

Banca online mantiene elevado ritmo de crecimiento en 2014

El número de usuarios de banca online creció 634% en período 2004-14

El canal de atención mejor evaluado entre cuentacorrentistas es el sitio *web*

La banca online ha registrado un crecimiento exponencial durante los últimos diez años. Así, el número de usuarios ha crecido desde menos de 1 millón de clientes en diciembre de 2004 hasta 6,4 millones en diciembre de 2014 y la tendencia sigue al alza

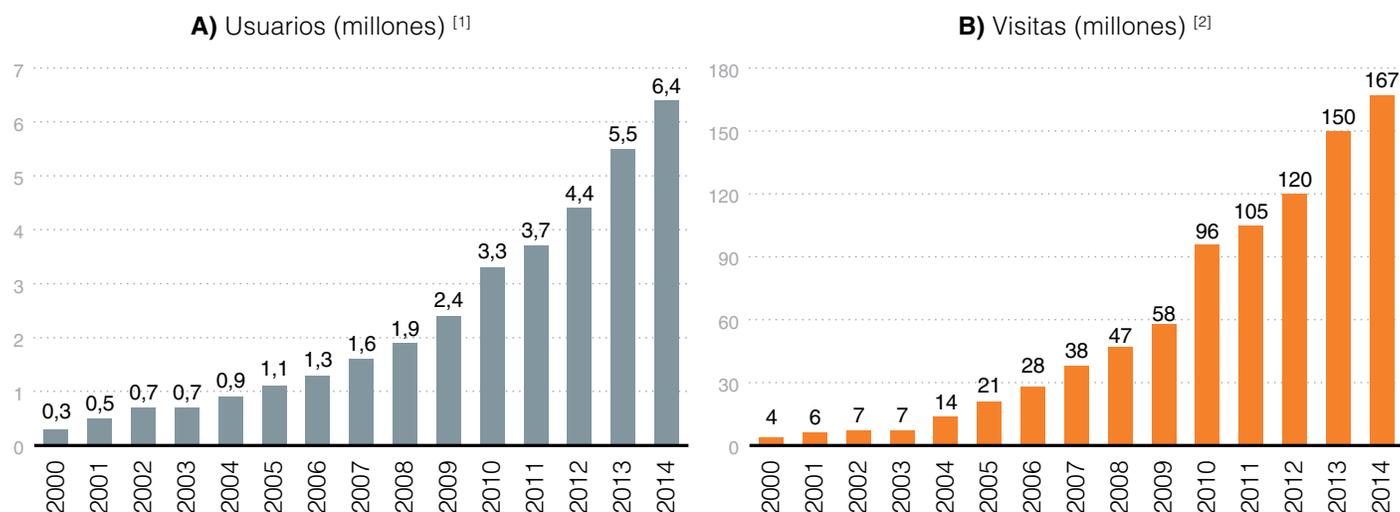
(Gráfico N°1A). Asimismo, el número de visitas mensuales a los portales de banca online ha aumentado de 14 millones en diciembre de 2004 a 167 millones en diciembre de 2014 (Gráfico N° 1B).

En línea con el aumento de los usuarios de banca online, el número

de transferencias electrónicas de fondos (TEF) efectuadas a través de Internet también ha crecido de forma sostenida en los últimos diez años, subiendo desde 47 millones de transferencias en 2004 hasta 280 millones en 2014 (Gráfico N° 2A), lo cual equivale a un incremento acumulado de 501%.

GRÁFICO N° 1

Número de usuarios y visitas a sitios de banca online
(mes de diciembre de cada año)



Fuente: SBIF.

[1] Número de clientes (personas y empresas) que accedieron al sitio privado del banco mediante claves de seguridad o autenticación. Se considera en la medición la cantidad de visitantes únicos, independiente del número de visitas efectuadas durante el período.

[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.

Este crecimiento ha superado ampliamente la expansión de otros canales bancarios. A modo de referencia, el número de transacciones efectuadas vía cajeros automáticos aumentó 114%, el número de cheques disminuyó 41%, y el número de transacciones con tarjetas de crédito subió 279%.

