

en breve



Número 56 / mayo de 2015

INSTALACIÓN DE EQUIPOS POS EN NEGOCIOS LOCALES: ALCANCES DE UNA ESTRATEGIA DE INCLUSIÓN FINANCIERA BASADA EN TECNOLOGÍA*

ELENA CABALLERO
ALVARO MAMANI

Una plena inclusión financiera solo es posible cuando toda la población puede acceder a servicios financieros de calidad de una manera conveniente y a precios asequibles. Conseguirlo no es fácil en las zonas rurales más pobres del país, pues en muchas ocasiones se trata de localidades alejadas, de escasa densidad poblacional y débilmente conectadas a las ciudades. En este contexto, la instalación de canales tradicionales (ej. agencias bancarias, cajeros automáti-

cos) para el acceso a servicios financieros no resulta viable ni rentable, por lo que su uso se encuentra principalmente limitado a zonas urbanas y periurbanas con mayor penetración de la banca (Álvarez 2013).

Es en este panorama que los avances en tecnología permitirían, potencialmente, acercar canales de atención para el acceso a servicios financieros en localidades alejadas, gracias a su mayor capacidad de penetración en comparación a otros canales tradicionales. De igual manera, estas innovaciones pueden ser útiles para el sorteo de dificultades propias del uso de estos ca-

* Para más información en español e inglés, consultar la página web del Proyecto Capital: <www.proyectocapital.org>.

nales, como en el caso de banca móvil con plataformas de uso en idioma local y con opciones habladas para poblaciones analfabetas (*Center for Financial Inclusion 2013*).

Entre las tecnologías que facilitan el acceso a servicios se encuentran los POS¹ —para la instalación de agentes corresponsales no bancarios y ventas—, y la banca móvil. Para esta última, se ha encontrado que su principal ventaja reside en la penetración previa de telefonía móvil en los sectores más empobrecidos, reduciendo notablemente los costos de acceso, tanto a las instituciones financieras como a los clientes (Diniz, Fingerman y Best 2011a: 6). De igual manera, mecanismos como el de agentes corresponsales no bancarios han demostrado su capacidad para reducir considerablemente los costos logísticos de acceso a clientes en zonas remotas, y generar ganancias y mayor circulación de clientes en los negocios afiliados (Diniz, et al. 2011b).

Sin embargo, el uso de tecnologías también cuenta con dificultades asociadas (1) al dominio de sus herramientas por parte de potenciales usuarios, (2) a su operatividad, y (3) a la capacidad y/o interés de las instituciones financieras para colocar los equipos. Desde la experiencia de otras iniciativas orientadas a tecnologías para la inclusión, se encuentra que aspectos tales como una geografía complicada, dispersión de hogares por localidad, falta de interco-

nectividad, ausencia de capilaridad bancaria,² entre otras, se traduce en una menor incidencia de canales de atención basados en soluciones móviles, tales como POS y banca móvil. De igual manera, la falta de familiaridad con tales tecnologías, o la carencia de conocimientos vinculados al uso y dominio de servicios financieros, como cuentas de ahorros, se traducen en una autoexclusión de los usuarios para el acceso a tales servicios, incluso entre aquellos clientes que ya cuentan con algún producto financiero (Atkinson y Messy 2013; *Center for Financial Inclusion 2013*; Gutiérrez y Guerrero 2013). Finalmente, a las complicaciones mencionadas en operatividad y uso se suma la dificultad para reconocer los beneficios de instalar tecnologías para el acceso, o desconocer las mejores estrategias para el establecimiento de alianzas con actores locales para el desarrollo de redes de atención entre proveedores de servicios financieros (Álvarez 2013).

En cuanto al uso de tecnologías para la inclusión en el marco de programas sociales, se encuentra que su uso para el pago de subsidios continúa siendo limitado en la región. Usualmente se emplea la tecnología de POS y cajeros automáticos dentro de las agencias bancarias de la ciudad, o en zonas cercanas a ciudades, por lo que continúan siendo poco accesibles a poblaciones rurales alejadas y en situación de pobreza (Maldonado et al. 2011).

