



Banca por internet: AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD

El sector financiero cumple con un papel preponderante en el proceso de desarrollo económico del país. Sin duda, resulta de la mayor importancia que los productos que ofrece tengan la mayor cobertura en los agentes económicos.

Ahora bien, este mayor cubrimiento es el producto de todo un proceso integral, cuyos esfuerzos se vean orientados a propiciar el ahorro y la inversión productiva con bajos costos y un manejo profesional del riesgo.

El sector financiero colombiano ha venido registrando importantes avances en esa materia. En los últimos años los indicadores muestran un mejor desempeño.

Es evidente que nuestras entidades financieras están comprometidas con una expansión en la oferta de sus servicios.

En tal sentido, la Asobancaria ha querido medir el desarrollo de la banca en internet y para esto ha venido realizando desde hace dos años, una encuesta semestral entre todos sus afiliados con el propósito de monitorear la evolución del sector en la materia.

Las cifras recopiladas en la última versión de la encuesta, correspondiente al año 2002, muestran un crecimiento sostenido en el número de transacciones por internet, las cuales presentaron un incremento del 68.1% frente al año inmediatamente anterior.

En la presente edición de la Semana Económica realizaremos un análisis de la evolución de dichas cifras.

El trabajo está dividido en cuatro partes. En la primera estudiamos la evolución y situación actual de la banca por internet.

En la segunda hacemos un análisis de la contribución del sector al desarrollo del comercio electrónico, como intermediario natural de este negocio.

En la tercera revisamos los avances en la infraestructura de seguridad ofrecida por las entidades para la realización de operaciones por internet.

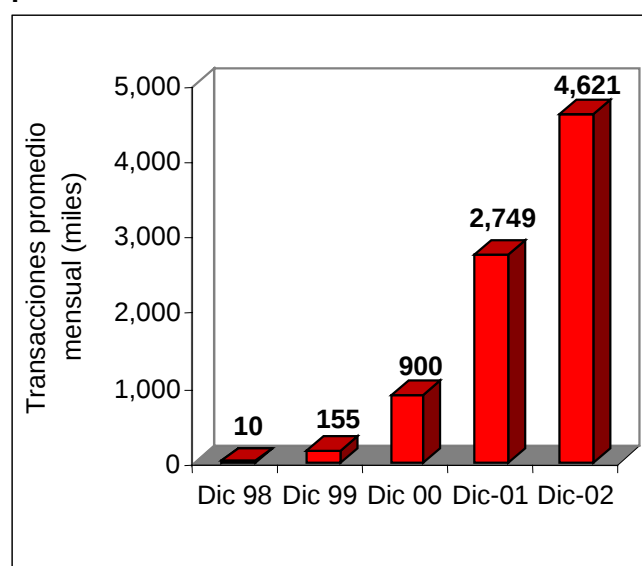
Por último, estudiamos las perspectivas de desarrollo de este canal, basados en las opiniones de los expertos que respondieron la encuesta.

Evolución 1998 – 2002.

Las cifras presentadas a continuación reflejan el impacto benéfico de las herramientas informáticas en la modernización de los sistemas de pago.

De acuerdo con la información entregada por las entidades, las transacciones por internet han crecido 551% promedio anual durante los últimos cinco años, con lo cual el número de operaciones promedio mensual a diciembre de 2002 alcanzó la cifra de 4,621,000. (Gráfico 1)

Gráfico 1
Evolución transacciones promedio mensual por internet.



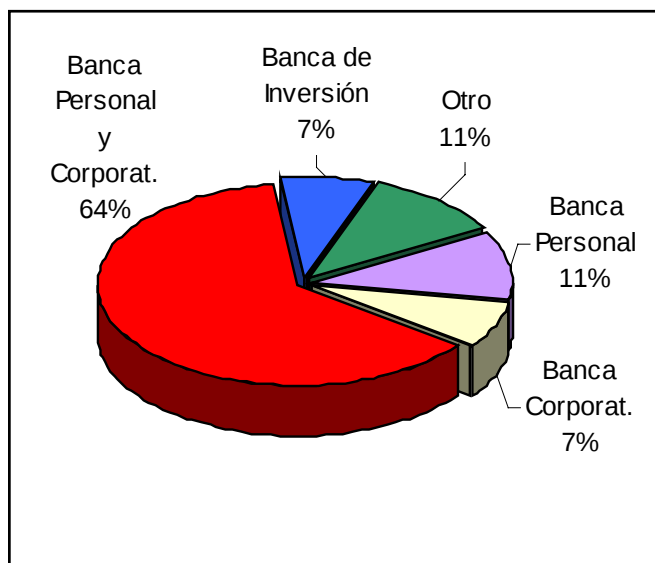
Fuente: Asobancaria

Se calcula que estas transacciones fueron realizadas por 839,413 usuarios activos¹, mientras que a diciembre de 2001, el número de usuarios fue de 660,000. Ello representa un crecimiento de 27.1% en el número de clientes que realizan transacciones por este canal.

