

Efectos del uso de medios de pago digitales en los parámetros de medición de la inclusión financiera en Bolivia.

Andrés Cuba Borda *

BC-Bancomunidad Banco Pyme

Sharim Ribera Camacho †

CERES-Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social
Cochabamba- Bolivia

Marzo de 2023

Recibido: 10 de marzo

Aprobado: 19 de marzo

Resumen

El presente trabajo tiene por objetivo analizar el efecto del uso de medios de pago digitales en los niveles de inclusión financiera en Bolivia. Mediante un estudio descriptivo se analizan los datos históricos a partir de los informes del sistema financiero nacional disponibles para los períodos de 2015 a 2021 y fuentes de información privadas. Las fuentes de información son la Encuesta Nacional de Servicios Financieros de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) que comprende muestras entre 2,600 y 42,000 encuestados a nivel nacional y las encuestas del Foro Regional de CERES que comprende más de 1000 casos a nivel nacional. Estos datos permiten un análisis comparativo, así como la identificación de tendencias y patrones de comportamiento. Los resultados encontrados sugieren que un mayor uso de medios de pago digitales si ha contribuido positivamente a incrementar los niveles de inclusión financiera en Bolivia.

Palabras clave: Banca digital, Inclusión financiera, Digitalización, Comercio electrónico

Effects of the use of digital means of payment on the parameters for measuring financial inclusion in Bolivia.

Abstract

The objective of this paper is to analyze the effect of the use of digital means of payment on the levels of financial inclusion in Bolivia. Through a descriptive study, historical data from the national financial system reports available for the periods from 2015 to 2021 and private information sources are analyzed. The sources of information are the National Financial Services Survey of the Financial System Supervisory Authority (ASFI) comprising samples between 2,600 and 42,000 respondents at the national level and the surveys of the CERES Regional Forum comprising more than 1,000 cases at the national level. These data allow for a comparative analysis, as well as the identification of trends and patterns of behavior. The results suggest that a greater use of digital means of payment has positively contributed to increase the levels of financial inclusion in Bolivia.

Keywords: Digital banking, Financial inclusion, Digitalization, E-commerce.

* Master en Gerencia de Marketing. Correo electrónico: acuba@bco.com.bo

† MBA en Negocios y Gestión Internacional (Universidad de Hanze, Países Bajos) y MA en Negocios Internacionales (ARU Cambridge, Reino Unido). Correo electrónico: sharim.ribera@gmail.com

Las opiniones vertidas en el documento no comprometen a las instituciones ni reflejan su posición

Introducción

En muchos países en desarrollo, distintos segmentos de la población aún no han recibido los beneficios que brindan los servicios financieros. En años recientes, Bolivia ha experimentado un gran progreso en lo referente al acceso a productos financieros. Sin embargo, esto no siempre ha ido acompañado de un uso más activo de los diferentes servicios y productos. En este contexto, los medios de pago electrónicos, y las oportunidades que éstos brindan para usarlos, han demostrado ser un factor clave para incluir a los pequeños comerciantes y consumidores en el sistema financiero formal.

La inclusión financiera puede medirse a partir de los niveles de acceso y uso de los servicios financieros; el número de transacciones realizadas a través de métodos tradicionales y/o digitales; infraestructura; indicadores de calidad; e iniciativas de educación financiera, entre otras. El impacto de las tecnologías de pago digital podría entonces traducirse en cambios en el comportamiento del consumidor, la inversión, el ahorro, la eficiencia financiera y el desarrollo económico de las familias y PYMES bolivianas. En consecuencia, es importante comprender el impacto de la transformación hacia una economía digital en los determinantes de la inclusión financiera.

Bajo este contexto, este proyecto de investigación pretende contribuir a la comprensión de la importancia de la transformación digital sobre las dimensiones que miden la inclusión financiera desde la perspectiva de la experiencia boliviana. Para alcanzar el objetivo principal, se discutirán los hallazgos a partir de los insumos obtenidos de una combinación de fuentes de datos, como encuestas de hogares, informes anuales de entidades reguladoras nacionales y datos de entrevistas en profundidad.

Con base a lo anteriormente mencionado, la investigación plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo contribuye el uso de medios de pago digitales a mejorar el acceso, uso y niveles de calidad de los servicios financieros en Bolivia?

Consideraciones teóricas

Perspectiva general de la Inclusión Financiera.

La inclusión financiera es un concepto multidimensional en constante evolución, construcción y debate. Sin embargo, existe un amplio acuerdo sobre lo que significa "inclusión financiera", y por lo regular, explora la relación de la población con el sistema financiero formal y los productos a través de tres dimensiones: acceso, uso y calidad percibida.

La CAF a través de Mejía (2021) menciona que la inclusión financiera se trata de un "fenómeno multidimensional que comprende el acceso de la población (incluidas las

empresas) a los productos y servicios financieros, el grado de uso de estos productos y servicios, así como también su calidad y costo”.

En Bolivia, la ASFI (Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero) (2022), define a la inclusión financiera como: “El acceso universal de la población a servicios financieros adecuados y regulados; los cuales deben tener como función social contribuir al vivir bien, eliminar la pobreza, la exclusión social y económica de la población”.

A lo largo de los últimos años, los organismos internacionales, instituciones, ONGs, y formuladores de políticas públicas han dirigido su atención hacia la Inclusión Financiera ya que se ha evidenciado un impacto favorable en distintas variables económicas. Existen grandes avances en cuanto a la relación positiva entre el desarrollo financiero y el crecimiento económico, así como también en cuanto a su impacto en el crecimiento de la productividad, la generación de riqueza, y la reducción de la pobreza.

En la actualidad, la inclusión financiera es considerada como un factor fundamental para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, desde una perspectiva de temas que incluyen Salud y Bienestar, Trabajo decente, y Reducción de las desigualdades, entre otros.

Desde el año 2014, muchos países establecieron como parte de sus estrategias nacionales, la adopción de programas de Inclusión y Educación Financiera. En este proceso, participan tanto instituciones públicas encargadas de la supervisión y regulación del sistema financiero, como también instituciones del sector financiero privado.

En el caso de Bolivia y bajo el marco de la Ley 393 (2014), se ha priorizado la inclusión financiera como herramienta para lograr un mayor avance en temas de desarrollo económico y social. El marco normativo establece que las entidades de intermediación financiera (EIF) deben orientar sus esfuerzos a mejorar el acceso y uso de los servicios financieros, enfocar los préstamos para desarrollar el sector productivo, alcanzar a un mayor número de personas que utilicen servicios financieros, otorgar productos financieros adecuados a las necesidades de los prestatarios, proteger a los consumidores financieros, trabajar en programas de educación financiera e incrementar la calidad de los servicios financieros.

Durante los últimos años, la digitalización de los servicios y productos financieros se ha constituido en un medio efectivo para hacerlos más accesibles, promoviendo la inclusión financiera (Grupo de crédito S.A., 2021). Sin embargo, este proceso debe ir acompañado de incentivos para que la población continúe con la adopción y uso de estos nuevos métodos de pago (IMCO & USAID, 2016).

Acceso.

Es importante mencionar que si bien existe en el país un avance considerable en relación al uso y calidad de servicios financieros; el acceso a servicios financieros es el indicador más representativo cuando nos referimos a los niveles de inclusión financiera alcanzados.

Entendemos como acceso a la existencia de instrumentos que permiten a las entidades financieras formales llegar a los diferentes segmentos de la población con una oferta de servicios financieros. Estos canales, denominados Puntos de Atención Financiera (PAF) incluyen a las sucursales, cajeros automáticos, banca móvil y banca por internet, y otros puntos de atención financiera.

La dimensión de acceso incluye tres subdimensiones: infraestructura financiera, conocimiento del producto y propiedad del producto. Aborda información sobre puntos de atención presencial, conocimiento de productos financieros formales, productos de ahorro/crédito y las diferentes barreras que frenan el uso de productos financieros. Cabe mencionar, que en esta dimensión se incorpora el conocimiento y posesión de productos digitales (Grupo de crédito S.A., 2021).

Muchos expertos consideran que contar con acceso a una cuenta bancaria es el primer paso hacia una mayor inclusión financiera. Contar con una cuenta para depósitos, abre la posibilidad de comenzar a ahorrar, realizar pagos de servicios, pagos a terceros y posteriormente, evoluciona en la posibilidad de acceder a créditos, y servicios financieros cada vez más sofisticados. En ese sentido, concentrarse en el acceso universal a los servicios financieros fue una prioridad en el país durante los últimos años.

Para ejemplificar, en la Figura I a continuación se observa como la cobertura de acceso en Bolivia desde el 2007 a la fecha, ha dado pasos importantes. En el 2007, 81 municipios contaban con cobertura o presencia de Entidades de Intermediación Financiera con una oferta de servicios muy limitada. En comparación, a diciembre del 2022, 292 municipios cuentan con amplia cobertura y más del 51% goza de una alta oferta de servicios financieros.