¹ POS: *Point of Sale*, por sus siglas en inglés. Puntos de Venta.

² Capilaridad bancaria: proximidad al usuario a través de una extensa red de oficinas.



Este *enbreve* busca brindar algunas ideas sobre mejores estrategias para aprovechar los beneficios de emplear tecnologías para inclusión financiera en usuarios de programas sociales. En él se sintetizan los resultados encontrados tras una intervención para la inclusión financiera de usuarias del Programa de TMC JUNTOS, basada en la instalación de tecnología POS para realizar compras con sus tarjetas de débito, en los negocios locales cercanos a sus hogares.

En el Perú, el Programa JUNTOS hace entrega del subsidio condicionado a las familias usuarias por medio de cuentas de ahorros del Banco de la Nación (BN) a nombre de la madre de familia usuaria, quien a su vez recibe una tarjeta de débito VISA con la cual puede retirar su subsidio en cualquier agencia bancaria u otro canal de atención del BN. Sin embargo y tal como se mencionó líneas arriba, si bien las familias de JUNTOS ya tienen acceso a un servicio financiero, esto no garantiza su uso, pues se cuenta con limitaciones adicionales tales como la dificultad para el acceso a canales de atención, o el desconocimiento y recelo hacia el sistema financiero y sus servicios.

EL PROYECTO DE PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS COMPLEMENTARIAS PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA

El Proyecto Piloto de Plataformas Tecnológicas fue desarrollado de manera conjunta por Visa Internacional, VISANET, BN, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), el Programa JUNTOS, y el Instituto de Estudios Peruanos (IEP), en el marco

del Proyecto Capital. Estos actores, del ámbito público y privado, buscaron proveer de una red de atención a las usuarias del Programa JUNTOS que se apoye en el uso de la tecnología de POS para ventas, en diez negocios locales ubicados en cuatro distritos del departamento de Junín.³

El proceso de selección de los distritos se llevó a cabo en dos etapas, (1) una preselección de distritos que cumplieran con los requisitos de conectividad mínimos (acceso a telefonía fija o celular) y presencia de población de JUNTOS, y (2) la selección de distritos de acuerdo con su cercanía entre sí.⁴ Los distritos preseleccionados como parte de este trabajo inicial fueron 107 —distribuidos en 13 departamentos—, que luego fueron filtrados sobre criterios tales como la distancia hacia la ciudad capital (a menos de 12 horas de distancia de la ciudad de Lima). Hacia el final de esta segunda selección, el equipo del IEP, en coordinaciones con VISA y VISANET, optó por implementar la intervención en el departamento de Junín, provincia de Huancayo, provincia de Concepción y provincia de Chupaca.

Luego de esto, se procedió a realizar un mapeo en la zona para identificar negocios que contaran con los requisitos básicos de

³ Los distritos de Chongos Alto (provincia de Huancayo), San José de Quero (provincia de Concepción), San Juan de Jarpa y Yanacancha (provincia de Chupaca).

⁴ Distritos, de preferencia, ubicados en una misma provincia.

formalización,⁵ y se encontraron ubicados en una zona con suficiente conectividad.⁶ Dado que muchos negocios potenciales no contaban con requisitos formales, parte del proceso de afiliación consistió también en asesorarlos en los pasos a seguir para la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC). Sobre la base del interés de los negocios por formalizarse se vio la necesidad de replantear los distritos seleccionados, algunos de los cuales fueron eliminados y otros agregados.

Si bien la primera fase del Proyecto sólo contempló la instalación de los POS, tras cuatro meses de intervención se advirtió la necesidad de incorporar un componente de educación financiera (EF), debido a los pocos movimientos detectados en las cuentas del BN o cualquier otra cuenta con tarjetas VISA en los comercios. Ello mostró la necesidad de acompañar los procesos de inclusión financiera con espacios orientados al desarrollo de conocimientos y habilidades para el uso de tecnologías asociadas a servicios financieros.

