

INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

LINA MARÍA OSORIO RESTREPO¹

Asesor:

RAÚL ARMANDO CARDONA MONTOYA
Docente, Escuela de Economía y Finanzas, Universidad EAFIT

Director del proyecto en Bancolombia:
MAURICIO MÚNERA PALACIO
Director, Inclusión Financiera, Bancolombia

TRABAJO DE GRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

UNIVERSIDAD EAFIT
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
ESCUELA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

MEDELLÍN, COLOMBIA
2015

¹ LINOSOR@bancolombia.com.co, linosor@hotmail.com

INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

Resumen

El acceso a los servicios financieros se ha convertido en los últimos años en estrategia gubernamental y de las entidades financieras, con las que se busca aumentar el acceso a servicios financieros y a la inclusión social. El estudio, orientado a conocer las características y el acceso de servicios financieros para una población rural y vulnerable, y a disponer de información para el Grupo Bancolombia, entidad bancaria líder en Colombia, para la creación de productos y servicios adecuados para satisfacer la falta de acceso a servicios financieros. Por medio del método cualitativo y mediante aplicación de la metodología etnográfica, se analizaron los comportamientos sociales, socioculturales y económicos en el municipio de Hispania (Antioquia) y se extrajeron conclusiones sobre la importancia de la educación financiera, así como acerca de la posibilidad de un trabajo conjunto con la comunidad, al permitir la participación de la misma en la estructuración de productos y servicios financieros acorde con sus necesidades y expectativas.

Palabras clave: microfinanzas, inclusión financiera, rural, corresponsales bancarios.

Abstract

In the last few years, access to financial services has turned into a strategy of governments and financial institutions that is used to increase access to financial services and social inclusion. The study, whose aim was to learn about the characteristics and the access to financial services of a rural and vulnerable population, as well as to provide information for the Bancolombia Group, a leading bank institution in Colombia, in order to create adequate products and services that could fulfill its lack of access to financial services. Using the qualitative method and by applying

ethnographic methodology, social, social-cultural and economic behaviors were analyzed in the Hispania municipality (Antioquia) and conclusions about the importance of financial education were reached, as well as, of the importance of the possibility of working with the community, by allowing its participation in the structures of financial products and services in accordance to its needs and expectations.

Key words: *microfinance, financial inclusion, rural, banking correspondent.*

INTRODUCCIÓN

La importancia de la inclusión financiera en el mundo es objeto de un creciente número de estudios y prácticas de instituciones financieras. El aumento en el acceso a los servicios financieros y la inclusión social se han convertido en los últimos tiempos en un componente de la agenda de política pública y de la estrategia de instituciones financieras, con el objetivo de mejorar el desarrollo económico y social y reducir la pobreza.

Colombia trabaja en este sentido y persigue el objetivo de incrementar el acceso a los servicios financieros de las poblaciones más vulnerables y rurales, para lo cual se han formulado políticas públicas de desarrollo e inclusión social (Patiño Castro, 2010).

Inspiradas en algunos casos de éxito internacional, algunas empresas e instituciones financieras colombianas han logrado comprender la importancia de investigar las necesidades de la población

rural, lo que ha permitido obtener, de primera mano, el conocimiento necesario para la creación de productos y servicios adecuados para satisfacer las mismas.

A principios del año 2012, el Grupo Bancolombia, consciente de la importancia de la inclusión financiera en el país, creó un área especializada, encargada de formular estrategias y programas para ofrecer servicios financieros a la población colombiana más vulnerable. Una de las estrategias se centró en atender la población rural.

En el año 2013 se inició esta investigación, con el objetivo de comprender los comportamientos económicos y financieros de las poblaciones del tipo mencionado en Colombia; se seleccionó el municipio de Hispania, en el suroeste antioqueño, como sitio para la prueba piloto. El estudio se estructuró en tres etapas: la caracterización sociocultural de la población, la identificación de los ciclos del efectivo y la consolidación y el análisis de resultados, los cuales serán interpretados por la institución financiera para diseñar las estrategias acordes con las características de la comunidad estudiada.

