

Banca digital: la transformación de una industria

La transformación digital es una prioridad estratégica para la banca.

Usuarios de banca *online* se duplican en los últimos cinco años.

Las aplicaciones para *smartphone* son el canal de atención de más rápida expansión.

La seguridad es un constante desafío y es tarea de todos.

Transformación digital: una prioridad estratégica para la banca

La banca está viviendo importantes cambios tecnológicos, organizacionales y culturales. Este proceso, conocido como digitalización o transformación digital, involucra múltiples ámbitos, entre los cuales se incluyen la interconectividad y omnicanalidad en la relación con el

cliente, el uso de análisis avanzado de datos con el fin de personalizar la oferta de productos y servicios, la innovación en materias de seguridad, y la digitalización y automatización de los procesos internos de los bancos.

El desarrollo de diversas tecnologías (nube,

big data, inteligencia artificial, *blockchain*, etc.), la expansión de oferentes no bancarios, impulsada en gran medida por el desarrollo de tales tecnologías -*fintech*-, y la necesidad de adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores en un entorno cada vez más digital, generan grandes oportunidades y desafíos.¹

Banca *online*: crecimiento rápido y sostenido

La transformación digital se plasma directamente en la forma en que las personas interactúan con el banco. Actualmente, la mayoría de los bancos ofrecen a sus clientes no sólo la posibilidad de realizar transferencias remotas en línea, sino además de contratar diversos productos financieros a través de diferentes canales digitales –ya sea

desde un computador personal o desde un dispositivo móvil-, sin necesidad de acudir a una sucursal, permitiendo así un acceso cada vez más eficiente a los servicios bancarios.

Esta evolución ha sido explosiva. El número de usuarios de banca *online* alcanzó a 9 millones en septiembre de

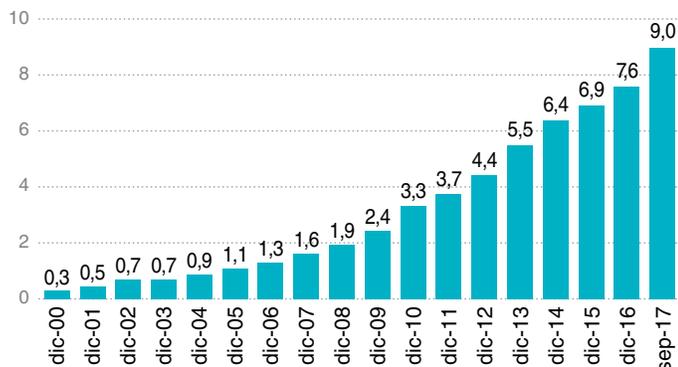
2017, cifra que duplica la registrada hace tan sólo cinco años (**Grafico N° 1a**). Las visitas a los portales de banca *online* totalizaron 188 millones en septiembre de este año, las que incluyen una serie de operaciones, tales como: transferencias y pagos en línea, consultas de saldo y cartolas, simulaciones de crédito y bloqueos de tarjetas (**Grafico N° 1b**).

(1) De acuerdo a una encuesta a 509 bancos alrededor del mundo realizada por Digital Banking Report 2017, el 71% de los bancos responde que "rediseñar o mejorar la experiencia digital" es una de las tres prioridades estratégicas más importantes de su institución para 2017.

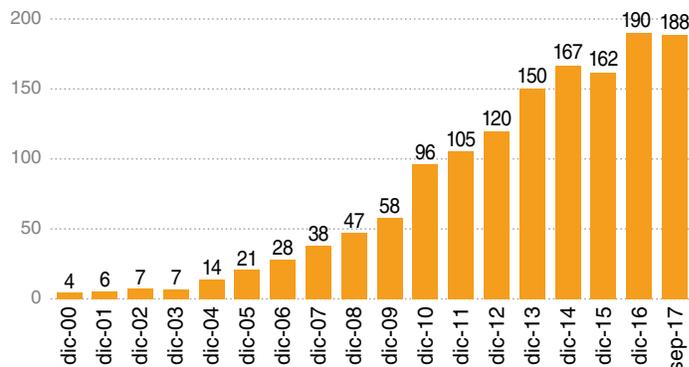
GRÁFICO N° 1

Banca online: Clientes conectados y visitas a portales

A) Clientes de banca online^[1]
(Millones de clientes al mes)



B) Visitas a portales de banca online^[2]
(Millones de unidades al mes)



Fuente: Asociación de Bancos en base a SBIF.

