



En esta Semana:

- **UNA RESPUESTA CLARA.**
- **Banca por Internet: SE CONSOLIDA SU CRECIMIENTO.**

UNA RESPUESTA CLARA.

El pasado 19 de marzo, en el marco de la asamblea general de gobernadores celebrada en Quimbaya (Quindío), el señor gobernador del Valle Angelino Garzón, planteó la posibilidad de que el sector financiero rebaje en un 10% la deuda que tienen los departamentos y los municipios con los bancos, con el objeto de destinar los recursos a inversión social.

La banca es un servicio público. Por ello, las normas constitucionales y legales obligan a sus administradores a proteger de manera cuidadosa los recursos de sus ahorradores y la estabilidad del sector. Una crisis de éste, afectaría a todos los colombianos y a la economía del país.

Los estados modernos han establecido los tributos para poder cumplir con sus obligaciones sociales. Es este el mecanismo apto para que el Estado supla las necesidades de las personas. Y el sector financiero es precisamente uno de los mayores contribuyentes. En el año 2003, los bancos pagaron cerca de \$1.1 billones, cifra equivalente al 58.6% de sus utilidades. No se encuentra entonces la razón para solicitar a este sector que haga una contribución adicional. Cabe recordar que los establecimientos de crédito han colaborado con el departamento del Valle, reestructurando en 4 ocasiones sus obligaciones.

Por otra parte, la rebaja generalizada de los créditos de un grupo de deudores llevaría a los demás a solicitar igualdad de tratamiento. Ello implicaría que las entidades financieras deberían condonar deudas por \$6 billones, con lo que quedarían al borde de la liquidación, poniendo en peligro los recursos de los ahorradores, que son de todos los colombianos.

Banca por internet: SE CONSOLIDA SU CRECIMIENTO

El sector financiero colombiano ha venido registrando importantes avances relacionados con el desarrollo de los medios de pago electrónicos.

Estos avances son el producto de un proceso integral, cuyos esfuerzos han estado orientados a mejorar el servicio prestado a los clientes, a través de un mayor cubrimiento, una gama más amplia de opciones para la realización de transacciones y mayores niveles de seguridad y eficiencia.

Ello ha permitido que la confianza de los usuarios en el sector haya aumentado y en consecuencia, la utilización de los medios de pago presente un crecimiento sostenido durante los últimos años.

Así, los productos y servicios asociados a las nuevas tecnologías presentan, frente a los canales tradicionales, un mayor aumento en el número de transacciones. Este es el caso de Internet, que presenta un crecimiento casi exponencial del 1.832% promedio anual, durante los últimos cinco años.

Esta cifra fue obtenida con base en los resultados de la última encuesta semestral de banca por Internet que realiza la Asobancaria, correspondiente al año 2003.

En la presente edición de la Semana Económica, mostramos los resultados más relevantes obtenidos de esta encuesta.¹

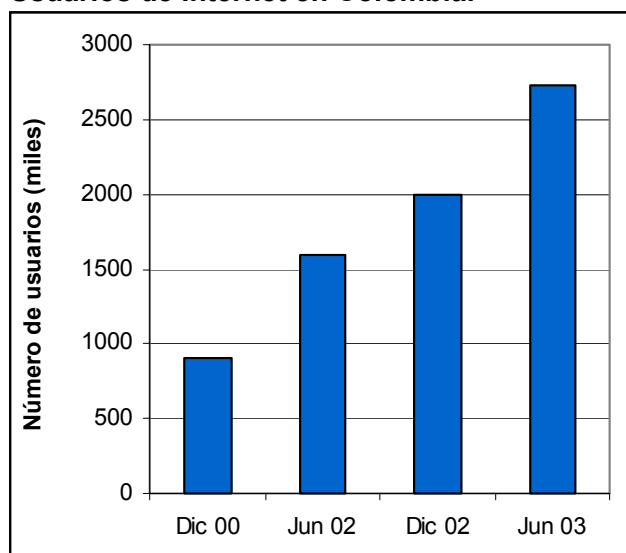
¹ A esta encuesta fueron convocadas 30 entidades financieras afiliadas a la Asobancaria, obteniéndose un índice de respuesta del 77%, equivalente a 23 de éstas. Las cifras aquí presentadas son producto de la expansión hecha por la Asobancaria con base en la información recibida.

Evolución

Internet se ha convertido en uno de los medios de comunicación con mayor desarrollo en los últimos años, lo que se comprueba en su mayor utilización para la realización de transacciones comerciales, financieras y personales, entre otras.

