

**LA EXPERIENCIA DEL USO DEL DINERO EN LAS PERSONAS DE BAJOS
INGRESOS EN BOGOTÁ, NOVIEMBRE DE 2019**

**THE EXPERIENCE OF THE USE OF MONEY IN LOW-INCOME PEOPLE IN
BOGOTÁ, NOVEMBER 2019**

**A EXPERIÊNCIA DO USO DO DINHEIRO NAS PESSOAS DE BAIXA RENDA EM
BOGOTÁ, NOVEMBRO DE 2019**

Gonzalo Alberto Flechas Briceño; Gabriela Higuera Torres

Magíster en Mercadeo, Universidad EAFIT, Colombia. Jefe de Negocios Digitales, Banco Agrario. ORCID: 0000-0002-3346-0949. E-mail: gflechasb@gmail.com, Colombia.

Magíster en Mercadeo, Universidad EAFIT, Colombia. Líder de Experiencia del Cliente, Credibanco. ORCID: 0000-0003-4029-9994. E-mail: dobleapp152@hotmail.com, Colombia.

Recibido: 15 de agosto de 2020

Aprobado: 22 de marzo de 2021

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.212202.172>

Resumen

El presente artículo explora la experiencia del uso del dinero en las personas de bajos ingresos en Bogotá comprendiendo los niveles de bancarización que tiene esta población y la importancia de la educación financiera en el rol de la economía y el mercado. En Colombia son pocas las instituciones y los estudios que han revisado la experiencia del uso del dinero y su relación con la bancarización y la inclusión financiera, especialmente en las personas de bajos ingresos. Por ello, este artículo explora la siguiente conjetura: mientras no se haga una indagación juiciosa que describa cualitativamente las motivaciones y contextos que viven las personas de bajos ingresos

en sus realidades y necesidades cotidianas frente a la oferta de productos y servicios financieros no habrá una información adecuada y suficiente que les permita a las entidades gubernamentales y privadas del sector financiero construir estrategias eficaces y pertinentes para que esta población sea efectivamente bancarizada. Mediante entrevistas en profundidad se exploran estas motivaciones y decisiones demostrando con esta investigación que una adecuada educación financiera desde la niñez, así como políticas de inclusión financiera adecuadas a este tipo de población teniendo como premisa el conocimiento profundo de su actuar cotidiano, contexto y estilo de vida llevará a implementar mejores estrategias.

Palabras clave: bancarización; consumidor de bajos recursos; educación financiera; inclusión financiera.

JEL: D9; G3; G4; G5; G51

Abstract

This article explores the experience of the use of money in low-income people in Bogota, understanding the levels of banking that this population has and the importance of financial education in the role of the economy and the market. In Colombia, few institutions and studies have reviewed the experience of money use and its relationship to banking and financial inclusion, especially among low-income people. Therefore, this article explores the following conjecture: until there is a judicious inquiry that qualitatively describes the motivations and contexts of low-income people in their daily realities and needs in the face of the supply of financial products and services, there will be no adequate information and sufficient to enable government and private financial sector entities to build effective and relevant strategies to effectively bankrupt this population. Through in-depth interviews, these motivations and decisions are explored, demonstrating with this research that adequate financial education from childhood, as well as financial inclusion policies appropriate to this type of population based on a thorough knowledge of their daily actions, context and lifestyle will lead to the implementation of better strategies.

Keywords: banking; low-income people; financial education; financial inclusion.

JEL: D9; G3; G4; G5; G51

Resumo

Este artigo explora a experiência de uso do dinheiro por pessoas de baixa renda em Bogotá, entendendo os níveis de atividade bancária que essa população possui e a importância da educação financeira no papel da economia e do mercado. Na Colômbia, poucas instituições e estudos revisaram a experiência do uso do dinheiro e sua relação com a inclusão bancária e financeira, especialmente entre as pessoas de baixa renda. Por isso, este artigo explora a seguinte conjectura: enquanto não for feita uma investigação criteriosa que descreva qualitativamente as motivações e os contextos que as pessoas de baixa renda vivem em suas realidades e necessidades cotidianas frente à oferta de produtos e serviços financeiros, não haverá informação adequada e suficiente para permitir que governos e entidades privadas do setor financeiro construam estratégias efetivas e pertinentes para que essa população seja efetivamente bancada. Através de entrevistas em profundidade exploram-se estas motivações e decisões demonstrando com esta pesquisa que uma adequada educação financeira desde a infância, bem como políticas de inclusão financeira adequadas a este tipo de população tendo como premissa o conhecimento profundo de seu agir cotidiano, contexto e estilo de vida levará a implementar melhores estratégias.

Palavras-chave: bancário; pessoas de baixa renda; educação financeira; inclusão financeira.

JEL: D9; G3; G4; G5; G51

Introducción

La comprensión del uso del dinero es fundamental para el funcionamiento de cualquier economía; sin embargo, a lo largo de la historia, su significado y percepción han variado. La experiencia del uso del dinero se debe examinar desde tres perspectivas: 1) los términos de los medios de cambio –el intercambio de bienes de productos y servicios–; 2) la unidad de cuenta –el valor o los precios–; y 3) el depósito de valor –el valor de compra– para el desarrollo del intercambio económico (McLeay et al., 2015).

En el contexto internacional, especialmente en América Latina, se ha investigado el papel protagónico del dinero en el sistema financiero y cómo este ha sido relevante en las economías modernas e influye en el progreso económico de cualquier país, en particular en aquellos con mercados de capital poco desarrollados y brechas de pobreza muy elevadas (Tafur, 2009).

En este panorama latinoamericano resulta significativa la experiencia de países como Perú y Brasil. En el caso del primero, se logró en 2004, a través de un programa nacional de bancarización promovido por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones, mejorar la transparencia financiera por medio de la generación de mini-créditos para las personas de bajos ingresos, y, en alianza con el Ministerio de Educación, alfabetizar financieramente a los niños en los colegios, logrando dinamismo en la economía, mayor participación y formación de una cultura financiera (Tafur, 2009).

En Chile, una persona realiza 46 transacciones electrónicas por mes y en Rusia, 88; en países desarrollados como Estados Unidos estas llegan a 357 y son aún mayores en Suecia: 429 (Arango-Arango et al., 2017); por su parte, los porcentajes de crecimiento del uso de las tarjetas de crédito y de débito en Chile, México y Brasil, que crecen el 20,4, el 14,7 y el 12,8 %, respectivamente, también son significativos (Dinero, 2019).