El paquete de EF diseñado tuvo por objetivo facilitar el proceso de acercamiento y uso de las tecnologías aplicadas y fue diri-

gido tanto a las usuarias de JUNTOS en la zona, como a tenderos receptores de los equipos. Los contenidos y materiales educativos desarrollados buscaban no sólo adquirir destreza en el uso del POS (mediante el entrenamiento constante con POS de cartón y el incentivo al uso con ofertas especiales en las tiendas), sino también desarrollar confianza en el sistema financiero y los canales de atención que brinda.

RESULTADOS

Para evaluar la intervención se decidió ejecutar encuestas a las usuarias de JUNTOS y entrevistas a profundidad a los tenderos de los negocios participantes. La encuesta a usuarias fue levantada al comienzo de cada capacitación, buscando recoger la información retenida de la capacitación anterior. Las entrevistas a tenderos se realizaron durante todo el proceso de implementación, y contaron con un último recojo de información tras los tres meses de capacitaciones.⁷ Complementariamente, se analizaron los reportes de las transacciones efectuadas por los POS de la intervención, registrando únicamente las transacciones realizadas por las cuentas del BN (la institución pagadora del subsidio de JUNTOS).

⁵ Contar con Registro Único de Contribuyente: RUC.

⁶ Se refiere al acceso a telefonía fija. Este requisito corresponde a la infraestructura tecnológica básica necesaria para la ejecución.

⁷ Información que se presentará en un siguiente documento.



¿QUÉ RESULTADOS SE OBTUVIERON?

¿Para qué piensan que están las entidades financieras?

¿Para qué crees que están las entidades o instituciones financieras?	Cantidad de capacitaciones				
	Una (%)	Dos (%)	Tres (%)	Variación porcentual (1-2)	Variación porcentual (1-3)
Para prestar dinero	15,77	11,68	8,51	-4,09	-7,26
Para guardar dinero	17,63	19,08	19,89	1,45	2,26
Para realizar giros/transferencias	1,26	0,99	2,60	-0,27	1,34
Para realizar pagos de servicios	0,22	0,00	0,18	-0,22	-0,04
Para cobrar cheques	0,22	0,00	0,00	-0,22	-0,22
Otro	1,79	2,96	0,09	1,17	-1,70
No se cumple ninguna	0,07	0,00	0,00	-0,07	-0,07
No sabe	1,34	0,99	0,63	-0,35	-0,71
No responde	61,68	64,31	68,10	2,63	6,42
Número de encuestados	1344	608	1116		
Pearson chi2(16) = 75.7590 Pr = 0,000					
Variación porcentual (1-2) Pearson chi2(8) = 12.3402 Pr = 0,137					
Variación porcentual (1-3) Pearson chi2(8) = 60.7970 Pr = 0.000					

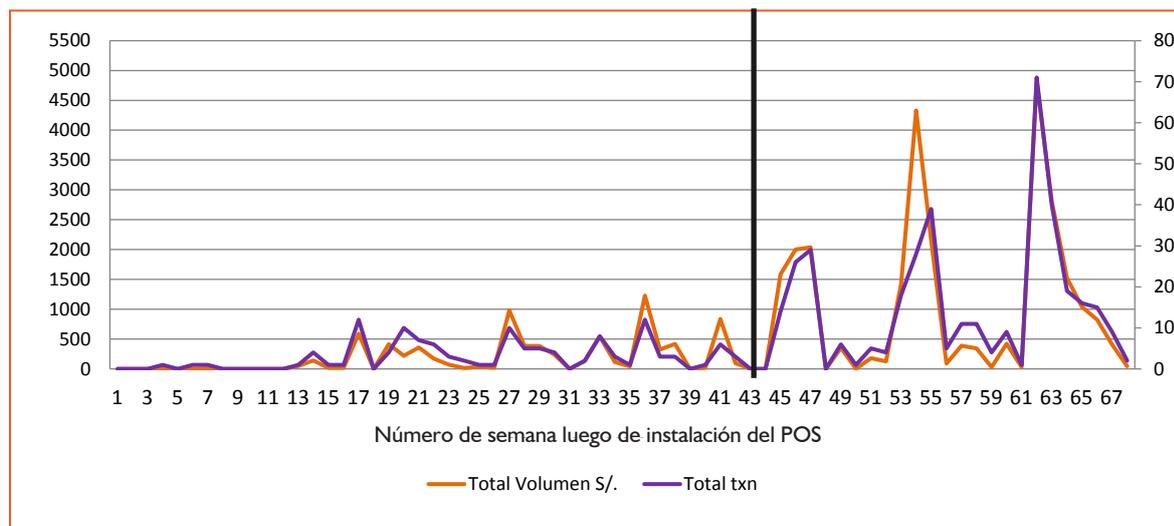
Aparecen cambios en las percepciones respecto a los bancos: se observa un incremento significativo y con tendencia clara en el reconocimiento a los bancos como instituciones que ofrecen el servicio de ahorros y una disminución en el reconocimiento como entidades que ofrecen préstamos. Además, este mayor reconocimiento del ahorro da cuenta del valor acumulado que tienen las capacitaciones en el conocimiento, pues cuantas más asistencias tengan las participantes a las charlas, mayor es la asociación de los bancos con servicios principalmente de ahorro, y menor la asociación con los préstamos.