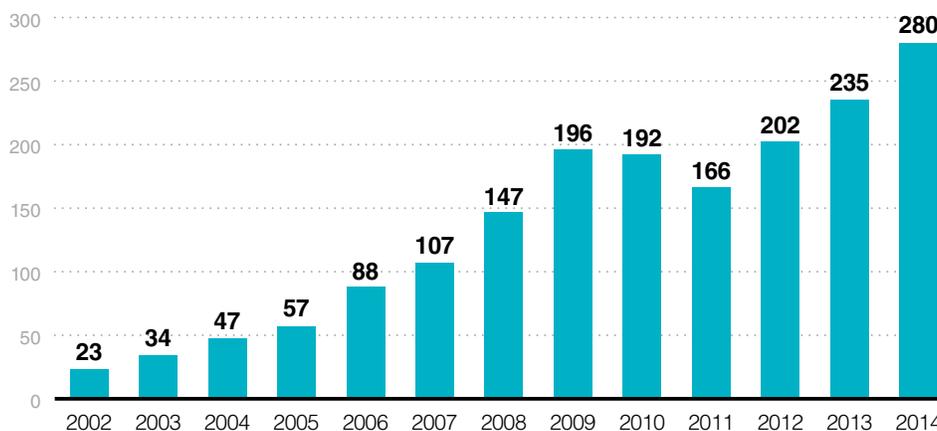
El incremento de los montos transferidos a través de Internet ha sido aún más explosivo que el número de transacciones, elevándose desde US\$73.000 millones hasta US\$ 1.181.000 millones en el período 2004-14 (**Gráfico N° 2B**), lo cual equivale a un aumento real de 1527%, más que cualquier otro medio de pago bancario. Como consecuencia, la participación de las TEF dentro del monto total de transacciones se incrementó de 6% a 68% en el período 2004-14 ⁽¹⁾.

(1) Se consideran transacciones bancarias con los siguientes medios de pago: ATM, cheque, tarjeta de débito, tarjeta de crédito y TEF.

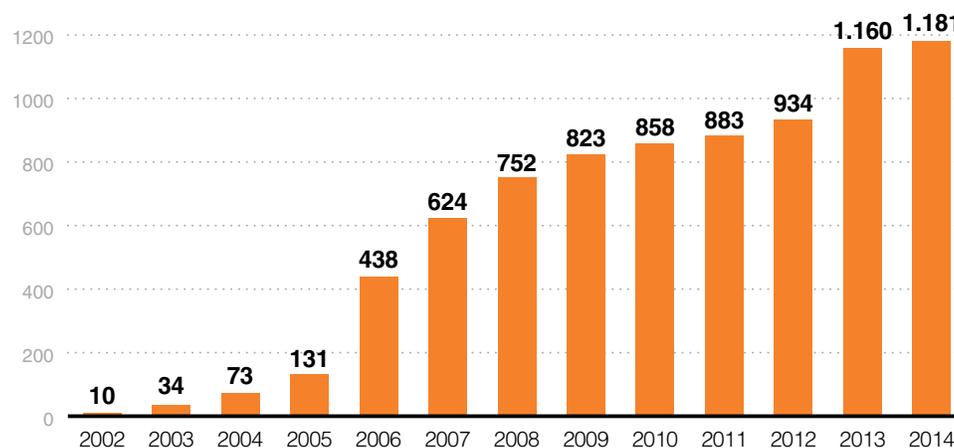
GRÁFICO N° 2

Transferencias electrónicas de fondos vía Internet (cifras anuales)

A) Número (Millones de unidades)



B) Monto (Miles de millones de US\$ constantes) ^[1]



Fuente: SBIF.

[1] Las cifras originales en millones de pesos han sido ajustadas por la variación de la UF al cierre de 2014 y divididas por el tipo de cambio al 30 de diciembre de 2014 (607,38 CLP/USD).