En Colombia, según la Banca de las Oportunidades (2018) y la Superintendencia Financiera, una persona en promedio realiza 12 transacciones electrónicas mensuales, dejando el uso del dinero en efectivo – circulante en papel y en moneda metálica– como su principal forma de aplicación, que alcanza el 99,5 % en los adultos. En países como Suecia, el uso del efectivo llega al 5%; y en Noruega, al 10 % (Bankia, 2018).

Una de las principales causas de la baja aceptación de los medios electrónicos para uso del dinero en Colombia reside en los pequeños comercios minoristas, por la percepción que estos tienen de los altos costos que cobran las entidades financieras y los pagos tributarios que encarecen a su vez el precio para sus consumidores finales, especialmente los de bajos ingresos (Arango-Arango et al., 2017). Para muchas personas, el dinero en efectivo resulta más práctico, fácil y ágil al momento de pagar, además de los bajos costos de su uso frente a los de las entidades bancarias (Castro, 2017).

Este uso elevado del dinero en efectivo estimula el crecimiento de la economía subterránea del país: la economía informal se calcula en el 33% del PIB; y la economía ilegal,–narcotráfico y *la*

extorsión—, el 3%: un total del 36% del PIB. En Chile, la economía informal representa el 21%; en México, el 28%; en Japón, el 9%; y en Estados Unidos, el 7% (Vera et al., 2019).

Algunas de las consecuencias del aumento de la economía informal que afectan indirectamente a las personas, especialmente a las de bajos ingresos, son el incremento de la informalidad laboral —por ejemplo, menos pagos parafiscales, aportes a la seguridad social entre otros, en detrimento del bienestar de los trabajadores y de los hogares—, y el incremento de la evasión de impuestos, que les quita recursos a las políticas sociales estatales que favorecen a la población más vulnerable (Vera et al., 2019). El Gobierno colombiano, junto con las agremiaciones y entidades financieras, han coordinado políticas y programas para disminuir o desincentivar la economía subterránea, como por ejemplo la implementación de cuentas CATS o Cuentas de Ahorro de Trámite Simplificado han permitido implementar opciones de bancarización más sencillas y sin costo para las personas. Se ha logrado, por mencionar un caso, que 2018 pase a la historia como el primer año en que la cantidad de transacciones realizadas por la red (el 49,8 %) superara las transacciones realizadas en las oficinas físicas (el 8,7 %); según el *Reporte de Inclusión Financiera 2018* de la Banca de las Oportunidades, en términos de crecimiento con respecto a 2017, el uso de la internet creció en el 22,4 %, mientras que en las oficinas físicas decreció el 9,2 %.

En referencia a la bancarización, se ha logrado llegar a un no despreciable indicador del 81,4%, lo que indica que de 34 millones de adultos 28 millones tienen algún producto financiero, en especial a través del vehículo de inclusión más popular: la cuenta de ahorros, que poseen 26,8 millones de acuerdo al Reporte de Inclusión Financiera 2018 del programa gubernamental de la Banca de las Oportunidades Frente al contexto internacional y a la bancarización, medida esta última en función del volumen de depósitos y el PIB, Chile alcanza el 68%; Uruguay, el 51%; Paraguay, el 40%; Bolivia, el 38%; Costa Rica, el 36%; Brasil, el 35%; Colombia, el 35%; Perú, el 28%; Ecuador, el 26%; Argentina, el 26%; y México, el 21%. Y en los países desarrollados puede superar el 90% (Pablo, 2013). Sin embargo, pese a estos positivos indicadores generales, los estudios revisados a la fecha continúan mostrando en Colombia un aumento en el uso del dinero en efectivo, al igual que de la economía subterránea y la informalidad.

En referencia a las necesidades financieras de las personas, de acuerdo al Estudio de demanda de Inclusión financiera 2017 realizado por el Programa Banca de las Oportunidades del Gobierno nacional, se evidencia que en Colombia el 33,1 % de los adultos considera que tiene acceso a los servicios financieros formales –en contraste con el 81,4 % mostrado en el *Reporte de Inclusión Financiera 2018*–. Este reporte presenta, además, un análisis detallado del nivel educativo de la población: el 49,5% sin educación primaria o con la secundaria incompleta no tiene acceso a servicios financieros formales, es decir, no está bancarizada; y ocurre lo mismo con el nivel de ingresos: el 53,2% de las personas con ingresos por debajo de los COP 828.116 no tiene acceso a productos financieros formales.

Al analizar la literatura y el contexto de la información en Colombia, y luego de revisar la literatura disponible en instituciones, entidades como la Asobancaria, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), el Banco de la República, el Banco Mundial y otras agencias de investigación de mercados, se percibe una escasez de estudios que exploren el uso del dinero en las personas de bajos ingresos; a partir de este hecho se mapean las motivaciones, situaciones y contextos que viven las personas de bajos ingresos en su cotidianidad frente a la oferta de productos y servicios financieros formales, que permita que las entidades gubernamentales como la Banca de las Oportunidades, el Banco Agrario, Bancoldex, Finagro y privadas del sector financiero colombiano como Asobancaria construyan e implementen estrategias más eficientes y pertinentes para que este segmento sea efectivamente bancarizado o mejor aún, incluido financieramente.

Por ello, el presente estudio busca comprender las relaciones que vinculan los procesos de bancarización y la educación financiera con la experiencia del uso del dinero en las personas de bajos ingresos de Bogotá, estudio realizado entre agosto y noviembre de 2019. Esto, a su vez, permite realizar un análisis que contribuya a la exploración del papel de la educación financiera y la bancarización en la satisfacción de las necesidades financieras de esta población y en su toma decisiones financieras.

¿Bancarización o inclusión?

Bancarización e inclusión financiera son conceptos parecidos, aunque no sinónimos (Severino, 2017). La bancarización se enfoca en el acceso que tienen las personas o empresas a los productos

y servicios financieros disponibles en entidades formales como los bancos (Tafur, 2009). Por su parte, la inclusión financiera cubre los esfuerzos organizacionales e institucionales que tienen por objetivo hacer que las personas tengan acceso a servicios financieros adecuados a sus necesidades que mejoren su calidad de vida (Palacios, 2016). Ambas definiciones aportan a la estrategia de reducir la pobreza y la desigualdad de la población.