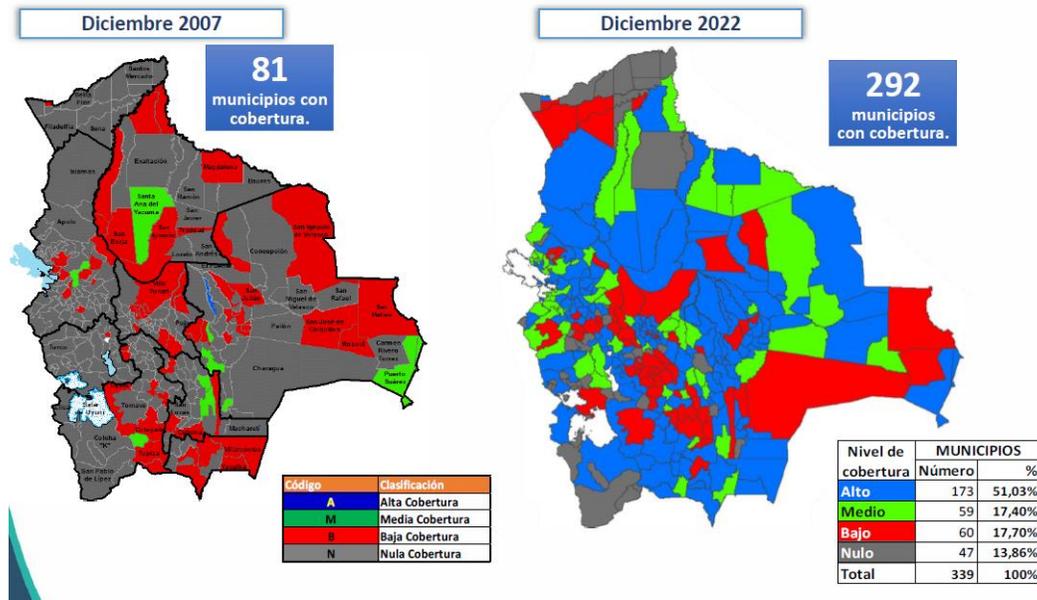


Figura I: Cobertura de los servicios financieros

Fuente: Reporte de Inclusión Financiera, ASFI 2022

En base a la información del Banco Central de Bolivia y el Reporte de Inclusión Financiera de la ASFI de la gestión 2022, se evidencia un incremento significativo en la cantidad de Puntos de Atención Financiera y las cuentas de depósitos y número de prestatarios. Apoyados por una serie de políticas públicas implementadas con el objetivo de fortalecer los niveles de intermediación financiera, estos avances se reflejan de igual manera en mayores niveles de profundización financiera.

De acuerdo con Calle (2018) en un documento preparado para el Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos- CEMLA, el desarrollo e implementación de estas tecnologías ha permitido reducir costos para las entidades financieras, así como también para los usuarios financieros y, como resultado, ha incrementado el alcance a un mayor número de personas que hasta ese momento no habían logrado formar parte del sector financiero. Sin embargo, las estructuras nacionales de inclusión financiera son de vital importancia para crear una infraestructura para medios de pagos electrónicos y digitales. Tanto la infraestructura como la relación entre la innovación y el marco legal son factores importantes que permiten a las personas la utilización de medios digitales, como las plataformas de banca por internet y aplicaciones móviles.

Es importante mencionar que la crisis de COVID19 ha contribuido a que la dimensión de acceso a servicios financieros gane representatividad en los últimos años. Este factor ha impulsado a las Entidades de Intermediación Financiera a invertir en tecnología con miras a profundizar una inclusión financiera digital. A la fecha, estos canales son más robustos y permiten realizar una mayor cantidad de servicios financieros, como la apertura de cuentas en línea, transferencias bancarias ágiles (QR) y el pago de múltiples servicios.

Uso.

La dimensión de uso de los servicios financieros es uno de los aspectos más importantes de la inclusión financiera, ya que requiere niveles adecuados de acceso y educación financiera.

Pueden considerarse diferentes aspectos dentro de esta dimensión. Por ejemplo, la realización de transacciones básicas, ingresos y ahorros, los medios disponibles para realizar transferencias (tradicionales y digitales), así como también los medios de recepción de ingresos y ahorro, entre otros (Grupo de crédito S.A., 2021)

Es importante recalcar que el acceso no es una garantía total de uso. Es decir, existen factores que influyen en la decisión, adopción, regularidad y frecuencia de uso de los servicios financieros (Calle, 2018) como:

- Los hábitos y preferencias individuales del consumidor financieros
- La oferta y demanda de productos financieros
- El nivel de conocimiento de la población que le permita conocer y beneficiarse de los servicios disponibles

De igual manera, se deben cumplir una serie de condiciones favorables para un uso efectivo de los servicios financieros. Por ejemplo, los consumidores financieros deben disponer de información que les permita utilizar los servicios financieros de manera responsable;

contar con opciones de servicios y proveedores que respondan a sus necesidades; confiar en estos servicios y las entidades que los proveen, y conocer el marco regulatorio que los rige.

Por un lado, algunos autores como San Martín y Prodanova (2014) sostienen que factores como la confianza, la satisfacción, la propensión a las nuevas tecnologías y la influencia social juegan un papel importante en el comportamiento del consumidor a la hora de utilizar dispositivos de pago. Otros autores, como Ahamad y Pathan (2019), añaden que factores como la vulnerabilidad y seguridad de la información también se convierten en una barrera para el uso de medios digitales. En relación a este último punto, se recalca la importancia del rol de los proveedores que trabajan en incentivos y seguridad para mejorar la desventaja presentada.

Finalmente, un estudio de Bermeo et al. (2019) que propone una serie de factores determinantes en el proceso de adaptación del pago digital en base a la contribución de distintos autores.

- La actitud/Interés hacia el uso al momento de elegir una opción.
- La conciencia percibida según implica que muchas personas generan una impresión negativa hacia los pagos digitales por desconocimiento o falta de información (Luque, Morales, y Machado, 2017).
- La confianza percibida en relación al sistema o procesos de pago.
- La credibilidad percibida sobre las entidades financieras puede llegar a influir en la intención de utilizar la herramienta digital para realizar pagos.
- La experiencia de uso del usuario tiene un gran efecto ante la decisión de uso de los servicios de pagos móviles
- La intención o motivación de uso

En el caso de Bolivia, la pandemia intensificó el uso de medios digitales, pero no se vio reflejado en un cambio de hábitos del consumidor financiero en relación a la adopción de medios digitales. Un estudio realizado el año 2022 (Laserna, Espinoza y Ribera) establecen que el incremento en el uso de medios de pago digitales se debió a factores como las dificultades en el uso/acceso a servicios bancarios convencionales, y, por otro lado, la oferta de nuevos servicios y productos que requerían de medios de pago digitales.

Adicionalmente, dicho análisis evidencia claras desventajas con relación a la cultura, la falta de hábitos de uso y la desinformación. En ese sentido, reconoce que, para lograr una mayor aceptación de los medios de pago digitales, se debe trabajar en programas de educación financiera y comunicación asertiva, que permitan observar la adopción de nuevos hábitos de pago y otras formas de inclusión (Laserna, Espinoza y Ribera, 2022).

Calidad.

La dimensión de calidad percibida se enfoca principalmente en la adecuación de las características de los servicios financieros a las necesidades de la población. Analiza sobre todo los niveles de confianza en el sistema financiero y calidad del sistema, a través de factores como la facilidad para obtener productos, cobertura de atención física, variedad de

productos/servicios ofrecidos, regulación y supervisión de productos, y costos a los usuarios, entre otros (Grupo de crédito S.A., 2021).

En el caso de Bolivia, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero nacional, analiza esta dimensión a través de variables relacionadas a la satisfacción de los consumidores financieros, las percepciones sobre el cumplimiento de la función social de las entidades financieras, el índice de satisfacción del servicio de banca por internet, las expectativas del sector financiero y las necesidades de los consumidores financieros en materia financiera (ASFI, 2019).

El rol de los medios digitales de pago en la inclusión financiera.

Sánchez y Juarez (2017), caracterizan a los sistemas de pagos digitales como aquellas operaciones en línea a través de internet o canales móviles que proporcionan una forma rápida y eficiente de realizar todo tipo de transacciones. De esta manera, los medios de pago digitales corresponden a mecanismos electrónicos a través de los cuales pueden gestionarse pagos sin ninguna transacción de dinero físico.

Entre los medios de pago digitales más comunes pueden listarse los siguientes:

- Banca por internet
- Aplicaciones de pago móvil: que permiten transferencias de fondos desde un dispositivo móvil como los teléfonos inteligentes.
- Billetera móvil
- Tarjetas de crédito y débito
- Códigos QR
- Tarjetas con tecnología contactless

Estudios desarrollados por autores como Yang y Lin (2018) establecen que, con la implementación generalizada de las tecnologías de la información, los medios virtuales se han convertido en una parte común de la vida cotidiana, e incluso van reemplazando muchas de las transacciones comerciales tradicionales. Adicionalmente, (Cuesta, Ruesta, Tuesta, & Urbiola, 2015) señalan que estas mejoras en la infraestructura tecnológica pueden ayudar a un país a ser más competitivo.

Si bien se hace referencia al acceso y uso a un conjunto de productos y servicios financieros, ofrecidos a un costo razonable y a través de instituciones financieras formales, aún existen, a nivel global, diferentes sectores de la población, como aquellos con bajos ingresos, áreas rurales y otros en condiciones vulnerables, que encuentran mayores dificultades para al momento de disponer de dichos servicios de manera asequible y con igualdad de condiciones (Carballo y Bartolini, 2020).

Durante los últimos años, se ha observado una agenda intensiva para promover la inclusión financiera de carácter digital en el cual distintos actores presentan los medios digitales como una opción más segura para los clientes y más eficientes para los proveedores de servicios financieros (Carballo y Bartolini, 2020).