Microfinanzas es un término que ha estado relacionado de manera estrecha con los microcréditos (préstamos pequeños con escasas garantías en ciclos cortos de tiempo); sin embargo, su significado comprende la prestación de productos y servicios financieros a personas de bajos ingresos, con independencia de su ubicación geográfica: rural o urbana.

Por otra parte, la pobreza rural es la responsable del 63% de la pobreza mundial; la población rural constituye la de mayor necesidad insatisfecha, así como el más grande mercado desatendido de los

servicios financieros; Colombia no es la excepción, y aunque ha habido grandes avances en temas de reducción de pobreza e inclusión financiera en el país, la población rural sigue siendo la de mayor problemática en este campo (Khan, 2001; Patiño Castro, 2010).

La metodología utilizada se basó en el análisis cualitativo, mediante el empleo de la técnica provista por la antropología etnográfica, la cual se define como el uso de la observación participante como técnica de trabajo de campo (Álvarez Roldán, 1994). Durante cinco meses se convivió con diferentes familias, en la cabecera municipal y en sus zonas veredales, recolectando, de primera mano, información sobre las necesidades, tanto financieras como básicas, de dicha población. Se usaron, entre otras, las siguientes variables; generalidades demográficas, actividades económicas, dinámicas micropolíticas, modalidades y percepción del ahorro y visión del futuro.

La investigación arrojó resultados interesantes; señaló la importancia de la educación financiera para aclarar mitos e imaginarios sociales que limitan el acceso a entidades bancarias, así como el desconocimiento de la marca bancaria en zonas rurales. Estos resultados sirvieron como base fundamental para la creación de un modelo de inclusión financiera rural.

El artículo está estructurado de la siguiente manera: inicia con la revisión de literatura y antecedentes de la inclusión financiera en Colombia, señala experiencias exitosas de programas de inclusión financiera con un enfoque en el área rural, se continúa con la metodología, se presentan los resultados y se termina con las conclusiones.

ANTECEDENTES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN COLOMBIA

Por muchos años, las instituciones financieras en Colombia han concentrado sus esfuerzos en usuarios con un poder adquisitivo representativo, por medio de productos y servicios acordes con este tipo de usuarios, que tienen características similares: una mitigación de riesgo controlada, y una demanda más recurrente (Patiño Castro, 2010).

Señala el referido autor que solo las personas que viven en poblaciones urbanas tienen acceso a entidades que prestan servicios financieros, excluyendo a las personas de poblaciones pequeñas y rurales, quienes, para acceder a los recursos del microcrédito, se ven en la necesidad de recorrer grandes distancias, o, en su defecto, acudir a prestamistas informales. Por no tener acceso a los servicios financieros, en dichas poblaciones no se desarrolla una cultura financiera de pago y ahorro, lo que dificulta la profundización financiera.

Son muy pocas las instituciones financieras que han logrado incluir usuarios en los segmentos de la población olvidados por tradición y con bajos ingresos socioeconómicos, ya sea porque no conocen el potencial de la misma o porque consideran que es costoso atender a estas personas, que se obtienen márgenes pequeños de ganancia y que el riesgo asumido es mayor.

Las instituciones financieras desde hace una década comenzaron a incluir, como parte de su portafolio de servicios, las microfinanzas, debido al éxito que las mismas tenían en países como Bangladesh y Kenia; sin embargo, solo se enfocaron en un producto, como lo es el microcrédito, que cubre una de las tantas necesidades de la población.

Según el reporte de inclusión financiera del año 2013 (Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, 2013), es evidente que el mayor reto que tienen las instituciones financieras es conocer y entender las necesidades de la población a la cual se quiere atender, con el objetivo de diseñar productos y servicios adecuados. Así mismo, resalta la importancia de que exista un esfuerzo conjunto entre los sectores público y privado para promover una inclusión financiera sostenible.