El *Reporte de inclusión financiera 2018* (Banca de las Oportunidades, 2018), define *inclusión financiera* como la cantidad de personas con un producto bancario; sin embargo, esto claramente es bancarización, ya que en esta se incluyen programas gubernamentales y de la empresa privada basados en factores de acceso, uso, calidad y bienestar, y no solo del acceso a los productos y su uso. En otros términos, la bancarización se asume como una de las herramientas incluidas en el propósito de generar la inclusión financiera, un reto para el Estado y las entidades financieras que permitirá el acceso de los productos financieros a toda la población y le brindará oportunidades de independencia económica y soluciones e instrumentos de pago accesibles.

Educación financiera

La educación financiera juega un papel preponderante en este análisis, ya que en la actualidad existe un gran interés por parte del Gobierno y las entidades financieras en impulsar esta estrategia para elevar los niveles de bancarización de la población como los definidos en el programa gubernamental Banca de las Oportunidades. La OCDE define *educación financiera* como el proceso en el cual los consumidores y los inversores optimizan la compra de productos y servicios financieros a través de la información, la instrucción o el consejo objetivo, y desarrollan habilidades y confianza para conocer mejor los riesgos y las oportunidades financieras, saber dónde obtener ayuda y tomar decisiones informadas y efectivas que les permitan mejorar su condición financiera (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2005).

Las pruebas PISA (el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos) de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), llevadas a cabo en 2012, que miden sus competencias en educación financiera –las habilidades en la gestión y planificación de las finanzas,

la solución de problemas cotidianos, la toma de decisiones de endeudamiento o ahorro—, dejaron a Colombia en el último puesto (Castellanos y Díaz, 2012).

Al respecto, el Banco Mundial señala lo siguiente:

La mayoría de la población colombiana no tiene la formación necesaria para lograr que lo que gana le rinda más, para prepararse ante un gasto inesperado como una enfermedad o para planificar gastos más grandes como la compra de una casa o la educación de los hijos. [...] Solo dos de cada diez colombianos tienen ahorros suficientes para hacerle frente a un gasto inesperado. Los otros ocho viven al día, ahorran “debajo del colchón” y, si necesitan dinero, recurren a prestamistas privados que cobran intereses de usura. El problema no es solamente de falta de educación financiera, sino también del poco acceso a las instituciones y a instrumentos como las cuentas bancarias o los préstamos, en particular en las zonas rurales. (Reddy et al., 2013, p. 58)

Asumiendo que para la población de bajos ingresos económicos es importante recibir formación financiera, la Asobancaria afirma que la educación financiera es clave, porque

[Abarca] el conocimiento y la comprensión de conceptos y riesgos financieros y las destrezas, la motivación y la confianza para aplicar dicho conocimiento y comprensión, con el fin de tomar decisiones eficaces en distintos contextos financieros para mejorar el bienestar financiero de los individuos y la sociedad y permitir su participación activa en la vida económica. (Asobancaria, 2016, p. 32)

En relación con la ejecución de estrategias, se ven esfuerzos sectoriales en el ámbito privado como las implementadas por la Asobancaria (2016) en programas como Saber Más y Ser Más, el portal web que para 2018 tenía más de dos millones de visitas; según Isabel Mantilla, directora de educación financiera de la asociación, allí se ofrecen contenidos que van desde la planeación financiera hasta la oferta de productos y servicios disponibles sin ofrecimiento comercial; otro de sus programas, TuAhorrapp, es un asesor financiero disponible las veinticuatro horas del día. Por su parte, los bancos también han establecido sus propios programas de educación financiera, que ofrecen en sus portales web como el caso de Bancolombia a través de Aula Saber.

En los ámbitos jurídico e institucional, entre las acciones estatales que han buscado contribuir a la educación financiera como política institucional nacional está la Ley 1328 impulsado en el Congreso de la República de Colombia en el año 2009, que establece la educación financiera como un principio del sistema de protección al consumidor financiero. En 2014, el gobierno nacional creó la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF); y, finalmente, en junio de 2018 se creó la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF), que busca desarrollar los conocimientos, actitudes y comportamientos de la población para que tome mejores decisiones en el manejo de sus finanzas y la protección al riesgo (CIEEF, 2017). Sin embargo, la implementación obligatoria de un programa de educación financiera en los colegios debe ser la estrategia principal de acuerdo a la CIEEF. Colombia sigue rezagada, pues en comparación con algunos países europeos o Estados Unidos y Japón, esta no se ha logrado (Asobancaria, 2018). El intento más relevante se dio a través del proyecto de la Ley de Cátedra de Educación Financiera que se impartiría en los niveles de educación primaria y media obligatoria; sin embargo, fue archivado por tránsito de legislatura el 20 de junio de 2018. Así las cosas, se puede afirmar que en Colombia siguen existiendo falencias de parte del Estado para fomentar la educación financiera a toda la población.

La experiencia del uso del dinero

Para efectos de esta investigación y por la carencia de estudios académicos acerca de la experiencia del uso del dinero en Colombia, en las personas de bajos ingresos de Bogotá, exige una mirada a su vida cotidiana en su relación con el dinero, en tanto usuarios o consumidores; por ello es necesario comprender esta experiencia a través de los factores que inciden en el uso de los canales y las interacciones con productos o servicios financieros que generan una vivencia memorable – positiva o negativa– al momento de usar el dinero.

Para el caso colombiano no se ha encontrado información que describa, a partir de las experiencias cotidianas de las personas, las orientaciones, comportamientos y motivaciones para sus decisiones en torno al uso de su dinero, en especial en la población de bajos ingresos, algunas de cuyas causas no han sido aún determinadas. De allí que, en línea con este vacío, esta investigación propone

mediante una indagación descriptiva y cualitativa comprender el proceso de la experiencia del uso del dinero y sus consecuencias en futuras decisiones financieras.

Metodología

Esta investigación se ha desarrollado mediante un enfoque cualitativo, con el fin de comprender la experiencia de uso del dinero, ya que analiza la relación entre las personas de bajos ingresos de Bogotá usuarias de productos financieros y los procesos de bancarización y educación financiera, elementos que están conectados con las preferencias en la toma de decisiones en el uso del dinero por parte de estas personas.