Colombia no es ajena a esta situación, y esto se refleja en el número de usuarios que acceden a este servicio, que para junio de 2003 llegó a 2'732,201. Esto significa que el 6.1% de la población colombiana tiene acceso a esta tecnología.² (Gráfico 1)

Gráfico 1.
Usuarios de Internet en Colombia.



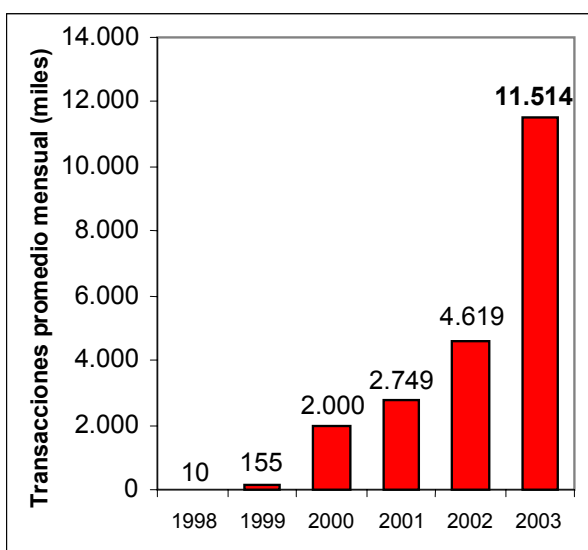
Fuente: CRT

En la banca colombiana, uno de los mayores avances en el desarrollo de Internet ha sido la implementación de transacciones monetarias. En 1998, sólo el 32% de los bancos con presencia en Internet ofrecían este servicio; a finales de 2003, esta cifra se ubicó en 87%.

Así, el número de transacciones realizadas por Internet ha subido de forma casi exponencial durante los últimos años, pasando de 10.000

transacciones promedio mensual a finales de 1998 a 11'514.454 en el período evaluado (Gráfico 2).

Gráfico 2.
Evolución transacciones promedio mensual por Internet.



Fuente: Asobancaria

Las transacciones ofrecidas actualmente por las entidades incluyen consultas de extractos, transferencias entre cuentas de la misma entidad o entre diferentes entidades, pagos o abonos de servicios públicos, tarjeta de crédito, créditos, afiliaciones, etc. (Cuadro 1).

Al igual que en periodos anteriores, las transacciones no monetarias (consultas) continúan teniendo el mayor peso dentro del total, con un 75.2% de participación. Sin embargo, esta proporción es inferior a la registrada el año anterior, de 91.6%, lo que indica una mayor utilización de este canal para la realización de operaciones monetarias.

Estas transacciones fueron realizadas por aproximadamente 748,647 clientes de las diferentes entidades, lo que significa que cada cliente realiza en promedio 12.8 transacciones mensuales a través de Internet, indicador superior al obtenido en diciembre de 2002 de 5.5 transacciones

² **Reporte de Internet en Colombia – Informe consolidado – Resolución 502/02.** Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Noviembre 2003.

promedio mensual por cliente, lo cual indica una mayor dinámica de utilización de este canal.

Cuadro 1.

Transacciones promedio mensual realizadas por Internet.

Transacción	Participación
Consultas	75,2 %
Transferencias otras entidades	12,8 %
Transferencias terceros	4,1 %
Pago Servicios Públicos	2,7 %
Transferencias propias	1,3 %
Solicitud productos	0,8 %
Otros	3,1 %
Total	100.0 %

Fuente: Asobancaria

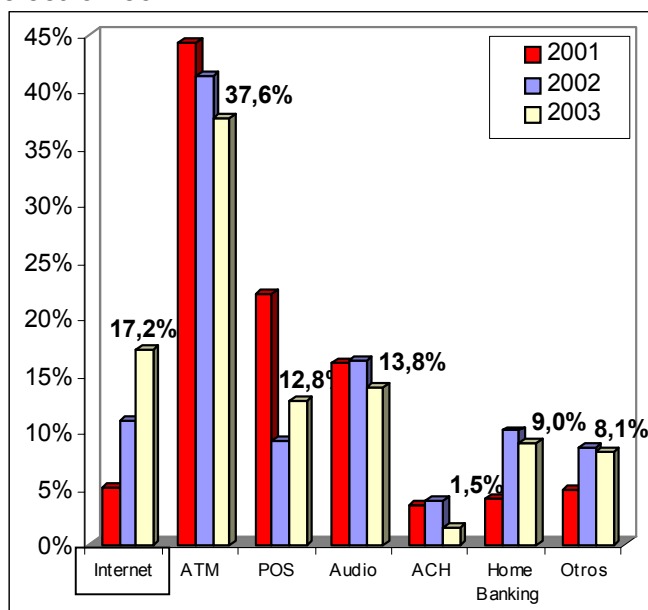
Además de las transacciones monetarias, las entidades ofrecen a sus clientes la probabilidad de realizar otro tipo de operaciones a través de internet como asesoría en línea, simulaciones de créditos y de rentabilidad de productos de ahorro, correo electrónico gratuito e internet gratuito, entre otros.

