



Banca por Internet:

CADA VEZ MÁS IMPORTANTE

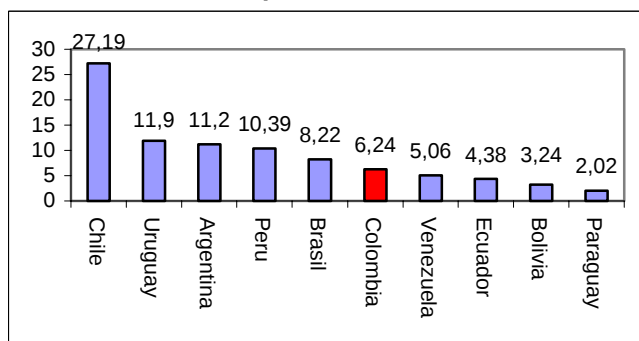
Internet es un medio que ha evolucionado aceleradamente en el mundo, en especial durante la última década, tanto en la realización de transacciones financieras como en el desarrollo de todo tipo de negocios.

Las razones que explican la amplia aceptación de esta tecnología son las ventajas competitivas que empresas y usuarios encuentran en la disminución de costos, ahorro de tiempo y alta disponibilidad, para realizar todo tipo de transacciones como compras, pagos, intercambio de información, etc.

Colombia no es ajena a esta situación. Ello se refleja en el aumento del número de usuarios que acceden a este servicio y que para junio de 2004 llegó a 3'585.688, lo cual significa que el 7,9% de la población colombiana tiene acceso a esta tecnología¹. Sin embargo aunque esta cifra ha aumentado consistentemente durante los últimos años, es baja al compararla con otros países latinoamericanos. Aunque no se encuentra disponible la gráfica correspondiente a los datos de otros países para 2004, ilustramos la situación anterior con la información de 2003 (gráfico 1).

Gráfico 1

Usuarios de Internet por cada 100 habitantes



Fuente: Fuente Indicadores de TICs-2003

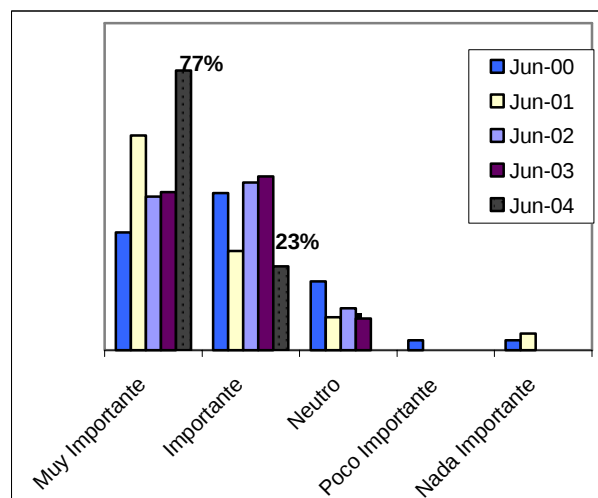
¹ Reporte de Internet en Colombia – Informe consolidado

– Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Octubre de 2004.

Durante los últimos cinco años el sector financiero colombiano ha venido impulsando el uso de esta tecnología entre sus usuarios y hoy en día el 100% de las entidades lo considera como un tema importante y de prioridad para sus negocios (gráfico 2).