Lo anterior implica que, en promedio, cada usuario de internet realizó seis transacciones mensuales, cifra superior al resultado obtenido en el año 2001, cuando fue de cuatro.

Estos datos indican que ha aumentado el número de clientes que utilizan internet para realizar sus transacciones y que la cantidad de operaciones es cada vez mayor.

Gráfico 2
Enfoque tipo de clientes banca por internet.



Fuente: Asobancaria

Por otra parte, es interesante observar que la concentración inicial que se presentó en la banca personal por internet², ha evolucionado hasta convertirse en un canal abierto a todos los segmentos de clientes de las entidades.

¹ **Usuarios activos:** Se refiere a los clientes que realizaron por lo menos una transacción durante el período.

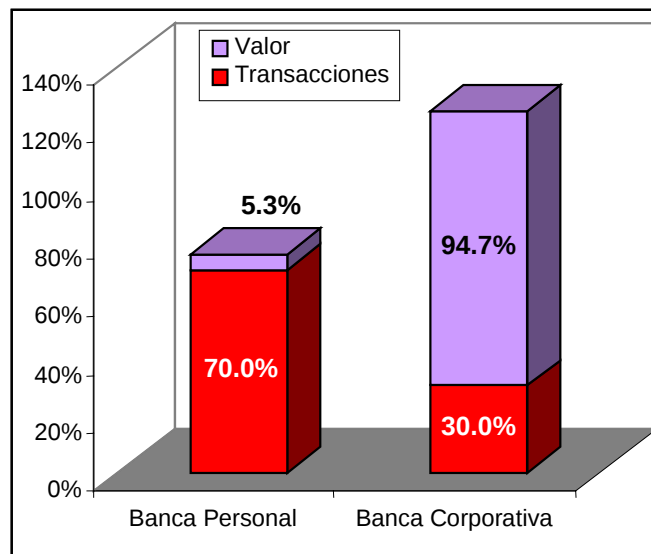
² **Banca personal:** Clientes persona natural

Así, el 64.0% de estas ha orientado sus servicios a la atención de clientes de banca personal y corporativa³ y el 34.0% restante se ha enfocado a un segmento específico de mercado. (Gráfico 2)

Lo anterior demuestra que se ha evolucionado, no sólo en términos del número de transacciones que se realizan por este medio, sino también en la penetración que tiene entre los clientes.

De otro lado, es interesante observar que mientras el 70.0% del total de transacciones es atribuible a aquellas efectuadas por clientes de banca personal⁴, aproximadamente el 94.7% del valor total transado en estas operaciones corresponde a operaciones de banca corporativa. (Gráfico 3)

Gráfico 3
Perfil de clientes.



Fuente: Asobancaria

En cuanto a las transacciones ofrecidas por las entidades, estas incluyen diferentes productos y servicios, siendo las consultas sobre el estado de las cuentas, los créditos y otros productos, las más frecuentes, con el 91.6% de la

³ **Banca corporativa:** Empresas clientes de las entidades.

⁴ **Total transacciones:** incluye consultas, transferencias, pagos, recaudos y apertura de productos, entre otros.

participación en el total de operaciones registradas. (Cuadro 1)

Cuadro 1
Tipología transacciones por internet

Tipo de transacción	Participación
Consultas	91.6%
Transferencias propias	2.1%
Transferencias a terceros	0.7%
Transferencias a otras entidades	1.1%
Pago de servicios públicos	2.7%
Pago de tarjeta de crédito	0.7%
Pago de créditos	0.5%
Otros pagos	0.1%
Solicitud de productos	0.1%
Inscripción a domiciliación	0.1%
Apertura productos	0.0%
Envío información por mail	0.0%
Otros	0.2%
Total	100.0%

Fuente: Asobancaria

Además de las operaciones ya mencionadas, las entidades ofrecen otros servicios a sus clientes a través de internet, como la posibilidad de realizar transacciones a través de WAP⁵, asesoría en línea sobre inversiones, productos y servicios, simulaciones sobre amortizaciones de préstamos y pago de intereses, correo electrónico e internet gratuito.