Colombia ha tenido un notable comportamiento en el sector de las microfinanzas en los últimos años, como lo muestra el nivel de bancarización del país, que señala el porcentaje de la población adulta que tiene al menos un producto financiero (cuenta de ahorro o corriente o créditos) y que presenta un crecimiento sostenido para el país, al pasar del 56,7% al 62,2%, el 64,6%, el 67,2%, el 71,5% y el 72,6% entre los años 2009 y 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 (tercer trimestre), en su orden (ASOBANCARIA, 2014), cuando para el año 2006 correspondía al 51,1%.

Las cuentas de ahorro continúan siendo el principal producto por medio del cual los colombianos acceden por primera vez al sistema financiero; sin embargo, solo el 49% de la población utilizó el producto durante los últimos seis meses, en los que se incrementó el porcentaje de inactividad en un 51%. Estas cuentas en su mayoría no superan los cinco salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) de saldo promedio (Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, 2013).

Por otra parte, la cartera de créditos se ha incrementado en un 15%, pasando de 258,8 millones de dólares en el año 2012 a 297,4 millones de dólares a cierre del año 2013. Sin embargo, el acceso al crédito formal se ha concentrado en los hogares de más alto gasto, pues solamente un 20% de los hogares de más bajo ingreso reportó haber accedido a un crédito a través de una institución financiera formal.

Al cierre del año 2013 en Colombia, se dio una cobertura del 99,9% de entidades financieras en el territorio nacional (1.092 municipios); los corresponsales bancarios son el principal medio de dicha ampliación. En total se tienen en el país 49.181 corresponsales bancarios, de los cuales el 18% se encuentran en el sector rural. (Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, 2013).

En el último año, Colombia ha implementado políticas públicas orientadas a la promoción del acceso y uso de productos financieros, las cuales se enmarcan en estrategias de educación financiera y protección al consumidor; tal es el caso de la ley 1735 de 2014, o de inclusión financiera (Congreso de Colombia, 2014), “por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones”. Dicha ley promueve una licencia simplificada especializada en pagos, ahorros y depósitos (PAD), que permitirá la entrada de nuevos competidores, los cuales podrán crear condiciones que faciliten el acceso de servicios y productos financieros a más de 20 millones de colombianos que aún no han ingresado al sistema. Así mismo, impulsará las cuentas de trámite simplificado y los giros nacionales (MinTIC, 2014).

INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL EN COLOMBIA

Colombia cuenta con varios factores que hacen del país uno de los contextos más propicios para la expansión masiva e inclusiva de productos y servicios financieros hacia la población no bancarizada: (i) un sector de microfinanzas con creciente competitividad; (ii) una penetración del uso de telefonía móvil, que asciende al 106,7% de la población a finales de 2013 (MinTIC, 2013); (iii) crecientes redes de puntos de contacto, como corresponsales bancarios, oficinas, cajeros y agentes para ser puntos de depósito (*cash-in*) y retiro (*cash-out*) para servicios financieros móviles; (v) regulaciones de monederos móviles, cuentas de ahorro de trámite simplificado y corresponsales bancarios que favorecen los servicios financieros móviles inclusivos. Sin embargo, existen limitantes que impiden extender el sistema financiero formal hacia la población más rural y de más bajos ingresos del país.

A pesar de los avances en materia de bancarización que ha tenido Colombia en los últimos años, y de iniciativas como el programa de Banca de las Oportunidades, clara muestra de la intención de hacer más accesibles los servicios financieros a los colombianos, al cierre de 2013, la cobertura de puntos de contacto en regiones rurales como Vaupés, Guainía, Guaviare y Vichada alcanza niveles de cobertura inferior a uno por cada 1.000 km² (Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, 2013), lo que impacta de manera negativa el índice de bancarización de las mencionadas regiones.