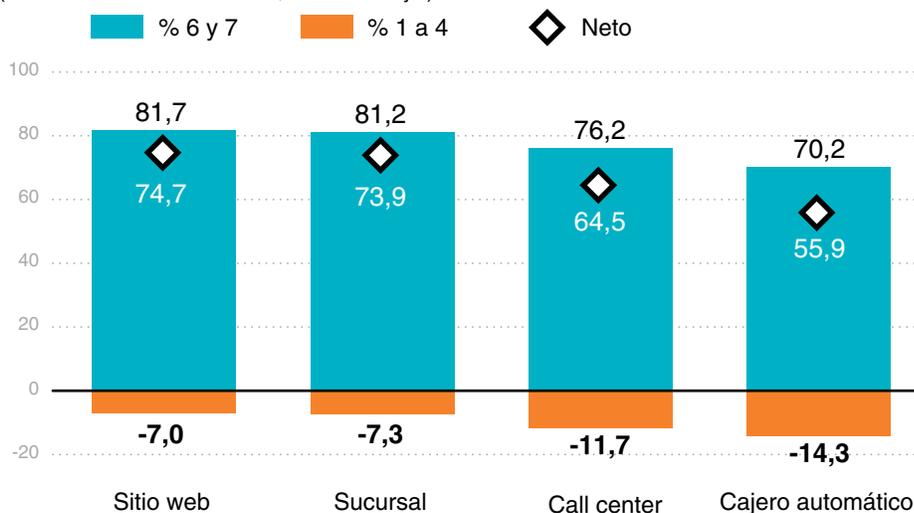
Nota: Cifras anuales a partir de 2011. Para años anteriores se presentan anualizaciones basadas en cifras para junio y diciembre de cada año.

Cuentacorrentistas satisfechos con sitios web de bancos

La alta calidad de los servicios de banca online se refleja en el alto grado de satisfacción de los cuentacorrentistas con los sitios web de los bancos. De acuerdo a una encuesta de la empresa GfK Adimark⁽²⁾, referida al período de octubre a diciembre de 2014, el 82% de los cuentacorrentistas evalúa el sitio web de su banco con notas 6 y 7 (satisfecho), mientras que sólo un 7% asigna notas de 1 a 4 (no satisfecho) (**Gráfico N° 3**). De esta manera, entre los cuatro canales de atención considerados por la encuesta (sitio web, sucursal, call center y cajero automático), el sitio web es el canal mejor evaluado por parte de los cuentacorrentistas.

GRÁFICO N° 3

Satisfacción de cuentacorrentistas con diferentes canales de atención^[1]
(Cuarto trimestre 2014, Porcentaje)



Fuente: GfK Adimark.

[1]: Los encuestados evaluaron cada canal de atención con notas de 1 a 7; quienes evalúan el canal asignando notas 6 y 7 se consideran satisfechos; quienes lo evalúan con notas 1 a 4, se consideran insatisfechos; y quienes lo evalúan con nota 5, se consideran indiferentes. Neto: diferencia entre clientes satisfechos e insatisfechos.

(2) GfK Adimark, "Índice de satisfacción – Industria Bancos, Trimestre Octubre – Diciembre 2014".

Comparación internacional: espacio para crecer

Comparada a nivel internacional, la proporción de usuarios de banca online en Chile aún es baja. De acuerdo a cifras de la encuesta Casen 2013, un 27% de las personas que tienen entre 16 y 74 años y que regularmente usan Internet, había realizado operaciones de banca online en los doce meses previos a la encuesta, cifra que es de las más bajas dentro del grupo de países miembros de la OCDE. A modo de ejemplo, en Estados Unidos la tasa de usuarios de banca online alcanza a 78% de los usuarios de Internet en el mencionado grupo etario y en algunos países del norte de Europa la cifra equivalente incluso supera el 90%, mientras que el

promedio para los países OCDE es de 60% (**Gráfico N° 4**). Empíricamente, existe una relación positiva entre el nivel de ingreso per cápita de un país y la penetración de mercado de la banca online.

Lo anterior implica que, a medida que el país crezca, el uso de los servicios online debiera aumentar. En este contexto cabe mencionar que en Chile la tasa de usuarios en el estrato de mayores ingresos ya se encuentra cerca de la tasa promedio de la OCDE (**Gráfico N° 4**), sugiriendo que el grado de difusión de la banca online en la sociedad chilena puede alcanzar estos

