

LOS RETOS DE LA BANCA MÓVIL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA

**LOS RETOS DE LA BANCA MÓVIL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN
COLOMBIA**

ANA MARÍA BENJUMEA GIRALDO

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN (MBA)

FEBRERO DE 2016

LOS RETOS DE LA BANCA MÓVIL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA
**LOS RETOS DE LA BANCA MÓVIL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN
COLOMBIA**

**Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de magíster en
Administración (MBA)**

ANA MARÍA BENJUMEA GIRALDO¹

Asesora temática: Cristina Duque Jaramillo, M. Sc.

Asesora metodológica: Beatriz Uribe de Correa, M. Sc.

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN (MBA)

FEBRERO DE 2016

¹ abenjum1@eafit.edu.co

Resumen

La inclusión financiera hace alusión al acceso y la utilización de los productos y servicios financieros por parte de todos los actores económicos de la sociedad, sobre todo los de aquellos sectores que han tenido poco acceso al sistema financiero formal o no lo han tenido. Justamente por las características de alcance, interactividad, bajo precio y facilidad de uso, la telefonía móvil se promueve como una herramienta idónea para impulsar el acceso y el uso de servicios financieros, para permitirles a las entidades financieras ampliar el rango de la población atendida por su alto grado de penetración y mejorar la eficiencia y la experiencia con los clientes.

Este trabajo plantea una reflexión sobre los retos estratégicos que debe enfrentar la banca móvil para promover servicios financieros apropiados y asequibles para los diferentes grupos de la población.

Palabras clave: inclusión financiera, telecomunicaciones, telefonía móvil, banca móvil.

Abstract

Financial inclusion refers to the access and use of financial products and services by all economic actors in society, especially those sectors that have had little or none access to the formal financial system. It is precisely because of the characteristics of reach, interactivity, low price and ease of use, that mobile telephony is promulgated as an ideal tool to promote the access and use of financial services, allowing financial institutions to extend the range of the target population for its high penetration, and improve efficiency and customer experience.

This work reflects on the strategic challenge that faces mobile banking to promote appropriate and affordable financial services for different population groups.

Keywords: *financial inclusion, telecommunications, mobile, mobile banking.*

Contenido

Introducción..... 5

Inclusión financiera 7

La tecnología de información y las telecomunicaciones: la movilidad en la contemporaneidad..... 15

El sector financiero y la tecnología móvil: la banca móvil 22

La inclusión financiera y la banca móvil en Colombia 27

Consideraciones finales 33

Referencias 37

Lista de tablas

Tabla 1. ¿Qué es la inclusión financiera? 14

Introducción

El sistema financiero tiene un papel predominante en las economías modernas y puede influir de manera significativa en el progreso económico, en especial en países con mercados poco desarrollados, lo que lo convierte en una pieza fundamental para promover la prosperidad económica. De allí se deriva la importancia de la potenciación de la inclusión financiera, en particular en los países de América Latina en los que en sectores como los de los individuos, los hogares de menores ingresos y las pequeñas empresas, el uso y el acceso a los servicios financieros son bajos (Roa, 2013).

El presente trabajo pretende analizar cómo la banca móvil es un canal efectivo para potenciar la inclusión financiera en Colombia; escenario en el que el teléfono móvil es el canal menos usado para las transacciones bancarias, al representar apenas el 3,3% del total de las operaciones realizadas (Banca de las Oportunidades, 2014). Sin embargo, es necesario ilustrar a las entidades bancarias sobre la capacidad que tiene dicho negocio y sobre los aspectos que se deben trabajar, desde el punto de vista estratégico, para su máximo aprovechamiento, pues los celulares son el conducto ideal para incluir, en el sentido financiero, a un mayor número de colombianos, en especial a los habitantes de las zonas apartadas del centro del país y de estratos económicos bajos. Según el último reporte de inclusión financiera (Banca de las Oportunidades, 2014), sólo el 72,7% de la población adulta (unos 23,3 millones de personas) está bancarizado, mientras que en el país existen unos 56 millones de líneas activas de teléfono celular (más de una por habitante), lo cual pone en perspectiva el potencial de crecimiento que la banca móvil posee, dado que representa no sólo el acceso de la población a los servicios financieros sino la incorporación de la mayoría de la misma a la economía formal, lo que favorece una mayor generación de

ahorro, el aprovechamiento de la información, el aumento del flujo de inversiones y el acceso de las pymes a la financiación formal.

Este documento comienza con el abordaje del concepto de inclusión financiera, con inclusión de sus dimensiones de acceso, uso, calidad y bienestar. A continuación establece cómo las tecnologías de la información y las telecomunicaciones forman parte esencial de la movilidad en la contemporaneidad mediante la promoción de la innovación, con lo que se posibilita que actividades de banca y comercio se ajusten a las necesidades reales de los usuarios. Después señala cómo el teléfono móvil, en particular, es una tecnología de gran potencial que reúne características como alcance, interactividad, bajo precio y facilidad de uso para personas con una formación limitada, lo que lo convierte en una herramienta idónea para la prestación de servicios financieros. Más adelante se especifica el desarrollo de la banca móvil en Colombia y su impacto en la inclusión financiera. En último lugar se presentan las conclusiones que señalan los avances significativos en la inclusión financiera y los aspectos en los que es importante continuar avanzando para lograr una mayor integración de los servicios financieros con las actividades cotidianas de las personas.

Inclusión financiera

La Real Academia Española (2007), en su vigésima segunda edición, citada por Tafur Saiden (2009, p. 15), define la inclusión financiera como el “desarrollo de las actividades sociales y económicas de manera creciente a través de la banca”.

Instituciones internacionales, como la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), citada por la Banca de las Oportunidades (2013, p. 25), menciona que la inclusión financiera “busca incluir a la población no bancarizada en los sistemas financieros formales para darles la oportunidad de acceder a servicios financieros que van desde el ahorro, los pagos y transferencias, pasando por el crédito y los seguros”.

Por otra parte, el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP, 2011), citado por Roa (2013, p. 123), considera la siguiente definición de inclusión financiera:

se refiere a una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a los siguientes servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro (incluyendo cuentas corrientes), pagos y seguros.

Se entiende por acceso efectivo la prestación del servicio conveniente y responsable, a un valor que el cliente puede tomar y sostenible para el que lo proporciona, y que en consecuencia permita que los clientes excluidos utilicen los servicios financieros formales en lugar de las opciones informales. Establece también que el cliente excluido es aquel que no tiene acceso o no está lo suficientemente cubierto por los servicios financieros formales y propone comprender por instituciones formales a los proveedores de servicios financieros que tiene un estatus legal reconocido y comprende entidades (en algunos casos incluso

personas) con amplios y variados atributos regulatorios, sujetos a diferentes tipos y niveles de supervisión externa.

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2013), por medio del INFE (International Gateway for Financial Education), según citación hecha por Roa (2013, p. 123), la inclusión financiera es

el proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques innovadores hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover tanto el bienestar financiero como la inclusión económica y social.