Vale decir que, actualmente, los sistemas de pago digitales actúan como catalizadores que impulsan la inclusión financiera en América Latina y el Caribe (Marajh y Gallagher, 2023) al convertirse en el tejido conectivo de un sistema económico (Carballo y Bartolini, 2020). La tendencia mira a las nuevas tecnologías financieras como un motor de inclusión financiera y crecimiento económico. Herramientas como las billeteras móviles, las aplicaciones y la banca por Internet son formas efectivas de promover la inclusión financiera, pero deben ir acompañadas de incentivos para que la población las adopte y pueda tener acceso a los resultados positivos de una economía digital (IMCO & USAID, 2016).

De acuerdo a estudios realizados por Roa y Mejía (2018), la importancia de desarrollar estos mecanismos para fomentar la inclusión financiera se relaciona con los siguientes aspectos:

Reducción de los costos de transacción.

- Reducción de los costos y riesgos implícitos en el uso de efectivo
- Generación de economías de escala que reducirían los costos promedio de los servicios de pago al adoptar nuevas infraestructuras, instrumentos y canales que favorecen una mayor eficiencia y seguridad en los pagos

A su vez, la inherencia de estos factores en la formulación y aplicación de las estrategias nacionales de inclusión financiera y la participación activa de los actores relevantes del sistema financiero nacional favorecen el avance de la industria de servicios de pagos. Dicha influencia se observa en aspectos relacionados con el marco legal, regulatorio y de supervisión, estrategias de educación financiera y protección del consumidor; la infraestructura y las plataformas de compensación y liquidación, nuevos proveedores de servicios de pago; así como cambios en la dinámica y en las fuerzas del mercado (Roa & Mejía, 2018).

La ausencia de un marco legal robusto y equilibrado (que avale las transacciones electrónicas) puede incentivar o crear condiciones desfavorables para el desarrollo de ciertos servicios de pago. De igual manera, una infraestructura sólida que garantiza un nivel de interoperabilidad y estandarización facilita el aprovechamiento y uso de tecnologías de información y comunicaciones, lo que respalda el buen funcionamiento de las plataformas de pago como los sistemas interbancarios para la transferencia electrónica, puntos de procesamiento de tarjetas de pago, esenciales como mecanismos de inclusión financiera.

En el estudio realizado por Laserna, Espinoza y Ribera (2022) con relación al dinero en una economía digital, se incluyen consideraciones importantes acerca del contexto boliviano en relación a su nivel de infraestructura y sistema de regulación para pagos digitales. Si bien se hace hincapié en el hecho de que Bolivia tiene un nivel de infraestructura avanzado en comparación con otros países de la región, se resalta también cómo el sector financiero se encuentra extensamente regulado por la Autoridad de Supervisión (ASFI) y de manera indirecta, por el Banco Central de Bolivia (BCB), lo que supone un desafío para las instituciones financieras en materia de pagos.

Sin embargo, el marco regulatorio, a través de esfuerzos de coordinación interinstitucional, supo adecuarse a los nuevos escenarios, incorporando normativas e impulsando los pagos electrónicos, garantizando un entorno seguro y, sobre todo, confiable, para un procesamiento masivo de transacciones electrónicas (Laserna, Espinoza, Ribera, 2022).

Metodología

Este estudio tiene un carácter descriptivo. El objetivo de este estudio no contempla únicamente obtener un panorama general de la inclusión financiera en Bolivia, sino que también propone entender el impacto de los métodos de pago digitales en la profundización de la misma.

Con este fin, este estudio incluye una caracterización de los parámetros de inclusión financiera y uso de medios de pago digitales en Bolivia a través de los siguientes puntos:

- Evidencia de la demanda y oferta de servicios financieros en Bolivia
- Evidencia de los indicadores que miden el alcance del sector financiero y los que miden el uso de los servicios bancarios
- Identificación de elementos de infraestructura que apoyen el uso de métodos de pago digitales
- Identificación de barreras y factores que posibilitan el uso de medios de pago digitales

Este enfoque metodológico ofrecerá múltiples perspectivas para enriquecer la comprensión de la pregunta propuesta mediante herramientas como encuestas nacionales y publicaciones escritas, para inferir conocimientos sobre la relación entre la inclusión financiera en Bolivia y el uso de medios de pago digitales.

Encuestas a nivel nacional

Los datos serán analizados históricamente a partir de los informes del sistema financiero nacional disponibles para los períodos de 2015 a 2021. Como se observa en la Tabla 1, la Encuesta Nacional de Servicios Financieros comprende muestras que oscilan entre 2,600 y 42,000 encuestados a nivel nacional. Los datos fueron recolectados por la Autoridad de Supervisión Financiera (ASFI) y permiten un análisis comparativo, así como la identificación de tendencias y patrones de comportamiento, según corresponda.

Tabla 1:
Número de participantes en la Encuesta Nacional de Servicios Financieros

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENCUESTA PRESENCIAL A LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS	2,600	3,000	5,800	6,100	6,800	-	3,938
OTRAS ENCUESTAS EN LÍNEA				25,500	27,200	-	-
ENCUESTA EN LÍNEA A LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS						42,403	26,298
TOTAL NÚMERO DE PARTICIPANTES	2,600	3,000	5,800	31,600	34,000	42,403	30,236

Fuente: ASFI, 2021

Cabe mencionar que la encuesta correspondiente a la gestión 2020 se realizó bajo una modalidad íntegramente en línea. De igual manera, la estrategia adoptada para la realización de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros en 2021 fue mixta. Por una parte, en un contexto en el que la amenaza del COVID-19 aún persistía, se vio por conveniente que, de manera similar a lo ocurrido en 2020, se desarrolle de manera virtual.

Para ambas versiones, se realizaron ajustes metodológicos importantes que se tradujeron en aspectos como la reducción de los temas y preguntas incluidas en la boleta de la encuesta. Un detalle de las líneas de contenido se presenta en la siguiente Tabla.

Tabla 2:
Temáticas incluidas en las boletas

	2015-2019	2020	2021
INFORMACIÓN SOBRE AHORROS	X		X
INFORMACIÓN SOBRE CRÉDITOS	X	X	X
OTRAS OPERACIONES REALIZADAS	X		
NIVEL DE SATISFACCIÓN	X	X	
TRANSACCIONES A TRAVÉS DE BANCA POR INTERNET	X		
EDUCACIÓN FINANCIERA	X	X	X
INFORMACIÓN SOBRE RECLAMOS	X	X	X
CALIFICACIONES FINALES	X		
DATOS DEL ENCUESTADO	X	X	X
INFORMACIÓN DE DIFERIMIENTO DE CUOTAS		X	
SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS FINANCIEROS			X
FUNCIÓN SOCIAL DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS			X
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA			X
INCLUSIÓN FINANCIERA			X

Fuente: ASFI, 2021

Encuestas privadas

Para fines de apoyo a esta investigación, se consideran los resultados de las encuestas realizadas durante las gestiones 2020 y 2021 por CERES (Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social).

El presente análisis comparativo responde a los siguientes puntos, a partir de las dimensiones de inclusión financiera.

- Información sobre Ahorros
 - tenencia de cuentas
- Operaciones de banca en línea
 - uso de la banca en línea
 - barreras de uso de plataformas en línea
 - interés en transacciones sin efectivo
- Uso de servicios financieros
 - uso y disponibilidad de cajeros automáticos
 - barreras de uso de cajeros automáticos
- Transacciones sin efectivo: conocimiento e interés en pagos digitales.

Resultados

Con el objetivo de responder a la pregunta de investigación planteada, se presentan los siguientes resultados analizados en base a las dimensiones de inclusión financiera, con un enfoque hacia el uso de medios de pago digitales.

Acceso.

Comportamiento de ahorro.

Un elemento importante que potencia la inclusión financiera es la capacidad de incentivar el ahorro en los bancos. Esta situación abre las puertas a los consumidores financieros para acceder a medios electrónicos de pago, como las tarjetas de débito y la banca por internet principalmente.

Como se observa en la figura II, durante la gestión 2015, la proporción de consumidores financieros que ahorraban en entidades financieras, no pasaban del 50%. Sin embargo, esta situación fue cambiada de manera positiva para las siguientes gestiones (2016 a 2019), siendo la proporción de ahorristas mayor al 70%.

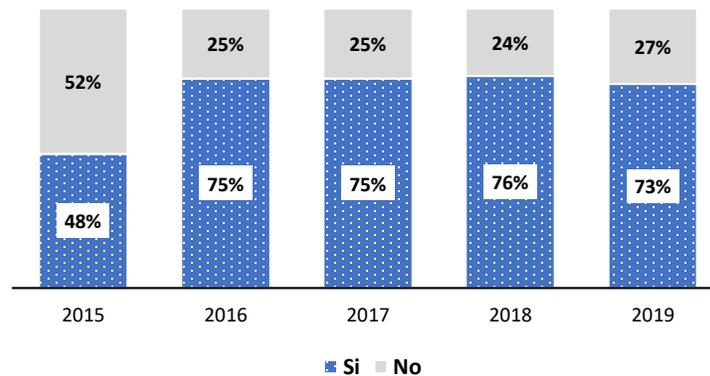


Figura II: Proporción de consumidores financieros que ahorra

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

De igual manera, esta evidencia en relación a los consumidores financieros puede contrastarse con el reporte de inclusión financiera realizada por ASFI el año 2022. Como se ve en la figura III, el stock y número de cuentas de depósitos alcanzaron un crecimiento sostenido importante, desde la gestión 2005 hasta el mes de septiembre de 2022 reflejado en 15 millones de cuentas de depósito y más de 218.000 millones de bolivianos en stock.

