

## II. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO EN COLOMBIA<sup>20</sup>

### A. JUSTIFICACIÓN

Los instrumentos de pago que la población habitualmente usa en sus transacciones son el efectivo, los cheques, las tarjetas débito y crédito, y en menor proporción, las transferencias electrónicas de fondos. Estos instrumentos dan inicio al proceso de pagos y se conectan con los sistemas de bajo valor. Su desarrollo se ha dado con el propósito de facilitar el intercambio, reducir los costos de transacción, garantizar la seguridad en el intercambio; y se han visto favorecidos por los avances en los sistemas de información, así como por el progreso tecnológico<sup>22</sup>. Aun cuando históricamente el efectivo ha dominado el proceso de intercambio de bienes y servicios, el surgimiento y la popularización de otros instrumentos de pago (provistos en su mayoría por establecimientos de crédito), ha generado algunos cambios en las formas de pago preferidas por la población, así como en su aceptación por parte de los comerciantes.

El entendimiento sobre la forma en la cual los consumidores pagan por sus transacciones es un tema que ha cobrado especial importancia para los bancos centrales, tanto en términos de eficiencia como de riesgo. En el primer caso, disponer de cifras que permitan conocer el uso de los instrumentos de pago puede contribuir

---

21 Se agradece a la Subgerencia Industrial por permitir incluir un grupo de preguntas, elaboradas por el Departamento de Seguimiento a la Infraestructura Financiera en la encuesta nacional de provisión y estado de los billetes y monedas (Epnebm), realizada por el Centro Nacional de Consultoría; así como a Héctor Zárate, por su colaboración en el procesamiento de los datos que se usan en el presente informe. De igual forma, se agradecen las sugerencias recibidas de Carlos Arango.

22 Rambure, D.; Nacamuli, A. (2008). *Payment Systems from the Salt Mines to the Board Room*, Palgrave: MacMillan.

a la labor de seguimiento que debe realizar el Banco de la República al funcionamiento de los sistemas de pagos de bajo valor. En el segundo caso, y considerando el papel del banco central como único competidor de los instrumentos de pago provistos por los establecimientos de crédito, se reconoce el potencial que estas cifras pueden representar como elementos indicadores de la confianza del público en los pagos que realizan en la economía.

Con el propósito de cuantificar tanto las preferencias de los consumidores por realizar pagos con efectivo, cheques y tarjetas bancarias, así como la aceptación de los mismos por parte de los comerciantes, el Departamento de Seguimiento a la Infraestructura Financiera (DSIF), del Banco de la República, diseñó un conjunto de preguntas para cuantificar el uso reciente de estos instrumentos de pago en Colombia.

La información, que proviene de esas preguntas, pretende describir las preferencias de la población y la aceptabilidad por parte de los comerciantes por los instrumentos de pago más comúnmente utilizados en las transacciones relacionadas con la compra al por menor de bienes no durables (tales como alimentos, vestuario, transporte y otros).

Esta encuesta constituye un primer intento por caracterizar las preferencias de la población por los instrumentos de pago que usan para liquidar sus transacciones, a partir de la percepción (opinión) de los encuestados. Por lo tanto, los resultados no pueden considerarse como cifras exactas sobre la forma en la cual consumidores y comerciantes dan finalidad a sus transacciones.

## B. FICHA TÉCNICA

Con el fin de evaluar la provisión de efectivo en el país, el Departamento de Tesorería del banco central colombiano diseñó unas encuestas de opinión para el público general y los comerciantes minoristas que fueron realizadas por el Centro Nacional de Consultoría, entre el 2 de noviembre y el 6 de diciembre de 2012. El DSIF participó también en esta encuesta, incluyendo unas preguntas con el propósito específico de analizar las preferencias de la población por los instrumentos de pago<sup>23</sup>.

---

23 Los medios de pago (efectivo, cuentas corrientes y de ahorro, y crédito) sirven como unidad de cuenta y permiten acumular poder de compra por ser reserva de valor. Los instrumentos de pago (efectivo, cheques, transferencia electrónica de fondos y tarjetas débito y crédito) son los artefactos que transfieren órdenes de pago (Hernández, A. 2009, “Banca móvil y bancarización de los pobres: implicaciones macroeconómicas”, Programa Midas, USAID).

## 1. Ficha técnica de la encuesta

La muestra efectiva incluyó a 3.075 personas y 2.245 comerciantes, residentes en áreas urbanas de 35 ciudades del país<sup>24</sup>. En la sección de *público general* se entrevistaron personas de todos los estratos socioeconómicos, entre 18 y 80 años de edad. Para la sección de *comerciantes* se entrevistó a propietarios o administradores, tesoreros y jefes de recaudo de cada establecimiento (hipermercados y supermercados, minimercados y supermercados de barrio, tiendas de barrio y misceláneas, restaurantes, y estaciones de servicio). En el caso de taxis y buses se entrevistó en los paraderos a propietarios o conductores de turno. En ambas encuestas se utilizó un método de muestreo aleatorio estratificado multietápico de elementos, mediante la técnica de entrevista presencial, con una confiabilidad del 95%.

## 2. Submuestra del DSIF

Para analizar el uso de los instrumentos de pago, el DSIF seleccionó una submuestra de ciudades, incluyendo aquellas, que por su tamaño relativo, sugieren la presencia de canales transaccionales modernos, como los datáfonos y los cajeros automáticos. Estas ciudades son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Pereira, Manizales, Villavicencio y Cúcuta.

La submuestra representa el 64,7% del total de encuestados para la sección de *público general* (consumidores), y el 65,5% del total de *comerciantes*. Aun cuando esta delimitación representa una pérdida en el número de respuestas obtenidas, los aspectos demográficos tanto del público general como de los comerciantes guardan gran similitud con los de la muestra total.

En el caso particular del público general, la distribución por género de la submuestra señala que las respuestas provienen en un 50,5% de hombres y en un 49,5% de mujeres. Para la muestra total, estos porcentajes son de 50,4% y 49,6%, respectivamente. De igual forma, la distribución por edad en la submuestra concentra el 69,1% en personas con edades entre 25 y 64 años, mientras que en la muestra total este grupo está representado por 69,5% de los encuestados.