El Consejo Nacional de Inclusión Financiera de México (CNIF, 2012), citado por Roa (2013, p. 124), detalla la inclusión financiera en términos de “acceso y uso de servicios financieros desde una reglamentación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población”.

En Colombia, el Banco de la República (2014, p. 2), menciona que la inclusión financiera es

un proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, que puede contribuir de manera importante al crecimiento económico en la medida en que permita reducir de manera efectiva los costos de financiación, aseguramiento y manejo de los recursos, tanto para las personas como para las empresas.

Por su parte, la Superintendencia Financiera de Colombia (2012, p. 10), citada por Cática Barbosa, J. R., Parra Alviz, J., y López Montoya, Ó. H. (2014, p. 29). señala que puede entenderse la inclusión financiera como el acceso universal y continuo de la población a productos y servicios financieros diversificados, satisfactorios, conforme a una estructura de negocio formal ajustado a riesgos, de tal manera que satisfaga el bienestar de los consumidores.

La revisión bibliográfica establece que los agentes económicos de una sociedad se pueden categorizar en dos grupos. El primero, conformado por aquellos que ya son usuarios de servicios financieros formales, y el segundo por los no usuarios de los servicios financieros. El segundo grupo se clasifica, a su vez, en los que se autoexcluyen del sistema en forma voluntaria porque consideran que no necesitan ser usuarios del mismo y en los que son excluidos de forma involuntaria. Los segundos son aquellos que aunque deseen utilizar los productos y servicios del sistema financiero, no puede hacerlo por no tener acceso a la infraestructura financiera y a los distintos canales de distribución de productos financieros, o debido a restricciones sociodemográficas como bajos ingresos, edad, documentos exigidos, ente otros (The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2008).

Existe, entonces, una notable diferencia entre las personas que no utilizan los servicios financieros porque están afectados por algún tipo de barrera y aquellas que no lo hacen simplemente porque no tienen una demanda para este tipo de servicios: exclusión involuntaria y exclusión voluntaria o autoexclusión. La primera abarca razones como la distancia a cualquier punto de acceso, el incumplimiento de los requisitos mínimos exigidos y los elevados costes de los servicios financieros. La segunda se relaciona en mayor medida

con la carencia de educación financiera, la falta de confianza en el sistema o por motivos socioculturales como la religión.

En síntesis, la inclusión financiera hace referencia al acceso y la utilización de los productos y servicios financieros por parte de todos los agentes económicos de una sociedad, en especial de aquellos segmentos de la población de menores ingresos que han tenido poco o ningún acceso al sistema financiero formal.

Además del ejercicio de conceptualizar la inclusión financiera, diferentes autores exponen las dimensiones que dicho concepto contempla: Demirgüç-Kunt y Klaper, Beck y Honohan (The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2008), Heimann, Navarrete Luna, O'Keefe, Vaca Domínguez y Zapata Álvarez, (2009) y Roa (2013).

El término abarca diversas dimensiones como el grado de profundidad financiera, referido al estado de desarrollo del sistema financiero a través del cálculo de la proporción en la cual la actividad productiva de un país se financia con crédito bancario, en la que los indicadores más comunes de profundidad son el total de depósitos y créditos sobre PIB.

También incluye el acceso, comprendido como la capacidad de los individuos para acceder a los productos y servicios ofrecidos por el sistema financiero, lo que se refiere a la disponibilidad en relación con la cercanía geográfica que tenga el usuario a los servicios financieros y a los mecanismos de distribución de los mismos a los usuarios de manera permanente. Además, la dimensión del acceso de servicios financieros se enfoca hacia el objetivo de contar con una oferta diseñada para responder de manera adecuada a las necesidades de la población. Se trata de una oferta con productos y servicios que cumplan

determinadas características para satisfacer necesidades específicas de la demanda y que sean, además, formales y seguros así como accesibles con facilidad de parte del usuario (Heimann, Navarrete Luna, O’Keefe, Vaca Domínguez y Zapata Álvarez, 2009).

El uso de la inclusión financiera se refiere a la utilización que se hace de los productos y servicios financieros. Se enfoca hacia la demanda de los servicios financieros, lo mismo que hacia las necesidades financieras de los diferentes grupos poblacionales, de modo tal que sean estudiadas, conocidas y comprendidas de manera adecuada por los agentes financieros de la oferta, para que les sea posible incentivar la utilización de los diferentes productos y servicios financieros durante las diferentes etapas del ciclo de vida de los usuarios en forma tal que hagan parte de su desarrollo personal, familiar y laboral.

En otras palabras, el acceso hace referencia a la disponibilidad continua de los servicios financieros (oferta de servicios financieros) y el uso a las necesidades de los usuarios (demanda). Anastasi, A., Blanco, E., Elosegui, P., y Sangiácomo, M. (2010, p. 144), citan

por un lado, el nivel de acceso a los servicios bancarios, considerando no sólo su disponibilidad sino también los costos directos e indirectos, las restricciones y las barreras (sociales, geográficas, etc.); y por el otro, el nivel de utilización que se realiza de dichos servicios.

Hay otras dos dimensiones, aparte de las de acceso y uso, que en los años recientes, se encuentran referenciadas y que deben considerarse al momento de definir y evaluar la inclusión financiera, que son la calidad y el bienestar. La dimensión de calidad establece si las características de los productos se ajustan a las necesidades de los consumidores y si sus

necesidades se tienen en cuenta para el diseño de los mismos. La de bienestar, por su parte, se refiere al impacto de un producto o servicio financiero sobre las condiciones de vida de los usuarios y el crecimiento y desarrollo de los negocios.

Diversas publicaciones de investigación del Centro Internacional de Pobreza (CIP), según mencionan Demirgüç-Kunt y Klaper en *Finances for all? (The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2008)*, establecen que la bancarización de las personas que no utilizan el sistema bancario requiere la eliminación de las barreras físicas al acceso y uso, puesto que tal vez constituyen los mayores obstáculos que enfrentan los habitantes rurales y los sectores con menores ingresos de la población.

Roa (2013), en el Boletín del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA), establece que en América Latina para la inclusión financiera, en relación con las economías emergentes, el acceso es equiparable con un crecimiento sostenido en la realización de transacciones, en particular de cajeros automáticos. Sin embargo, hay un significativo retraso con respecto al de las economías más desarrolladas; los obstáculos más relevantes están determinados por los altos intereses de los préstamos y depósitos tanto como por las barreras geográficas. También enfatiza el hecho de que la mayor parte de las sucursales son bancarias, incluso en las zonas rurales, mientras la mayor parte de las sucursales se encuentran en áreas urbanas. El número de entidades microfinancieras y cooperativas es pequeño, excepto para algunas economías en las que dichos sectores están bastante desarrollados. No obstante, la banca comercial posee mayor peso que estas otras entidades debido a la pérdida de confianza en las mismas, lo que determina, entonces, que los niveles de conocimiento financiero y económico en la región son muy bajos. En la

mayor parte de los países apenas se están dando los primeros pasos para el desarrollo de estrategias nacionales concretas.