Esta información permite inferir que a lo largo de más de quince años ha existido un trabajo serio y de alto compromiso de parte de las entidades de intermediación financiera hacia los consumidores financieros. En consecuencia, se amplió el acceso a servicios y más importante aún, se afianzó la confianza en el sistema financiero.

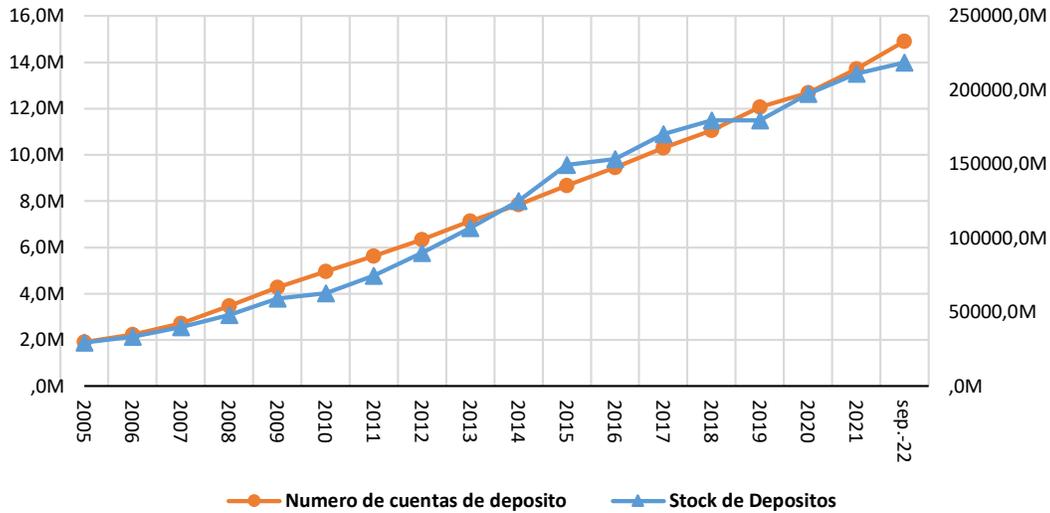


Figura III: Número de cuentas de depósito y Stock de depósitos
 Fuente: Reporte de Inclusión Financiera, 2022

Con relación a las barreras de acceso a servicios financieros, se puede evidenciar que, del total de consumidores financieros encuestados durante el periodo de 2015 a 2019, un promedio de 31% ha indicado que no ahorra, e identifica los siguientes motivos como principales limitantes para no ahorrar en una entidad financiera. (Ver figura IV)

- Ingresos insuficientes para ahorrar (37% en promedio)
- Poco interés o requerimiento innecesario (29% en promedio)
- Mantener los ahorros en casa (15% en promedio)
- Bajos intereses de las tasas pasivas (7% en promedio)

Gráfica 4 - Principales motivos por los que no tiene ahorro

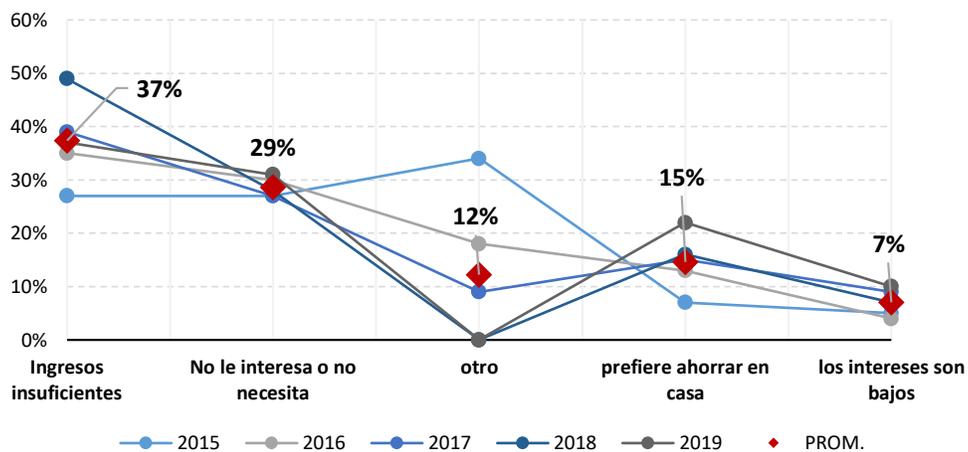


Figura IV: Principales motivos por los que no tiene ahorro

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Se puede entender, que los últimos dos motivos listados como motivos para no ahorrar están estrechamente relacionados con factores que recaen en la confianza y la calidad de los servicios y/o productos financieros. Si bien este grupo no es representativo con relación al comportamiento de ahorro en general, nos permite comprender dónde se debe reforzar la comunicación y las estrategias para alcanzar una mayor inclusión financiera.

Tarjetas de débito y cuentas de ahorro.

Contar con una cuenta de ahorro y asociarla a una tarjeta de débito permite acceder a servicios que mejoran la experiencia de los consumidores financieros. Uno de los principales beneficios de no realizar transacciones con efectivo, es la minimización del riesgo de recibir billetes falsos, potenciales asaltos, o caer en errores de conteo al momento de realizar transacciones en comercios, entre otros.

A lo largo de los años, las nuevas tecnologías asociadas a medios de pago digitales han mejorado en lo que respecta a seguridad y uso. Se puede mencionar la introducción de la tarjeta con chip (mayor seguridad), la tarjeta sin contacto (transacciones más ágiles en comercios) y la habilitación de tarjetas para compras por internet (pago de servicios y otros).

En la Figura V presentada a continuación, observamos una evolución positiva en el porcentaje de las cuentas asociadas a una tarjeta de débito, mostrando un incremento de 58% de utilización el año 2015, hasta alcanzar un máximo de utilización de 71% en el año 2018. Sin embargo, en la gestión 2019 se evidencia una disminución al 53%.

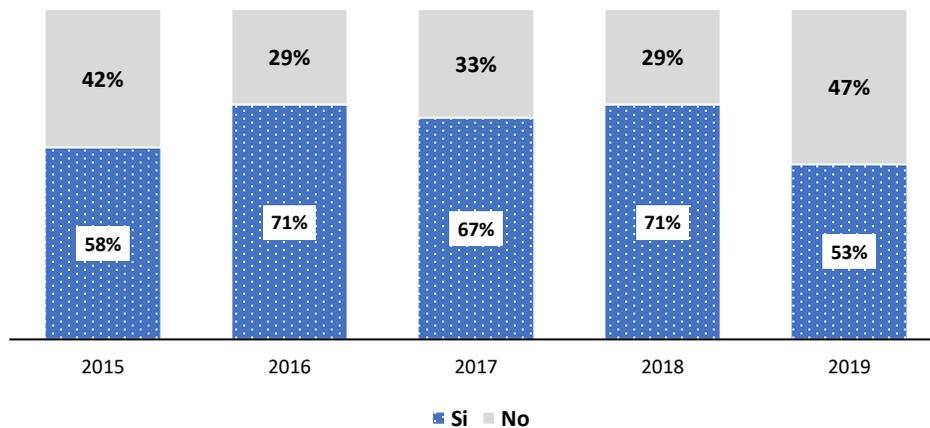


Figura V ¿Tiene tarjeta de débito asociada a su cuenta?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

La evolución presentada anteriormente puede mostrar el impacto de los beneficios relacionados al incremento de las compras con tarjeta de débito, expansión de la red de POS y su utilización, y la aceptación creciente de este instrumento por parte de los usuarios. Sin embargo, aún se observan limitantes al acceder a una tarjeta de débito. La figura VI incluye un análisis a partir de un promedio en relación a las razones por las que los consumidores

financieros no cuentan con una tarjeta de débito en el periodo comprendido entre las gestiones 2015 a 2019. Como principal motivo se identifica la *preferencia de utilizar efectivo* con el 37%, seguido por el *desconocimiento de uso* con el 19% y, por último, la *desconfianza con relación a la seguridad* con el 18%.

Los motivos presentados en la sección anterior son justificables, entendiendo que el uso de este tipo de tecnologías está relacionada a un mayor conocimiento por parte de los consumidores financieros y que va más allá de mantener saldos en sus cuentas de ahorro. Se puede mencionar que aspectos como las preferencias de uso de efectivo e incluso el nivel de desconfianza, estarían relacionados a la aplicación de impuestos a las transacciones financieras, los cuales suponen incrementos de costos para el consumidor financiero al momento de retirar fondos de sus cuentas asociadas.

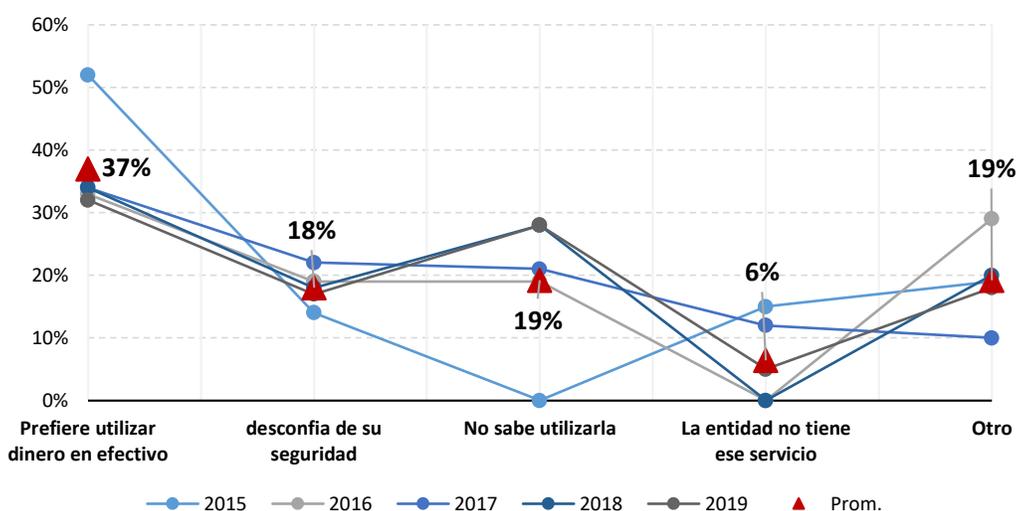


Figura VI: Razones por las que no cuenta con tarjeta de débito

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Para completar el análisis comparativo acerca del uso de tarjetas de débito, se presenta, en la Figura VII, el número de tarjetas de débito otorgadas por las entidades de intermediación financiera desde el año 2011 hasta el 2022.