[1] Número de clientes (personas y empresas) que accedieron al sitio privado del banco mediante claves de seguridad o autenticación. Se considera la cantidad de visitantes únicos, independiente del número de visitas efectuadas durante el mes. Sin embargo, los clientes que se conectaron al sitio de más de un banco durante dicho período se cuentan más de una vez.

Fuente: Asociación de Bancos en base a SBIF.

[2] Una visita corresponde a la exploración del sitio web durante un período de tiempo ininterrumpido, con independencia del número de páginas que se recorra durante la navegación.

El mayor acceso y uso de servicios *online* es transversal a través de diferentes estratos de ingresos y grupos etarios. La encuesta Casen revela que en el grupo de personas

de entre 16 y 74 años de edad y que son usuarios habituales de internet, la proporción de quienes usan los servicios de banca *online* subió de 9% a 38% entre el 2006 y el

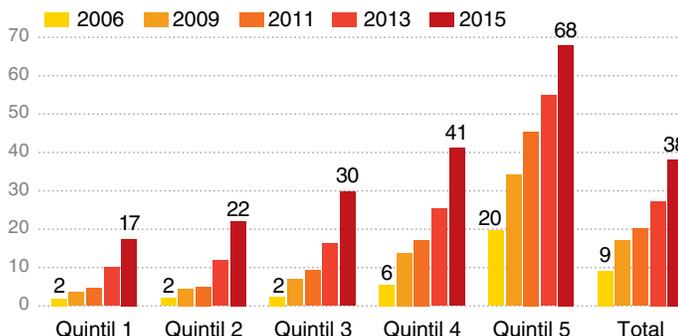
2015, observándose un aumento de similar magnitud en todos los tramos de edad y algo mayor en los quintiles de ingresos más altos (**Gráfico N° 2**).

GRÁFICO N° 2

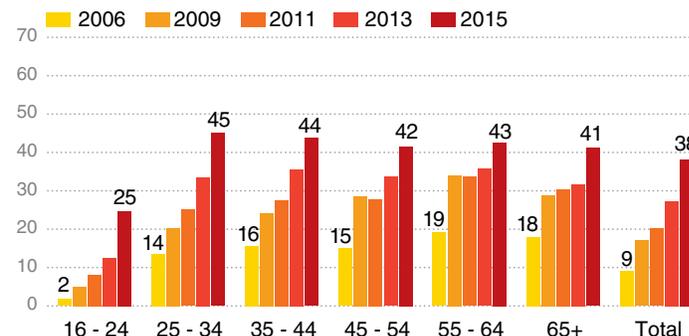
Usuarios de banca online por quintil de ingresos y edad^[1]

(Porcentaje de las personas usuarias de internet entre 16 y 74 años)

A) Por quintil de ingresos



B) Por grupo etario



Fuente: Asociación de Bancos en base a encuesta Casen, diversos años.

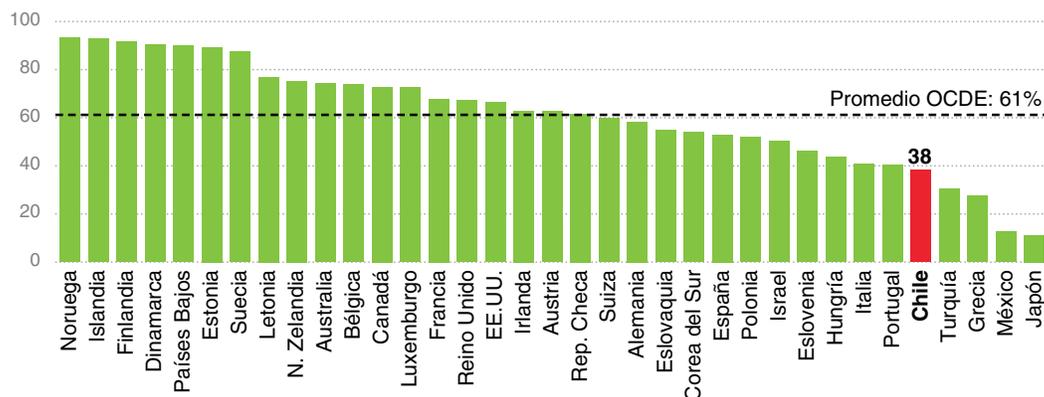
[1] Porcentaje de personas entre 16 y 74 años que han usado internet para realizar operaciones de banca electrónica (tales como revisión de estado de cuentas y transferencias electrónicas) en los últimos 12 meses, condicional a ser usuario de internet. Las cifras para 2006 y 2009 se refieren al uso en los últimos 3 meses.