Tabla 1. ¿Qué es la inclusión financiera?

Entidad	Fecha	Definición
El Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP)	2011	“Se refiere a una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a los siguientes servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro (incluyendo cuentas corrientes), pagos y seguros”
El Consejo Nacional de Inclusión Financiera de México (CNIF)	2012	“Comprendida en términos de acceso y uso de servicios financieros, desde una reglamentación apropiada que asegure procesos de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población”
Superintendencia Financiera de Colombia	2012	“Acceso universal y continuo de la población a productos y servicios financieros diversificados, satisfactorios, conforme a una estructura de negocio formal ajustado a riesgos, de tal manera que satisfaga el bienestar de los consumidores”
La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI)	2013	“Incluir a la población no bancarizada en los sistemas financieros formales para darles la oportunidad de acceder a servicios financieros que van desde el ahorro, los pagos y transferencias, pasando por el crédito y los seguros”
La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)	2013	“Proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques innovadores hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover tanto el bienestar financiero como la inclusión económica y social”
Banco de la República de Colombia	2014	“Proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, que puede contribuir de manera importante al crecimiento económico en la medida en que permita reducir de manera efectiva los costos de financiación, aseguramiento y manejo de los recursos, tanto para las personas como para las empresas”

La tecnología de información y las telecomunicaciones: La movilidad en la contemporaneidad

Tecnología es un término que caracteriza a la sociedad actual y, aunque en el último siglo ha adquirido gran importancia mundial, no es propia de los tiempos presentes, ha existido desde el momento en que el hombre construyó los primeros objetos para la supervivencia y ha sido protagonista en las transformaciones socioeconómicas y culturales que ha sufrido la sociedad.

En particular, las tecnologías de la información y las telecomunicaciones han tenido impactos importantes en la transformación de las actividades y servicios globales, traducidos en plataformas de internet que permiten operar de manera integrada, en tiempo real y con cubrimiento mundial. Por otro lado, cambiaron la relación entre proveedor y usuario, en la medida en que posibilitan la personalización de los servicios y la interacción entre usuario y usuario, además de la interacción usuario-proveedor. A su vez, han posibilitado el mejoramiento de la competitividad y el acceso a mercados; de la misma manera, promueven la innovación combinatoria, por la cual un grupo de tecnologías puede combinarse para crear nuevos productos, lo que abre un abanico creciente de posibilidades (Garrido, 2009).

En consecuencia, el impacto económico de las redes basadas en computadores se ha desarrollado en tres tendencias, así: por un lado, la automatización de la información y el procesamiento de datos, lo cual aumenta la velocidad en los procesos, elimina costos de transacción e incrementa la productividad; en segundo lugar, la migración de numerosas actividades de adquisición y procesos de información a la red, lo que posibilita el

intercambio de bienes y servicios globales, sin importar las fronteras geográficas, incluso en los ámbitos regional y local, en sitios en los que no existe infraestructura física para el desarrollo de una actividad ; por último, el acceso inmediato a recursos humanos valiosos (amigos y familiares, socios comerciales, socios de investigación, etc.), con independencia de su localización, con la posibilidad de usarlos en procesamiento de mercados y ensamblaje de cadenas productivas en la economía global. Por ello, “en los países en vía de desarrollo, la infraestructura de redes fijas suele ser limitada y las tecnologías móviles están siendo adoptadas de manera creciente como los principales medios para compartición de comunicación y tecnología” (Benavides, 2011, p. 76).

Es así como las tecnologías de la información y las telecomunicaciones promueven la innovación y permiten que actividades de banca, comercio y gobierno, entre otras, acrecienten sus ofertas de bienes y servicios con otras más rentables y de mayor valor agregado a las necesidades reales de los usuarios. Son protagónicas en el crecimiento económico pues su función catalizadora radica, en esencia, en la reducción de los costos de transacción, expansión de los límites de los mercados e incremento en forma notable de los flujos de información (Waverman, citado en Bonina y Rivero Illa, 2008).

En Colombia, los servicios de telecomunicaciones abarcan las actividades relacionadas con internet, telefonía y servicios de radio y televisión. En los últimos años han evolucionado con rapidez como consecuencia de innovaciones ocurridas en el propio terreno de las telecomunicaciones y de su interacción con otras tecnologías. Dicha evolución se ha acelerado desde el surgimiento de la telefonía móvil, que “es ya la (nueva) tecnología de mayor éxito de la historia de las telecomunicaciones, su desarrollo ha sido de

tal magnitud que incluso se han alcanzado niveles de saturación en los principales mercados mundiales” (Wireless, citado en Vacas Aguilar, 2007).

De acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MINTIC, 2015), en el año 2010 la actividad de correo y telecomunicaciones tuvo un crecimiento de 3,2 %, por encima del crecimiento de la economía colombiana; de igual forma, en el primer trimestre de 2012 el crecimiento del sector fue de 7,8 %, es decir, 1,8 puntos por encima del crecimiento de la economía. Lo anterior se debe a que durante el período 2010-2012 se presentó un crecimiento constante en telefonía móvil superior al 1,5% en promedio; el 2010 fue el año en que el mercado de telefonía móvil alcanzó el mayor crecimiento registrado hasta entonces, con un 2,47%. Para 2013, el crecimiento fue de 2,7% y aunque el sector no ha perdido fuerza, la variación anual disminuyó con respecto a la tendencia creciente positiva que venía presentando en años anteriores, porque la telefonía móvil decreció en promedio alrededor de 0,1%; esta disminución en el crecimiento se dio debido a que el nicho de mercado de telefonía móvil está llegando a su tope máximo.

La Unión Internacional de Tecnología (ITU, por su sigla en inglés), cada año mide los países con respecto a la combinación de tres factores que permiten la construcción de la sociedad de la información: la disponibilidad de la infraestructura de las TIC y acceso, un nivel alto de uso de las mismas y la capacidad de utilizarlas con eficacia. El indicador que resume estos tres factores es el *ICT Development Index* (IDI, por su sigla en inglés). En reciente publicación de la ITU (“Medición de la sociedad de la información”, en 2014) se dio a conocer el ICT Development Index de todos los países para el año 2013. Colombia se encuentra en el puesto 77 de la clasificación para dicho año, con un IDI de 4,95, y subió de

posición tres lugares de 2012 a 2013 (MINTIC, 2015) lo que se traduce en un significativo avance pero señala los retos que todavía debe enfrentar.

El índice *Networked Readiness Index*, publicado por el Foro Económico Mundial, ubica a los países en cuanto al impacto que han tenido las TIC en la competitividad; tiene en cuenta indicadores que miden el mercado, la infraestructura, el marco regulatorio y las políticas; de acuerdo con las variables e indicadores se le da una calificación de 1 a 7 a cada país y con la misma se forma la clasificación que permite ver la posición con respecto al mundo. Colombia, según la última publicación, obtuvo una calificación de 4,05, es decir, mejoró tres puestos de un año a otro y se situó en el puesto 63 entre 144 países.

