



Banca por internet: CONTINÚA SU EXPANSIÓN

Los medios de pago electrónicos constituyen uno de los pilares de desarrollo del sector financiero en cualquier parte del mundo y Colombia no es la excepción.

Dada la inversión realizada en tecnología y otros recursos, ha sido posible ampliar el cubrimiento y mejorar el servicio prestado a través de estos canales.

Internet es uno de los medios electrónicos con mayor crecimiento en los últimos años, tanto en la realización de transacciones financieras, como en el desarrollo de todo tipo de negocios.

El aumento promedio de utilización de este canal en volumen de operaciones financieras es del 130.6% anual en los últimos cuatro años.

Dadas estas consideraciones, en la presente edición de la Semana Económica, mostramos los resultados más relevantes obtenidos de la encuesta aplicada a las entidades financieras colombianas, sobre la evolución de la banca por Internet en el primer semestre de 2004.¹

Evolución

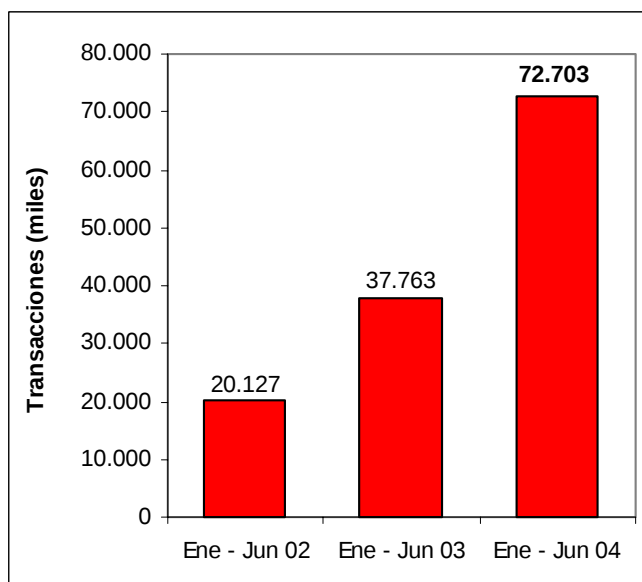
Internet es un medio que ha venido evolucionando aceleradamente, en especial durante la última década. Organizaciones de todas las clases utilizan esta tecnología en sus operaciones diarias.

Colombia no es ajena a esta situación. Esto se refleja en el número de usuarios que acceden a este servicio y que para diciembre de 2003 llegó a 3'084,232, lo cual significa que el 6.9% de

la población colombiana tiene acceso a esta tecnología.²

En el sector financiero colombiano esta situación se ve manifiesta en la evolución que presenta el número de transacciones realizadas por Internet, que pasó de 20.1 millones en el primer semestre de 2001 a 72.7 millones en el mismo periodo de 2004. (gráfico 1).

Gráfico 1.
Evolución transacciones por Internet.



Fuente: Asobancaria

Por otra parte, es interesante observar el comportamiento que ha tenido la utilización de este canal por parte de sus usuarios.

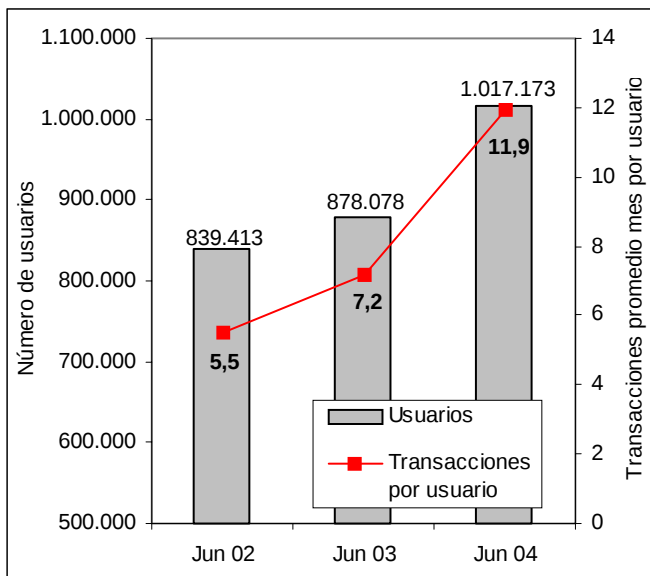
Cada vez es mayor el número de clientes que lo usan para realizar sus transacciones financieras. Durante el primer semestre de 2004, más de un millón de usuarios efectuaron operaciones por este canal.

¹ A esta encuesta fueron convocadas 28 entidades financieras afiliadas a la Asobancaria, obteniéndose un índice de respuesta del 78.6%, equivalente a 22 de éstas. Las cifras aquí presentadas son producto de la expansión hecha por la Asobancaria con base en la información recibida.

² **Reporte de internet en Colombia – Informe consolidado – Resolución 502/02.** Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Junio de 2004.

Así mismo, su frecuencia de utilización ha aumentado: en el primer semestre de 2004, cada cliente realizó en promedio 9.27 transacciones mensuales a través de Internet, indicador superior al obtenido en el primer semestre de 2003 que fue de 7.2 transacciones promedio mensuales por cliente. (gráfico 2)