Por el lado del comercio, en la submuestra los establecimientos ubicados en los estratos socio-económicos 1, 2, 3 y 4 del “sector residencial” corresponde a 86,5%, mientras que para la muestra total esto equivale a 87,3%. De igual forma, los es-

---

24 Estas ciudades son: Apartadó, Arauca, Armenia, Barrancabermeja, Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá, Cali, Cartagena, Cúcuta, Espinal, Flandes, Florencia, Guadalajara de Buga, Ibagué, Ipiales, Itagüí, Leticia, Manizales, Medellín, Melgar, Mitú, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Santa Marta, Santa Rosa de Cabal, Sogamoso, Sincelejo, Tuluá, Tunja, Valledupar, Villavicencio y Yopal.

tablecimientos ubicados en el “sector comercial” concentran 4,8% de la submuestra, y 4,7% de la muestra total<sup>25</sup>.

## C. RESULTADOS

Como se explicó en la anterior sección, los resultados que se reportan a continuación corresponden a encuestas independientes, diseñadas para el público general (consumidores) y para los comerciantes, en la submuestra de ciudades definidas por el DSIF. Tanto a consumidores como a comerciantes se les aclaró que sus respuestas debían enfocarse solo en las compras de bienes no durables, como alimentos, vestuario y transporte. Los resultados de este informe corresponden a respuestas ponderadas por los factores de expansión suministrados por la empresa encuestadora.

### 1. Análisis de resultados de las encuestas al público general

Para este segmento de la población la empresa encuestadora hizo énfasis en que el propósito de las preguntas consistía en conocer su percepción sobre las preferencias en el uso de los instrumentos de pago en sus compras mensuales habituales; es decir, que la unidad de observación es el individuo, por lo cual las respuestas y los aspectos demográficos son propios del encuestado.

#### a. Características de la población encuestada

El 45,4% de los encuestados manifestó haber recibido ingresos mensuales iguales o inferiores a un salario mínimo en el año 2012 (\$566.700), 42,4% devengó ingresos entre \$566.701 y \$3 m y 4,0% tiene ingresos superiores a \$3 m.

En cuanto a su ocupación, 26,9% son trabajadores independientes, 23,2% se dedica al hogar, y 21,7% son empleados de tiempo completo. Tan solo 6,4% manifestó estar buscando empleo, y 21,8% se compone de jubilados, estudiantes, trabajadores de tiempo parcial y empresarios.

Por nivel educativo, 39,7% del público general contestó tener estudios de secundaria, 20,8% tiene estudios de educación primaria, 16,5% estudios universitarios y 15,7% estudios técnicos. El porcentaje de población sin estudios es de 1,6%, y con estudios de postgrado, 5,5%.

---

25 Los establecimientos del “sector comercial” son aquellos que están ubicados en zonas geográficas no residenciales. El “sector residencial”, por su parte, incluye los seis estratos socioeconómicos.

## **b. Disponibilidad de los instrumentos de pago**

Si consideramos el acceso que tiene la población a los medios de pago ofrecidos por las entidades crediticias como una medida de penetración bancaria, se observa un indicador moderado, pues solo 36,4% de la población tiene acceso a cuentas de ahorro, y 7,4% a cuentas corrientes. Las cifras sobre los instrumentos que corresponden a estos medios de pago (cuentas corrientes y de ahorro) señalan que 4,0% de la población tiene chequera y 31,6% tarjeta débito<sup>26</sup>.

Como se observa en el Gráfico 21, los resultados indican que la tarjeta débito es el principal instrumento de pago por medio del cual la población accede a sus depósitos en cuentas corrientes y de ahorros. Por nivel socioeconómico se observa que 75,1% de la población en los estratos 5 y 6 tiene tarjetas débito, mientras que en los estratos 1 y 2 esto corresponde a 20,3%, y en los estratos 3 y 4 el 41,1%. Por nivel de ingresos, 90,7% de las personas con ingresos mensuales superiores a \$3 m tiene tarjetas débito. También tienen este instrumento 15,7% de los que devengan 1 salario mínimo al mes, y 7,8% de las personas que tienen ingresos mensuales inferiores al salario mínimo.

En lo que concierne a la medida de penetración bancaria con base en el número de personas con tarjetas de crédito, se observa que esta es de 21,5% (Gráfico 22).

Por estrato socioeconómico, el 52,7% de la población de los estratos 5 y 6 tiene tarjetas de crédito. Para los estratos 1 y 2, y 3 y 4 estos porcentajes son mucho menores (13,6% y 26,9%, respectivamente). Por nivel de ingreso, se observa que 75,3% de la población con ingresos superiores a \$3 m al mes tienen tarjetas de crédito, al igual que 43,7% de las personas con ingresos entre \$1 y \$3 m mensuales, 9,3% de los que devengan un salario mínimo, y 8,1% de los que tienen ingresos mensuales inferiores al salario mínimo.

Por edad, la tenencia de las tarjetas débito se concentra en quienes tienen entre 25 y 54 años de edad. En el caso de los cheques, los encuestados entre 45 y 54 años representan el grupo de población con mayor tenencia de este instrumento de pago (6,1%) (Gráfico 23).

Sin embargo, para todos los estratos socioeconómicos y grupos de edad, la encuesta señala una mayor disponibilidad de tarjetas débito y crédito, en contraste con los cheques.