A partir del año 2015, y hasta el año 2019, el número de tarjetas de débito emitidas se incrementó en más de 2 millones, alcanzando un stock de 7.6 Millones a la fecha de elaboración del reporte en 2022.

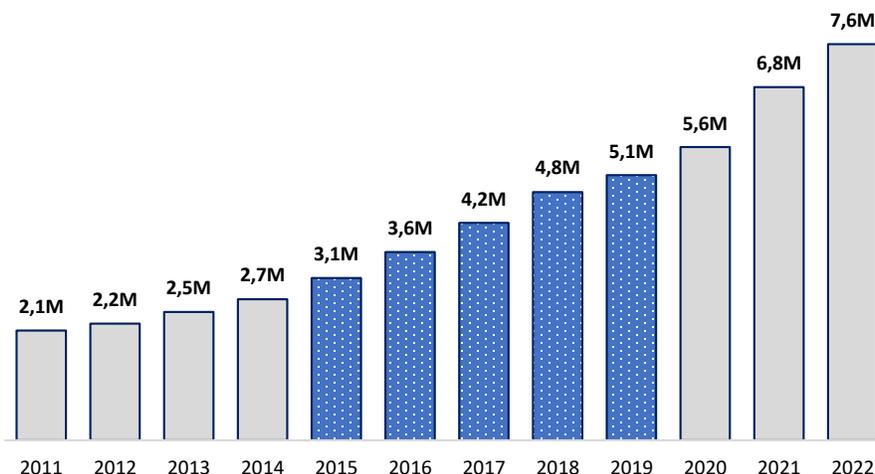


Figura VII: Cantidad de Tarjetas de débito

Fuente: Reporte de Inclusión Financiera, 2022

Con estos resultados, vemos como el sistema financiero en Bolivia ha seguido creciendo e innovando a lo largo de los años, lo que ha permitido que más personas utilicen tarjetas de crédito y débito. A su vez, esto ha facilitado que las personas accedan a productos y servicios financieros de manera más rápida, lo que ha llevado a un aumento en su bienestar financiero general y se ha convertido en un impulso para la inclusión financiera.

Uso.

Operaciones de banca en línea.

En la Figura VIII presentada a continuación, se observa que durante los periodos comprendidos entre el 2015 y 2019, existe un rechazo por parte de los consumidores financieros al uso de transacciones financieras a través del internet.

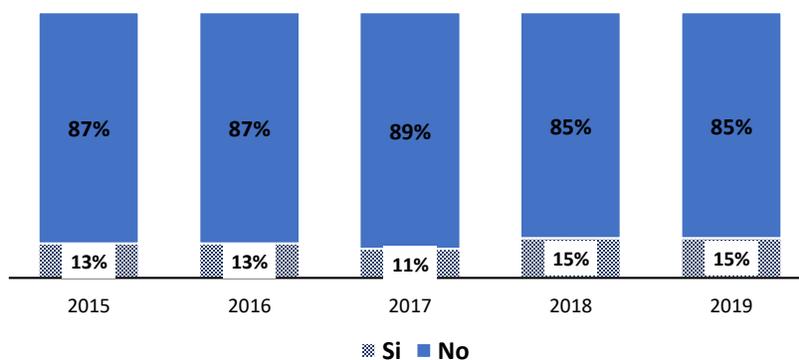


Figura VIII: ¿El último año realizó transacciones financieras mediante internet?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Los principales motivos están asociados a la falta de interés o necesidad de uso de medios de pago digitales, el desconocimiento o la poca información acerca de su funcionamiento, así como también la desconfianza con relación a aspectos de seguridad (Ver figura IX).

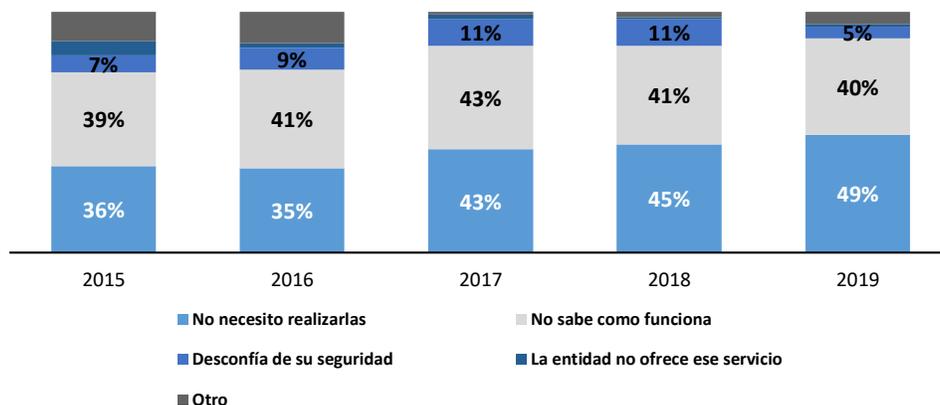


Figura IX: ¿Cuáles son las principales razones por las que no realizó transacciones por internet?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Con relación a aquellos consumidores financieros que sí utilizan el servicio de banca por internet, se puede evidenciar que los mismos no superan el 15% entre las gestiones 2015 y 2019, como se observa en la Figura VIII. Sin embargo, se incrementó el uso de manera muy moderada, y los motivos más importantes se asociaron con transferencias de fondos entre cuentas, compra de productos y pago de servicios, de acuerdo a los resultados presentados en la Figura X a continuación.

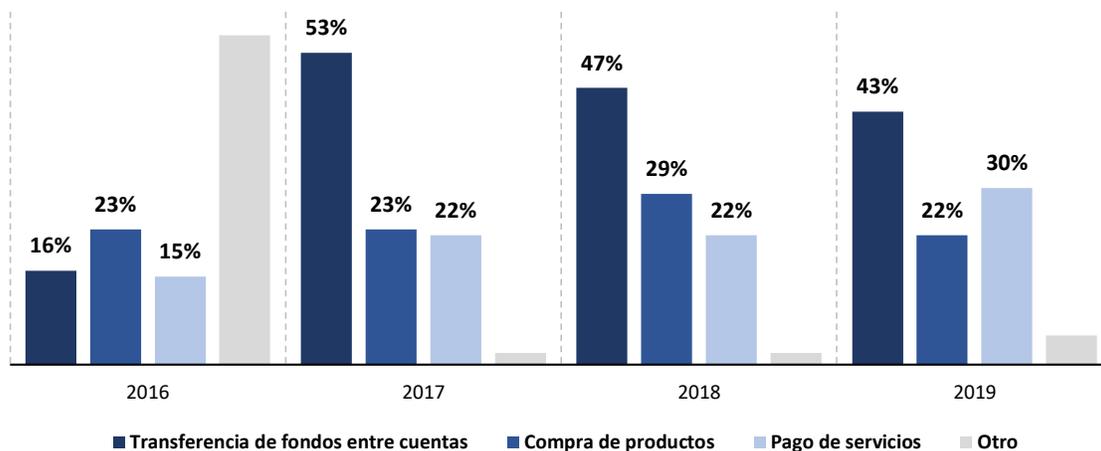


Figura X: ¿Qué tipo de transacciones realizó?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Con estos resultados en torno al comportamiento histórico de los consumidores financieros y su relación con los servicios de banca por internet para los periodos de 2015 a 2019,

podemos destacar que, si bien existe una oferta del servicio de parte de los bancos, aún persisten las barreras de uso. Entre una de las más importantes, se destaca el desconocimiento del servicio, reflejado en una demanda limitada del mismo.

Por otro lado, en base al grupo de consumidores que sí han demandado el servicio de banca por internet, se percibe que la identificación de beneficios gira en torno a las transferencias de fondos entre cuentas. Cabe mencionar que esta situación se hace más evidente durante el periodo de la pandemia y post pandemia.

Para la gestión 2020, no se cuenta con información relevada en la encuesta nacional de servicios financieros de ASFI en relación a esta variable. Sin embargo, el análisis será complementado con resultados obtenidos en la encuesta realizada por CERES el año 2020. En la información presentada en la figura XI a continuación, se observa que el uso de servicios a través de medios de pago digitales, como las transacciones de banca por internet, se realizaron con mayor frecuencia durante ese periodo.