Participantes

Para efectos de esta investigación, las *personas de bajos ingresos* se definen como los individuos que hacen parte de hogares con niveles de ingresos considerados como pobres y vulnerables, es decir, que reportan ingresos per cápita diarios menores a USD 10 (DANE, s.f.). En promedio y para efectos de manejar una información medible estándar, este valor en 2019 equivale a un salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) o COP 828.116.

Los hogares con niveles de ingresos pobres se ubican principalmente en el sur de Bogotá, en las localidades de Bosa, Ciudad Bolívar, Usme y San Cristóbal; por su parte, los hogares vulnerables están en las localidades de Tunjuelito, Antonio Nariño, Rafael Uribe y Kennedy (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2018).

Para esta investigación se realizaron 12 entrevistas en Bogotá a hombres y mujeres de bajos ingresos entre los 20 y los 47 años con ingresos entre COP 800.000 y 1.000.000; residentes en las zonas de los estratos socioeconómicos 1 y 2, en las localidades de Ciudad Bolívar, Tunjuelito, Usme y San Cristóbal, consideradas como de alta vulnerabilidad social; y jefes de hogar – de ambos sexos– que aportan económicamente los recursos para el sustento de sus familias.

Mediante preguntas abiertas se les indagó sobre sus conocimientos de educación financiera y del uso de los productos bancarios.

Con el objetivo de construir la cotidianidad, la experiencia, el cómo y el porqué de la toma de decisiones y la forma de usar el dinero de los entrevistados, se les pidió que diligenciaran mediante un formato una reconstrucción de la experiencia del uso del dinero desde que recibían sus ingresos y su procedencia hasta las formas (los canales) y montos, la distribución en gastos fijos y variables, los créditos, otras deudas y, finalmente, si tenían ahorros o inversiones.

En total se reclutaron tres hombres y nueve mujeres con el siguiente perfil:

Adicionalmente se aplicaron tres entrevistas a expertos nacionales: Gustavo Leño, presidente de CredibanCo; Santiago Perdomo, vicepresidente de negocios de la franquicia Visa; e Isabel Matilla Naranjo, directora de sostenibilidad y educación financiera de Asobancaria y miembro del Consejo Nacional de Educación Financiera del Ministerio de Educación Nacional con el objetivo de explorar por parte de las instituciones su estrategia y aportes para la población objetivo

Procedimiento

Las entrevistas se realizaron entre el 12 de septiembre y el 24 de octubre de 2019. Cabe anotar que esta muestra no sirve para realizar generalizaciones cuantitativas, ya que el propósito de esta investigación es generar una reflexión comprensiva sobre la incidencia de la bancarización y la educación financiera en la experiencia del uso del dinero, constituyéndose en un piloto para futuras investigaciones de mayor envergadura. Por tanto, a partir de testimonios y experiencias de los entrevistados se describen las necesidades y preferencias de las personas de bajos ingresos de Bogotá en el uso del dinero.

En la recolección de la información se aseguró la grabación en audio de las entrevistas – debidamente autorizadas –, que fueron transcritas de manera detallada; posteriormente, esta información se editó y categorizó en los temas claves para interpretar los datos.

Resultados

Una vez realizadas las entrevistas a los participantes y de haber contrastado sus testimonios con los puntos de vista de los expertos, se presentan a continuación los hallazgos más relevantes.

Bancarización e inclusión financiera

Los entrevistados están bancarizados; esto se entiende como la tenencia de, mínimo, un producto de alguna entidad financiera, en especial una tarjeta de débito, con la que pueden retirar los recursos que están en sus cuentas de ahorro. En ella les son consignados los recursos provenientes de su relación laboral, y así están involucrados en el sistema financiero.

Los entrevistados afirman que retiran inmediatamente casi la totalidad de los recursos cada vez que sus patronos les hacen una consignación; esto les permite iniciar el ciclo del uso del dinero en efectivo, que señalan insistentemente como el medio más expedito y preferido para realizar cualquier tipo de transacción. Así, queda evidenciado que no hay una introyección del uso de los medios y servicios financieros, lo cual, en esencia, implica un bajo nivel de apropiación de tales medios y servicios, pero también sugiere un bajo conocimiento del sistema financiero para asumir nuevos usos que mejoren su calidad de vida y bienestar. Esta evidencia reafirma lo planteado en el documento *Estrategia nacional de educación económica y financiera. Una propuesta para su implementación en Colombia* (CIEEF, 2017) que señala que se trata de un comportamiento que no incentiva la evolución ni la profundización de otros servicios financieros dirigidos a satisfacer las necesidades de la población de bajos ingresos como son los servicios de pagos, las transferencias de fondos, el ahorro y los seguros, todo lo cual podría implicar una señal de bancarización óptima.

Lo anterior contrasta con el punto de vista de los expertos entrevistados y la literatura local, así como con las publicaciones de las políticas del Gobierno, reflejadas en los resultados de los reportes anuales de inclusión financiera –por ejemplo, el de la Banca de las Oportunidades (2019) en su reporte se señala que el nivel de inclusión financiera en Colombia está en el 81,4%, equivalente a 28 millones de personas con algún producto financiero, siendo la cuenta de ahorros el principal. Pero la preferencia del uso del efectivo muestra que, si bien existe un alto número de personas bancarizadas, esto no es un indicador del aprovechamiento de los canales y recursos que puede proveer el sistema financiero; por tanto, al menos para el caso de Bogotá, se puede afirmar que en las personas entrevistadas existe un proceso de bancarización, no de inclusión financiera.

Llama la atención que al momento de realizar el mapeo de la experiencia de uso del dinero, las cuentas de ahorro reflejadas en estos informes no son usadas para ahorrar e iniciar un proceso real

de inclusión con el objetivo de lograr bienestar o mejorar el estilo de vida de los tarjetahabientes: realmente son cuentas tipo “puente” que les sirven a las personas para recibir sus salarios o ingresos de manera eficaz, el día en que tienen programado y pactado recibir sus recursos completos y sin demora por parte de las empresas donde trabajan. En este panorama son las empresas las que, por ser este un medio de pago de nómina más seguro y económico, han bancarizado a sus empleados al exigirles la apertura de una cuenta de ahorros en las entidades bancarias con las que tienen su relación corporativa, para así pagar periódicamente sus obligaciones salariales, caso contrario a los trabajadores independientes quienes reciben sus ingresos en dinero en efectivo.