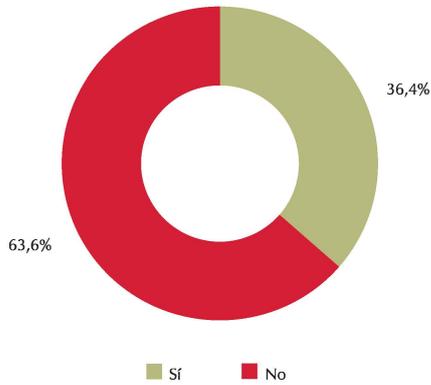
*El acceso de la población a medios de pago como las cuentas corrientes (7,4%) y de ahorro (36,4%) es moderado, al igual que el acceso a los instrumentos de pago correspondientes: tarjetas débito (31,6%) y cheques (4,0%).*

---

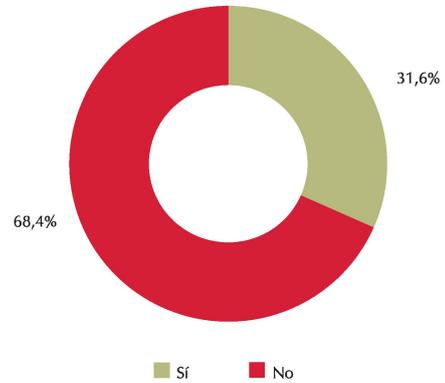
26 Estos resultados muestran gran coincidencia con los que se obtendrían usando cifras de la Superintendencia Financiera de Colombia y DANE a 2012. El acceso a tarjetas débito y cheques, medido por la razón entre el número de cuentas corrientes y la población total, señala un indicador de 6,1%; mientras que la razón entre tarjetas débito vigentes y la población es igual a 38,2%.

Gráfico 21  
Disponibilidad de medios e instrumentos de pago  
(porcentaje)

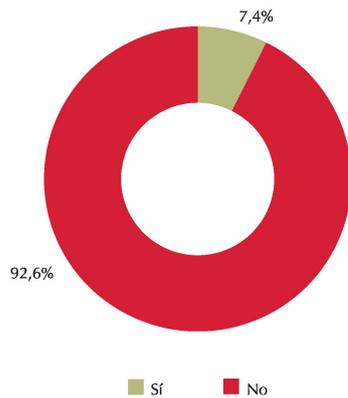
A. Cuenta de ahorros



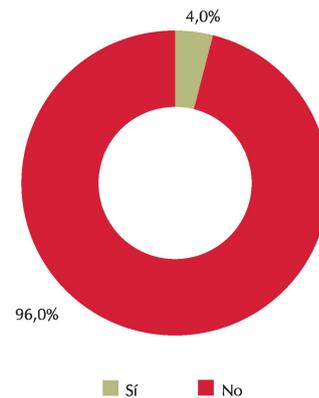
B. Tarjeta débito



C. Cuenta corriente

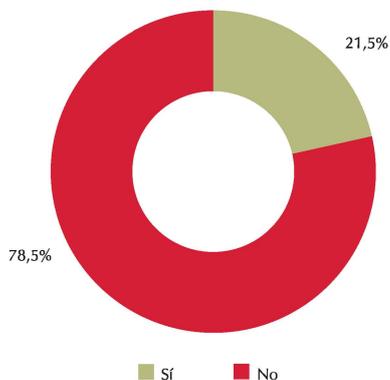


D. Chequera



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

Gráfico 22  
Disponibilidad de tarjeta de crédito



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

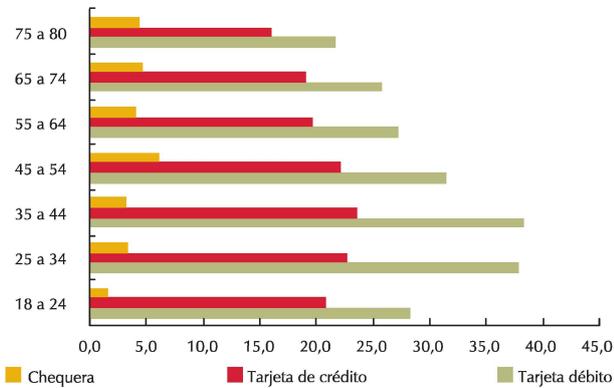
c. *Uso de instrumentos de pago*

Desde el punto de vista del público general, en sus transacciones mensuales predomina el uso de efectivo (90,6%), y en menor proporción tarjetas débito (6,7%) y la tarjeta de crédito (2,5%)<sup>27</sup>. Si se analiza esta misma pregunta para las principales ciudades del país, se obtiene el mismo ordenamiento anterior; sin embargo, se destaca la mayor participación que presentan, de manera conjunta, las tarjetas débito y crédito en Cali (12,0%) y Bogotá (11,6%), frente a lo que se observa

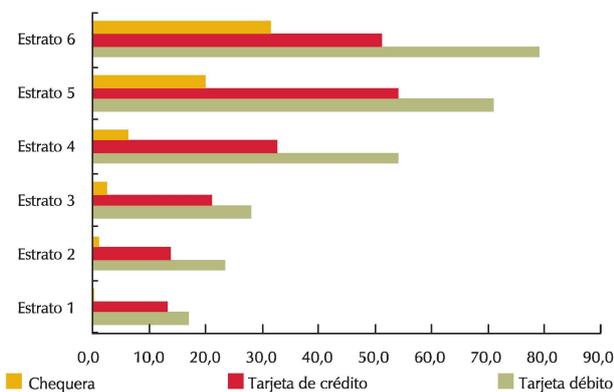
27 La pregunta realizada fue “Mencione los tres instrumentos de pago que utiliza con mayor frecuencia en sus compras mensuales (de alimentos y bebidas, vestuario y transporte), donde 1 es el más utilizado y 3 el menos utilizado”. Las opciones son: efectivo, cheques, tarjeta débito, tarjeta de crédito, otro.

**Gráfico 23**  
Disponibilidad de instrumentos de pago  
(porcentaje)

**A. Por edad**

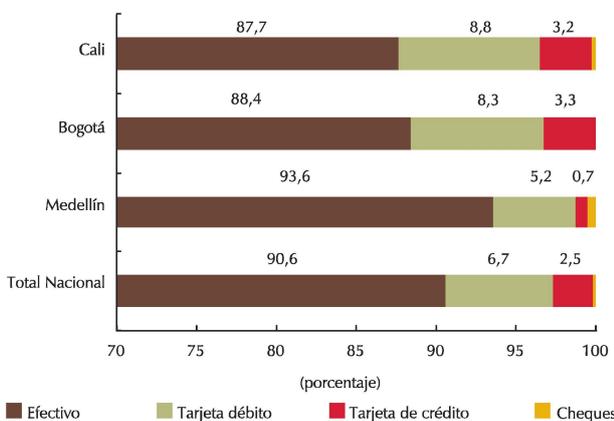


**B. Por estrato**



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

**Gráfico 24**  
Instrumento de pago preferido  
(porcentaje)



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

para Medellín (5,9%) y para el total nacional (Gráfico 24)<sup>28</sup>.