El uso de tecnologías de información y comunicación es, entonces, indispensable para que las empresas se mantengan en el mundo competitivo que el mercado impone, de tal modo que puedan hacer crecer su negocio de manera rentable y sostenible, con el fin de llegar al cliente en forma más rápida y con ventajas de uso y costo. Sin embargo, antes las empresas decidían cuáles tecnologías emplearían en la estrategia, mientras hoy en día las tecnologías son las que dirigen las decisiones estratégicas de las organizaciones; este fenómeno y el significativo aumento de la penetración de la telefonía móvil convierten a dicha tecnología en la que es clave para desarrollar.

“Los móviles se convirtieron en elementos esenciales de la vida contemporánea” (Castells, citado en Vacas Aguilar, 2007), pues es la movilidad un elemento característico de la vida diaria de millones de personas en todo el mundo. Los continuos desplazamientos a los que se ven obligadas las personas desde su lugar de residencia hasta su trabajo, a los centros de formación, de ocio y entretenimiento y en general, a todos aquellos lugares que

conforman su agenda social, demandan tecnologías que permitan una comunicación en movimiento e instantánea. “Se puede afirmar que nuestras vidas son móviles y dinámicas y todas aquellas tecnologías que vayan a favor de esta tendencia tienen asegurado a priori una potencial aceptación” (Vacas Aguilar, 2007).

El teléfono móvil satisface una demanda latente que va al corriente de las necesidades sociales de buena parte de la población, con independencia de su ubicación geográfica, clase social, categoría profesional, edad y sexo, es decir, la telefonía celular supera sin dificultad las variables que suelen segmentar la adopción de cualquier sistema tecnológico. “La movilidad conforma ya un mercado complementario y alternativo a la oferta de los medios convencionales, cuyo máximo –pero no único– exponente tecnológico es el teléfono móvil, que a lo largo de las últimas dos décadas se ha convertido en un terminal multimedia, superando su primitiva función de recepción y envío de llamadas” (Vacas Aguilar, 2010).

Es así como los teléfonos móviles comienzan a integrar aplicaciones que funcionan como sustitutos de dispositivos como reproductores de música, cámaras de fotos y video e, incluso, de los ordenadores portátiles en el acceso puntual a internet, lo cual beneficia la tendencia de los individuos a intensificar sus actividades más allá de los horarios laborales convencionales y al aprovechamiento de los llamados tiempos muertos entre las mismas para la comunicación, el ocio y el entretenimiento; se encuentra en el móvil un medio eficaz, siempre en manos de sus usuarios, para el establecimiento de vínculos personalizados de manera más eficaz que la telefonía fija. De esta manera, la progresiva individualización, característica de las sociedades contemporáneas, encuentra en el móvil una herramienta idónea.

Los teléfonos móviles son la única tecnología que ha logrado que la mitad de la población mundial posea o acceda a un terminal, describiendo un nuevo escenario inédito no solo tecnológico si no de desarrollo socioeconómico a escala planetaria (Vacas Aguilar, 2007, p. 205). Los teléfonos móviles tienden a suplir todos aquellos servicios básicos que funcionan con muchas deficiencias o que directamente no existen para muchos habitantes de las zonas rurales; el móvil es su banco, su médico, su canal de acceso a información vital (en el sentido literal) y, en general, su principal medio de comunicación con familiares y amigos.

De acuerdo con cifras del Banco Mundial, la penetración móvil en el mundo equivale al 78,16% por cada 100 personas. En Latinoamérica, la expansión de la telefonía móvil a llegando a zonas remotas y poblaciones desfavorecidas hasta consolidarse en una valiosa herramienta que fortalece lazos sociales y permite acceder a oportunidades de negocio y empleo (Ontiveros Baeza, Martín Enríquez, Fernández de Lis, Rodríguez Téubal, y López Sabater, 2009), está cerca al 98,39%, lo que significa que la cantidad de usuarios de teléfonos móviles equivale casi a la totalidad de la población. Se incrementó en un 417,96% en los últimos diez años y lo más seguro es que dicha tendencia se mantenga a lo largo de los próximos, para buscar que el 100% de la población cuente con teléfono celular, ya sea tradicional o de tecnología avanzada (4G).

El vasto territorio de América Latina ha obligado a que los despliegues de las redes de telefonía celular se centren en las zonas más pobladas, en buena parte de los países, con lo que se ha logrado alcanzar niveles de cobertura demográfica cercanos al 80% en la región, pero con alta concentración geográfica relativa. El proceso de extensión de la red móvil ha ido aparejado con una democratización del servicio, para alcanzar en gran medida

los hogares de rentas bajas, lo que de nuevo apunta a una oportunidad de emplear el celular como herramienta para llevar servicios financieros a amplias capas de población (Ontiveros Baeza, Martín Enríquez, Fernández de Lis, Rodríguez Téubal y López Sabater, 2009).

En Colombia, en particular, según MINTIC (2015), la penetración móvil se ubicó en el 116,1% al finalizar el año 2014 y en el 116,5% al finalizar el primer trimestre de 2015. El número absoluto de abonados en servicio de telefonía móvil en Colombia al finalizar el primer trimestre de 2015 alcanzó un total de 56.139.892, lo que representa un aumento de 8,2 % en el índice de penetración con relación al mismo trimestre del año anterior, que se ubicaba en el 108,3%, y de 0,4% puntos porcentuales con relación al trimestre anterior. En valores absolutos, la variación a finales del primer trimestre del 2015 respecto al cuarto trimestre del 2014 fue de 809.165 abonados, y respecto al primer trimestre de 2014 fue de 4.545.2473 abonados.

De esta manera, “la tecnología móvil se ha convertido en un signo distintivo de la cultura contemporánea, fenómeno además que por primera vez trasciende el límite de los países desarrollados” (Vacas Aguilar, 2010), escenario propicio para que diferentes sectores, como el financiero, aprovechen las oportunidades que ofrece.

El sector financiero y la tecnología móvil: la banca móvil

El sector financiero ha estado por tradición a la vanguardia en la adopción de tecnologías de información y comunicación, ante sus requerimientos transaccionales y la necesidad de generar confianza y seguridad a los usuarios en las operaciones que realizan. Además, desde la óptica de los usuarios de servicios financieros, las innovaciones más destacadas en el mundo de la banca han estado ligadas a desarrollos tecnológicos que han permitido el desarrollo de nuevos medios de pago como las tarjetas de crédito, nuevos canales de atención como la banca telefónica, cajeros automáticos, banca en línea y un manejo más conveniente y en tiempo real de los fondos que los usuarios entregan a las entidades.