Educación financiera

En relación con la educación financiera, el panorama es desafiante, pues a pesar de las iniciativas que el Estado y las instituciones financieras han llevado a cabo en aras de alcanzar una mayor y mejor educación financiera para las personas de bajos ingresos, estas están lejos de tener una experiencia financiera adecuada y positiva con el uso del dinero y, por ende, una adecuada inclusión financiera con todos sus beneficios. Lo anterior se evidencia en los testimonios de los entrevistados, que expresan que fueron bancarizados por exigencia de las empresas contratantes para abrir una cuenta de ahorros, sin el mínimo conocimiento consciente de los beneficios y la proyección de bienestar que para ellos y sus familias podría representar saber más de las entidades financieras y su oferta de productos, servicios y canales, al igual que poseer y aprender a usar las herramientas adecuadas para tomar las mejores decisiones financieras.

Para los entrevistados la educación financiera no ha sido brindada ni por el Estado ni por las instituciones. En la mayoría de los casos, el primer dador de conocimiento confiable y creíble son los padres de familia –especialmente la madre–, quienes enseñan a ahorrar y planear; generalmente, su nivel de escolaridad es aún un más bajo que el de sus familiares y sus enseñanzas se centran en ahorrar protegiendo sus recursos literalmente “debajo del colchón”. Así, este desconocimiento de las entidades financieras, los productos y transacciones, los costos y beneficios, es transmitido a ellos.

Los expertos entrevistados afirman que en Bogotá se están llevando a cabo capacitaciones donde les enseñan a las personas a manejar sus finanzas personales y sus recursos por medio de las entidades bancarias y sus aplicaciones digitales o los portales web; esto, sumado a la amplia cobertura de la internet, los planes de datos y los celulares inteligentes, se está cumpliendo, con el objetivo de llegar con bajos costos a muchas personas de la pirámide social. Este es el tipo de capacitación que se le da a la población para que comprenda cuáles son los beneficios y ventajas de tener productos financieros que mejoran su experiencia del uso del dinero. Los expertos también consideran que la educación financiera está muy relacionada con la inclusión y que tiene una amplitud que cobija a todos los ciudadanos.

Lo anterior, sin embargo, está en contravía con lo expresado en el informe de inclusión financiera de la Banca de las Oportunidades (2018) y por los expertos, pues tienden a establecer que al publicar en las páginas web de las instituciones financieras algunas definiciones de los productos bancarios se está cumpliendo con el objetivo de contribuir con la educación financiera, pero resulta que, nuevamente, se acata una recomendación o normativa pero no se llega eficazmente a esta población, que requiere de sistemas de capacitación ajustados a sus posibilidades de tiempo, la pertinencia de los temas tratados o la preferencia del medio o canal de comunicación. Las personas de este perfil expresaron claramente que preferían recibir la educación financiera de modo presencial, pues así la comprenden más claramente; así, ésta podría impartirse en el receso del almuerzo en las empresas, evitando usar el tiempo valioso con sus familias al final de la jornada laboral o las interminables horas de desplazamiento en el alto tráfico del transporte urbano de Bogotá.

Igualmente, los expertos afirman que la red es la mejor solución para darle cumplimiento a la educación financiera, cuando en realidad no se ha indagado la forma eficaz de llegar a estas personas; no obstante, los resultados de esta investigación muestran aspectos que no son tan evidentes, por ejemplo, la incapacidad de pagar un plan de datos de internet –que afecta sus finanzas– y los ya mencionados tiempos de desplazamiento y de final del día en el hogar. En contraste con lo que ellos afirman, la causa real para considerar que la educación financiera sea impartida a través de los teléfonos reside en los beneficios en términos de costo que esta representa para las instituciones: impartir la educación financiera de manera presencial y a muchas personas

en diferentes lugares es más costoso que hacerlo a través de la red, por ejemplo, mediante una aplicación; aun así, la eficacia de los medios y su pertinencia queda evidenciada en esta investigación.

De hecho, los entrevistados expresaron que debe ser en la escuela donde se deberían enseñar estas cuestiones tan importantes para la “vida real”; sin embargo, según lo expresado por los expertos y la información hallada en el Ministerio de Educación, la política de educación financiera obligatoria desde la edad escolar impartida en las escuelas y colegios no solo a los niños, sino a sus padres, está lejos de hacerse realidad en el corto plazo dado que en el momento no está en curso proyectos de ley que implementen esta estrategia; ésta, según lo expresan los entrevistados, sería la solución más eficaz, pues les llegaría a todas las personas sin distingo de tipo de institución, costos educativos, ubicación y demás factores.

Lo anterior conduce a afirmar que persiste para el gremio (las entidades financieras) y el Estado el desafío de implementar la educación financiera en los colegios como una asignatura de estudio obligatoria que se convierta en una estrategia eficaz. Asimismo, se evidencia que las iniciativas desplegadas por los bancos manejan un lenguaje técnico alejado de los consumidores, no incluyen contenidos sobre los beneficios, ni herramientas de comparación entre los diferentes productos y entidades, ni tampoco explican los procesos de liquidación de los intereses financieros; por tanto, las oportunidades de inclusión seguirán siendo muy bajas.

La experiencia del uso del dinero desde la óptica del mercadeo

Si se analiza la experiencia del uso del dinero en las personas de bajos ingresos de Bogotá, se evidencia que dicho proceso comienza con una planeación de la distribución de los recursos que se van a obtener. Según los resultados arrojados por las entrevistas, este proceso se hace en hojas de papel o en libretas donde, junto con la pareja aportante de dinero –se unen los ingresos de los salarios fijos que les pagan las empresas formales como un todo familiar–, se anotan los posibles gastos; estos cálculos les indican si van a necesitar dinero extra –necesidades no planeadas o urgencias como las medicinas por una enfermedad imprevista– o pueden destinar algo para el ahorro. Así, el dinero es considerado como un bien fijo que los empleadores transfieren a sus

cuentas de ahorro con una periodicidad quincenal; esta es la primera fase de bancarización. Una vez las personas reciben un mensaje de los bancos en el que se les informa que ha ingresado dinero a sus cuentas, acto seguido y sin excepción este es retirado de manera total de un cajero electrónico el mismo día o, a más tardar, al siguiente.