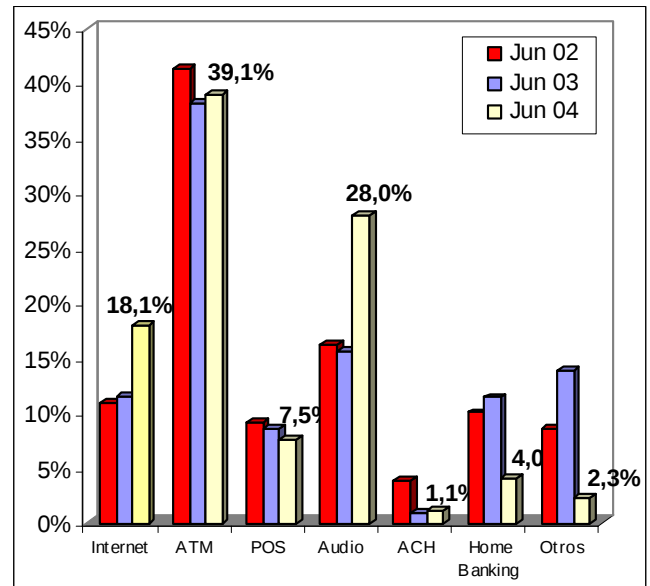
Gráfico 2.
Evolución transacciones por cliente



Fuente: Asobancaria

Otro punto para destacar sobre la utilización de Internet, es su participación en los canales electrónicos. Aproximadamente el 18.1% de las transacciones realizadas por clientes del sector a través de éstos, son operaciones de Internet, lo cual equivale a un aumento en el uso de este canal del 57.1% frente al año 2003. (gráfico 3)

Gráfico 3.
Participación transacciones por canal electrónico.



Fuente: Asobancaria; ATM: cajeros automáticos, POS: establecimientos comerciales, ACH: sistema de transferencias electrónicas entre entidades.

La seguridad: una prioridad en Internet.

Con el fin de garantizar un adecuado nivel de seguridad a sus clientes, las entidades que ofrecen la posibilidad de realizar transacciones monetarias a través de Internet, han desarrollado diferentes esquemas para disminuir el riesgo por su utilización.

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

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

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.

No obstante estas medidas, se han detectado operaciones fraudulentas utilizando este medio.

Es importante aclarar que dichas operaciones no implicaron violación de la seguridad del canal, sino que fueron realizadas obteniendo los datos personales del cliente a través de diferentes medios, usualmente a través de engaños, para después utilizar Internet en la realización de transacciones.

De acuerdo con las cifras reportadas, se presentaron 2,646 operaciones fraudulentas, por un valor aproximado de 681 millones de pesos durante el primer semestre de 2004, lo cual es inferior en 14.9% a la cifra registrada durante el mismo periodo del año anterior.

Lo anterior llevó a que la seguridad se constituyera en un factor decisivo para los clientes en el uso del canal. De acuerdo con las entidades, el temor por la seguridad de este canal es el mayor obstáculo para la masificación de Internet. (Gráfico 4, columna siguiente)

Cuánto cuesta Internet.

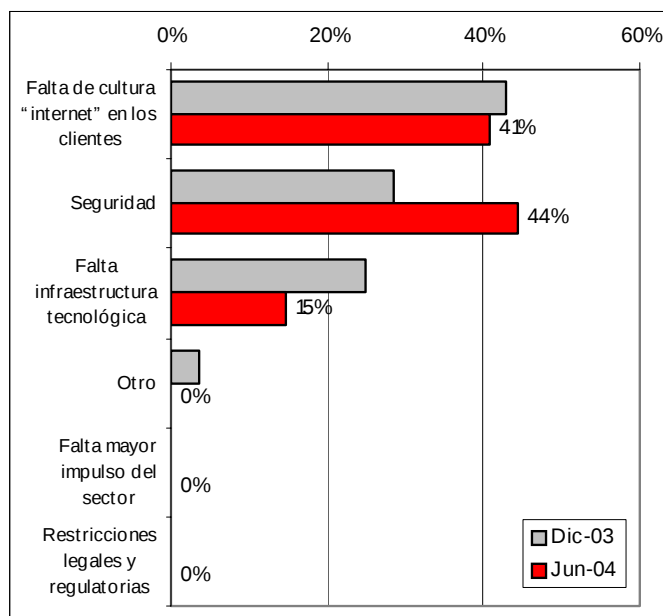
El costo que se cobra a los clientes por la realización de transacciones financieras a través de la página de Internet varía de acuerdo con la entidad.

El promedio cobrado a clientes de banca personal es de \$284 y para clientes de banca corporativa \$360. Estos valores llegan hasta los \$2,500 en banca personal y los \$5,300 en banca corporativa.

En el caso de banca corporativa, es común que las entidades desarrollen diferentes esquemas tarifarios.

En algunos casos, la tarifa consiste en un cargo fijo mensual independiente del número y clase de transacciones realizadas, que varía entre los \$17,000 y \$75,000; en otros, existe un cobro fijo para cada transacción o un esquema mixto de un cobro fijo mensual más una tarifa por transacción.

Gráfico 4.
Principales obstáculos para la masificación de la banca por Internet.



Fuente: Asobancaria

En cuanto a los costos para la entidad, Internet es un canal económico para la realización de transacciones, lo cual se constituye en una ventaja adicional para las entidades. (Cuadro 1)

Cuadro 1.
Costo de transacciones por canal para las entidades.

Canal	Costo
Caja	1,573
ATM	1,235
ACH	1,200
Internet	776
Home banking	700
POS	665
Audioservicio	510

Fuente: Asobancaria. Cifras a junio de 2003.

Conclusiones.

El crecimiento de Internet como medio para la realización de transacciones financieras es evidente. Ello se desprende de los resultados obtenidos en la encuesta sobre banca por Internet

aplicada a las entidades afiliadas a la Asobancaria en el primer semestre de 2004.

Esta tendencia se ve reflejada en el mayor número de transacciones realizadas a través de este canal y en el número de clientes que hacen uso del mismo.

No obstante lo anterior, factores relacionados con la seguridad y la falta de “cultura” de Internet en los clientes representan obstáculos que dificultan el desarrollo y mayor utilización de esta tecnología.

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 de la banca por Internet.