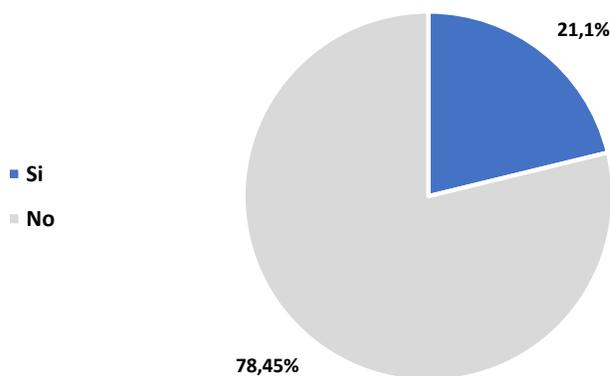


Figura XI: ¿Ha realizado en los últimos tres meses una transacción bancaria por medio de su celular o alguna aplicación?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos CERES, Encuesta Multi-Modo sobre Polarización, Ciudadanía y DATACCION SRL., 2020.

Uso de servicios financieros – Cajeros automáticos.

Los resultados observados a nivel nacional con relación al uso de los cajeros automáticos han ido cambiando año tras año de forma positiva desde un 34% de utilización en el 2015 hasta un 86% de utilización en el año 2019.

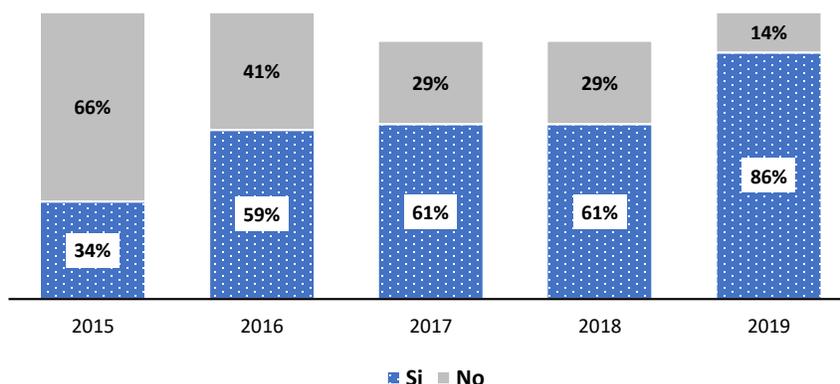


Figura XII - ¿Utiliza cajeros automáticos?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

Esta tendencia de crecimiento en la utilización de cajeros automáticos es respaldada con la información presentada en el reporte de inclusión financiera preparado por ASFI en 2022 (Ver Figura XIII). Se observa la importancia del acceso a servicios financieros por el número de puntos de atención financiera, en especial por el aumento de cajeros automáticos desde 2007 hasta el 2022. A lo largo de ese periodo de tiempo, se destaca el esfuerzo y compromiso de las Entidades de Intermediación Financiera al promover la profundización de la inclusión financiera en Bolivia en base al acceso y disponibilidad de estos servicios.

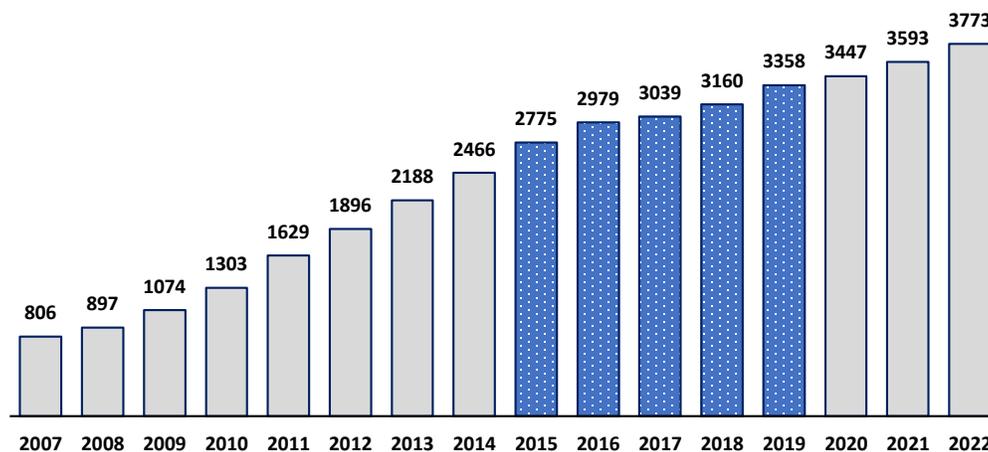


Figura XIII: Número de puntos de atención financiera - cajeros automáticos

Fuente: Reporte de Inclusión Financiera, 2022

Si se analizan los resultados con respecto a las limitaciones de uso de cajeros automáticos, aquellos consumidores que afirman no haber utilizado estos servicios reconocen factores como el desconocimiento, desconfianza y la preferencia por el uso de efectivo como las principales barreras (Ver figura XIV).

Los cajeros automáticos forman parte del espectro de pagos digitales y como bien mencionaba Shepherd - Barron (2019), son herramientas útiles para promover la educación financiera al ser un punto de acceso a los servicios financieros formales.

Incrementar progresivamente el número de cajeros automáticos en diversas localidades a nivel nacional, y ampliar la gama de funciones que éstos ofrecen, ha permitido a las personas que utilizan servicios financieros realizar operaciones que antes requerían la presencia de un funcionario bancario.

Aumentar la cobertura no sólo permite la recirculación del efectivo de manera rápida y segura, sino que juega un papel fundamental en aspectos como la confianza del consumidor financiero. Un cajero automático no depende de redes de telefonía móvil, conexión a internet, tipo de sucursales, u horarios de atención de las entidades bancarias, y permite fácilmente hacer retiros, depósitos de efectivo en cuentas propias o de terceros y realizar transferencias de tarjetas, y otros, desde un único punto de contacto.

Según los resultados, este medio tiene características que los perfilan como herramienta relevante para potenciar la inclusión financiera en el país. De momento, existe una constante inversión en estos medios realizada por las distintas Entidades de Intermediación Financiera (EIF) para fortalecer la calidad de servicio que ofrecen a los consumidores financieros y los beneficios se ven reflejados en alta eficiencia y asequibilidad al sistema financiero.

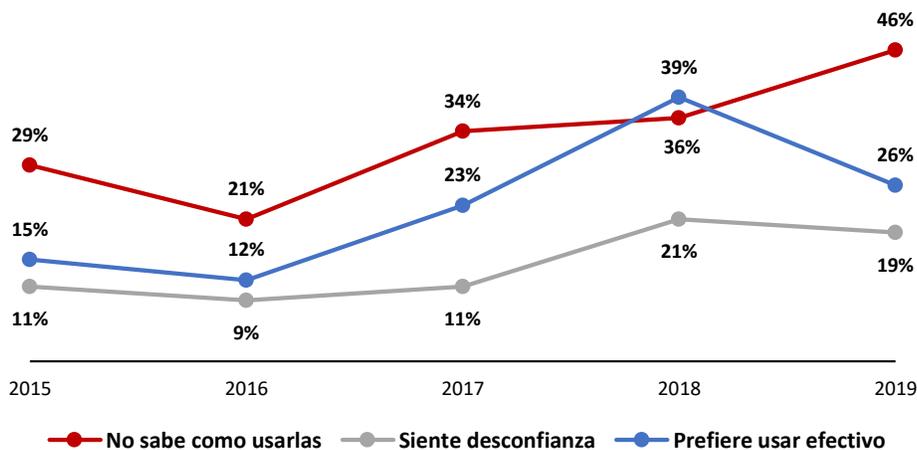


Figura XIV: ¿Por qué no utiliza cajeros automáticos?

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros, 2015 a 2019

De manera complementaria, los resultados de la encuesta realizada por CERES en 2021 en relación a la preferencia de poder realizar pagos digitales muestran un interés significativo por dejar de usar efectivo (Ver Gráfica XV). Situación en la que podemos inferir que después de la pandemia, se han evidenciado cambios en el comportamiento de los clientes financieros, dando señales de un cambio positivo con relación al uso de nuevas tecnologías que contribuyen con la profundización de la inclusión financiera en el país.

Transacciones sin efectivo.

Utilizando los datos de la encuesta realizada por CERES (2021), se observa que el 30% de los encuestados tiene el conocimiento de que pueden realizar pagos sin dinero en efectivo en algunos negocios y que, además, un 70% estaría dispuesto a utilizar este medio de pago. Del 70% que desconoce este tipo de pagos, cerca de un 30% estaría dispuesto a utilizarlos.

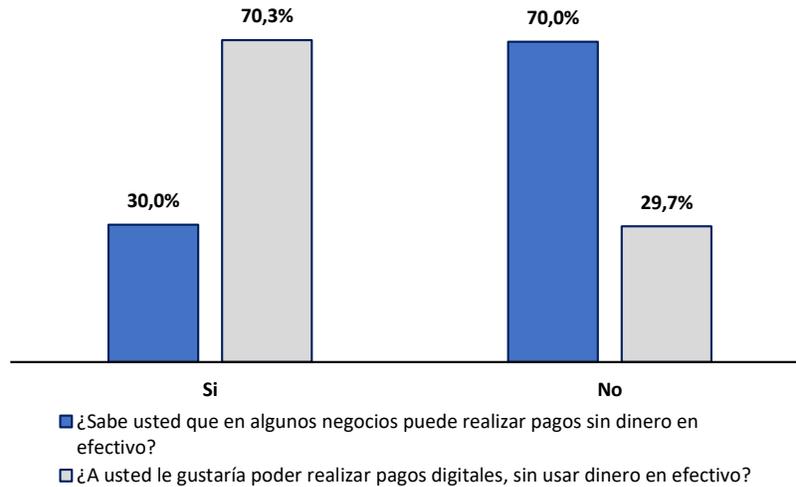


Figura XV: Transacciones sin efectivo
 Fuente: Elaboración propia, en base a datos CERES, diciembre de 2021.