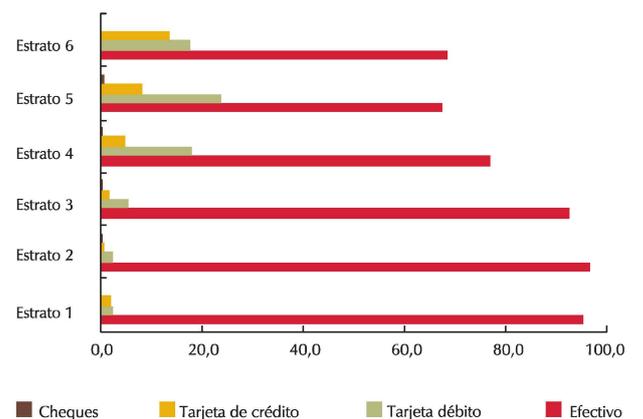
El ordenamiento en las preferencias del público general por los instrumentos de pago es un resultado generalizado en todos los estratos socioeconómicos. No obstante, a medida que se incrementa el estrato se observa cómo las tarjetas débito y de crédito se vuelven cada vez más importantes en las compras mensuales de la población (Gráfico 25).

Este resultado se observa también para el caso de los cheques, pero su participación relativa en las respuestas es considerablemente más baja.

**d. Razones por las cuales el público prefiere pagar en efectivo**

La evidente preeminencia del efectivo frente a los otros instrumentos de pago era un resultado previsible; por lo cual en el cuestionario se incluyó una pregunta con el propósito de examinar las razones del público para preferir pagar sus compras con efectivo, pidiendo al encuestado seleccionar, de un listado de

**Gráfico 25**  
Instrumento de pago preferido por estrato socioeconómico  
(porcentaje)



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

28 Esta misma pregunta, considerando el valor de las compras (en lugar del número), también señala a Medellín como la ciudad con mayor preferencia por efectivo (91,9%), seguida por Bogotá (87,7%) y Cali (85,3%).

alternativas, las razones que mejor explican su preferencia. Las razones sugeridas corresponden a las que más comúnmente se han asociado a esta preferencia por efectivo, y son las que se presentan en la primera fila del Cuadro 25 y en el Gráfico 26.

**Cuadro 25**  
Principales razones para usar efectivo<sup>a/</sup>  
(porcentaje)

	Es más fácil pagar en efectivo	No tiene cuenta de ahorros, corriente o tarjeta de crédito	Puede reutilizar el cambio recibido de manera inmediata	Miedo a que clonen su tarjeta débito y/o crédito	Es menos riesgoso usar efectivo	Sus compras son de bajo monto	Es más barato comprar en efectivo - accede a descuentos	Otra
Bogotá	46,6	20,8	0,3	2,7	1,5	10,2	5,7	12,3
Cali	80,9	4,2	6,3	0,5	2,0	3,3	1,3	1,6
Medellín	72,6	15,3	2,4	1,5	2,4	1,8	3,5	0,6
Total nacional	61,0	17,0	2,0	1,8	1,8	6,2	3,7	6,5

a/ La pregunta realizada fue “¿Por qué razones usa efectivo en sus compras mensuales de alimentos, bebidas, vestuario y/o transporte?” El resultado que se presenta corresponde solo a la alternativa escogida como la primera.  
Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

De las respuestas obtenidas, el 61,0% señala que este resultado se debe a que es más fácil pagar con este instrumento, mientras que 17,0% lo atribuye al hecho de no tener acceso a otras formas de pago. Al descomponer el resultado relacionado con la facilidad de pagar con efectivo por estrato socioeconómico, se observa que 49,0% se concentra en los estratos 1, 2 y 3; mientras que para los estratos 4, 5 y 6 estos porcentajes son 6,9%, 3,2% y 1,9%.

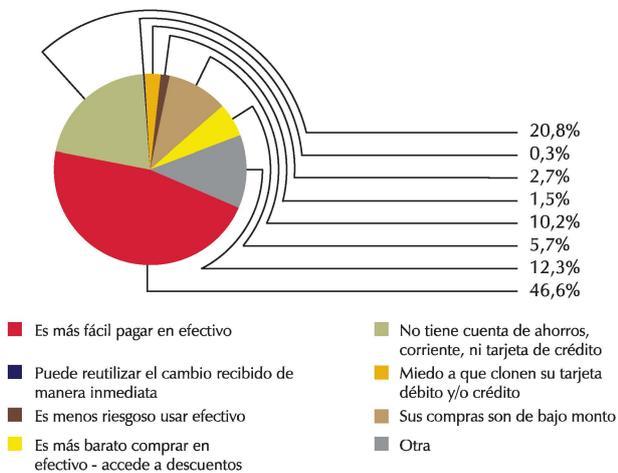
La tercera razón atribuida a la preferencia por efectivo es el bajo valor de las compras (6,2%), y la cuarta, a la posibilidad de acceder a descuentos (3,7%). Estos resultados evidencian que para Bogotá, además de las razones identificadas para el total nacional, se observa un 2,7% de las respuestas asociadas con el miedo de la población a la posible clonación (duplicación) de sus tarjetas.

Una inspección adicional a las explicaciones propuestas por los encuestados para la alternativa “Otra”, atribuyó este resultado al costo de manejo de las tarjetas, gusto, preferencia por no tener deudas, y al hecho de que no todos los establecimientos aceptan pagos con tarjetas (Gráfico 27).