Gráfico 2

Evolución importancia de la banca por Internet



Fuente: Asobancaria

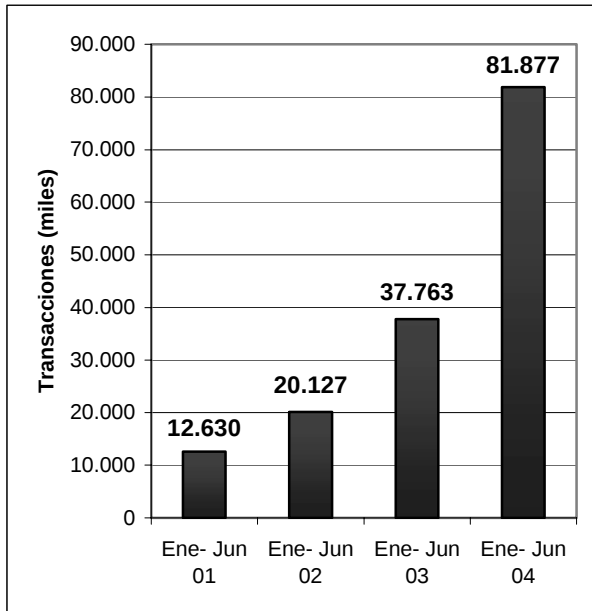
En la presente edición de la Semana Económica mostramos los resultados más relevantes obtenidos de la encuesta aplicada a las entidades financieras colombianas, sobre la evolución de la banca por Internet en el primer semestre de 2004.²

Evolución del número de transacciones

La evolución en el número de transacciones realizadas por Internet, pasó de 12,6 millones en el primer semestre de 2001 a 81,8 millones en el mismo periodo de 2004 (gráfico 3, siguiente columna).

² A esta encuesta fueron convocadas 28 entidades financieras afiliadas a la Asobancaria, obteniéndose un índice de respuesta del 92.9%, equivalente a 26 de éstas. Las cifras aquí presentadas son producto de la última expansión hecha por la Asobancaria con base en la información recibida.

Gráfico 3.
Evolución transacciones por Internet.



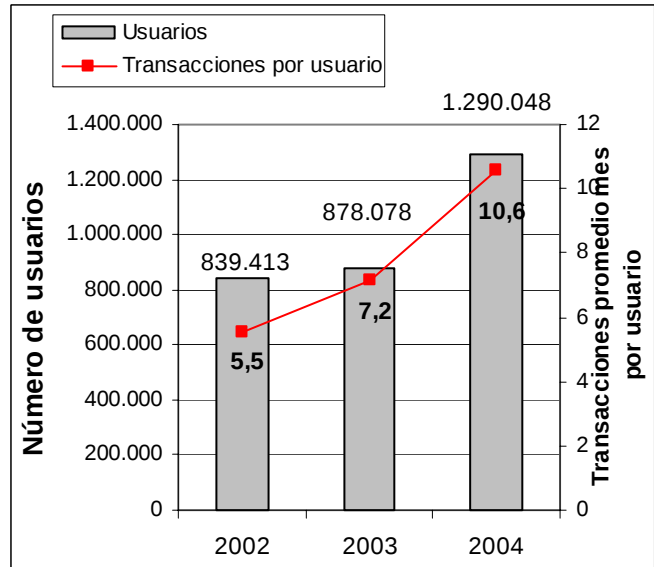
Fuente: Asobancaria

En cuanto al comportamiento que ha tenido la utilización de este canal por parte de sus usuarios, cada vez es mayor el número de clientes que lo usa para realizar sus transacciones financieras. Durante el primer semestre de 2004, más de un millón de usuarios efectuó operaciones por este canal, mientras que en el mismo periodo de 2003 fue de 878.000.

Así mismo, su frecuencia de utilización ha aumentado: en el primer semestre de 2004, cada cliente realizó en promedio 10,6 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 4).