Otro punto a destacar sobre la utilización de Internet, es su participación en los canales electrónicos.³ Aproximadamente el 17.2% de las transacciones realizadas por clientes del sector a través de éstos, se refiere a operaciones utilizando Internet, lo cual equivale a un aumento en uso de este canal del 59.1% frente al año 2002. (Gráfico 3)

³ Los canales electrónicos incluyen cajeros automáticos (ATM), establecimientos comerciales (POS), servicio de audio, sistema de transferencias electrónicas entre entidades (ACH), home banking (software especializado para realización de transacciones financieras) e Internet.

Gráfico 3.

Participación transacciones por canal electrónico.



Fuente: Asobancaria

Comercio electrónico.

El comercio electrónico se ha convertido en una de las formas más populares del mundo para hacer negocios.

En Colombia, de acuerdo con las cifras obtenidas, del total de entidades que respondieron el cuestionario, el 43.5% ofrece a sus clientes algún tipo de solución de comercio electrónico. Del 56.5% restante, el 52.9% tiene previsto el desarrollo de mecanismos que permitan a los clientes la realización de transacciones comerciales a través de este canal.

Así, a diciembre de 2003 habían sido expedidas 6,939 tarjetas virtuales (débito y crédito)⁴, que permiten la realización de compras a través de Internet.

Además, las entidades financieras ofrecen a sus clientes la posibilidad de realizar compras a través de Internet con débito directo a la cuenta

⁴ **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.

corriente o de ahorros, o con cargo a la tarjeta de crédito tradicional.

A través de este sistema, los clientes de las entidades financieras realizaron 56,392 transacciones durante el año 2003, por un monto de \$20.342'568,107, cifra superior en más de diez veces frente a lo registrado durante el año anterior.

Internet, un medio seguro.

Las entidades que ofrecen Internet como medio para la realización de transacciones, han desarrollado diferentes mecanismos, con el fin de garantizar un adecuado nivel de seguridad a sus clientes.

Estos mecanismos incluyen diferentes métodos de cifrado para almacenamiento e intercambio de información⁵ y varían de acuerdo con el tipo de cliente que realice la transacción: personal o empresarial.

Adicionalmente, se han realizado campañas dirigidas a clientes, con el fin de dar a conocer las medidas preventivas de seguridad que deben tenerse en cuenta al efectuar transacciones a través de los canales electrónicos, incluyendo Internet.

No obstante estas medidas, a la hora de realizar operaciones a través de Internet influyen factores relacionados con el nivel de confianza de los clientes en este canal.

⁵ Los mecanismos mencionados incluyen intercambio dinámico de llaves públicas y privadas y diferentes métodos de cifrado, como:

SSL (Secure Socket Layer): es un sistema diseñado y propuesto por Netscape Communications Corporation. Proporciona sus servicios de seguridad cifrando los datos intercambiados entre el servidor y el cliente con un algoritmo de cifrado simétrico.

DES (Data Encryption Standard): es un esquema de encriptación simétrico que utiliza una clave simétrica de 64 bits, de los cuales 56 son usados para la encriptación, mientras que los 8 restantes son de paridad, y se usan para la detección de errores en el proceso.

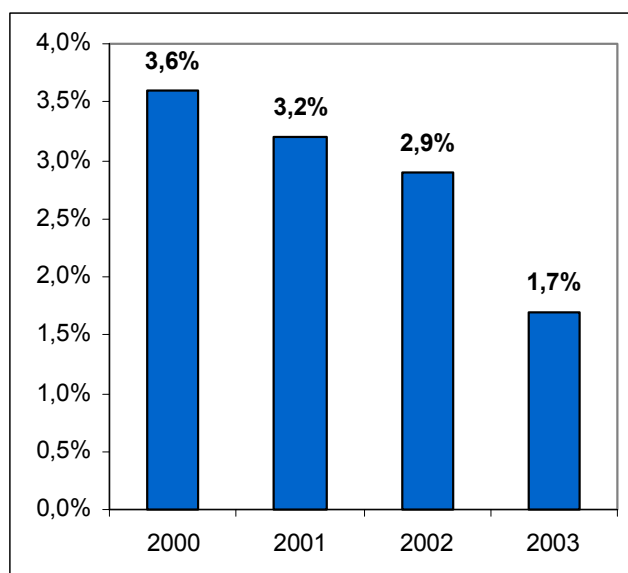
3DES (Triple DES): está basado en tres iteraciones sucesivas del algoritmo DES, con lo que se consigue una longitud de clave de 128 bits, y que es compatible con DES simple.