El teléfono móvil es una tecnología con gran potencial que combina alcance, interactividad, bajo precio y facilidad de uso para personas con una formación limitada, lo que lo convierte en una herramienta idónea para la prestación de servicios financieros, dado que les permite a las entidades financieras no solo mejorar la eficiencia y la experiencia con los clientes, sino también ampliar en forma masiva el espectro de la población atendida por su alto grado de penetración. La amplia cobertura que hace que exista un teléfono móvil operativo en casi cualquier parte del mundo y en cualquier lugar ha sido utilizada para salvar las barreras de distancia y de costos en la entrega de servicios financieros, pues así como para los clientes es costoso trasladarse a los puntos de acceso a servicios financieros, lo es también para las instituciones financieras, que deben asegurar un cierto volumen de transacciones para hacer sostenible la apertura de una oficina o agencia en lugares alejados.

Antes de la llegada de la telefonía celular, las entidades financieras dependían de líneas telefónicas fijas o satelitales para interconectar sucursales, cajeros automáticos, máquinas de punto de venta y otros dispositivos para la prestación de servicios y productos. Hoy en día, los canales de suministro de datos a través de teléfonos móviles representan modos seguros y más económicos para la interconexión de datos. Sin embargo, las comunicaciones móviles cuentan con un potencial para promover la inclusión financiera que va mucho más allá del simple uso de dichos canales de comunicación a fin de enlazar dispositivos existentes (AFI, 2010).

Los servicios financieros son los que permiten realizar transacciones financieras que involucran la creación, liquidación, transferencia o cambio de propiedad de activos financieros o la facilitación de las mismas, lo que incluye transacciones como transferencias, depósito, créditos, seguros e inversión, entre otras (Inga Falcón, 2012). En cuanto, a los servicios financieros móviles, según lo señalado en la nota de política de AFI (*regulatory approaches for enable access*) (AFI, 2010), son los provistos o entregados a través de un teléfono móvil.

El teléfono móvil puede ser un canal de suministro de servicios o un instrumento de pago. Es un canal de suministro de servicios a través del cual se prestan servicios financieros electrónicos, de manera paralela con otros canales, como cajeros automáticos o dispositivos de punto de venta; de esta manera se disminuyen los costos en la provisión de servicios financieros. Como instrumento de pago que permite la trasmisión de instrucciones de pago entre el agente pagador y el beneficiario desde y hacia distintos tipos de cuenta (AFI, 2010), posibilitan la creación de nuevos productos de pago y nuevos modelos de negocio de las instituciones financieras.

Además, con la ubicuidad que ha alcanzado, permite que personas ubicadas en zonas distantes tengan una posibilidad de conectividad a los servicios financieros y que las instituciones financieras pueden, a su vez, expandir los nuevos productos y modelos de negocio; su versatilidad permite que dichas entidades puedan emplear diversas alternativas tecnológicas, como los mensajes de texto o el acceso a internet, para ofrecer nuevos servicios financieros y a todo tipo de población. En este sentido, el teléfono móvil se convierte en la herramienta clave para impulsar la inclusión financiera.

La inclusión del canal móvil en la oferta de servicios bancarios ha comenzado con el envío de notificaciones y alertas al cliente mediante mensajes de texto, que no sólo sirven para difundir los beneficios del medio, sino que también ha abierto el camino para la instrumentación progresiva de otras soluciones como aplicaciones seguras que se instalan en el celular, el acceso a portales WAP y, por supuesto, el uso del celular como medio de pago (Barake, 2009).

Con posterioridad teléfono móvil ha sido y puede ser utilizado de dos modos generales: como canal de acceso a internet, que permite, a su vez, utilizar las plataformas de pago electrónicas existentes en la web, sean o no bancarias, o como soporte electrónico, que posibilita el pago de bienes o servicios mediante órdenes que se transmiten entre el pagador y el receptor, y una serie de transacciones de otro tipo, a través del teléfono con cargos y abonos que son hechos en una cuenta que puede o no ser bancaria (cuentas no bancarias de dinero electrónico asociadas al teléfono móvil o con cargo a cuentas de dinero electrónico registradas en bancos o de modo directo con cargo a cuentas bancarias asociadas con el teléfono móvil), mediante el uso de diversas tecnologías como mensajes de texto (SMS), lectura de código de barras, señales de radiofrecuencia, etc. Cuando el

teléfono móvil permite realizar transacciones en cuentas bancarias creadas con antelación se habla de banca móvil.

La banca móvil extiende la relación de un banco con el cliente a situaciones de movilidad, permite una importante reducción de costes operativos en las gestiones con el, proporciona un acceso universal e inmediato a los servicios de la entidad, representa un canal complementario que le permite al banco liberar recursos para procesos de mayor valor en la relación con sus clientes y ofrece alternativas personalizadas en la comunicación multicanal con el cliente, lo que repercute en el desarrollo de nuevas oportunidades de producto y servicio a través de la venta cruzada de los dos. “Ese canal reduce costos de transacción para ambas partes: el banco ahorra recursos y el cliente ahorra tiempo y esfuerzo. Esos ahorros podrían traducirse en un mayor acceso y en un mayor uso” (Peña y Vázquez, 2012).

El canal móvil despliega un amplio espectro de oportunidades para ofrecer productos y servicios a toda la población. En su forma más simple, les permite a los usuarios realizar pagos desde una cuenta bancaria hacia otras; también ofrece una gama de funciones informativas, como consultas de saldo, extractos de cuenta simplificados, notificaciones de transacción o alertas de cuenta. Y, a medida que se amplía la penetración de *smartphones* y otros dispositivos móviles en el mercado, se pueden incluir transacciones más sofisticadas, que requieren un entorno caracterizado por la presencia de una infraestructura de telecomunicaciones adecuada para la convergencia entre los sistemas financieros y de telecomunicaciones.

Es así como el celular se convierte en la herramienta ideal para masificar el acceso a estos servicios. Según Bonina y Rivero Illa (2008), muchos de los beneficios apuntados se derivan del hecho de que el teléfono móvil es la única opción de acceso a los servicios de telefonía para la población de bajos ingresos o que habita zonas rurales y aisladas, desprovistas de otros medios de comunicación.

De esta manera, los teléfonos móviles son un canal de comunicación para iniciar y ejecutar transacciones financieras para el proveedor y para el cliente; además, permiten la entrada de nuevos operadores en el sector financiero que utilizan nuevos modelos de negocio para la distribución de sus servicios. Estos cambios pueden permitir resolver el problema de acceso a los servicios financieros que sufre la mayor parte de los países en desarrollo (Prior y Santomá, 2008).

La utilidad percibida de los consumidores con respecto a los servicios de banca móvil, la facilidad de uso percibida por los mismos acerca de iguales servicios, el estilo de vida de los consumidores con respecto a los servicios de banca móvil y la innovación personal hacia las tecnologías de la información de los consumidores con respecto a los servicios de banca móvil contribuye a aumentar de manera significativa la intención de uso de ellos. “La banca móvil ha permitido incrementar de manera significativa el acceso de la población al sistema financiero formal, mejorar la eficiencia de los mercados y la rentabilidad empresarial” (Mariscal, citado en Yamakawa, Guerrero y Rees, 2013, p. 133).

