bicicletas-ventas y servicio	1
5941	Tiendas de artículos para deportes	5
5942	Librerías	11
5943	Tiendas de materiales para oficinas, colegios y papelería	2
5944	Tiendas de relojes, joyería, relojes de pulsera y vajillas de plata	7
5945	Tiendas de juegos, juguetes y hobby	3
5947	Tiendas de tarjetas, regalos, artículos novedosos y souvenirs	1
5948	Tiendas de productos de cuero y de artículos de equipaje	7
5970	Tiendas de materiales de arte, artesanías	1
5973	Tiendas de artículos religiosos	1
5976	Tiendas artículos ortopédicos-prótesis	1
5977	Tiendas de cosméticos	15
6300	Venta de seguros, aseguradores y primas de seguros	37
7011	Alojamiento-hoteles, moteles, centros turísticos-no clasificados en otro lugar	41
7230	Barberías y salones de belleza	2
7261	Servicios funerarios y crematorios	1
7298	Spas de salud y belleza	2
7392	Servicios de consultoría, administración y relaciones públicas	1
7512	Agencia de alquiler de automóviles-no clasificados en otro lugar	2

7538	Talleres de servicio automotriz	1
7641	Muebles-retapizado y reparación, reacabado	5
7832	Teatros de películas	32
7929	Bandas, orquestas y entretenimiento misceláneo-no clasificados en otro lugar	1
7933	Establecimientos para jugar boliche	1
7997	Clubes-clubes campestres, membresía [atletismo, recreacionales, deportivos], campos de golf privados	3
7999	Servicios de recreación-no clasificados en otro lugar	8
8011	Doctores-no clasificados en otro lugar	1
8021	Dentistas, ortodoncistas	4
8042	Optómetras, oftalmólogos	1
8043	Ópticas, productos de las ópticas y lentes	9
8062	Hospitales	18
8071	Laboratorios dentales y médicos	6
8099	Profesionales de la salud, servicios médicos-no clasificados en otro lugar	2
8220	Colegios, universidades, escuelas profesionales y junior colleges	18
8249	Escuelas, técnicas y vocacionales	2
8299	Escuelas y servicios educativos-no clasificados en otro lugar	1
9399	Servicios gubernamentales-no clasificados en otro lugar	1
	TOTAL GENERAL	995

Fuente: Red enlace, (2017)

* Merchant Category Code (*MCC*) es un número de cuatro dígitos listado en la norma ISO 18245 para tiendas de servicios financieros. *MCC* es utilizado para clasificar los negocios por el tipo de bienes o servicios que proveen.

La presente edición se terminó
de imprimir el mes de marzo de 2019
en Talleres Gráficos “KIPUS”
c. Hamiraya 127 • Telf./Fax.: 591- 4 - 4582716 / 4237448