Asimismo, a través de sus páginas de internet, las entidades dan información detallada sobre productos y servicios, ubicación de agencias y sucursales, investigaciones económicas y conexión con páginas de otras entidades, entre otros.

Esta amplia variedad de servicios es reflejo del interés del sector por lograr una mayor utilización de internet, dadas las ventajas que ofrece, relacionadas con mayor nivel de seguridad, amplitud de horarios, atención personalizada,

descongestión de oficinas y menores costos de operación para los clientes y las entidades financieras.

Comercio electrónico.

El comercio electrónico (o ecommerce en inglés), es una manera de hacer negocios vendiendo o comprando productos, información y servicios, utilizando sistemas informáticos, entre los cuales el más popular hoy en día es internet.

Actualmente, empresas de todos los tamaños han invertido en una industria que hoy en día genera billones de dólares y que tiene un gran potencial.

Por esto, el estado de desarrollo del comercio electrónico fue incluido también en la encuesta sobre banca por internet.

De acuerdo con las cifras obtenidas, del total de entidades que respondieron el cuestionario, el 45.8% ofrece a sus clientes algún tipo de solución de comercio electrónico.

Del 54.2% restante, el 61.5% tiene previsto el desarrollo de mecanismos que permitan a los clientes la realización de transacciones a través de este canal.

Así, a diciembre de 2002 habían sido expedidas 1,456 tarjetas virtuales (débito y crédito)⁶, que permiten la realización de compras a través de internet.

Con estas tarjetas se realizaron 372,074 transacciones de comercio electrónico que representan un aumento de más del 4,000% frente al año 2001.

El valor de estas transacciones, que superó los 1,384 millones de pesos durante el año 2002, representa un aumento en 179% frente al año anterior.

Fortalecimiento de la seguridad en internet.

Con el fin de garantizar la seguridad en las transacciones realizadas por internet, las entidades han adoptado diferentes esquemas de protección.

⁵ **WAP (Wireless Application Protocol):** es un protocolo basado en los estándares de internet que ha sido desarrollado para permitir a teléfonos celulares navegar a través de internet.

⁶ **Tarjeta virtual:** es una tarjeta débito o crédito expedida por una entidad para la realización de compras a través de Internet. Consiste en un número asignado por la entidad, asociado a una clave secreta.

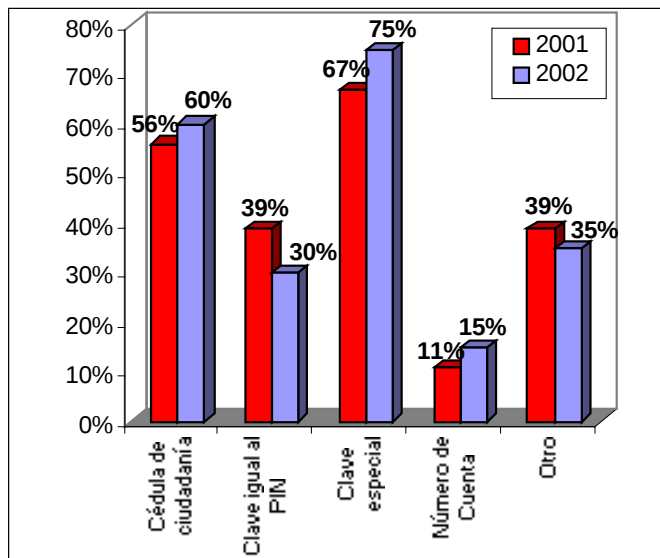
Entre estos se encuentran SSL (que es utilizado principalmente en banca personal), DES, 3DES, intercambio dinámico de llaves públicas y privadas y otros.

Estos mecanismos ofrecen las garantías de seguridad necesarias para las operaciones efectuadas por los clientes del sector, lo cual genera un mayor nivel de confianza en el uso de este canal.

Por otra parte, los requerimientos exigidos a los clientes para el acceso a internet, incluyen el número de identificación, clave, número de cuenta y otros, los cuales varían de acuerdo con la entidad.

Destacamos el hecho de que está aumentando cada vez más, el número de entidades que asignan a sus clientes claves diferentes para internet y los demás canales, con lo cual se garantiza un mayor nivel de seguridad en las operaciones. (Gráfico 4)

Gráfico 4
Requerimientos para la realización de transacciones.