No obstante, y a pesar de este aumento, aún existe espacio para un mayor desarrollo digital. El porcentaje de usuarios de banca *online* en Chile (38%) todavía no alcanza el nivel de difusión que se observa en otros países miembros de la OCDE, que en promedio se eleva a 61% y que incluso supera el 90% en el caso de países nórdicos (Gráfico N° 3).

GRÁFICO N° 3

Usuarios de banca *online*: Países OCDE [1]

(Porcentaje de las personas usuarias de internet entre 16 y 74 años)



Fuentes: OCDE, ICT Access and Usage by Households and Individuals; y encuesta Casen 2015.

[1] Cifras se refieren a 2016 o última fecha disponible. La cifra reportada para Chile viene de la encuesta Casen 2015.

Banca móvil: el canal del futuro

Dentro de la banca *online*, cobra cada vez mayor relevancia el acceso vía dispositivos móviles, tales como los *smartphones* y *tablets*. Según GfK Adimark, en el trimestre

de julio a septiembre de 2017, del 70,3% de los cuentacorrentistas que utilizó la página web de su banco, el 34,5% se conectó desde un dispositivo móvil, como *smartphones*

o *tablets* (Gráfico N° 4).

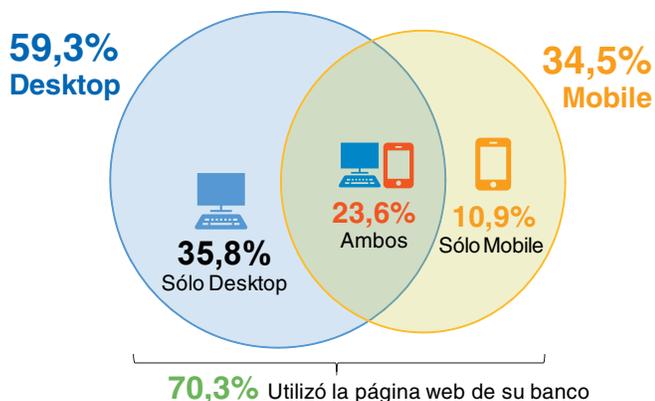
La mayor importancia de este canal, en parte, se asocia al aumento significativo de conexiones móviles

a internet, las que a junio de 2017 sobrepasaron 14 millones, cuatro veces más que en el 2009, y muy por sobre el número de conexiones fijas (Gráfico N° 5).

GRÁFICO N° 4

Uso de página web del banco por dispositivo de acceso [1]

(Porcentaje de cuentacorrentistas, 3° trimestre 2017)



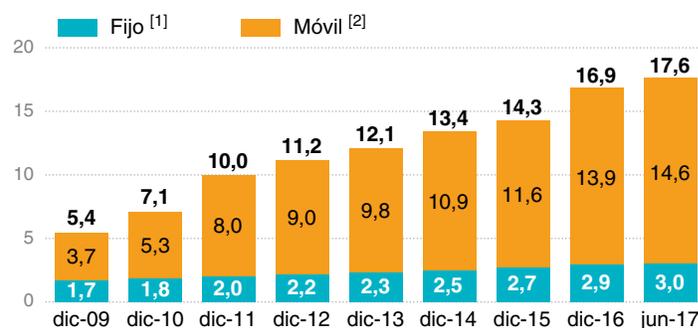
Fuente: GfK Adimark, Índice de Satisfacción Industria Bancos, Trimestre Julio – Septiembre 2017.

[1] Cifras basadas en entrevistas telefónicas a 1.110 clientes cuentacorrentistas residentes en las principales ciudades del país y pertenecientes a los niveles socioeconómicos C1, C2 y C3.

GRÁFICO N° 5

Acceso a internet por tipo de conexión

(Millones de unidades)



Fuente: Subtel, estadísticas sectoriales.

[1] Total de conexiones fijas (conmutadas y dedicadas). Incluye accesos de personas y empresas.

[2] Las conexiones móviles corresponden al número de usuarios distintos que se han conectado a internet en forma dedicada en las redes móviles celulares dentro del período que se informa. Se contabiliza para cada cliente y/o usuario sólo una conexión, independiente del número de veces que se conecte a internet dentro del período a informar (mes).