Los ingresos adicionales son buscados en actividades extra-laborales en la empresa o en oficios domésticos como el aseo de hogares o pequeños mantenimientos o reparaciones en ellos, y estos son pagados en efectivo, lo que brinda liquidez inmediata.

Seguidamente, las cuentas se separan en “paqueticos” o “montones pequeños” así: a) mercado de víveres, mercado de plaza (verduras y frutas) y elementos de aseo, cuyos proveedores ya han sido predefinidos en razón a sus bajos precios; en todo caso, algunos de los entrevistados prefieren el formato de los supermercados o de las grandes superficies; b) servicios públicos, que pagan en los Cades o en puntos de pago como Efecty o Paga Todo, establecimientos ubicados en las zonas comerciales de los barrios donde, además de estos, se pueden hacer apuestas en línea o enviar remesas; c) transporte: incluye el combustible para la moto, que en algunos casos se está pagando a crédito; y d) para aquellos con hijos: cursos complementarios y elementos escolares.

Queda así evidenciado que este nicho de consumidores financieros enfoca sus gastos fijos en montos de dinero en efectivo para suplir sus necesidades básicas y que lo destinan para pagar aquello que consideran primordial para vivir modestamente.

Para las personas con hijos o dependientes como los ancianos, se separan paquetes de dinero para las citas médicas y la compra de medicamentos, pues “uno ya sabe que siempre hay alguien enfermo”.¹ Para la diversión o el ocio se destina alguna suma, especialmente para el cine o los parques; las actividades culturales o sociales no son tenidas en cuenta, pues en general no tienen ninguna cercanía con ellas. Algunas mujeres “se dan gustos” comprando maquillaje, aretes y collares que les venden las “vecinas” a través de catálogos físicos de marcas como Yanbal o Avon; este tipo de productos generalmente se pagan en una o máximo dos cuotas.

¹ Las citas entre comillas a continuación corresponden a los testimonios de las doce personas entrevistadas.

Además, según los resultados de las entrevistas, buscan formas menos costosas –precisamente las no formales– como comprar películas no originales en las video tiendas, que pagan en efectivo; caso contrario al de los multiplex, donde los costos son exagerados y los medios electrónicos de pago dominan, de acuerdo a lo expresado por los entrevistados.

En relación con la adquisición de créditos o deudas, se puede afirmar que la mayoría de los entrevistados siente aversión por ellos, sea con las instituciones formales como los bancos o con los prestamistas informales –llamados los “gota a gota”–: ellos intentan vivir o conseguir los recursos que necesitan dentro del mismo mes, así tengan que limitar al extremo sus gastos y usos y no adquirir elementos suntuarios. Esta aversión es más evidente en las personas que tienen o han tenido créditos y vivieron una experiencia negativa al constatar que los intereses financieros y las formas de liquidación de las cuotas diferían mucho de los ofrecidos, y se sintieron engañados por la entidad: “El asesor me prometió que en un año se pagaba la deuda y ya han pasado dos y la deuda disminuye poco; ellos, por meterle a uno el producto, se aprovechan de que uno no conoce...”.

Solo tres de los entrevistados, más por alguna contingencia o urgencia, manifestaron tener una tarjeta de crédito, en razón a que en el momento del ofrecimiento esta fue fácilmente aprobada; además, no la reconocen como tal, sino como una tarjeta de marca privada tipo Codensa o Éxito, que para ellos claramente son diferentes a un banco, desconociendo que detrás de estos sistemas de pago existe una entidad financiera o bancaria: “Con ellos sí me endeudaría, pero con un banco no”.

Dos de los entrevistados expresaron tener un crédito vigente, uno de ellos para una moto. Y cuando se les presenta alguna urgencia, recurren primero a un familiar o un amigo, no a un banco.

Con respecto al ahorro, se evidencia que, en general, expresan que no tienen capacidad de ahorro; sin embargo, aquellos a los que sus padres les inculcaron el ahorro en la alcancía, en bajos montos, pero con constancia, formaron ese hábito y con orgullo hablan de los buenos resultados al alcanzar a ahorrar para la cuota inicial de sus viviendas. Su medio de ahorro son sus familiares –las madres y los padres–, que custodian el dinero en efectivo y les “evitan la tentación de gastarlo” en cosas

que se salgan de objetivos “grandes” como la casa o un viaje familiar. De hecho, dos de ellos nombraron altos montos –entre 5 y 15 millones de pesos en efectivo– ahorrados en su casa.

De manera aislada, uno de los entrevistados, que tiene hijos, afirmó que una amiga le habló del ahorro programado de un banco como una opción diferente de ahorro real y segura para ahorrar sin costos, puesto “que no me iban a descontar nada, siempre y cuando dejara la plata quieta”; y eso lo condujo a tomar la decisión de realizar la apertura de este producto en el banco recomendado; ahorró de manera disciplinada, al punto que eventualmente tuvo los recursos suficientes para la cuota inicial de una vivienda y el banco le ofreció financiar el resto mediante un crédito hipotecario. Este tipo de testimonio es importante, porque evidencia cómo las mismas entidades pueden ofrecer de manera transparente y pertinente productos para cada tipo de persona según sus recursos y capacidades tanto de ahorro como de gasto, por medio de explicaciones en lenguaje sencillo –para este perfil no puede ser técnico–, aplicando la educación financiera en sus instituciones.

Percepciones sobre los bancos y sus productos

En general, la experiencia del uso del dinero de los entrevistados se ha limitado a la consignación de la nómina y a su inmediato retiro a través de los cajeros electrónicos, con resultados no muy positivos: un entrevistado afirmó que un cajero electrónico no le dispensó el dinero y tuvo que esperar tres meses para el reembolso –una persona de escasos recursos requiere su dinero de inmediato–: “Uno tiene la plata contada para todo; no me puedo dar el lujo de que el banco me la retenga por su culpa”. Asimismo, se han sentido engañados al tomar productos de crédito, especialmente por la forma en que estos son liquidados.

En resumen, los entrevistados desconocen las acciones, estrategias y comunicaciones de los bancos o del Estado en este sentido; lo que conocen del ahorro lo aprendieron de sus padres, y para obtener un crédito prefieren recurrir a un familiar. La mayoría ha expresado que la mejor y más eficaz forma de aprender es de manera presencial y didáctica, pues por motivos económicos no todos cuentan con planes de datos, aunque algunos tienen suscripciones tipo *triple play* (internet, televisión y telefonía fija) en sus hogares.

