

Link: <http://www.jec.cl/articulos/?p=159857>

Una alta penetración de la banca digital es lo que se percibe actualmente, donde el 75% de los consumidores declara acceder varias veces <p>a la semana, siendo los productos más utilizados las cuentas de ahorros, billetera móvil y cuenta corriente. </p> <p> Debido a la pandemia, las instituciones financieras cambiaron drásticamente procesos y atención a sus clientes, desde el procedimiento de apertura de cuentas hasta la solicitud y emisión de créditos, transformando sus aplicaciones de banca móvil y web en sucursales virtuales capaces de procesar los requerimientos con experiencias simplificadas y personalizadas. </p> <p> Así lo concluye un estudio elaborado por Backbase, donde se da cuenta de una mayor interacción y satisfacción con los productos financieros digitales.

De hecho, cuatro de cada 10 chilenos (40%) han abierto cuentas en bancos de manera online en 2022, siete puntos porcentuales más que el año pasado, y donde Chile lidera en la región en el porcentaje de frecuencia de interacciones digitales en plataformas bancarias (ver infografía). </p> <p> Nicolás Perdomo, líder para Sudamérica de Backbase, sostiene que estas cifras reflejan un mayor interés y disposición a probar nuevos productos y a experimentar con una variedad de proveedores.

“De hecho, solo un 51% de los encuestados utiliza únicamente un banco tradicional, mientras que el 40% recurre tanto a un banco tradicional como a uno no tradicional, y el 9% solamente a un actor no tradicional”. </p> <p> Asimismo, el 75% de los consumidores declara acceder a su banca digital varias veces a la semana, siendo los productos más utilizados las cuentas de ahorros (45%), la billetera móvil (39%) y la cuenta corriente (16%). </p> <p> Además, el proceso de apertura de una cuenta en línea presentó una mejora respecto de 2021, donde el 80% pudo completar todo el proceso de forma digital (frente al 73% en 2021), y de estos 84% lo hizo en menos de 20 minutos.

Ante esta experiencia, el 56% de los clientes dijo que en el futuro preferiría abrir una cuenta bancaria en línea. </p> <p> Sobre las transacciones, las transferencias llevan la delantera (75%), seguido por la consulta de saldo (69%), y el pago de compras (67%). </p> <p> Guillermo Beuchat, docente del Programa In Company de Unegocios FEN de la Universidad de Chile, destaca que la alta penetración de la banca digital ha generado un cambio en el paradigma de cómo ven los usuarios a las instituciones. “Los bancos se están volviendo cada vez ‘menos bancos y más ‘desarrolladores de aplicaciones digitales para el manejo de dinero. Históricamente, la mayor fortaleza de los bancos radicaba en su confiabilidad y seguridad para resguardar el dinero físico.

Hoy eso es un ‘desde, en que se pone mayor relevancia desde el consumidor a la oferta de servicios digitales y la experiencia que estos prestan”, comenta. </p> <p> Enrique Pasquel, gerente de Asuntos Corporativos de Credicorp, señala que la banca en América Latina, y sobre todo en Chile, está transformando sus productos y servicios apoyándose en soluciones digitales, lo cual ha permitido generar una relación más positiva, cómoda y segura con los usuarios.

“De hecho, según el Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2022, Chile destaca como el país de la región en donde menos se utiliza el efectivo para el pago de transacciones básicas como alimentos, productos del hogar, agua o alquiler. Esto va en línea con el avance del uso de las billeteras móviles.

A la fecha, la mitad de los chilenos ya usa una billetera de este tipo al menos una vez por semana”, detalla. </p> <p> Respecto a los elementos de seguridad que consideran más efectivos, los usuarios comentan que la huella digital (40%), las contraseñas (23%) y los multifactores por mensajes de textos o llamadas telefónicas (14%) son los mecanismos que les generan una mayor confiabilidad. </p> <p> Fintech como protagonistas</p> <p> A juicio de los expertos, la pandemia, sumado a la alta penetración de internet y dispositivos móviles en el país, fueron el escenario propicio para que las fintech tomaran el rol protagónico en la</p> <p> bancarización digital de los usuarios. </p> <p> Nicolás Martínez, académico de la Escuela de Negocios de la UAI, comenta que estas tecnológicas financieras pretenden simplificar muchísimos procesos (medios de pago, transferencias internacionales, inversiones y otros procesos “lentos” de la banca tradicional). Asimismo, dice, el acceso a internet ha permitido que las nuevas generaciones, Millennials y Generación Z, tengan</p> <p> <p> requerimientos más inmediatos y mayor cultura financiera.