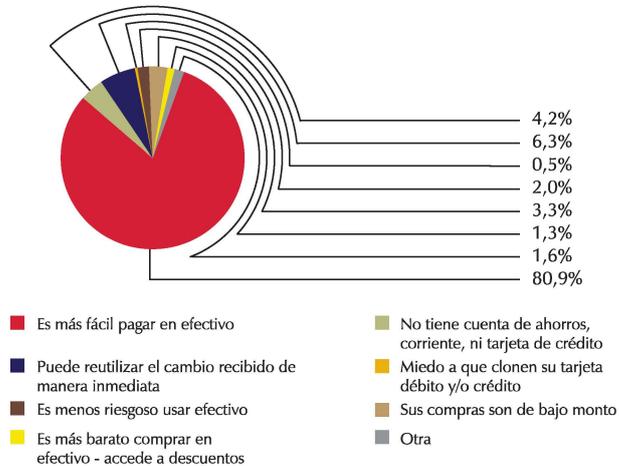
Entre las respuestas citadas por los consumidores, “el costo de manejo de las tarjetas” es la principal razón por la que prefieren el efectivo. Para Bogotá esta alternativa concentró 4,7% de los casos, siendo la proporción explicada por los estratos 2 y 3 del 4,2%, y del 0,5% por el estrato 4. Estos resultados sugieren que para parte de la población de Bogotá de los estratos medios y bajos el costo de tener instrumentos de pago alternativos al efectivo es aún alto para sus ingresos.

Gráfico 26  
Principales razones para el uso de efectivo

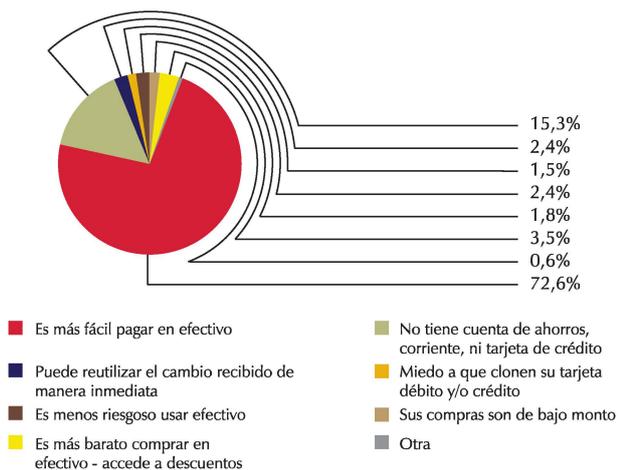
A. Bogotá



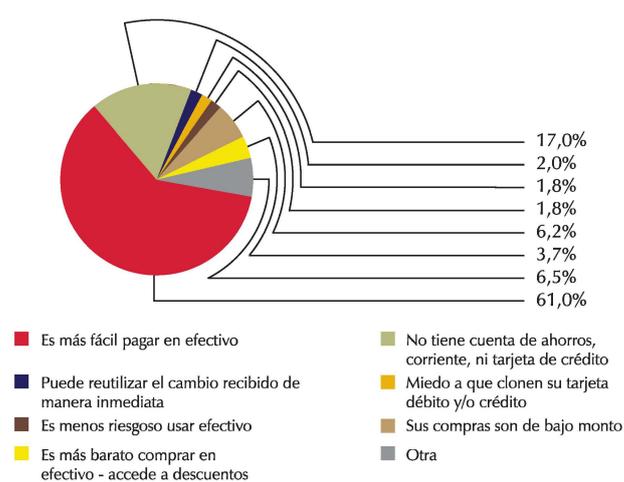
B. Cali



C. Medellín

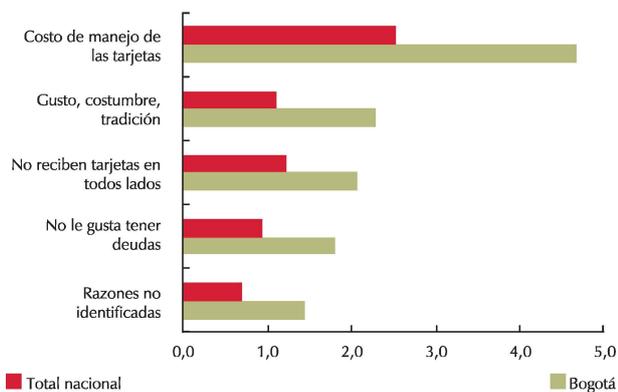


D. Total nacional



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

Gráfico 27  
Otras razones para usar efectivo (porcentaje)



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

## 2. Análisis de resultados de las encuestas a comerciantes

Al inicio de la encuesta a los comerciantes se les aclaró que el propósito de las preguntas era conocer su percepción sobre los instrumentos de pago usados por sus clientes en las compras, y las razones por las cuales ellos como comerciantes reciben efectivo<sup>29</sup>.

29 La encuesta de Fenalco ‘Los consumidores y la temporada navideña’ realizada vía telefónica en once ciudades del país (incluyendo Bogotá, Medellín y Cali), señala que 46% de los encuestados pagó sus compras con efectivo, 28% con tarjeta débito y 22% con tarjeta de crédito. Estos resultados no son comparables con los de la presente encuesta, debido a que las preguntas son exclusivas a las compras de Navidad.

*La baja aceptación de instrumentos de pago distintos al efectivo es un resultado propio de servicios de transporte, tiendas de barrio y misceláneas. En estaciones de servicio, hipermercados y supermercados la aceptación es mayor.*

**a. Estrato socioeconómico donde se ubica el establecimiento comercial**

En el sector residencial se ubica 92,8% de los establecimientos comerciales incluidos en la encuesta. En particular, los estratos 1 y 2 concentran 43,7%, mientras que 42,8% corresponde a los estratos 3 y 4, y 6,3% a los estratos 5 y 6. El porcentaje restante corresponde al sector comercial.

**b. Aceptabilidad de los instrumentos de pago**

Como era esperable, el efectivo es el único instrumento aceptado en todos los establecimientos comerciales. Las tarjetas débito y crédito le siguen en importancia, cada una con una participación de 3,7% (Gráfico 28).

La baja aceptación de los cheques y de las tarjetas débito y crédito en los resultados agregados se encuentran fuertemente influenciados por canales comerciales específicos, como los servicios de transporte (taxis y buses), y tiendas de barrio y misceláneas (Gráfico 29).