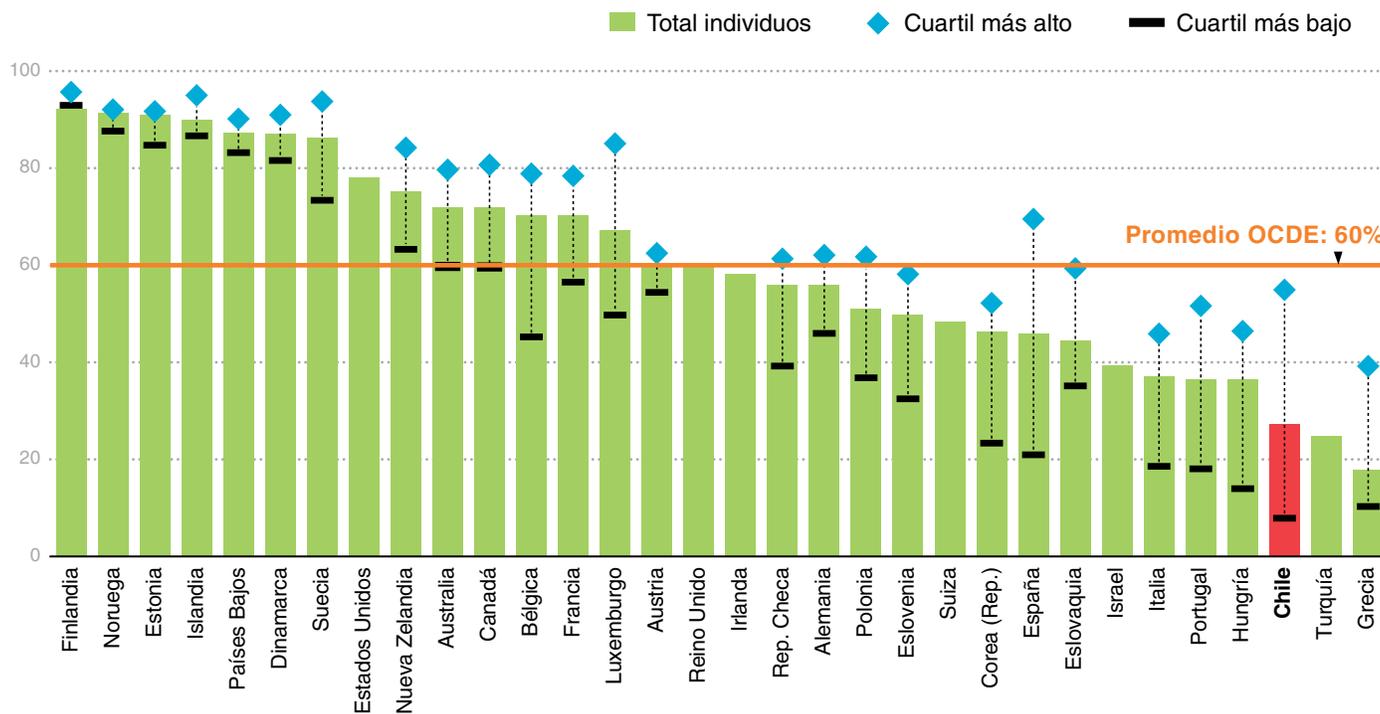
niveles en el futuro a medida que aumente de manera generalizada el ingreso de los hogares.

Así, para los próximos años es probable observar nuevas alzas en los indicadores de uso de banca online, debido -entre otros aspectos- al crecimiento de la economía, y también a que los jóvenes de hoy, que rápidamente absorben las tecnologías digitales, van ingresando a los grupos etarios mayores. Además, la ampliación sucesiva de la gama de servicios disponibles vía banca móvil podría dar nuevos impulsos en un futuro cercano.

GRÁFICO N° 4

Proporción de personas usuarias de banca online, países OCDE (2013)

(Porcentaje de los usuarios de Internet de entre 16 y 74 años)



Fuente: OCDE "Measuring the Digital Economy. A New Perspective", 2014; y encuesta Casen 2013 (para Chile).

Nota: En el caso de Chile, la línea negra se refiere a los quintiles (no cuartiles) de mayor y menor ingreso.

Síntesis

1

La banca online ha registrado un crecimiento exponencial durante los últimos diez años. El número de usuarios (personas y empresas) ha crecido de 0,9 millones a 6,4 millones en el período 2004-14.

2

Existe un importante potencial de crecimiento futuro. En los países OCDE, un 60% de los adultos que regularmente usan Internet también son clientes de banca online; en Chile, sólo es un 27%.

3

Los clientes bancarios valoran y están satisfechos con los servicios online. El 82% de los cuentacorrentistas asigna nota entre 6 y 7 al sitio web de su banco.