A lo anterior se agrega un número creciente de usuarios de aplicaciones de banca móvil (*apps*) para *smartphone*. En efecto, la proporción de cuentacorrentistas que utiliza

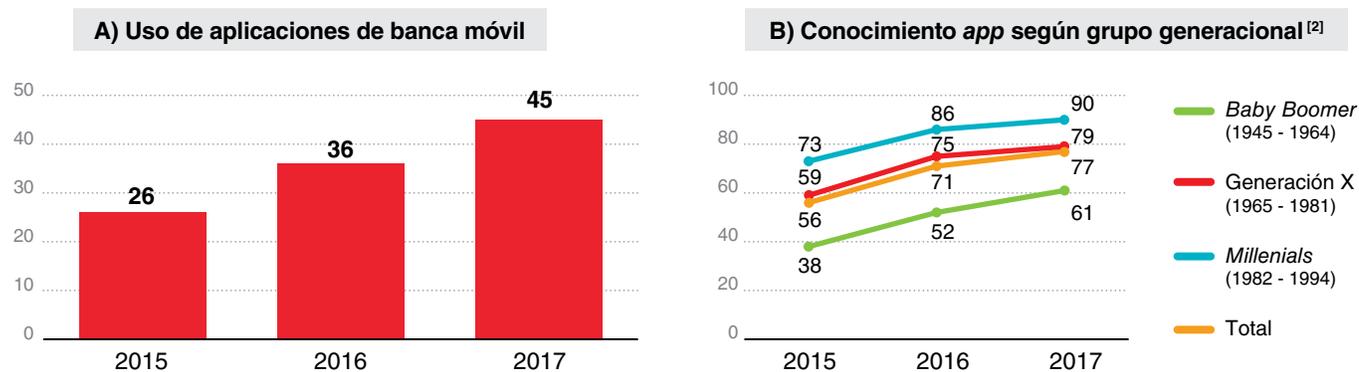
este método para comunicarse con su banco creció de 26% en 2015 a 45% en 2017, convirtiéndose así en el canal de atención de más rápida expansión (**Gráfico N° 6a**).

Además, los clientes tienen un amplio conocimiento de la existencia de las aplicaciones móviles de los bancos. Así, el 77% de los encuestados señala saber que su banco ofrece una

aplicación móvil, comparado con un 56% dos años antes, aumento que ha sido transversal a través de diferentes grupos generacionales (**Gráfico N° 6b**).

GRÁFICO N° 6

Uso y conocimiento de aplicaciones de banca móvil [1]
(Porcentaje de cuentacorrentistas)



Fuente: IPSOS, Servitest Personas.

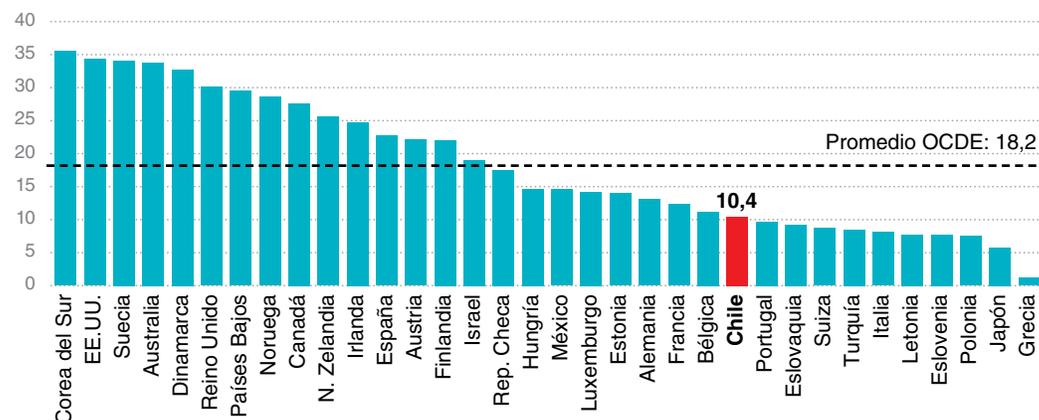
[1] En cada año se entrevistaron a aprox. 3.800 cuentacorrentistas de la industria bancaria con al menos 1 año de antigüedad. Las entrevistas se realizaron entre abril y julio de cada año.

[2] Respuestas afirmativas a la pregunta: "¿Conoce usted si su banco tiene aplicaciones que pueden ser descargadas en su teléfono celular o *tablet*?".

En esta línea, la experiencia internacional sugiere que el uso del canal móvil tiene potencial para seguir aumentando de manera importante en los próximos años. En países como Corea del Sur, EE.UU., Suecia, Australia y Dinamarca ya en 2014 más del 30% de los clientes bancarios usaba el teléfono móvil para realizar transferencias en línea, promediando 18% entre los miembros de la OCDE, cifra que se compara con sólo un 10% en Chile, lo que sugiere que aún queda espacio por crecer (**Gráfico N° 7**).