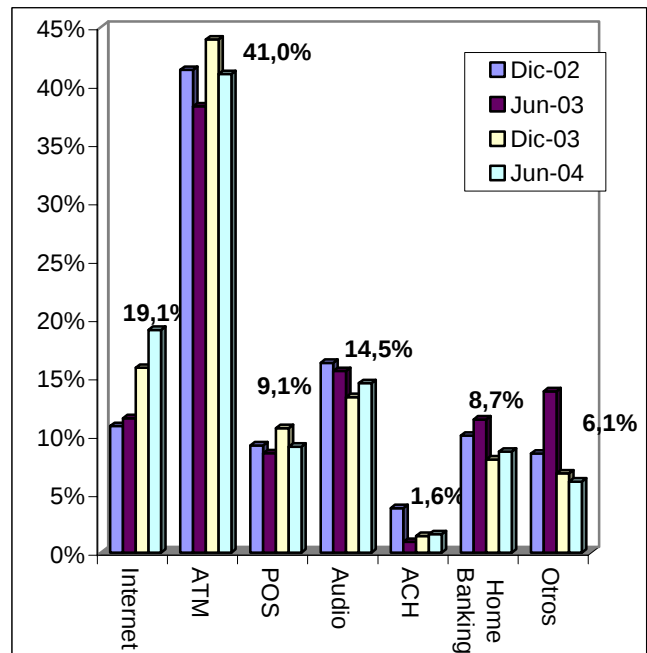
Otro punto para destacar sobre la utilización de Internet es su participación en los canales electrónicos. Aproximadamente el 19,1% de las transacciones realizadas por clientes del sector a través de éstos, corresponde a operaciones de Internet, lo cual equivale a un aumento en el uso de este canal del 65,6% frente al primer semestre de 2003 (gráfico 5).

Gráfico 4.
Evolución transacciones por cliente



Fuente: Asobancaria

Gráfico 5.
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.

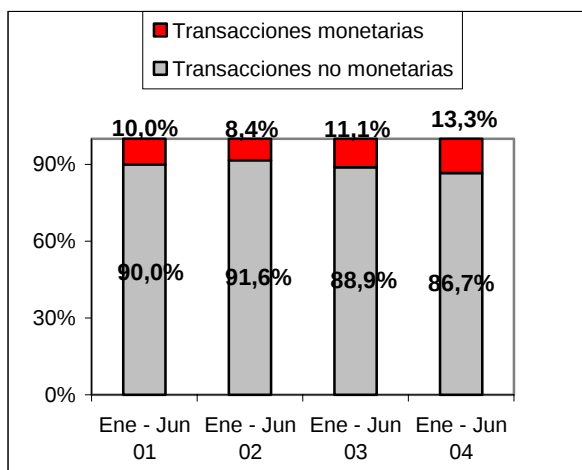
Con el fin de garantizar un adecuado nivel de seguridad, las entidades que ofrecen la posibilidad de realizar operaciones monetarias a través de Internet han desarrollado diferentes esquemas para disminuir el riesgo por su utilización.

Estos mecanismos incluyen diferentes métodos de cifrado para almacenamiento e intercambio de información y varían de acuerdo con el tipo de cliente: personal o empresarial. Adicionalmente, se han realizado campañas dirigidas a los usuarios, 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.

Estas 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.

Lo anterior convierte a Internet en un canal seguro y confiable para efectuar transacciones monetarias. Como se observa en el gráfico siguiente, la participación de estas operaciones continúa incrementándose respecto del total de transacciones, las cuales son consultas en su mayoría.

Gráfico 6.
Evolución utilización de Internet como canal transaccional



Fuente: Asobancaria

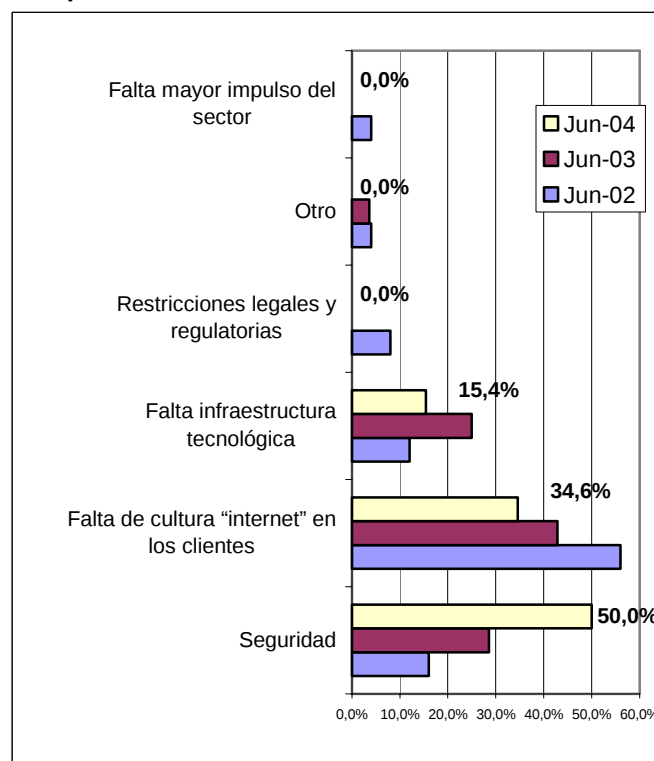
No obstante estas medidas, se han detectado operaciones fraudulentas utilizando este medio.