Para superar el problema, los bancos cada vez más están utilizando la estrategia de corresponsales bancarios (CB), que actúan como minisucursales, a través de las cuales se posibilita enviar o recibir

giros en pesos dentro del territorio nacional, realizar depósitos y retiros en efectivo de cuentas corrientes, cuentas de ahorros o depósitos a término, y consultar los saldos en cuenta corriente o de ahorros, entre otras operaciones (Patiño Castro, 2010).

Ello se debe a que el actual modelo de inclusión financiera, que funciona a través de corresponsales bancarios, es de tipo transaccional, más no de venta. Hasta el momento, las entidades financieras del país no cuentan con un esquema de inclusión financiera, con estructuras operativas de bajo costo, el cual que les permita atender las necesidades financieras de la población de las zonas más rurales del país. Así mismo, el número de corresponsales bancarios implementados desde el año 2006 por las distintas entidades financieras se ha concentrado en cinco de los 33 departamentos de Colombia. Lo anterior significa que para la mayoría de la población, que vive en situación de vulnerabilidad, la oferta de servicios y productos financieros aún es muy básica (Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades, 2013).

Las causas de la alta concentración de los corresponsales bancarios en las zonas urbanas en Colombia son diversas; entre ellas se citan: (i) las instituciones financieras han dado prioridad al desarrollo de redes de corresponsales bancarios en aquellas zonas en las que la densidad poblacional es mayor, a fin de alcanzar los niveles de transaccionalidad requeridos para garantizar la rentabilidad de las redes mencionadas, y (ii) el costo de implementar una red de corresponsales bancarios en las zonas más rurales es alto, debido a factores como la seguridad y el traslado del dinero, que incrementan de manera significativa el costo del mantenimiento de la red. Como se mencionó antes, el sistema financiero colombiano se ha concentrado en los mercados urbanos, que están saturados y enmarcados por la competencia. Según en DANE (2005), en Colombia el 75%

de sus habitantes son urbanos, aunque cabe anotar que esta medición incluye las cabeceras de cada uno de los municipios, por lo que la cabecera de un pueblo que se puede considerar por completo rural, como Lejanías (Meta), se considera urbano.

El Banco Mundial construyó el índice de ruralidad (IR), por medio del cual se analizó qué tan rural era un municipio; según el resultado de este índice, el 75,5% de los municipios de Colombia son rurales (846 municipios) y en ellos vive el 31,6% de la población, es decir, cerca de 15 millones de personas, que representan el 94,4% del territorio nacional (Moro, 2012).

Anita Gardeva y Elizabeth Rhyne (2011, p. 12) señalan: “la población rural no demanda productos ni servicios financieros porque no tienen conocimiento de su existencia. Aquellas personas que deberían ofrecerles estos productos y servicios no saben las necesidades verdaderas de la población rural porque no se trata solamente de investigación de mercado, sino de una investigación integral que facilite el entendimiento en el contexto local de las necesidades, expectativas y tendencias de la población rural”.

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES Y NACIONALES EN INCLUSIÓN FINANCIERA RURAL

Son muchos los ejemplos internacionales y nacionales que se podrían nombrar como casos de éxito en inclusión financiera rural; como ejemplo, puede mencionarse encontramos al Grameen Bank, creado por el ganador del premio nobel de la paz, Muhammad Yunus, quien, preocupado por la pobreza de su país (Bangladesh), fundó un sistema bancario que presta pequeños montos de dinero

a pobres en áreas rurales, en especial a mujeres, los cuales son utilizados para la creación de microempresas (Spiegel, 2007).

Influenciado por Yunus, Iqbal Qadir creó, con la ayuda de la Fundación Grameen, el *grameenphone*, un modelo que combina las microfinanzas y las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, con el cual se logra conectar a las zonas más apartadas con los centros urbanos de Bangladesh, lo que permite que esta conectividad se convirtiera en productividad para sus suscriptores (TEDGlobal, 2005).