Asimismo, se reporta un *crecimiento significativo en las opiniones favorables hacia el ahorro formal* en detrimento de otras estrategias tales como el ahorro en casa o ahorro en especies (ej. animales, granos).

Con respecto al uso del POS, aun cuando el mayor uso dado a las tarjetas permanece siendo el retiro de subsidio de JUNTOS, se muestra un *aumento progresivo de su uso para realizar compras conforme se acumulan las capacitaciones*. Con ello queda en evidencia que un mayor acceso a conocimiento y EF genera mayor diversidad en los usos que se le da a los servicios disponibles.

Tal como se observa en el análisis de transacciones, el complemento de estas tecnologías con EF genera cambios importantes en el número y volumen de las transacciones realizadas en los negocios. Sin embargo, se trata de montos que fluctúan entre mes y mes, pues responden al comportamiento cíclico de los ingresos de las participantes.

Gráfico 1: Evolución en las transacciones correspondientes al BN a través de POS



Elaboración: IEP

Pese a estos progresos, llama la atención que casi la totalidad de las participantes (97%) manifiesta conocer sobre sus tarjetas de débito tras las capacitaciones, pero cerca del 80% indica no tener una cuenta de ahorros a su nombre. Es decir, *un mayor reconocimiento de la tarjeta no necesariamente va acompañado de una mayor identificación de la cuenta, demostrando todavía la desconexión entre el uso de tecnologías con nociones más abstractas que vinculan las tarjetas a un servicio financiero*, lo cual requeriría de más capacitaciones e información financiera a esta población.

Complementariamente, más de la mitad de participantes continúa desconociendo aspectos vinculados al concepto de una institución financiera, y a las instituciones que las supervisan. De las participantes encuestadas, cerca de la mitad desconoce si el dinero guardado en el BN está protegido.

Entre aquellas que aseguran saber sobre la protección de estos montos, solo 1% reconoce al Fondo de Seguro de Depósito como el mecanismo que devuelve los montos ahorrados en caso de quiebra de la institución. Un 15% de las encuestadas señala al BN como el encargado de hacer la devolución, y un 55% simplemente no lo recuerda. Esta última opción (“No recuerdo”) reporta un incremento progresivo a medida que siguen las capacitaciones, de 55% con una capacitación a 63% con tres de ellas.

Los datos sugieren, pues, que las usuarias de programas sociales hacen uso de tecnologías para el acceso a servicios financieros más seguros (ej., POS para compras en negocios locales) cuando tienen acceso a ellas, se les entrena en su uso, y se les informa de los beneficios que estas traen. Sin embargo, continúa habiendo una desconexión importante entre este mayor uso y

la interiorización de las cuentas de JUNTOS como cuentas de ahorro a nombre de las familias, y como cuentas afiliadas a las tarjetas de débito con las cuales se realizan tales compras.