El desconocimiento es un factor que limita a los consumidores financieros a considerar nuevos servicios. Se puede decir que la responsabilidad de esta falta de información recae sobre las entidades financieras y las empresas que prestan servicios financieros para realizar este tipo de pagos.

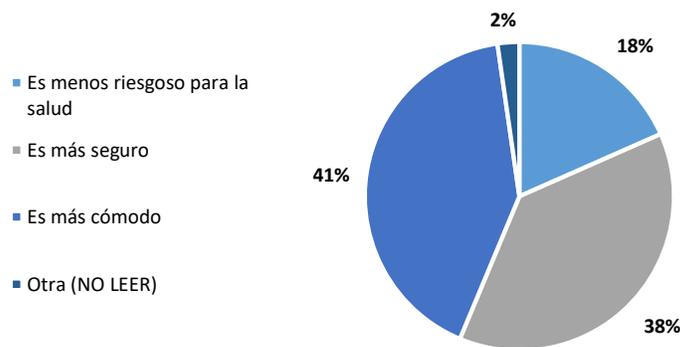


Figura XVI: ¿Cuál de las siguientes considera que es la principal ventaja?
 Fuente: Elaboración propia, en base a datos CERES, diciembre de 2021.

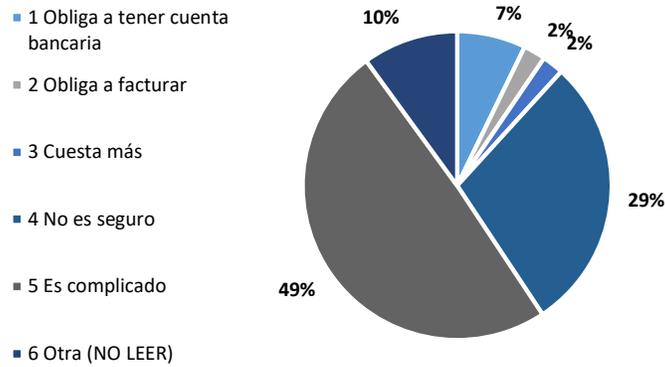


Figura XVII: ¿Cuál de las siguientes considera que es la principal desventaja?
Fuente: Elaboración propia, en base a datos CERES, diciembre de 2021.

Calidad.

En esta sección se presenta un análisis histórico a partir de los resultados del Informe de Inclusión financiera (2022) publicado por ASFI en relación a las variables de satisfacción de los consumidores financieros, las percepciones sobre el cumplimiento de la función social de las entidades financieras y sus necesidades en materia financiera.

Realización y resolución de reclamos.

La temática de la encuesta relacionada a los reclamos considera aspectos como el conocimiento de la opción de efectuar un reclamo, los medios para hacerlo, y la resolución del mismo.

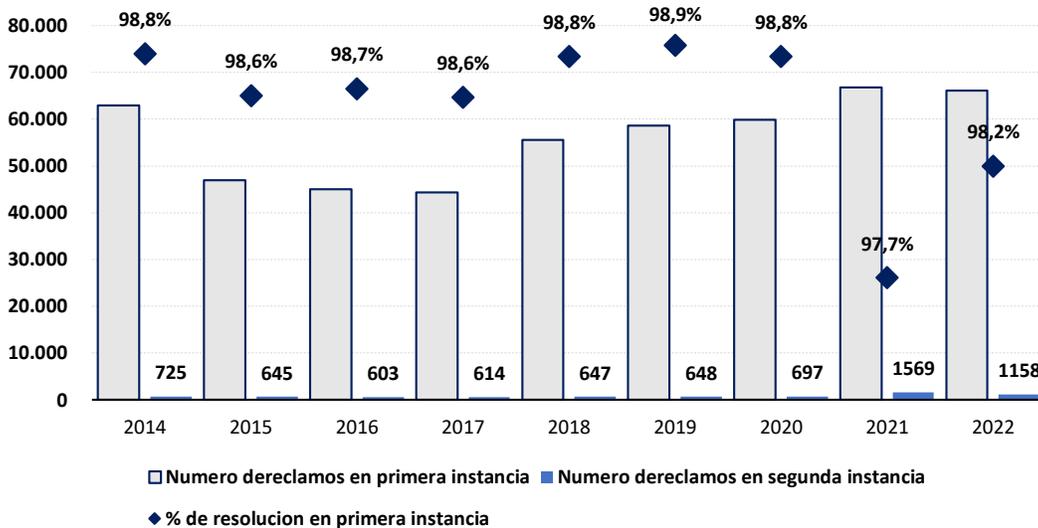


Figura XVIII: Realización y Resolución de reclamos
Fuente: Elaboración propia, en base a datos ASFI, 2022.

Índice de Satisfacción.

Según el modelo definido por ASFI (2019), tres variables explican el índice de satisfacción:

- Calidad y calidez con los que se otorgan los productos y servicios financieros (información proporcionada, conformada por un agregado de variables como: imagen percibida, amabilidad de funcionarios, variedad de servicios, eficiencia en la prestación de servicios, seguridad)
- Beneficio obtenido por el consumidor
- Grado de acceso a los servicios que ofrecen las entidades de intermediación financiera.

El índice promedio es de 7.5 sobre 10, para las gestiones 2015 a 2021.

Las variables que explican la mayor parte de la satisfacción son: Calidad y calidez, beneficio y acceso.

Índice de Función Social.

De manera similar, el modelo propuesto por ASFI (2019), toma en cuenta los siguientes aspectos para explicar la percepción del grado de cumplimiento de la función social de los servicios financieros.

- Prestación de servicios con calidad y calidez
- Optimización de tiempos y costos
- Facilidad en el acceso universal a los servicios financieros
- Continuidad de los servicios ofrecidos
- Información brindada por las Entidades de Intermediación Financiera para el uso de los servicios financieros

El índice promedio es de 7.2 sobre 10, para las gestiones 2015 a la 2021.

Las variables que explican la mayor parte de la satisfacción son: Calidad y calidez, Optimización de tiempos y costos, información brindada para el uso de los servicios financieros.

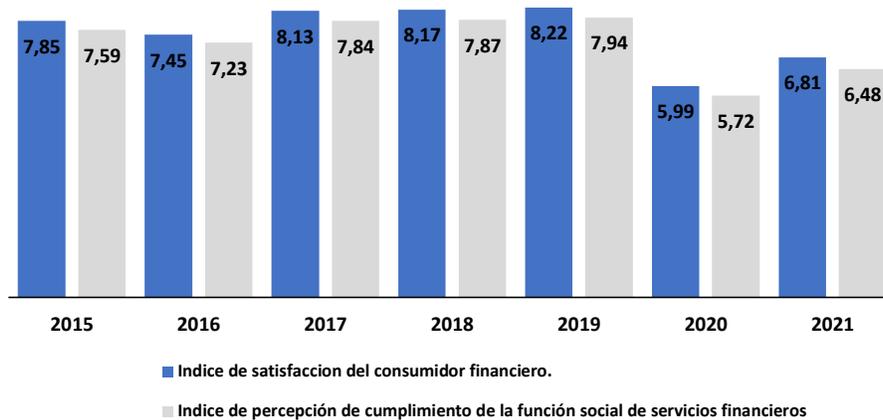


Figura XIX: Índice de satisfacción e Índice de percepción de función social

Fuente: Elaboración propia, en base a datos ASFI,2022.

Aspectos regulatorios.

Los sistemas financieros deben tener un marco jurídico y normativo sólido que establezca objetivos para proteger el acceso de los consumidores a los servicios financieros y, a la vez, regule el comportamiento de los proveedores de servicios. En el caso de Bolivia, la Autoridad de Supervisión Financiera tiene por objeto “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” (ASFI, 2023), aplicando la normativa para garantizar que el sistema financiero funcione correctamente y en beneficio de los consumidores.

En este análisis sobre el efecto de estas variables en la inclusión financiera, vale recalcar que la confianza de los consumidores en un sistema de servicios financieros que funcione bien promueve la estabilidad financiera, el crecimiento, y la eficiencia. En síntesis, estos controles refuerzan e integran las políticas relativas a la inclusión financiera, la educación financiera y la protección de los consumidores en cuanto al acceso y la utilización de servicios financieros.

CONCLUSIÓN Y REFLEXIONES FINALES

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar el efecto del uso de medios de pago digitales en los niveles de inclusión financiera en Bolivia. Mediante el análisis de los datos históricos provenientes de los informes y encuestas del sistema financiero nacional, complementado con encuestas de instituciones de investigación como el CERES, disponibles para los períodos de 2015 a 2021 se encontró que un mayor uso de medios de pago digitales si ha contribuido a incrementar los niveles de inclusión financiera en Bolivia.

Se evidencia que los medios de pago digitales como el acceso a cuentas de ahorro y tarjetas de débito asociadas a la misma, han reflejado un incremento significativo. Entendemos que contar con acceso a una cuenta bancaria es el primer paso hacia una mayor inclusión financiera. Contar con una cuenta para depósitos, abre la posibilidad de comenzar a ahorrar, realizar pagos de servicios en línea, pagos a terceros, transacciones por internet a través de pagos con tarjeta de débito y posteriormente, evoluciona en la posibilidad de acceder a créditos y servicios financieros cada vez más sofisticados (tarjetas sin contacto, pagos QR, etc.).

En ese sentido, concentrarse en el acceso universal a los servicios financieros fue una prioridad durante los últimos años.