Otro caso digno de resaltar es M-pesa, producto de telefonía móvil de la empresa Safaricom, el cual facilita la transferencia de dinero entre sus suscriptores, entre otros servicios, a través del teléfono celular; M-pesa ha permitido, con su modelo de negocio, el aumento de la circulación del dinero entre las diferentes comunidades de Kenia; aunque este servicio no se puede considerar como un producto bancario, es importante resaltar que ha acercado y familiarizado a la población con el sistema correspondiente (Mas y Marawczynski, 2009).

En el país, Empresas Públicas de Medellín (EPM), entendió, con base en las necesidades de sus clientes más vulnerables y apartados del casco urbano, que el prepago de servicios públicos era el modelo más adecuado para servir a dicha población y, junto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha complementado este modelo con un programa de financiación, lo que les ha permitido a sus clientes tener acceso a gasodomésticos, computadores y dispositivos que mejoran su calidad de vida.

Inspirados en el caso de éxito internacional de inclusión financiera como lo es M-pesa, algunas instituciones financieras nacionales han incursionado en modelos innovadores para comenzar a crear ecosistemas de virtualización del efectivo mediante la tecnología móvil; en concreto, debe mencionarse a Davivienda con su producto *Daviplata*, al Grupo Aval con *Transfer* y al Grupo Bancolombia con *Ahorro a la mano*. Dichos productos financieros demuestran cómo la banca colombiana está comenzando a incluir a aquellas personas que hasta hace algunos años no se consideraban como clientes objetivos por bancarizar.

ANTECEDENTES DE INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL GRUPO BANCOLOMBIA

Bancolombia desde el año 1995 inició su inclusión financiera al ofrecer el producto de banca seguros; en dicho año, el gobierno permitió que instituciones bancarias pudieran incluir dicho producto en su portafolio. Continuó en 1997 ofreciendo soluciones de vivienda de interés social; en 2003 inició su participación con las remesas familiares, el cual en su totalidad era un mercado de las casas de cambio y también creó un modelo de asesores móviles para aquellas poblaciones en las que solo había como presencia de la institución financiera un corresponsal bancario.

En el año 2004 inició Bancolombia *Mi negocio*, mediante el cual se desarrolló una estructura comercial que permitía ofrecer a la población microcréditos en 16 ciudades de Colombia. En 2005, junto con Almacenes Éxito, salió al mercado la tarjeta de crédito *Tuya*, enfocada hacia la población de bajos ingresos.

En 2006, en el municipio de Chipatá (Santander), Bancolombia instaló el primer corresponsal bancario del país, lo que la convirtió en la primera institución bancaria en comenzar a desarrollar un canal transaccional para aquellas poblaciones más alejadas del territorio nacional. A principios del año 2013 se lanzó el producto llamado *Ahorro a la mano*, una cuenta de ahorro de trámite simplificado, que se abre por medio del celular y, a diferencia de otros productos, no tiene una cuota de manejo.

Bancolombia, en su propósito de extender su estrategia de inclusión financiera más allá de las zonas urbanas del país, comenzó a interesarse en las necesidades de la población rural, tanto en su vida cotidiana como en las percepciones de los productos y servicios financieros, lo que posibilitó la propuesta de una investigación poco usual para dicha entidad (observación participativa), ya que los métodos utilizados en el desarrollo de productos y servicios hacia clientes eran hasta ese momento, por lo general, los grupos focales.

La población escogida fue Hispania (Antioquia), municipio cuya cabecera está situada a dos horas de la ciudad Medellín, con aproximadamente 5.000 habitantes, de los cuales el 65% vive en la cabecera municipal y el 35% restante se distribuye en las 11 veredas que conforman el territorio rural de la población. Las actividades económicas que predominan en Hispania son el café y la ganadería. Esta población fue escogida debido a su cercanía con la Dirección General de Bancolombia y por tener las dos actividades económicas más representativas del país.

METODOLOGÍA

Con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se realizó la investigación, que se inició en febrero de 2013 y se culminó en junio de ese mismo año, con tres etapas en su estructura: la caracterización sociocultural de la población, la identificación de los ciclos del efectivo y la consolidación y el análisis de resultados. Se utilizó el método de investigación etnográfico, el cual se basó en la observación participativa: se plantearon la convivencia y el acompañamiento con familias escogidas para entender sus prácticas culturales y económicas.