GRÁFICO N° 7

Uso del teléfono móvil para hacer transferencias bancarias, países OCDE (2014) [1]
(Porcentaje de las personas bancarizadas mayores de 15 años)



Fuente: Banco Mundial, Global Findex, 2014.

[1] La pregunta dice: "En los últimos 12 meses, ¿ha realizado usted alguna transacción con dinero de su cuenta en un banco o de otra institución financiera formal usando un teléfono celular? Esto puede incluir el uso de un teléfono celular para hacer pagos, comprar bienes y servicios, o enviar o recibir dinero."

Banca digital y seguridad: desafíos pendientes

La seguridad es un aspecto clave. Por consiguiente, la industria invierte permanentemente en innovaciones tecnológicas, adaptándose a los mejores estándares internacionales. Entre las medidas implementadas durante los últimos años destacan la introducción del chip EMV en tarjetas de débito y crédito, la incorporación de perturbadores magnéticos en los cajeros automáticos que buscan proteger el uso de la banda en las tarjetas, la incorporación de claves dinámicas en el acceso al sitio web, tecnologías de reconocimiento biométrico de los clientes, sistemas más eficientes para la detección de fraudes y campañas de ciberseguridad orientadas al público, entre otras iniciativas.

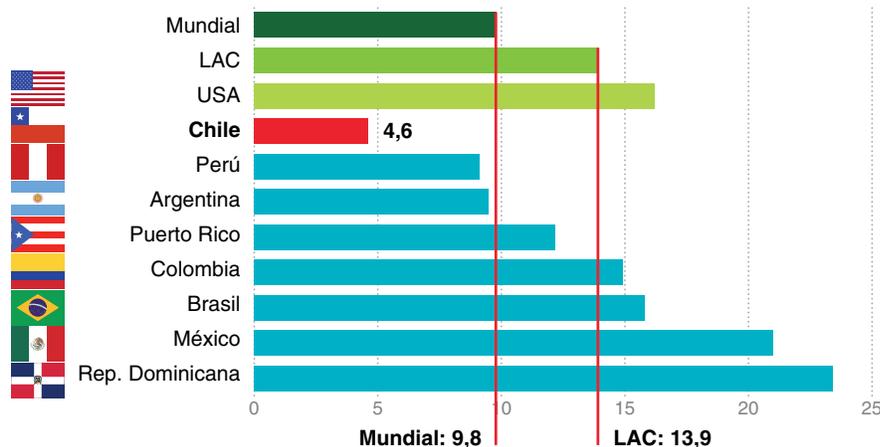
Estas inversiones y la constante preocupación de la banca se plasman en bajas tasas de delincuencia. A modo de ejemplo, en Chile las transacciones fraudulentas con tarjetas alcanzan a 4,6 puntos base del monto transado, cifra inferior al promedio mundial y al latinoamericano de 9,8 y 13,9 puntos base, respectivamente, de acuerdo a cifras de Visa Inc. referidas al cuarto trimestre de 2016 (**Gráfico N° 8**).

No obstante, la seguridad es un constante desafío para todos quienes participan

GRÁFICO N° 8

Tasas de fraude en transacciones con tarjetas, países seleccionados ^[1]

(Puntos base, 4° trimestre de 2016)



Fuente: Visa Inc. (2017).

[1] Tasa de fraude (puntos base) = Monto fraude / Monto ventas * 10.000.

de la cadena de pagos, incluyendo la banca, el comercio y los consumidores. En este contexto, el rol de la banca reside en proveer una infraestructura robusta y velar porque se apliquen los mejores estándares de seguridad. El deber de los comercios reside en proteger la privacidad de los datos de sus clientes y hacer un adecuado manejo de ellos. En relación a los consumidores, la educación financiera

puede desempeñar un rol crucial, al crear conciencia acerca de la importancia de ciertos comportamientos para evitar ser víctima de fraudes, tales como cuidar las claves personales, mantener actualizado el programa antivirus, no abrir correos electrónicos, descargas o links de remitentes desconocidos, no conectarse al sitio de banca online desde redes inalámbricas públicas, entre otros aspectos.

Síntesis

- 

1 La transformación digital es una prioridad estratégica para la banca.
- 

2 La digitalización no sólo cambia la forma de interactuar con el cliente, sino también implica cambios profundos en los bancos.
- 

3 El uso de la banca *online* ha crecido rápida y sostenidamente, convirtiéndose en el canal de atención más usado por los clientes.
- 

4 La banca móvil es cada vez más importante, siendo las aplicaciones para smartphones (*apps*) el canal de más rápida expansión en la actualidad.
- 

5 La seguridad es un constante desafío y es tarea de todos.