LECCIONES APRENDIDAS

El proyecto es relevante en el sentido que brinda importancia tanto a trabajar aspectos de la oferta (ej. tecnologías para el uso de servicios) como de la demanda (ej. EF) para garantizar un pleno proceso de inclusión financiera. Sin embargo y según lo observado, la principal lección es que **solo la instalación de una plataforma tecnológica no trae consigo el uso de servicios financieros por parte de poblaciones vulnerables.**

El principal incentivo para el cambio de hábito es la EF. **El aprendizaje teórico-práctico es necesario para romper las barreras relacionadas con la desconfianza hacia el sistema financiero y la falta de familiaridad en el uso de la tecnología.**

Deben diferenciarse “procesos informativos” de “EF”, pues el primero tan solo expone alternativas para el acceso a servicios, y funciona en población que tiene alguna experiencia básica con el sistema financiero. Sin embargo, la EF es más efectiva en población sin mayor acercamiento al sistema financiero, y al menos debe desarrollarse en un lapso de tres meses, tiempo en el que la confianza hacia el sistema financiero y sus productos empieza a gestarse. A tra-

vés de la estrategia se refuerza la evidencia de que los cambios en el comportamiento financiero y la adopción de una nueva tecnología toman tiempo.

Los resultados de las encuestas revelan que las usuarias desarrollan actitudes favorables hacia el ahorro formal, y una mayor alerta sobre los servicios y canales de atención financiera disponibles (ej. tarjetas de débito, POS) gracias al acceso a la EF. Sin embargo, temas que involucran un mayor nivel de complejidad, como las cuentas de ahorro, todavía son difícilmente retenidos por la población estudiada. En esta línea, **se hace necesario replantear la presentación de contenidos más abstractos en los futuros planes de estudio de programas de EF,** evaluando su impacto real en el surgimiento de actitudes favorables hacia el ahorro formal.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Cisneros, D. (2013) Oportunidades y Obstáculos a la Inclusión Financiera en Perú. Center for Financial Inclusion. ACCION. Disponible en: <<https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2013/10/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion-in-peru.pdf>>.
- Atkinson, A; y Messy, F. (2013) *Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, 34. OECD Publishing. Disponible en: <<http://>

- dx.doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en>.
- Center for Financial Inclusion (2013) *Technology Enables Full Financial Inclusion: Financial Inclusion 2020 Technology-Enabled Business Models Working Group*
- Diniz, E., Fingerman, N.; y Best, N. (2011a) *enbreve 26: Banca móvil y programas de transferencias monetarias condicionadas*. Disponible en: <<http://www.proyectocapital.org/es/publicaciones/todas-las-publicaciones/300-en-breve-26-banca-movil-y-programas-de-transferencias-monetarias-condicionadas.htm>>.
- Diniz, E., Fingerman, N.; y Best, N. (2011b) *enbreve 27: Corresponsales no bancarios y el Programa Bolsa Familia en Brasil*. Proyecto Capital. Disponible en: <<http://www.proyectocapital.org/es/publicaciones/todas-las-publicaciones/311-en-breve-27-corresponsales-no-bancarios-y-el-programa-bolsa-familia-en-brasil.html>>.
- Gutiérrez, M. y Guerrero, M. (2013) *enbreve 44: En el camino hacia la Inclusión Financiera: Acercamientos a la Tecnología de una Población Rural Receptora de Transferencias Monetarias Condicionadas. Estudio de caso en el Perú*. Proyecto Capital. Disponible en: <<http://www.proyectocapital.org/es/publicaciones/todas-las-publicaciones/399-en-breve-44-en-el-camino-hacia-la-inclusion-financiera-acercamientos-a-la-tecnologia-de-una-poblacion-rural-receptora-de-transferencias-monetarias-condicionadas-estudio-de-caso-en-el-peru.html>>.
- Maldonado, J.; Moreno, R.; Giraldo Pérez, I.; Barrera, C. (2011) *Los programas de transferencias condicionadas: ¿hacia la inclusión financiera de los pobres en América Latina?* Serie: Análisis Económico, 26. Lima: Instituto de Estudios Peruanos. 2011.

Elena Caballero / Alvaro Mamani,
Instituto de Estudios Peruanos (IEP)

Esta publicación es posible gracias al apoyo de la Fundación Ford y
el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá – IDRC



El contenido del presente documento puede ser utilizado siempre y cuando se cite la fuente.