En este caso, se determinaron, como muestra en zona rural, dos veredas del municipio, La Florida y El Llanete, las cuales presentaban unas dinámicas económicas mayores que las demás; en cuanto a la zona urbana, se determinaron, como muestra, familias dueñas de locales comerciales en el municipio y reconocidas por manejar grandes cantidades de efectivo; en total, se determinaron 110 familias; se realizaron 55 entrevistas, repartidas en las zonas rural y urbana, que se considera un número adecuado si se tiene en cuenta el criterio de saturación establecido por la Teoría Fundamentada o Fundada (*Grounded Theory*), bajo el cual se detecta a partir de cuál momento las nuevas entrevistas no aportaban algo adicional a la investigación (Glaser y Strauss, 1967). Para iniciar la investigación se establecieron alianzas claves con el gobierno municipal, el hospital y las juntas de acción comunal, entes estratégicos para la recopilación de información demográfica e identificación de líderes naturales en la población.

Para la primera etapa de la investigación se definieron tres momentos fundamentales: momento 1: definición de la unidad poblacional y generalidades demográficas, etapas en las que se delimitaron

variables como transporte, organización espacial, forma de propiedad y ocupación de tierra; momento 2: generalidades económicas, políticas y familiares, que hacen referencia a variables como actividades económicas, culturas de la formalidad y la informalidad, impacto económico y social de actividades ilícitas para la unidad poblacional, dinámicas micropolíticas y prácticas inclusivas en el contexto local; momento 3: tendencias en la unidad doméstica, en las que se definieron las siguientes variables: distribución de cargas económicas en el hogar, estructura de gastos de la unidad doméstica, racionalidad económica y toma de decisiones, propiedades muebles e inmuebles, modalidades y percepción del ahorro, modalidades y percepción del crédito, modalidades y percepción de la inversión, visión y representaciones sociales de la prestación de servicios financieros, visión de futuro, horarios de las actividades, competencias educativas y redes de socialización.

Por otra parte, en la etapa de identificación de ciclos del efectivo se trabajó con tres variables: información demográfica, identificación de actores económicos y construcción ciclos del efectivo. Para las entrevistas se diseñó un cuestionario de diez preguntas orientadas al uso del efectivo, tales como: ¿cuál es su fuente principal de ingresos?, ¿cuáles son sus gastos?, ¿con cuál periodicidad tiene ingresos de dinero? y ¿qué hace con el dinero excedente después de pagar sus obligaciones?, entre otras.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Entre los resultados cuantitativos importantes que arrojó la investigación se pudo concluir que al menos el 40% de la población rural tuvo o tenía un producto financiero; se destacan las cuentas de

ahorro como el producto principal. Casi el 80% conocía los servicios básicos ofrecidos por los corresponsales bancarios de Bancolombia (en la actualidad existen tres corresponsales bancarios, de los cuales uno se implementó en 2011, otro en 2013 y el tercero en 2014), tales como el pago de servicios públicos, la consignación y el retiro del efectivo.

A continuación se muestran otros resultados importantes:

Tabla 1. Porcentaje de familias que respondieron de forma positiva según cada variable

VARIABLE	PORCENTAJE DE FAMILIAS
Identificación de la marca Bancolombia	35%
Ahorro formal (en producto financiero)	35%
Ahorro informal (natillera o alcancía)	80%
Utilización de prestamistas	60%
Crédito con entidad bancaria	30%
Identificación de corresponsales bancarios	90%
Conocimiento de productos bancarios (aparte de las cuentas de ahorro y los créditos)	30%

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, se concluyó que el poder que genera el dinero en efectivo en la población es fundamental al momento de entender su cultura y de introducir productos y servicios financieros; no es lo mismo el poder que genera un fajo de billetes frente a otra persona que el que generaría una simple tarjeta plástica, por lo que se concluye que el volumen del dinero en efectivo crea estatus. La seguridad en la población cumple un papel fundamental en la utilización del dinero en efectivo; al sentirse la población segura, no existe un beneficio adicional para la utilización de medios financieros como las tarjetas de débito o las cuentas de ahorro.