La inclusión financiera y la banca móvil en Colombia

Las políticas de inclusión financiera implementadas hasta hoy en Colombia se enmarcan en la promoción del acceso y el uso de productos y servicios financieros de manera sostenible por parte de personas y empresarios y, además, abarca la implementación de estrategias de educación financiera, como aproximación a la calidad, y un esquema de protección al consumidor financiero apropiado, como aproximación al bienestar. Se reconoce que las estrategias de inclusión no deberán limitarse solamente a ofrecer servicios y productos financieros a las personas, sino que también han de estar acompañadas de un entendimiento y un uso apropiado de los mismos, con el fin de mejorar las capacidades financieras de la población. España y CNMV (2008, p. 12), citado por Ruiz Ramírez, H. R. (2001, p. 3) señala que

La educación financiera permite a los individuos mejorar la comprensión de conceptos y productos financieros, prevenir el fraude, tomar decisiones adecuadas a sus circunstancias y necesidades y evitar situaciones indeseables derivadas bien de un endeudamiento excesivo o de posiciones de riesgo inadecuadas.

En el año 2000 comenzó el desarrollo de la inclusión financiera, sobre todo vinculada con el microcrédito comprendido como un sistema de financiación destinado a la pequeña empresa, a través de la ley 590 de 2000, en la que se reconoce la metodología microfinanciera especial de microcrédito y, por tanto, avala la Comisión Mipyme. Sin embargo, este desarrollo no fue consistente con la profundización de otros servicios financieros dirigidos a satisfacer las necesidades de la población que vive apartada de los cascos urbanos y que tiene bajos ingresos, al igual que las de las microempresas, como son los servicios de pagos, las transferencias de fondos, el ahorro y los seguros. Por ello se

promulgó el decreto 1133 de 2006, que habilita la corresponsalía bancaria, por medio de los cuales se logró llevar servicios financieros a otras zonas del país antes no cubiertas.

En el año 2008 surgieron las cuentas de ahorro electrónicas, con el decreto 4590, y en el año 2012 la regulación de los servicios de corresponsalía evolucionó a través del decreto 2672 de 2012 y la circular 029 de la Superintendencia Financiera de Colombia. Más tarde la misma entidad emitió la circular externa sobre la comercialización de productos y servicios a través de uso de red.

En 2013 se emitieron otras normas, como la ley 1676, que busca promover el acceso al crédito mediante la redefinición del concepto de garantía sobre bienes muebles, al propiciar que los mismos sean presentados como contraparte en la solicitud de créditos. Después se dictó el decreto 457 de 2014, mediante el cual se organizó el Sistema Nacional Administrativo para la Educación Económica y Financiera, con el fin de coordinar las iniciativas en esta materia, y se creó la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera, conformada por los ministerios de Hacienda y Crédito Público y de Educación Nacional, las superintendencias Financiera de Colombia y de la Economía Solidaria, el Departamento Nacional de Planeación, los fondos de Garantías de Instituciones Financieras (FOGAFÍN) y de Garantías de Entidades Cooperativas (FOGACOO) y la Unidad Administrativa Especial de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera; el Banco de la República y la Banca de las Oportunidades son invitados permanentes (Banca de las Oportunidades, 2013).

En 2014, la Comisión de Regulación de las Comunicaciones (CRC) expidió la resolución 4458, que establece medidas para la oferta de servicios financieros móviles en

beneficio de los usuarios, mediante la determinación de límites a las tarifas de los mensajes de texto y la obligación para las empresas de telefonía móvil de reducir las tarifas que pueden cobrar a las entidades financieras por el uso de banca móvil, con lo que se propende por la reducción del costo de dicho servicio, que se traslada al consumidor financiero (Banca de las Oportunidades, 2013). También en el mismo año nació el crédito de bajo monto, con el decreto 2654, y se emitió la ley 1731 de 2014, que busca reactivar el financiamiento para el sector agropecuario.

Todo lo anterior hace parte de la política de la banca de las oportunidades, que pretendía flexibilizar la estructura del sistema financiero de manera que resultara más incluyente; a partir de ella ha evolucionado la bancarización, lo que se traduce en términos de mayor acceso como resultado de la acción conjunta del gobierno y el sector privado.

Como lo señala el Banco Mundial (International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank (2014), la cohesión entre los sectores privado y público hará exitosa cualquier iniciativa para fomentar la inclusión financiera, pues si bien la innovación en el desarrollo de productos financieros que sean incluyentes y satisfagan las necesidades de los consumidores es una labor que, en lo fundamental, atañe a la industria, su implementación y su sostenibilidad en el largo plazo requiere marcos regulatorios y de supervisión consistentes que promuevan en todo caso la asunción responsable de riesgos en el marco de la inclusión financiera sostenible.

El concepto de inclusión financiera contempla diversas dimensiones; sobre la de acceso, en Colombia, los puntos de contacto a través de los cuales la población tiene la posibilidad de acercarse a productos y servicios financieros son los siguientes: oficinas,

corresponsales bancarios (CB), cajeros (ATM) y datáfonos (POS). Entre diciembre de 2010 y diciembre de 2014, el número de puntos de contacto aumentó en 141,3%, al pasar de 184.929 a 446.158; en los dos últimos años se observaron crecimientos en promedio del 25%.

En cuanto a la participación de los diferentes canales en el monto total de las operaciones monetarias, según el Banco de la República (2015), se observa que las oficinas continúan siendo el principal canal transaccional, con una participación del 52,5%. Las operaciones realizadas por internet también representan un porcentaje relevante en el monto (29,5% en 2014) y han ganado importancia en comparación con 2010, cuando representaban el 25,4% del total. Las transacciones mediante banca móvil y los corresponsales bancarios, por su parte, tienen las menores participaciones. Sin embargo, al analizar el número de transacción según el canal, se puede evidenciar que los transaccionales no presenciales, como la telefonía móvil e internet, tuvieron un aumento importante, mientras que el uso de los presenciales ha venido disminuyendo (Banco de la República, 2015). En el caso de telefonía móvil, la regulación emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia relativa al trámite simplificado para cuentas de ahorro (circular externa 013 de 2013) y depósitos de dinero electrónico (circular externa 007 de 2013) impactó de manera positiva el número total de operaciones y el monto transado a través de dicho canal.

El desarrollo del mercado financiero, que va de la mano con el acelerado avance tecnológico, ha permitido que se incrementen los canales de acceso a los servicios financieros a la población colombiana; a su vez, el apoyo del gobierno ha sido una variable importante que debe crear condiciones sostenibles en el sector que proporcionen una amplia

cobertura de los servicios, de tal forma que las poblaciones, sobre todo las rurales, asimilen los beneficios y se apropien del uso de los canales de acceso y medios de pago (Asobancaria, citada en González Adams, 2014).

Al aprovechar la capilaridad de los servicios móviles, la banca ha podido prestar servicios de transferencias, consultas de saldo, depósitos, retiros, pago de obligaciones, recepción de remesas, giros y recarga de celular y ha promovido el uso de productos como los depósitos de dinero electrónico y las cuentas de ahorro de apertura simplificada, que, como se muestra en la sección de productos pasivos, han aumentado de manera importante en los últimos tres años.