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 engañándolos, 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 2003.

Lo anterior llevó a que la seguridad se constituyera en un factor decisivo para los clientes. De acuerdo con las entidades, el temor es el mayor obstáculo para la masificación de Internet (gráfico 7).

Gráfico 7.
Principales obstáculos para la masificación de la banca por Internet.



Fuente: Asobancaria

¿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 único para cada transacción o un esquema mixto de un cobro fijo mensual más una tarifa por transacción.

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

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

Canal	Costo
Otros canales físicos	\$1.733
ACH	\$1.674
ATM	\$974
POS	\$963
Otros canales electrónicos	\$821
Internet	\$804
Home Banking (terminales corporativas)	\$700
Audioservicio	\$499

Fuente: Asobancaria. Cifras a junio de 2004.

También para los usuarios Internet es un canal económico. Las comisiones cobradas a estos por su uso son inferiores a los costos de desplazamiento y seguridad en los que incurren, al utilizar otro tipo de canales.

Cuadro 2. Costo promedio por tipo de transacción y banca. Junio 2004

Tipo de transacción	Costo Banca Personal	Costo Banca Corporativa y otros
Consultas	\$ 350	\$ 1.000
Transferencias	\$ 1.794	\$ 2.069
Pagos	\$ 483	\$ 2.356

Fuente: Asobancaria. Cifras a junio de 2004.

Continuar con la expansión

Los resultados obtenidos ratifican la importancia y el evidente crecimiento que ha tenido Internet en los últimos cinco años, lo cual se ve reflejado en el aumento del número y valor de las transacciones realizadas por este canal.

Dentro de los desarrollos efectuados por las entidades, están los productos adecuados a las necesidades de cada cliente; ello debido a que los usuarios usan con más frecuencia este canal para efectuar transacciones monetarias y por ende exigen mayores facilidades y beneficios a las entidades prestadoras de estos servicios.

La preocupación de los clientes por la seguridad en Internet y la falta de cultura en el uso de este canal son los principales obstáculos para su masificación. Sin embargo, las entidades financieras están realizando grandes esfuerzos para superar las anteriores barreras y hoy cuentan con tecnologías de punta, efectúan campañas publicitarias que incentivan este canal y utilizan metodologías de seguridad informática reconocidas a nivel internacional para la prestación de servicios seguros.

La banca virtual en Colombia ha logrado posicionarse como un sistema indispensable para el desarrollo de todos los sectores económicos, sin embargo el avance en este tema es lento al compararlo con otros países en desarrollo.

Lo importante ahora es continuar trabajando desde todos los frentes (sector financiero, industria y gobierno) para promover aún más su masificación, de tal manera que se superen las barreras culturales, se eduque al usuario en el uso de este canal y a su vez se mejoren permanentemente los mecanismos de seguridad implementados por las diferentes entidades.

De esta forma se alcanzarán los beneficios esperados del comercio electrónico y la banca por Internet, en cuanto a reducción de costos y mayor cubrimiento, favoreciendo tanto a empresas como a usuarios.