El reducido conocimiento en educación financiera se convierte en un obstáculo para la inclusión financiera de la población rural; el desconocimiento en el funcionamiento de la misma permite que

se creen mitos e imaginarios sociales, que limitan el acceso a las instituciones financieras. En estrecha asociación con lo anterior, no existe una identidad bancaria entre la población rural; no hay una diferenciación entre los bancos que en la actualidad existen en el país y simplemente se hace referencia de “el banco” al referirse a cualquier entidad financiera; fue así como tan solo el 40% de la población en las veredas identificaban bancos como el Agrario, Davivienda y Bancolombia.

En el casco urbano, el 60% de los negocios son familiares e informales; no existe un interés claro para formalizarse y, al mencionar la última palabra, solo se hace referencia al pago de impuestos. La utilización sociocultural del lenguaje de la población puede llegar a ser uno de las claves para comenzar a crear cercanía con las instituciones financieras; el uso de refranes, el respeto por las historias de sabiduría de los antepasados y el uso de modismos se convierten en la llave de entrada a su vida cotidiana.

La venta de productos y servicios entrelazados con estrategias comerciales de acumulación de puntos y concepción del riesgo (rifas y chances) brinda la posibilidad a los clientes de materializar los costos de utilización de dichos productos y servicios, lo que permitirá que el pago de los mismos se vea, no como un gasto, sino como una ganancia.

Las redes de transmisión de la información son muy eficientes y se realizan, en su mayoría, por medio de los jóvenes, lo que permite plantear, de manera concluyente, la importancia del papel de este segmento en la población rural. La utilización de la tecnología para la inclusión financiera puede llegar a ser un aliado fundamental en el momento de la satisfacción de las necesidades de la

población, debido a que la misma puede reducir de manera significativa los problemas de movilidad entre la cabecera municipal y las zonas veredales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La importancia de la inclusión financiera en el mundo es objeto de un creciente número de estudios y prácticas de instituciones del sector financiero. Colombia está cercana a esta visión y al objetivo de incrementar el acceso a los servicios financieros de las poblaciones más vulnerables y rurales, para lo cual se han formulado políticas públicas de desarrollo e inclusión social. Iniciativas como el programa de Banca de las Oportunidades son clara muestra de la intención de hacer más accesibles los servicios financieros a los colombianos.

Aunque los avances en materia de inclusión financiera en Colombia son buenos, aún continúa la brecha entre lo urbano y lo rural. Se debe trabajar en políticas públicas adicionales que respondan y satisfagan las necesidades de este segmento de la población colombiana. Así mismo, la alianza público-privada debe continuar fortaleciendo estrategias conjuntas para crear una inclusión financiera sostenible en el tiempo. Los corresponsales bancarios continúan siendo el principal modelo de inclusión financiera en las poblaciones rurales; sin embargo al ser los mismos netamente transaccionales, el modelo se estanca y en algunas ocasiones no genera la rentabilidad esperada.

Es importante que las instituciones financieras reconozcan que no poseen productos y servicios adecuados a las necesidades de ahorro, financiación e inversión para la población rural; se deben

crear dichos productos y servicios con base en los flujos de efectivo y la periodicidad en la capacidad de pago de la población.

El poder sociocultural que el dinero en efectivo tiene en las zonas rurales es una de las barreras principales de la implementación de modelos de inclusión financiera efectivos; sin embargo, se puede contrarrestar con productos y servicios basados en las necesidades que dicho poder sufre en la población.

Al realizar este tipo de investigaciones en las poblaciones rurales, en donde el enfoque principal es el trabajo conjunto con la misma población, se genera una conexión entre institución financiera y población, que puede generar, en el momento de implementar estrategias de inclusión, un compromiso de utilización de los productos y servicios, debido a que se sentirán partícipes de dicha construcción.

