

Bancos en línea La construcción de posibilidades

Las condiciones en las que se ha venido desarrollando el sector de la banca en línea han sido desiguales, heterogéneas y complicadas. Cada banco tiene su visión, su concepción y sus planteamientos sobre cómo debe ser el esquema de servicios financieros en línea, y esto genera perspectivas y prácticas poco conjugables entre sí.

En la encuesta nacional MUND a usuarios de internet en México, otoño 2000, se incluyeron varias preguntas relativas al uso de servicios financieros. Los hallazgos son muy importantes no sólo en número sino también en las posibilidades y las alternativas de crecimiento del sector bancario en la red.

Los datos nos hacen afirmar que los cuentahabientes en línea están buscando acercarse a sus bancos, pero que los mecanismos para hacerlo son rudimentarios y burocráticos, y ofrecen pocos servicios atractivos.

Para empezar hay que decir que casi la mitad de los usuarios de internet tienen una cuenta bancaria nacional. Si la cifra de los usuarios de internet con cuentas bancarias es baja, se debe en parte a que un gran número de usuarios es muy

joven: sólo un 15% de los usuarios entre 15 y 17 años de edad tiene cuenta. Los graves problemas de adultos sin cuenta bancaria que tenemos en México son reflejados en nuestros datos: solamente 37% de los jóvenes adultos entre 18 y 24 años de edad tiene cuenta; al sumar el grupo de 25 a 29 años el porcentaje es de 65.

Sin embargo, aún para los adultos usuarios con más de 30 años, el promedio de cada grupo de edad es de 76% con cuenta bancaria. Debe ser un baño de agua fría para los bancos el contemplar que más de 24% de los adultos más actualizados en el mundo moderno no son cuentahabientes.

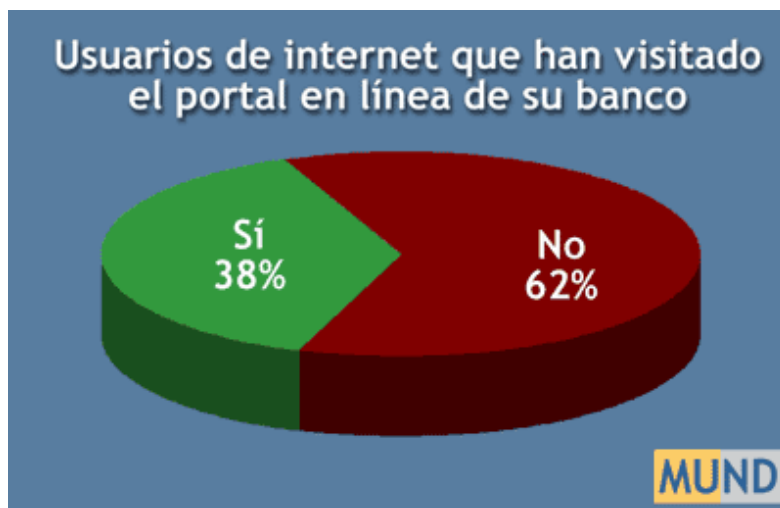
De estos usuarios el 38% ha visitado el portal de su banco en Internet y el 28% sostiene estar registrado a servicios en línea de su banco.



Bancos en línea La construcción de posibilidades

Las posibilidades:

- ▶ Los usuarios de internet tienen disposición para realizar movimientos en línea. Esta motivación tiene que ser articulada de varias maneras y con estrategias específicas. La encuesta nacional de MUND lo dice claro: hay posibilidades de crecimiento.
- ▶ Los usuarios de internet que poseen cuentas bancarias muestran una cultura digital con muchas posibilidades de crecimiento.
- ▶ La banca puede ser el motor del auge de los servicios financieros no sólo entre usuarios y bancos, sino también entre usuarios y empresas comerciales y entre las propias empresas.
- ▶ El acercamiento de mecanismos sencillos y prácticos para realizar transacciones seguras a través de este medio.

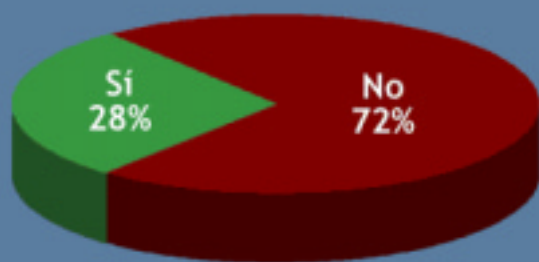


Las problemáticas

- ▶ Se requiere de una modernización integral del sistema financiero y bancario en México. Esto supone ir más allá que la cuestión tecnológica y lograr que los procedimientos y las reglas del juego sean benéficos para todos.
- ▶ El impulsar la cultura digital de sus clientes implica para la banca un esfuerzo distinto: el de promover la tecnología y darle facilidades y usos que la hagan verdaderamente atractiva.
- ▶ Para generar esto se tiene que trabajar en la sencillez de uso de estos servicios, cada candado y traba alejan un sector importante del mercado.
- ▶ Se tienen que reforzar las ideas de transacciones seguras y de privacidad en línea. Si la población confía en el servicio se daría un gran impulso a sus posibilidades.
- ▶ Vencer la inercia de los esquemas centralizados de toma de decisión para lograr la implementación de operaciones fluidas.
- ▶ La integración de sistemas multibancos que permitan el funcionamiento de servicios entre las instituciones bancarias de manera más expedita.

Bancos en línea La construcción de posibilidades

Usuarios de internet que han utilizado servicios financieros en línea



La infraestructura es un punto clave en la posibilidad de que todas las problemáticas se vean resueltas y que las posibilidades se asuman como hechos consumados.

Los servicios financieros van a ser la puerta de entrada del comercio electrónico y de las transacciones en línea. Esta realidad depende de tener una banca audaz, dinámica y moderna.

No se trata de que la banca en línea reemplace a la tradicional. La intención debe de ser el

poder ver en los servicios financieros un apoyo, una salida a procesos y movimientos habituales que puedan agilizarse y efficientarse. Los bancos seguirán siendo los bancos, y el darle en la red servicios añadidos puede ser la ventaja y un gran modelo de ingresos para ellos.

Todos estos servicios financieros tienen aún mucho trecho por andar, pero con la visión y la estrategia correctas pueden convertirse en una verdadera herramienta de uso común y dejar de ser un servicio añadido para unos cuantos que se animan a integrarse.

Sobre la Encuesta sobre usuarios de internet en México de MUND, Otoño 2000

La encuesta sobre usuarios de internet que se realiza dos veces por año en México se basa en una muestra nacional aleatoria y telefónica con más de 40 mil contactos en casa. El resultado final del filtro en el cual se cuestiona si es usuario de PC y sobre la cultura digital del entrevistado, es una base de más de 2 mil entrevistas terminadas de usuarios activos de internet.

Las encuestas sobre usuarios de internet de MUND, nos permiten observar la dinámica de los segmentos de mercado en lo referente a portales, sitios preferidos y a transacciones en línea.

Nuevos usuarios de cualquier edad y categoría se verán reflejados en la encuesta, así como nuevos comportamientos y modelos en línea, debido al muestreo y formato abiertos.

MUND, S.A. de C.V.
Amsterdam 212-PH, Col. Condesa
Tel. 55 84 30 20, 55 84 24 70
Fax 52 64 31 11
e-mail: mund@mundamericas.com
www.mundamericas.com

Daniel M. Lund
Presidente y CEO
Participaron en este número:
Luciano Pascoe, David Cuen
Codirectores de Tecnologías de la Información.