Fuente: Asobancaria

La infraestructura instalada ha permitido que hasta el momento no se haya registrado ningún caso de fraude por vulneración del sistema de las entidades, lo que representa un factor adi-

cional a considerar sobre los beneficios de la masificación de internet en el sector.

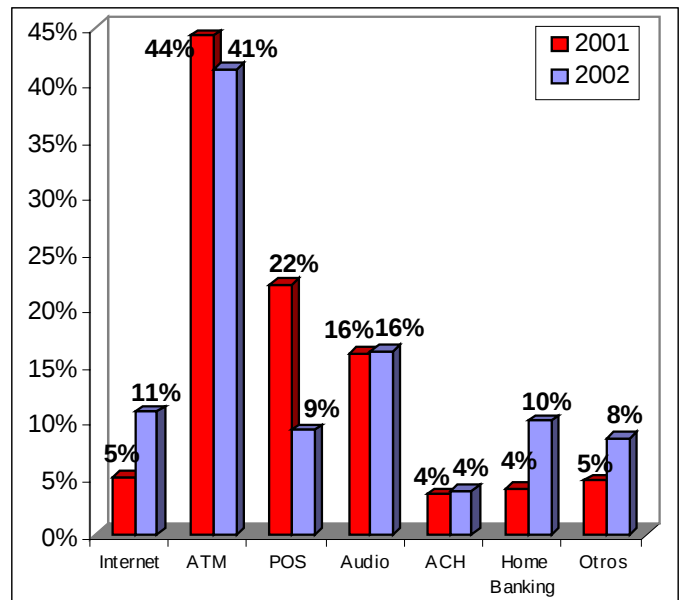
Perspectivas de desarrollo.

Además de las cifras y resultados mostrados en las secciones anteriores, las entidades fueron consultadas sobre las perspectivas y obstáculos para el desarrollo de internet.

Al respecto, resaltamos en primer lugar que la participación de internet como canal para la realización de transacciones, ha tenido un importante crecimiento en el último año⁷.

Esto se refleja en los resultados obtenidos a diciembre de 2002, según los cuales el 10.8% de las transacciones por canales electrónicos corresponde a las realizadas a través de ese medio. En diciembre de 2001 dicha proporción llegaba sólo al 5.1%, lo que significa un aumento del 112.1%. (Gráfico 5)

Gráfico 5
Participación transacciones por canal.



Fuente: Asobancaria

En segundo lugar, los resultados que arrojó la encuesta muestran que el 100% de las

⁷ La participación de cada canal se empezó a medir en la encuesta de diciembre de 2001, por lo cual no se tienen cifras de años anteriores.

entidades que hasta el momento no permiten la realización de transacciones monetarias, las implementará en un futuro.

De igual manera, el 80% afirmó que tiene dentro de sus planes la realización de desarrollos de la banca por internet en el corto plazo.

No obstante estas halagadoras cifras, existe un factor fundamental que incide negativamente en el crecimiento de internet en el sector: la falta de "cultura de internet" en los clientes.

De acuerdo con el 58.3% de las entidades, el factor cultural es el principal obstáculo para la masificación de la banca por internet.

Con el fin de dar solución a esta problemática las entidades han desarrollado diferentes estrategias que buscan aumentar la confianza de los clientes en este canal.

Estas incluyen la realización de campañas publicitarias por diferentes medios y la disminución de las tarifas para las transacciones que se realicen por internet, entre otros.

Conclusiones.

Los resultados obtenidos en la encuesta sobre banca por internet, aplicada a las entidades afiliadas a la Asobancaria, muestran el evidente crecimiento que ha tenido en los últimos años esta tecnología.

Esto se ve reflejado no sólo en el aumento del número y valor de las transacciones realizadas por este canal, sino también en el número de clientes que hacen uso del mismo.

No obstante lo anterior y a pesar de que existe la infraestructura tecnológica que garantiza la seguridad en las operaciones, todavía se presentan factores culturales que inciden negativamente en el desarrollo de la banca por internet.

Por esto, es importante continuar trabajando desde todos los frentes (sector, industria, gobierno) para promover la masificación de este canal.

Con relación a lo anterior, se destaca el programa Gobierno En Línea, el cual en sus proyectos contempla que los ciudadanos puedan realizar trámites y pagos ante los entes públicos por internet.

Este proyecto representa sin duda, un gran potencial para la masificación de la banca por internet.