Conclusiones

La experiencia del uso del dinero en conexión con el mercadeo permite explorar desde la perspectiva del consumidor, es decir, desde los factores que lo llevan a tomar decisiones –sus emociones, el entorno, sus familiares y su cotidianidad– a los consumidores de productos y servicios financieros, conocer cualitativamente sus ciclos financieros –entendiendo y comprendiendo sus etapas de ingresos, gastos, ahorro, deudas y demás actividades que lo componen– y adquirir conocimientos suficientes, oportunos y de calidad a través de una adecuada educación financiera que incidirá en su bienestar y en la satisfacción de sus necesidades.

En este sentido, esta investigación ha mostrado que las personas de bajos ingresos de Bogotá tienen una escasa cultura financiera, lo que incide en la experiencia del uso del dinero que los conduce al poco uso del sistema formal como los bancos y al alto uso del dinero en efectivo. Algunas de las principales características de la población entrevistada son las siguientes:

- a) La mayoría no tiene conocimiento de las iniciativas, productos, servicios y privilegios que la banca ofrece a las personas de bajos ingresos, por ejemplo, las cuentas de ahorro programado y los costos cero de las transacciones, siempre y cuando estas se realicen por internet o medios electrónicos.
- b) La publicidad y la comunicación de los productos y servicios financieros para la población no se diferencia por segmentos, entornos, motivaciones y capacidades, sino de manera colectiva; este hecho genera desconfianza en los consumidores de bajos ingresos.
- c) La mayoría usa los productos financieros según su propia experiencia, sub-utilizándolos; este hecho puede atribuirse a la falta de una educación pertinente.
- d) En relación con el ahorro y los créditos, la mayoría evita gestionarlos con los bancos por su connotación negativa en anteriores experiencias tanto por la percepción de costos altos como por los engaños, y recurren a métodos informales, especialmente con familiares de confianza, que les guardan el dinero en efectivo en sus casas.

Los conceptos de bancarización e inclusión y educación financiera tienen un fuerte vínculo, sin ser necesariamente equivalentes; las personas de bajos ingresos están bancarizadas, pues, como

requisito de su empleador, tienen lazos con el sistema formal financiero mediante una cuenta de ahorros para el pago de su nómina. Ésta, precisamente, sería la mejor herramienta para garantizar la implementación de la inclusión financiera como un proceso consciente y pertinente; no obstante, los entrevistados manifiestan que aún carecen de una cultura financiera que les ayude en su toma de decisiones, lo cual, eventualmente, les permitiría profundizar su relación con los bancos con más productos y servicios y, además, contar con una formación que les procurara bienestar y seguridad. De otro lado, esta situación enfrenta a los bancos con el desafío de continuar realizando inversiones apropiadas para estos segmentos, formando así un beneficioso ciclo en el que todos ganan.

Como recomendación general sobre la educación financiera, es urgente impartirla como una política normativa obligatoria a la niñez en los colegios. Como lo afirmó Isabel Mantilla en la entrevista realizada para esta investigación:

Es clave trabajar con las personas creando hábitos desde la niñez; cuando uno construye hábitos saludables, desde la edad temprana, como por ejemplo cuando les estás enseñando a tus hijos a lavarse los dientes, asimismo sería con la educación financiera y la inclusión, desde niños y todos los días, así perciben los beneficios de un hábito sano, cuando llegan a la edad adulta tienen incorporado hábitos financieros saludables en su estilo de vida.

Los entrevistados se sienten alejados de una inclusión sustantiva y manifiestan una baja educación financiera. Esta recomendación debe hacerse extensiva para los padres de familia, por ejemplo, con la creación de una escuela financiera para ellos y sus hijos.

En referencia a las políticas gubernamentales, es importante que el Estado establezca políticas que desestimulen el uso del efectivo. Las personas de bajos ingresos carecen de estímulos para la inclusión en la banca, pues deben realizar todos los pagos de baja cuantía en efectivo; por ejemplo, los servicios públicos e impuestos solo se pueden pagar así.

A partir de los *necesidades y conceptos* encontrados a lo largo de la investigación, también se puede afirmar que la experiencia del uso del dinero desde el mercadeo influye en el momento de

la toma de decisiones, en la visión de las personas y en el uso de alternativas diferentes al efectivo. En ese sentido, algunos de los *insights* de las personas de bajos ingresos fueron los siguientes:

- a) No conocen los beneficios adicionales de tener una tarjeta de débito o de crédito.
- b) No se encuentran capacitados para entender los asuntos relacionados con la educación financiera.
- c) Perciben inseguridad y desconocimiento asociados a los productos y los servicios financieros.
- d) Su experiencia del uso del dinero en canales digitales es mínima, ya que a pesar de que tienen una cuenta de nómina o de marca privada, desconocen el uso de la digitalización financiera.
- e) Asuntos como el endeudamiento también llaman la atención, ya que ellas evitan endeudarse o tener que pagarles a los bancos.

Si se reconoce que la población de bajos ingresos de Bogotá está en condición de vulnerabilidad social, entonces es necesario que a ella les lleguen eficazmente las estrategias de una educación financiera para generar la confianza y la cultura que les permita en sus hogares y entornos cotidianos realizar acciones como el ahorro, la planeación financiera y el manejo de las deudas.

Salvo a los esfuerzos realizados de manera proactiva por agremiaciones como la Asobancaria para llegar a la población de bajos ingresos con estrategias de educación digital, parece necesario aumentar las iniciativas para llegar a toda la población, ya que lo que se percibe es que esta no utiliza los beneficios digitales que tienen sus bancos: es imperativo que el Estado las lleve a cabo a través de una cátedra de primer nivel, para formar hábitos financieros desde la niñez y llevarla a los colegios y universidades.

Asimismo, si las estrategias de educación se enfocaran en lo digital a través de los planes de datos en los teléfonos, el Estado debe establecer políticas en las que la internet sea por ejemplo un “servicio público de primera necesidad” y cobije esquemas de subsidio para los estratos socioeconómicos bajos; de este modo, las personas económicamente más vulnerables podrán interactuar por estos medios.