En contraste con lo anterior, los minimercados y supermercados de barrio tienen una baja aceptación de tarjetas débito (34,6%), crédito (33,4%) y cheques (15,4%). En las estaciones de servicio la aceptación es mayor (83,1%, 85,8% y 38,8%, respectivamente); en tanto que todos los hipermercados y supermercados aceptan tarjetas bancarias, y un 79,9% acepta cheques.

**c. Uso de instrumentos de pago por parte de los consumidores**

Desde el punto de vista de los comerciantes, el efectivo es el instrumento de pago más utilizado por los clientes. Sin embargo, al analizar por tipo de comercio, se observan coincidencias con los resultados sobre aceptabilidad, particularmente relacionadas con hipermercados y supermercados, y estaciones de servicio (Gráfico 30)<sup>30</sup>.

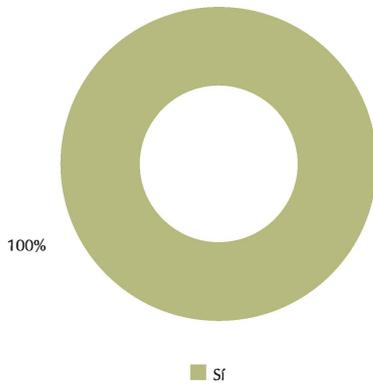
En hipermercados y supermercados el 29,4% de los clientes usan tarjetas; pero las compras con las tarjetas débito (15,7%) son superiores a las realizadas con tarjetas de crédito (13,7%). En estaciones de servicio las tarjetas débito y los cheques siguen en importancia al efectivo; con una respectiva participación de 7,0% y 6,4%. No obstante, las respuestas sobre los cheques utilizados en este último canal comercial es un resultado particular a ciudades como Cúcuta, Manizales y Medellín. Con respecto a los minimercados y supermercados de barrio, el 90,1% de las ventas fueron pagadas por los clientes con efectivo, 5,1% con tarjeta débito y 4,9%

---

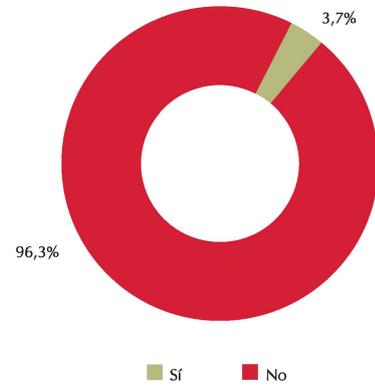
30 La pregunta realizada fue “De acuerdo con su percepción sobre el número de pagos recibidos por sus ventas mensuales, ordene de 1 a 3 las formas de pago más usadas por sus clientes, donde 1 es la más utilizada y 3 la menos utilizada”. Los resultados que se analizan corresponden a la primera alternativa escogida.

Gráfico 28  
Aceptabilidad de los instrumentos de pago

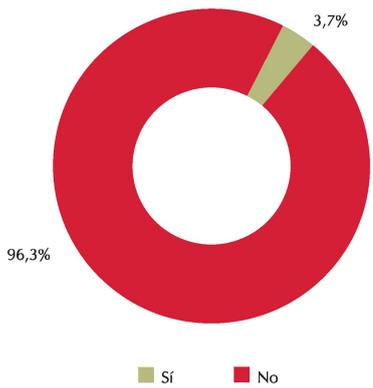
A. Efectivo



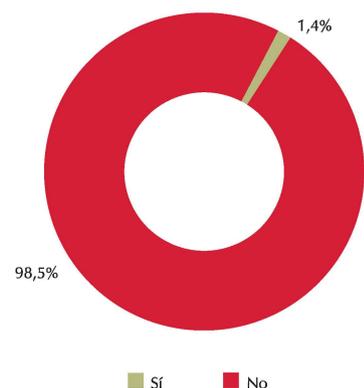
B. Tarjeta débito



C. Tarjeta de crédito

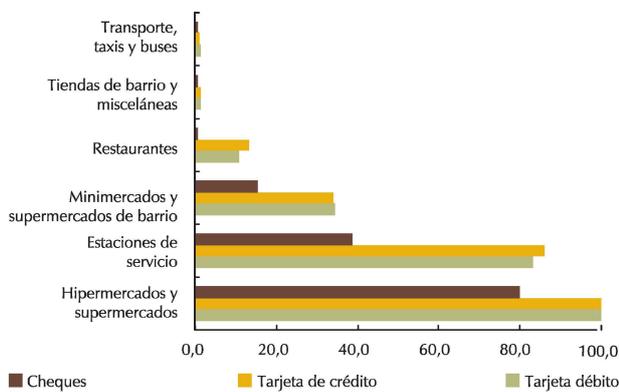


D. Cheques



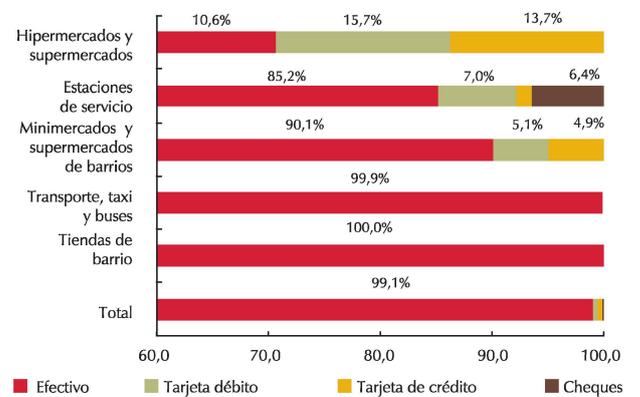
Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

Gráfico 29  
Aceptabilidad de los instrumentos de pago, por tipo de establecimiento (porcentaje)



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

Gráfico 30  
Instrumentos de pago que más usan los consumidores<sup>a/</sup> (porcentaje)



a/ Esta misma pregunta, desde la perspectiva del valor de las compras, genera un ordenamiento similar, siendo el efectivo el instrumento preferido (97,8%), seguido en una baja proporción por las tarjetas débito y crédito.  
Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

con tarjetas de crédito. En el caso de las tiendas de barrio y misceláneas, así como en los taxis y buses el efectivo es casi el único instrumento usado por los clientes (100% y 99,9%).