Para otorgarles sostenibilidad a la inclusión financiera y protección a los diferentes actores que intervienen en ella, se promulgó la ley 1735 del 21 de octubre del 2014, que busca el acceso a servicios financieros a usuarios de escasos recursos; esta ley autoriza operaciones de captación de recursos, realización de pagos y traspagos y actuar como agentes de transferencias de cualquier persona para, por esta vía, recibir y entregar dinero. Menciona como condiciones para la realización de dichas actividades el depósito electrónico, asociarse con uno o más instrumentos o mecanismos que permitan a su titular extinguir una obligación dineraria o transferir fondos o hacer retiros (el establecimiento de crédito puede remunerar recursos captados o abstenerse de hacerlo) y la posibilidad de hacer retiros en efectivo. Tiene como ventajas los menores costos en los servicios financieros ofrecidos por dichas entidades, dados el bajo nivel de riesgo, el uso de la tecnología existente para promover la bancarización y la profundización financiera, los eventuales menores costos de transacción, el mayor incentivo para el ahorro formal, la construcción de un historial de pagos en el sistema financiero que permitirá migrar hacia

productos financieros más sofisticados, como el crédito bancario, la cuenta con seguro de depósito administrado por FOGAFÍN, la utilización de los corresponsales para la prestación de los servicios y la exención del gravamen a los movimientos financieros.

De igual manera, se emitió el decreto 2338 de 2015, por el cual se crea la Comisión Intersectorial para la Inclusión Financiera como una instancia de orientación de la política y la coordinación de la entidades relacionadas con el asunto en mención. Este comité tiene entre otras, la función de orientar, asesorar y recomendar la adopción y ejecución de las medidas y políticas tendientes a desarrollar la inclusión financiera en el país.

Si bien se han conseguido avances importantes en relación con la inclusión financiera, es necesario continuar con la búsqueda constante de mecanismos que permitan lograr potencializar el uso de los productos financieros más allá de aquellos ofrecidos por la banca tradicional; es uno de los retos que los actores del mercado, así como los entes de regulación y supervisión tienen a su cargo. Quedan muchos desafíos, en especial en cuanto al uso de los productos financieros y el diseño de otros que permitan acercar a la población con menores recursos.

Consideraciones finales

El desarrollo financiero de un país se encuentra correlacionado con su desarrollo económico. Impulsar la inclusión financiera tiene positivos efectos sociales, económicos y financieros y, por lo mismo, constituye un objetivo de interés público, ya que conduce a una ampliación de la base de depositantes y ahorristas del sistema financiero, lo que fortalece la estabilidad de las instituciones y del sistema en su conjunto. De igual manera, aumenta la capacidad de consumo de las personas y mejora la capacidad de acumulación de los hogares y les brinda a los hogares la posibilidad de adquirir bienes como casas y automóviles, que pueden pagar en el futuro, lo mismo que servicios como la educación, que en los años venideros conducen a mayor inserción productiva de las personas en la economía del país. También permite que los trabajadores ahorren para su retiro mediante la obtención de rendimientos competitivos. En síntesis, la inclusión aporta al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

De la misma manera, las empresas, en especial las pequeñas, encuentran mayor posibilidad de apalancarse, pueden incrementar la inversión, adelantar procesos productivos que mejoren el bienestar de los hogares y las comunidades, todo lo cual permite una mejor distribución del ingreso y estimula el crecimiento económico.

Los canales financieros tradicionales presentan barreras importantes, difíciles de superar en alto grado para las economías en desarrollo: elevados costos asociados a las cuentas bancarias (tanto en su apertura como en su posterior uso), exigentes requerimientos de documentación para la apertura de cuentas bancarias, elevados saldos mínimos, distancia física para acceder a un establecimiento bancario, en especial en zonas rurales, y otros

factores, como la falta de competencia bancaria y ausencia de confianza de los consumidores en el sistema financiero.

Para incentivar la oferta de servicios financieros y lograr incrementar la cobertura se deben establecer puntos de acceso asequibles a toda la población, promover intermediarios financieros que cuenten con estructuras, procesos y capacidades técnicas que permitan expandir los servicios financieros de manera sustentable, en particular en aquellas ciudades pequeñas o zonas remotas del país en las que el por número de personas de la población y por los costos no se establecen sucursales de las entidades financiera formales, crear programas de apoyo por parte del gobierno y alianzas entre el gobierno y las entidades financieras o entre entidades financieras e intermediarios financieros para aprovechar la cercanía en mercados aislados y las economías de escala que abaratan los costos. A la par, se debe desarrollar tecnologías que permitan reducir costos de los productos y servicios ofrecidos, lo mismo que los costos de atender zonas apartadas, para de esta forma incrementar la rentabilidad de los productos y servicios que se ofrecen a este grupo de población por medio de tecnologías que sean seguras y de fácil uso.

Es así como la telefonía móvil se ha convertido en una alternativa para que diversos agentes sociales la sitúen al servicio de la población, entre ellos las entidades financieras, ya que facilitan el acceso a los servicios financieros, lo cual impulsa la inclusión financiera, tanto por la cobertura geográfica que ofrece la telefonía móvil como por el nivel de aceptación obtenido. La banca móvil puede ayudar a alcanzar al gran porcentaje de la población mundial que tiene acceso a dichos dispositivos, pero que continúa desatendida por los proveedores de servicios financieros formales.

De esta manera, la banca móvil se convierte en una herramienta primordial para solucionar las dificultades de acceso de la población a los servicios financieros. Sin embargo, las instituciones financieras no sólo se deben ocupar de aquellos que aunque tengan acceso no lo usan, entre otras cosas, porque no encuentran los servicios satisfactorios para sus necesidades; no únicamente la distancia es un obstáculo para la inclusión financiera, dado que hay otros aspectos relacionados. Cuando se tiene acceso y los agentes económicos muestran un bajo o nulo interés por utilizar los servicios financieros, ello puede obedecer a razones como carencia de conocimiento o educación financiera, falta de empleo e ingresos, inexistencia de ahorro, ausencia de confianza en las instituciones financieras o miedo a endeudarse.

En consecuencia, las instituciones financiera deben enfocar los esfuerzos hacia el entendimiento de lo que necesitan los usuarios de los productos y servicios que ellas ofrecen, informar y difundir los productos y servicios existentes, sus ventajas y desventajas, educar, desde el punto de vista financiero, a los usuarios para que logren planear y hacer mejor uso de sus recursos, y propender por la protección y defensa al consumidor, con el fin de generar confianza en la instituciones que le ofrecen los servicios financieros.

Si las personas reciben información, orientación y asesoramiento que las familiaricen con el funcionamiento del mundo de las finanzas y sobre los diversos productos y servicios disponibles en el mercado financiero, pueden desarrollar las habilidades y la confianza necesarias para tomar decisiones fundamentadas y pertinentes, así como evaluar las oportunidades y riesgos que implica una decisión financiera, para mejorar con ello su situación financiera contribuir a la estabilidad del sistema financiero y fortalecer la inclusión financiera.