Consecuentemente, las entidades financieras y el Estado deben seguir trabajando en tarifas diferenciales para que las personas de bajos ingresos tengan en sus tiendas, droguerías, micro negocios y los actualmente llamados “emprendimientos” sistemas de pago electrónico que ayuden a erradicar las barreras para el uso del dinero en efectivo y motiven a que la experiencia sea diferente y que cambien su óptica hacia otros medios de pago.

Se puede afirmar que la experiencia del uso del dinero desde el mercadeo influye en el momento de la toma de decisiones, la visión y el uso de alternativas diferentes al efectivo de las personas de bajos ingresos. Se debe combatir contra las barreras de la bancarización que más afectan a este segmento de la población: los altos costos para ingresar al sistema financiero como las cuotas de manejo, el costo de las transacciones y los impuestos, entre otros. La banca debe pasar de un sistema tradicional a uno que sea incluyente para lograr que las personas opten por nuevas experiencias y canales que permitan una mejor bancarización, la masificación de la educación financiera y nuevas oportunidades.

El papel de los gremios y las instituciones financieras ha sido fundamental, aunque insuficiente; todavía hay mucho por trabajar y por generar fiabilidad y generalidad en la experiencia del uso del dinero diferente al efectivo.

Como futuras líneas de investigación es recomendable desde el mercadeo continuar avanzando en estudios sobre la educación financiera y sus vínculos con las estrategias de formación de los consumidores financieros. Esta investigación sugiere que mientras más nivel de formación financiera exista más conocimiento habrá por parte de los consumidores sobre el ahorro, el gasto y la inversión. Todo ello se verá reflejado en mejores experiencias financieras y calidad de vida.

El país en general y Bogotá en particular deben seguir trabajando en iniciativas para que la información, la formación y los procesos financieros sean incluyentes y favorezcan a todos los segmentos de la población.

Referencias

- (1) Alcaldía Mayor de Bogotá. (2018). *Atlas Económico 2017*. http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articulos/atlasfinweb.pdf
- (2) Arango-Arango, C. A., Suárez-Ariza, N. F. y Garrido-Mejía, S. H. (2017). ¿Cómo pagan los colombianos y por qué? *Borradores de Economía*, (991). http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/be_991.pdf
- (3) Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia [Asobancaria]. (2016). *Experiencias y aprendizajes de la educación financiera*. <https://www.sabermassermas.com/wp-content/uploads/2016/08/Cartilla-Educacion-Financiera-Asobancaria-Mayo-Sin-lineas-de-Impresion.pdf>
- (4) Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia [Asobancaria]. (2018). ¿Por qué debemos implementar el programa de Educación Financiera en los colegios de Colombia? *Semana económica*, 1167. <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1167.pdf>
- (5) Banca de las Oportunidades. (2018). *Principales hallazgos del Estudio de demanda de inclusión financiera. Segunda toma*. http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2018-08/Presentaci%C3%B3n%20Estudio%20de%20demanda_0.pdf
- (6) Bankia. (2018, 3 de octubre). *Países en los que el efectivo está a punto de pasar a la historia*. <https://www.blogbankia.es/es/blog/paises-sin-efectivo.html>
- (7) Castellanos, D. y Díaz, C. (2012). La banca en 2012. *Semana económica*, 882. https://www.asobancaria.com/semanaseconomicas/Sem_882.pdf
- (8) Castro, S. (Ed.). (2017). *Proyecto F. Diagnóstico del uso del efectivo en Colombia*. Asobancaria. <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2017/12/Proyecto-F.pdf>
- (9) Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera [CIEEF]. (2017). *Estrategia nacional de educación económica y financiera de Colombia (ENEEF)*.
- (10) Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (s.f.). *Glosario Índice de Precios al Consumidor -IPC-*. www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/glosario-ipc

- (11) Dinero. (2019). ¿Qué países de América Latina pasan más las tarjetas? *Revista Dinero*. <https://www.dinero.com/internacional/articulo/en-que-paises-de-america-latina-se-pagan-mas-con-tarjetas/268363>
- (12) McLeay, M., Radia, A., & Thomas, R. (2015). El dinero en la economía moderna: una introducción. *Revista de Economía Institucional*, 17(33), 333-353. <https://doi.org/10.18601/01245996.v17n33.15>
- (13) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2005). *Improving financial literacy: Analysis of issues and policies*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/improvingfinancialliteracyanalysisofissuesandpolicies.htm>
- (14) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2012). *Apertura de la 9.ª Conferencia de Educación Financiera “Próximos retos: de las políticas a las prácticas eficientes”*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/50347719.pdf>
- (15) Pablo, T. (2013). Bancarización en América Latina. *Expansión.com*. <http://www.expansion.com/2013/07/23/latinoamerica/economia/1374567449.html>
- (16) Palacios, Á. E. (2016). *La heterogeneidad de los trabajos informales* [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. <http://www.eafit.edu.co/programas-academicos/posgrado/maestria-administracion-financiera/investigacion/Documents/confianza%20e%20inclusi%C3%B3n%20financiera%20en%20Colombia.pdf>
- (17) Reddy, R., Bruhn, M. y Tan, C. (2013). *Capacidades financieras en Colombia: resultados de la encuesta nacional sobre comportamientos, actitudes y conocimientos financieros*. Banco Mundial. <http://www.bancomundial.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/Capacidades%20Financieras%20en%20Colombia.pdf>
- (18) Severino, J. (2017). Inclusión financiera difiere del concepto de bancarización. *El Dinero*. <https://www.eldinero.com.do/49461/inclusion-financiera-difiere-del-concepto-de-bancarizar/>
- (19) Tafur, C. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina. *Estudios Gerenciales*, 25(110), 13-37. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(09\)70060-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(09)70060-9)

(20) Vera, A., Zuluaga, A. M., Ríos, A., y Clavijo, S. (2019). Reducción del efectivo y tamaño de la economía subterránea en Colombia. *Asociación Nacional de Instituciones Financieras, ANIF, Biblioteca virtual*. <http://www.anif.co/Biblioteca/entrevistas/reduccion-del-efectivo-y-tamano-de-la-economia-subterranea-en-colombia>

Cómo citar este artículo: Flechas, G. & Higuera, G. (2021). La experiencia del uso del dinero en las personas de bajos ingresos en Bogotá, noviembre de 2019. *Tendencias*, 22(2), 157-181. <https://doi.org/10.22267/rtend.212202.172>