**d. Razones por las cuales recibe pagos en efectivo**

Entre las alternativas propuestas para explicar los pagos en efectivo realizados por parte de los clientes, la facilidad de recibir este instrumento de pago (54,1%) es identificada por parte de los comerciantes como la alternativa dominante; seguida por otras respuestas distintas a las sugeridas en la encuesta (18,9%), la carencia de datáfonos en los negocios (14,8%) y el bajo monto de ventas por cliente (5,6%) (Cuadro 26 y Gráfico 31).

En el caso particular de estaciones de servicio, hipermercados y supermercados, así como en transporte, taxis y buses, se observa que una de las principales razones por las cuales prefieren recibir pagos con este instrumento no está incluida en el cuestionario (alternativa ‘Otra’ en el Cuadro 26). Una revisión a las encuestas atribuye estos resultados al tipo de negocio (tiendas y transporte público), y a las preferencias de los consumidores (estaciones de servicio, minimercados e hipermercados).

El análisis gráfico por tipo de comercio permite identificar las coincidencias que presentan los minimercados y supermercados de barrio, tiendas de barrio, restaurantes y transporte, al seleccionar ‘la ausencia de datáfonos en el negocio’ como la segunda razón más importante para recibir pagos en efectivo.

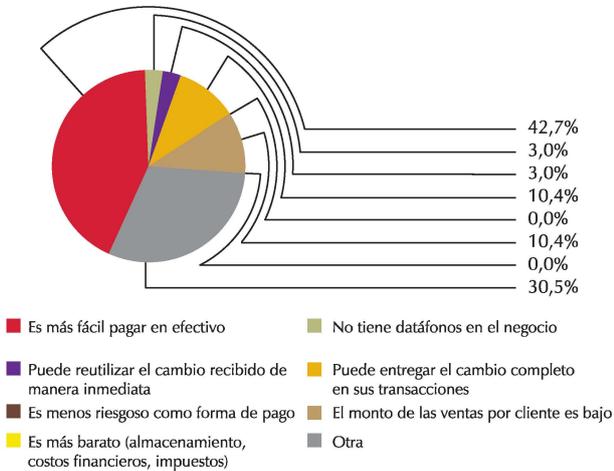
**Cuadro 26**  
Principales razones para preferir que le paguen con efectivo<sup>a/</sup>  
(porcentaje)

	Es más fácil recibir efectivo	No tiene datáfonos en el negocio	Puede reutilizar el efectivo de manera inmediata	Puede entregar el cambio completo en sus transacciones	Es menos riesgoso como forma de pago	El monto de las ventas por cliente es bajo	Es más barato (almacenamiento, costos financieros, impuestos)	Otra
Hipermercados y supermercados	42,7	3,0	3,0	10,4		10,4		30,5
Minimercados y supermercados de barrio	57,5	20,7	3,0	3,3	2,4	0,5		12,7
Tiendas de barrio	57,2	21,9	2,4	1,6	1,7	11,3		3,9
Restaurantes	50,0	15,2	3,5	3,5	2,6	10,4	6,5	8,4
Transporte, taxi y buses	53,5	12,1	1,3	3,1	0,9	3,0	0,3	25,8
Estaciones de servicio	49,9		3,6	12,1		1,4		33,1
Total	54,1	14,8	1,8	2,9	1,3	5,6	0,7	18,9

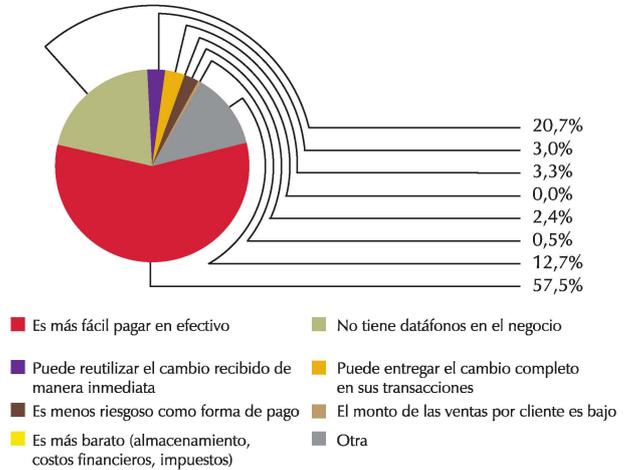
a/ La pregunta realizada fue “¿Por qué razones recibe efectivo?”. El comerciante debía escoger entre las alternativas propuestas (primera fila, cuadro 26), las que explicaban este resultado. Se registra solo la respuesta escogida como la primera.  
Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

**Gráfico 31**  
Principales razones por las que recibe Efectivo por parte de sus clientes

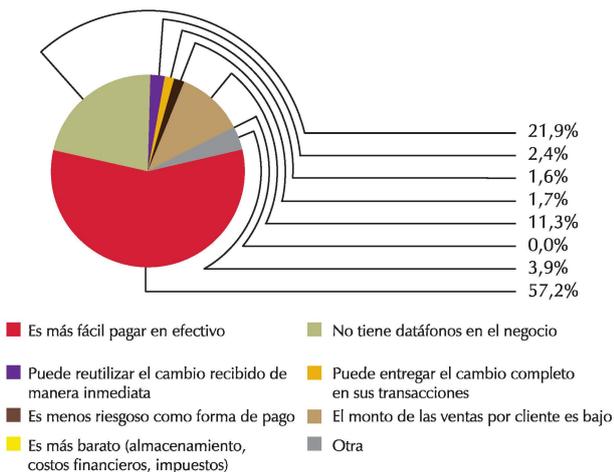
**A. Hipermercados y supermercados**



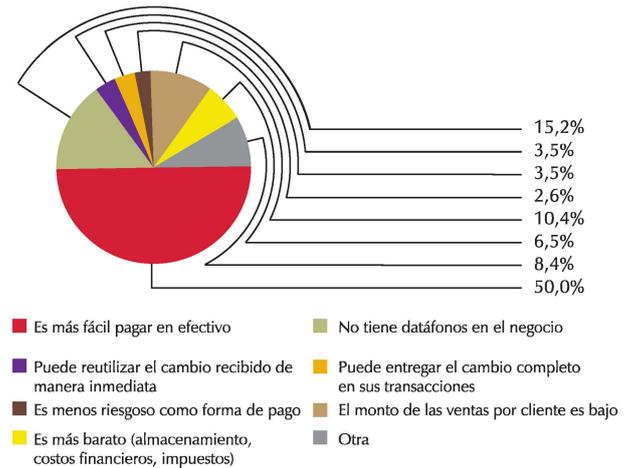
**B. Minimercados y supermercados de barrio**