Ello se demuestra con la respuesta dada por las entidades financieras a la pregunta sobre los mayores obstáculos para la masificación de la banca por Internet.

De acuerdo con estas, la percepción de que no existe un adecuado esquema de seguridad cuando se realizan transacciones, así como la falta de "cultura" Internet de los clientes en el uso de este canal, son las mayores dificultades que se enfrentan en el desarrollo de este medio.

Sin embargo, en la práctica el canal de Internet para servicios financieros es uno de los más seguros. Ejemplo de ello es la información revelada por CyberSource y Mindwave Research, según las cuales, las pérdidas por fraudes en línea en Estados Unidos presentan una tendencia decreciente como proporción del valor de las ventas. (Gráfico 4)

Gráfico 4.
Pérdidas por fraude en línea como proporción del valor de las ventas por Internet en Estados Unidos.



Fuente: CyberSource

Con el fin de garantizar la seguridad de este canal, nuestro país está a la vanguardia de los esquemas desarrollados en otros donde Internet tiene un mayor desarrollo.

De hecho, todas las entidades han implementado sistemas para proteger la privacidad y confidencialidad de las comunicaciones (encriptación), de tal forma que se verifica y monitorea que sólo las personas autorizadas tengan acceso a los servicios de banca por Internet.

Estos mecanismos de seguridad también incluyen el cierre automático de sesiones inactivas durante un periodo de tiempo predefinido y el manejo de esquemas de seguridad para el almacenamiento y acceso a la información.

Costos y comisiones.

El 47.8% de las entidades ofrece el servicio de Internet totalmente gratuito para sus clientes.

El 52.2% restante cobra alguna comisión a sus clientes de banca personal por la realización de algunas de las transacciones por Internet.

En el caso de las consultas de saldos y los pagos de servicios públicos, tarjetas de crédito, crédito u otro tipo de pagos, el valor cobrado se encuentra entre los \$300 y los \$1.000.

En cuanto a las transferencias entre cuentas (incluyendo aquellas entre diferentes entidades) y otras transacciones, la tarifa cobrada oscila entre los \$600 y los \$3.300.

Es importante aclarar que el mayor valor de estas operaciones se debe a que en la mayoría de los casos, es necesario realizar procedimientos operativos adicionales entre entidades, que implican un costo para su ejecución.

En el caso de banca empresarial, el 47.8% de las entidades no cobra tarifa alguna. El 52.2% restante tiene esquemas tarifarios diferentes.

En algunos casos, la tarifa consiste en un cargo fijo mensual independiente del número y clase de transacciones realizadas, que varía entre los \$27,000 y \$75,000; en otros, existe un cobro fijo para cada transacción (o para algunas como transferencias y nómina), el cual oscila entre los \$1,000 y \$7,000; en otros, existe un esquema mixto de un cobro fijo mensual más una tarifa por transacción.

Aún cuando estas tarifas no estaban presentes en los inicios de estos servicios, su introducción no ha afectado el uso del canal de Inter-

net; por el contrario, se mantiene un crecimiento espectacular de sus transacciones, lo que indica que este representa un verdadero valor agregado para los clientes por el cual están dispuestos a pagar.

De hecho, este canal ofrece a sus usuarios la posibilidad de efectuar transacciones en cualquier momento, sin tener que desplazarse del sitio donde se encuentre, eliminando los costos de transporte y minimizando el tiempo requerido para la realización de sus operaciones financieras. Adicionalmente, el hecho de no tener que manipular efectivo cuando se utiliza Internet, disminuye el riesgo para el cliente de ser víctima de delitos como el asalto o el paseo millonario.

En cuanto a los costos para la entidad, Internet representa junto con audioservicio, los canales más económicos para la realización de transacciones, lo cual se constituye en una ventaja adicional para las entidades. (Cuadro 2)

Cuadro 2.

Costo de transacciones por canal para las entidades.

Canal	Costo
Caja	2,184
ACH	1,961
POS	1,122
ATM	916
Home banking	785
Internet	383
Audioservicio	309

Fuente: Asobancaria. Cifras a junio de 2003.

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 relacionados con la confianza de los usuarios en este instrumento, que inciden negativamente en el desarrollo de la banca por Internet.

Por esto, es importante continuar trabajando desde todos los frentes (sector financiero, industria, gobierno) para promover la masificación de este canal, de tal manera que se superen las barreras culturales y se alcancen los beneficios esperados del comercio electrónico y la banca por Internet.