Es importante mencionar que la crisis de COVID19 ha contribuido a que la dimensión de acceso a servicios financieros gane representatividad los últimos años. Este factor ha impulsado a las Entidades de Intermediación Financiera a invertir en tecnología con miras a profundizar una inclusión financiera digital, a partir de la utilización de medios digitales, como las plataformas de banca por internet y aplicaciones móviles. A la fecha, estos canales son más robustos y permiten realizar una mayor cantidad de servicios financieros, como la apertura de cuentas en línea, transferencias bancarias ágiles y el pago de múltiples servicios.

Asimismo, con relación a las variables de uso analizadas, evidenciamos que medios de pago digitales como los cajeros automáticos aún juegan un papel fundamental en aspectos como la confianza del consumidor financiero. Vale decir que este medio cuenta con características que lo perfilan como una herramienta relevante para potenciar la inclusión financiera en el país.

Con relación a la banca en línea, si bien los resultados no reflejan niveles de profundización significativos, sí se identifican una gran cantidad de beneficios asociados a este servicio. El desarrollo e implementación de medio de pago digitales ha permitido reducir costos para las entidades financieras, así como también para los usuarios financieros y, como resultado, ha incrementado el alcance a un mayor número de personas que hasta ese momento no habían logrado formar parte del sector financiero. Asimismo, se identifica que las transacciones sin efectivo son una opción atractiva para los consumidores financieros, pero aún no utilizan este servicio por falta de conocimiento. Sin embargo, entendemos la importancia de promover estos servicios de forma integral para profundizar la inclusión financiera en Bolivia.

En aspectos relacionados a la calidad percibida, los consumidores interactúan cada vez más con las entidades financieras en todas las dimensiones. Esto ha permitido obtener indicadores como Índices de satisfacción y de cumplimiento de función social. Los resultados muestran un importante avance en torno a la calidad, optimización de tiempos y costos, variedad de productos y beneficios, entre otros. Sin embargo, existen barreras significativas en torno a las percepciones de seguridad, acceso y restricciones normativas que permitan un acceso y uso más eficiente de los servicios financieros. Para ayudar a mejorar el acceso y el uso de las tecnologías financieras, las instituciones financieras deberán continuar ofreciendo educación y servicio al cliente a sus clientes. Esto requerirá medidas de fomento de la confianza por parte de las instituciones.

Los hallazgos identificados en este estudio también permiten evidenciar que existen factores internos, propios del consumidor financiero, como la falta de confianza en el sistema financiero y la poca comprensión de cómo funcionan los diferentes productos financieros, que dificultan la adopción de nuevas tecnologías que podrían conducir a mayores niveles de inclusión financiera en Bolivia.

Avanzar en los procesos para profundizar la cobertura y uso de las tecnologías financieras exigirá de las instituciones financieras, políticas de acompañamiento a los clientes en materia de educación financiera y atención al cliente, en especial, para ganar la confianza de éstos.

Se debería fortalecer la banca en línea y móvil como medios de pago digitales para lograr mayor impacto en términos de profundización de la inclusión y cobertura, además de buscar programas de educación financiera más efectivos. Una forma importante de hacer posible la inclusión financiera será educar a los consumidores y mejorar la alfabetización financiera.

Cuando hablamos de servicios financieros, la confianza debe ser un pilar fundamental para la comunicación hacia el consumidor financiero. La confianza de los consumidores en un sistema de servicios financieros que funcione bien promueve la estabilidad financiera, el crecimiento, y la eficiencia. Bajo esta premisa, cabe recalcar la existencia de mecanismos de protección de los consumidores y regulaciones actuales que fomentan prácticas seguras y justas que apuntalan la confianza en el sistema financiero.

El ente regulador y el sector privado deben promover la transformación digital a partir de la construcción de mejores normativas que fortalezcan la inclusión financiera.

Por otro lado, existe un trabajo pendiente por parte del estado con relación a mejoras en temas de infraestructura como el acceso a internet tomando en cuenta aspectos de cobertura y costo.

Finalmente, podemos concluir que Bolivia tiene un avance importante con relación a medios de pago digitales. Desde el lado de la oferta, y apoyados por el sector privado (entidades de intermediación financiera) y el ente regulador, han surgido productos y servicios que se han acoplado de forma más conveniente a las necesidades actuales de la población para intercambiar valor. El acceso a cuentas de ahorro, tarjetas de débito, cajeros automáticos, transferencias interbancarias, banca por internet, aplicaciones móviles, son parte de la tecnología que se han ido incorporando a nuestro ecosistema financiero durante los últimos 20 años.

Esto ha permitido crear una demanda sostenida y en constante crecimiento con el fin de promover el acceso universal de la población a servicios financieros adecuados y regulados; con miras a eliminar la pobreza, la exclusión social y económica de la población.

Referencias bibliográficas

- Ahamad, S. S., & Pathan, A.-S. K. (2019). Trusted service manager (TSM) based privacy preserving and secure mobile commerce framework with formal verification. *Complex Adaptive Systems Modeling*, 7(1), 1-18. doi:10.1186/s40294-019-0064-z
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI . (2015). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2015*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI . (2020). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2020*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI . (2021). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2021*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI. (2016). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2016*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI. (2017). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI. (2018). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2018*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI. (2019). *Informe de Resultados de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros 2019*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero – ASFI. (2022). *Reporte de inclusión Financiera*. La Paz: Dirección de Estudios y Publicaciones-ASFI.
- Bermeo, M., Valencia, A., Duque, B., Garcés, L., & Luna, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles en millennials y centennials. *Semestre Económico*, 22(53), 77-102. doi:10.22395//seec.v22n53a4
- Calle, A. (2018). Análisis de la tenencia de productos financieros: evidencia para contribuir a la inclusión financiera en Bolivia. En C. d. CEMLA, *Decisiones financieras de los hogares e inclusión financiera: evidencia para América Latina y el Caribe* (págs. 17-54). Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, CEMLA.

- Carballo, I., & Bartolini, M. (2020). Pagos digitales para la inclusión financiera de poblaciones vulnerables en Argentina: un estudio empírico en comerciantes del barrio Padre Carlos Múgica (ex villa 31-31 bis) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Revista Económica La Plata*, 66. doi:10.24215/18521649e017
- Corporación Andina de Fomento-CAF. (2021). *Políticas de inclusión financiera y las nuevas tecnologías en América Latina*. Caracas: CAF. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1755>
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). *Economía Digital: La transformación digital de la banca*. BBVA-Observatorio Economía Digital.
- Estado plurinacional de Bolivia,. (2014). Ley 393. Ley de servicios financieros. La Paz: Estado plurinacional de Bolivia.
- Fintechgracion. (2017). *Ciudades sin efectivo: conociendo los beneficios de los pagos digitales*. Disponible. Colombia: fintechgracion. Obtenido de <http://fintechgracion.com/wp-content/uploads/M%C3%B3dulo7-Ciudades-sin-Efectivo.pdf>
- Grupo de crédito S.A. (2021). *Inclusión Financiera y Digitalización*. Credicorp-IPSOS.
- IMCO; USAID. (2016). *Reducción de uso de efectivo e Inclusión Financiera*. Washington : IMCO-USAID.
- Laserna, S., Espinoza, J. G., & Ribera, S. (2022). *Dinero en una economía digital*. Cochabamba: CERES-Plural.
- Lu, J., Wei, J., Yu, C.-S., & Liu, C. (2017). How do post-usage factors and espoused cultural values impact mobile payment continuation? *Behaviour y Information Technology*, 36(2), 140-164.
- Marajh, A., & Gallagher, T. (4 de Enero de 2023). *Los pagos digitales como forma de impulsar la inclusión financiera*. Obtenido de idbinvest: <https://www.idbinvest.org/es/blog/instituciones-financieras/los-pagos-digitales-como-forma-de-impulsar-la-inclusion-financiera>
- Mejía, D. (26 de Agosto de 2021). *Inclusión financiera: ¿qué hemos aprendido hasta ahora?* Obtenido de CAF: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/08/inclusion-financiera-que-hemos-aprendido-hasta-ahora/>
- Nie, J., & Amarayoun, W. (2018). The Factors Influence the Intention Use of Mobile Payment in Thailand E-Commerce. *Information Science and Control Engineering*, 561-568. doi:10.1109/ICISCE.2018.00122

- Roa, M., & Mejía, D. (2018). *Decisiones financieras de los hogares e inclusión financiera: evidencia para América Latina y el Caribe* (Vol. I). Ciudad de México D. F: CEMLA y CAF. ISBN: 978-607-8582-01-3
- San Martín, S., & Prodanova, J. (2014). ¿Qué factores fomentan la compra por impulso en el comercio móvil? *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 18(1), 32-42. doi:10.1016/S1138-1442(14)60004-8
- Sánchez, J., & Juarez, F. (2017). La adopción del comercio electrónico en las pymes: una revisión de la literatura exploratoria. *Novum revista de ciencias sociales aplicadas*(7), 78-94.
- Shepherd, J. (27 de Agosto de 2019). *El cajero automático es fundamental para promover la inclusión financiera*. Obtenido de cashessentials: <https://cashessentials.org/el-cajero-automatico-es-fundamental-para-promover-la-inclusin-financiera/?lang=es>
- World Bank. (2014). *The Opportunities of Digitizing Payments: How digitization of payments, transfers, and remittances contributes to the G20 goals of broad-based economic growth, financial inclusion, and women's economic empowerment*. Washington, DC: World Bank.
- Yang, J.-H., & Lin, P.-Y. (2018). A New Third-party Payment Scheme with Anonymity for Mobile Commerce. *Journal of Internet Technology*, 19(6), 1929-1934.