Es importante tener en cuenta, al momento de realizar una investigación del tipo de la presente, aspectos como los siguientes: el lenguaje por utilizar, pues debe ser claro, simple y sin empleo de tecnicismos; la generación de una confianza basada en el respeto, que procure no sobrepasar la línea de lo personal, y, de manera constante, la revisión de los objetivos y el porqué de la investigación.

Según los resultados arrojados por la misma, se deben considerar modelos de inclusión financiera que incorporen una gestión educativa, basada en estrategias de formación financiera, y una gestión social en la que se pueda generar un vínculo de bienestar con la comunidad. Con base en estos

resultados, Bancolombia realizó un proyecto piloto en la población de Hispania, en el cual implementó un modelo de cultura financiera, orientado a incrementar productos y servicios financieros mediante una sensibilización en educación financiera y tecnológica y la promoción de su producto *Ahorro a la mano*, una cuenta que se abre por medio del celular. Así mismo, impulsó, mediante un corresponsal bancario móvil, los servicios de corresponsalía en las zonas rurales del municipio. Con base en los resultados de dicho proyecto piloto, Bancolombia espera continuar masificando el modelo de cultura financiera a otras poblaciones rurales del país.

REFERENCIAS

- Álvarez Roldán, A. (1994). La invención del método etnográfico. Reflexiones sobre el trabajo de campo de Malinowski en Melanesia. *Antropología*, 7, 11-13.
- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia, ASOBANCARIA (2014). *Reporte de bancarización 2014*. Recuperado el 8 de febrero de 2015, de: <http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/4394197.PDF>
- Congreso de Colombia (2014). *Ley 1735, de 21 de octubre de 2014* (ley de inclusión financiera). Recuperado el 13 de noviembre de 2014, de: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/LEY%201735%20DEL%2021%20DE%20OCTUBRE%20DE%202014.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2005). *Resultados censo general de Colombia*. Recuperado el 18 de abril de 2014, de: <http://www.dane.gov.co>
- Gardeva, A., y Rhyne, E. (2011). Oportunidades y obstáculos para la inclusión financiera. Informe de la encuesta. *Centro para la Inclusión Financiera*, 12. Recuperado el 18 de abril de 2014, de: https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/12/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion_spanish.pdf
- Glaser, B., y Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Nueva York: Aldine.
- Khan, M. H. (2001). La pobreza rural en los países en desarrollo. Su relación con la política pública. *Temas de Economía* (Fondo Monetario Internacional), 26, 1-17. Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/issues/issues26/esl/issue26s.pdf>

- Mas, I, y Marawczynski, O. (2009). Designing mobile money services lessons from m-pesa. *Innovations. Technology / Governance / Globalization*, 4(2), 77-92.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MinTIC (2013). *Boletín trimestral de las TIC: cifras cuarto trimestre*. Bogotá: MINTIC.
- Moro, B (2012). La hora de la Colombia rural. *Hechos de Paz*, 63, 4-9.
- Patiño Castro, O. A. (2010). *El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado. Una aplicación para las microempresas informales de Bogotá D.C.* Tesis de grado doctoral, Universidad Nebrija, Madrid.
- Spiegel, P. (2007). *Muhammad Yunus: el banquero de los pobres*. España: Sal Terrae.
- Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades (2013). *Reporte de inclusión financiera*. Bogotá: Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades. Recuperado el 5 de febrero de 2015, de: http://www.bancadelasoportunidades.gov.co/documentos/Reporte%20Inclusion%20Financiera/3er_reporte/reporte_web.pdf
- TEDGlobal (2005). Iqbal Qadir dice que los móviles luchan contra la pobreza. *TED Conference*. Recuperado el 23 de octubre de 2014, de: https://www.ted.com/talks/iqbal_quadir_says_mobiles_fight_poverty?language=es