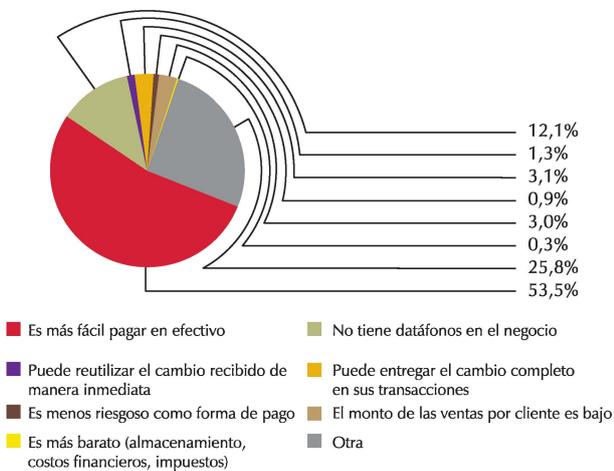
**C. Tiendas de barrio**



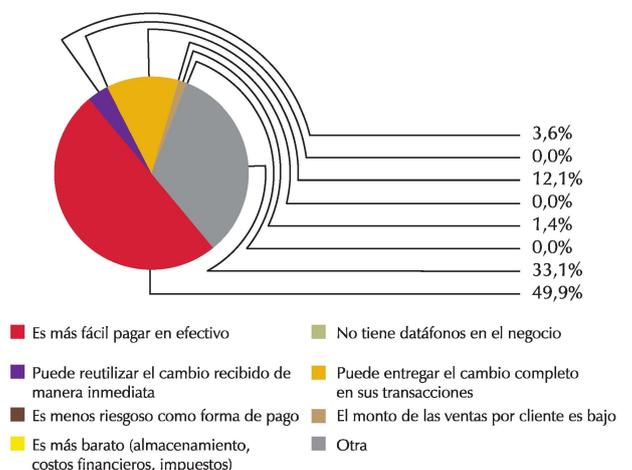
**D. Restaurantes**



**E. Transporte, taxi y buses**



**F. Estaciones de servicio**



Fuente: Banco de la República (Epebm, módulo DSIF).

## D. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados, el instrumento de pago preferido por el público general es el efectivo (90,6%), seguido por las tarjetas débito (6,7%) y crédito (2,5%). No obstante, se observa un uso de tarjetas débito superior a la media nacional en ciudades como Cali (8,8%) y Bogotá (8,3%), frente a lo que se registra para Medellín (5,2%).

Las razones por las cuales el público usa efectivo en sus compras se asocian mayoritariamente a la facilidad que representa para el consumidor efectuar pagos mediante este instrumento, además del bajo nivel de bancarización, entendido como el acceso a cuentas de ahorros y corrientes, o como la tenencia de tarjetas de crédito.

La percepción de los comerciantes sobre los instrumentos de pago que usan sus clientes ratifica la mayor preferencia por efectivo. Por canales comerciales, el ordenamiento de las preferencias de los clientes por los instrumentos de pago es similar. Sin embargo, es notable el porcentaje de la población que hace uso de tarjetas bancarias en hipermercados y supermercados (29,4%), así como en estaciones de servicio (8,4%). En este último canal comercial se destaca también el uso que los clientes hacen de los cheques (6,4%) para pagar sus compras en ciudades como Cúcuta, Medellín y Manizales.

La mayor aceptabilidad de efectivo por parte de los comerciantes se asocia principalmente a la mayor facilidad en el manejo de este instrumento (54,1%), y en menor proporción a la ausencia de datáfonos (14,8%). De nuevo los resultados apuntan hacia una baja presencia de innovaciones tecnológicas (datáfonos) en la actividad comercial minorista.

De acuerdo con la encuesta, por el lado de los consumidores, además de la facilidad de uso que atribuyen al efectivo, la carencia de otros instrumentos de pago explica una buena proporción de las respuestas obtenidas. Consistente con lo anterior, por el lado de los comerciantes este resultado es atribuible a la carencia de canales transaccionales modernos (como los datáfonos). Sin embargo, los resultados identifican una moderada, pero importante penetración de los instrumentos de pago electrónicos por el lado de los consumidores, y una muy limitada aceptabilidad por el lado de los comerciantes, resultando en una baja preferencia por instrumentos de pago alternativos al efectivo en Colombia.

Los resultados de la encuesta DSIF se pueden contrastar con los de la realizada por Fedesarrollo en febrero de 2004 para Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Por lado de los consumidores, los resultados señalaron que la población en ese año realizaba pagos con efectivo en un 92% de los casos, en 4% usaba tarjetas de crédito, en 3% tarjetas débito y en un 1% cheques. Por el lado de los comerciantes, los resultados de esa encuesta mostraron que 44% de las ventas correspondieron a pagos con efectivo, 43% a cheques, 8% a tarjetas de crédito y 8% a tarjetas débito. Suponiendo que las encuestas de Fedesarrollo y del DSIF

son directamente comparables por el lado del público general, es posible afirmar que se observan cambios moderados en el uso de instrumentos de pago por parte de los consumidores. Por el lado de los comerciantes, las encuestas presentan considerables diferencias en los canales comerciales incluidos en las muestras, lo cual dificulta las comparaciones de sus resultados. En el caso de Fedesarrollo las preguntas se incluyeron como un módulo adicional en la encuesta de opinión empresarial (EOE) que esta fundación realiza periódicamente. En el caso del DSIF se incluyeron además de establecimientos de comercio ubicados en el sector residencial y comercial, a los servicios de transporte, representados por taxis y buses.