Además, es fundamental no perder de vista que una política de inclusión efectiva debe preocuparse por aumentar el nivel de capacidades financieras de los consumidores y, a la vez, debe promover una oferta de servicios financieros apropiados y asequibles para los diferentes grupos de la población, todo ello enmarcado por una regulación que garantice el bienestar de los individuos y la sostenibilidad de la inclusión.

Referencias

- Alliance for Financial Inclusion, AFI (2010, noviembre). *Servicios financieros móviles. Ampliar el acceso mediante la regulación*. Bangkok: AFI. <http://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/AFI%20Mobile%20Financiera%20Services%20Policy%20Note-SP.pdf>
- Anastasi, A., Blanco, E., Elosegui, P., y Sangiácomo, M. (2010). La bancarización y los determinantes de la disponibilidad de servicios bancarios en Argentina. *Ensayos económicos*, 60, 137-209. http://www.bcra.gov.ar/pdfs/investigaciones/60_Anastasi.pdf
- Banca de las Oportunidades (2013). *Reporte de inclusión financiera*. Bogotá: Banca de las Oportunidades. <http://www.bancadelasoportunidades.com/contenido/contenido.aspx?conID=921&catID=339&pagID=1144>
- Banca de las Oportunidades (2014). *Reporte de inclusión financiera*. Bogotá: Banca de las Oportunidades. <http://www.bancadelasoportunidades.com/contenido/contenido.aspx?conID=921&catID=1&pagID=1544>
- Banco de la República (2014). *Informe especial de estabilidad financiera. Inclusión financiera*. Bogotá: Banco de la República. http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/iepref_mar_7_2014_0.pdf
- Banco de la República (2015). *Informe especial de estabilidad financiera. . Inclusión financiera*. Bogotá: Banco de la República. http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/iepref_mar_5_2015.pdf
- Barake, N. (2009). La billetera móvil ya no es una utopía. *Debates IESA*, 14(4).). <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/?p=1390>
- Benavides, J. (2011). *Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el desarrollo y la competitividad del país*. Bogotá: FEDESARROLLO. <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Impacto-de-las-Tecnolog%C3%ADas-de-la-Informaci%C3%B3n-y-las-Comunicaciones-TIC-Informe-Final-Andesco.pdf>

- Bonina, C. M, y Rivero Illa, M. (2008). *Telefonía móvil y pobreza digital en América Latina. ¿Puede la expansión de los teléfonos celulares reducir la pobreza?* Lima: DIRSI (Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información) e IDRC/CRDI (International Development Research Centre/Centre de Recherches pour le Développement International).
http://dirsi.net/sites/default/files/dirsi_07_CJ2_es_0.pdf
- Cática Barbosa, J. R., Parra Alviz, J., y López Montoya, Ó. H. (2014). Retos de la banca colombiana para mejorar la profundización financiera. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 7(4), 27-47.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2329964
- Garrido, C. (2009). *La innovación en los servicios: aspectos generales y los casos de los servicios de telecomunicaciones, turismo y bancario*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/38273/lcw286e.pdf>
- González Adams, F. (2014). Definición de un modelo basado en tecnologías móviles, para promover los procesos de bancarización de los programas del Departamento de la Prosperidad Social, en pro del desarrollo social de las regiones. República de Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Heiman, Ú., Navarrete Luna, J., O'Keefe, M., Vaca Domínguez, B., y Zapata Álvarez, G. (2009). *Mapa estratégico de inclusión financiera: una herramienta de análisis*. Ciudad de México: El nido.
<http://www.bansefi.gob.mx/Patmir/EstadisticaIndicadores/EMapa%20Estratgico%20de%20Inclusin%20Financiera/Mapa%20Estrat%20C3%A9gico%20de%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera.pdf>
- Inga Falcón, P. (2012) Inclusión financiera a través de servicios financieros móviles. Perú. Universidad de San Martín de Porres. *Cuadernos de Investigación*, 17, 5-90.
http://institutodelperu.org.pe/descargas/Publicaciones/DelInstitutodelPeru/DOC/contenido_inclusion_financiera_patricia_inga.pdf
- International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank (2014). *Global financial development report 2014. Financial inclusion*. Washington, DC: The World Bank.
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16238/9780821399859.pdf?sequence=4>

- Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MINTIC (2015, julio). *Boletín trimestral de las TIC - Cifras primer trimestre de 2015*. Bogotá: MMINTIC. <http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-article-11128.html>
- Ontiveros Baeza, E., Martín Enríquez, Á., Fernández de Lis, S., Rodríguez Téubal, I., y López Sabater, V. (2009). *Telefonía móvil y desarrollo financiero en América Latina*. Madrid: Ariel, BID y Fundación Telefónica. <http://www.oecd.org/dev/americas/42825577.pdf>
- Peña, P., y Vázquez, A. (2012). El impacto de los corresponsales bancarios en la inclusión financiera: una primera evaluación. *Estudios Económicos CNBV*, 1, 195-215. http://www.cnbv.gob.mx/CNBV/Estudios-de-la-CNBV/Estudios%20de%20investigacion/Impacto_Corresponsales_Bancarios.pdf
- Prior, F., y Santomá, J. (2008). *La banca móvil como catalizadora de la bancarización de los pobres: modelos de negocio y desafíos regulatorios*. Barcelona: IESE Business School, Universidad de Navarra. Documento de investigación DI-738. <http://iese.edu/research/pdfs/DI-0738.pdf>
- Roa, M. J. (2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. *Boletín del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA)*, julio-septiembre, 121-148. http://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LIX03-01.pdf
- Ruiz Ramírez, H. R. (2001). Conceptos sobre educación financiera. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 144. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2011/hrr.htm>
- Tafur Saiden, C. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina. (2009). *Estudios Gerenciales*, 25(110), 13-37. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232009000100002&script=sci_arttext
- The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank (2008). *Finances for all? Policies and pitfalls in expanding access*. Washington, DC: The World Bank. http://siteresources.worldbank.org/INTFINFORALL/Resources/4099583-1194373512632/FFA_book.pdf
- Vacas Aguilar, F. (2007). Telefonía móvil: la cuarta ventana. *Zer*, 23, 199-217. <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer23-10-vacas.pdf>

LOS RETOS DE LA BANCA MÓVIL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA

Vacas Aguilar, F. (2010). El poder de la movilidad De medios de masas a medios personales. .

Telos. Cuaderno de Comunicación e Innovación, 83, 72-83.

https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/ResultadoBsquedaTELOS/DetalleArticuloTelos_83TELOS_DOSSIER4/seccion=1227&idioma=es_ES&id=2010051212230001&activo=6.do

Yamakawa, P., Guerrero, C., y Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de la banca móvil en el Perú. *Revista Universidad & Empresa*, 25, 131-148.

revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/issue/download/223/43