“Es mucho más evidente cuando hay personas que recién cumplen la mayoría de edad y han hecho inversiones en criptomonedas, fondos mutuos o acciones, incluso si sus papás no lo han hecho nunca”, destaca. </p> <p> En cuanto a las interacciones y excluyendo a BancoEstado y su cuenta RUT de apertura universal (44%), son las fintech Mercado Pago (12%) y MACH (9%) quienes destacan en el ecosistema de la banca digital como proveedores de servicios no tradicionales (únicamente digitales). </p> <p> Samuel Cañas, presidente de FinteChile y CLO de Buda.com, comenta que pese a los avances en los últimos años, aún queda camino por recorrer. “Existe mucha intervención presencial necesaria a la hora de requerir servicios un poco más sofisticados que una cuenta vista o transferencias, además, falta interoperabilidad entre los distintos actores. El gran desafío es lograr aumentar el catálogo de servicios que se pueden realizar de forma 100% online y que estos sean interoperables entre distintas plataformas bancarias. Lo bueno es que existen fintech que precisamente están construyendo puentes para facilitar ambos aspectos”, finaliza. </p> <p> Noticias Relacionadas con este Artículo</p>

## Cuatro de cada 10 chilenos han abierto cuentas en bancos de manera online este año

mañana, 15 de noviembre de 2022, Fuente: Etcheberry Consultores

Una alta penetración de la banca digital es lo que se percibe actualmente, donde el 75% de los consumidores declara acceder varias veces

a la semana, siendo los productos más utilizados las cuentas de ahorros, billetera móvil y cuenta corriente.

Debido a la pandemia, las instituciones financieras cambiaron drásticamente procesos y atención a sus clientes, desde el procedimiento de apertura de cuentas hasta la solicitud y emisión de créditos, transformando sus aplicaciones de banca móvil y web en sucursales virtuales capaces de procesar los requerimientos con experiencias simplificadas y personalizadas.

Así lo concluye un estudio elaborado por Backbase, donde se da cuenta de una mayor interacción y satisfacción con los productos financieros digitales. De hecho, cuatro de cada 10 chilenos (40%) han abierto cuentas en bancos de manera online en 2022, siete puntos porcentuales más que el año pasado, y donde Chile lidera en la región en el porcentaje de frecuencia de interacciones digitales en plataformas bancarias (ver infografía).

Nicolás Perdomo, líder para Sudamérica de Backbase, sostiene que estas cifras reflejan un mayor interés y disposición a probar nuevos productos y a experimentar con una variedad de proveedores. De hecho, solo un 51% de los encuestados utiliza únicamente un banco tradicional, mientras que el 40% recurre tanto a un banco tradicional como a uno no tradicional, y el 9% solamente a un actor no tradicional”.

Asimismo, el 75% de los consumidores declara acceder a la banca digital varias veces a la semana, siendo los productos más utilizados las cuentas de ahorros (45%), la billetera móvil (39%) y la cuenta corriente (16%).

Además, el proceso de apertura de una cuenta en línea presentó una mejora respecto de 2021, donde el 80% pudo completar todo el proceso de forma digital (frente al 73% en 2021), y de estos 84% lo hizo en menos de 20 minutos. Ante esta experiencia, el 56% de los clientes dijo que en el futuro preferiría abrir una cuenta bancaria en línea.

Sobre las transacciones, las transferencias llevan la delantera (75%), seguido por la consulta de saldo (69%) y el pago de compras (67%).

Guillermo Beuchat, docente del Programa In Company de Unegocios FEN de la Universidad de Chile, destaca que la alta penetración de la banca digital ha generado un cambio en el paradigma de cómo ven los usuarios a las instituciones. “Los bancos se están volviendo cada vez ‘menos bancos y más ‘desarrolladores de aplicaciones digitales para el manejo de dinero. Históricamente, la mayor fortaleza de los bancos radicaba en su confiabilidad y seguridad para resguardar el dinero físico. Hoy eso es un ‘desde, en que se pone mayor relevancia desde el consumidor a la oferta de servicios digitales y la experiencia que estos prestan”, comenta.

Enrique Pasquel, gerente de Asuntos Corporativos de Credicorp, señala que la banca en América Latina, y sobre todo en Chile, está transformando sus productos y servicios apoyándose en soluciones digitales, lo cual ha permitido generar una relación más positiva, cómoda y segura con los usuarios. De hecho, según el Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2022, Chile destaca como el país de la región en donde menos se utiliza el efectivo para el pago de transacciones básicas como alimentos, productos del hogar, agua o alquiler. Esto va en línea con el avance del uso de las billeteras móviles. A la fecha, la mitad de los chilenos ya usa una billetera de este tipo al menos una vez por semana”, detalla.

Respecto a los elementos de seguridad que consideran más efectivos, los usuarios comentan que la huella digital (40%), las contraseñas (23%) y los multifactores por mensajes de textos o llamadas telefónicas (14%) son los mecanismos que les generan una mayor confiabilidad.

Fintech como protagonistas

A juicio de los expertos, la pandemia, sumado a la alta penetración de internet y dispositivos móviles en el país, fueron el escenario propicio para que las fintech tomaran el protagonismo en la bancarización digital de los usuarios.

Nicolás Martínez, académico de la Escuela de Negocios de la UAI, comenta que estas tecnológicas financieras pretenden simplificar muchísimos procesos (medios de pago, transferencias internacionales, inversiones y otros procesos “lentos” de la banca tradicional). Asimismo, dice, el acceso a internet ha permitido que las nuevas generaciones, Millennials y Generación Z, tengan

requerimientos más inmediatos y mayor cultura financiera. “Es mucho más evidente cuando recién cumplen la mayoría de edad y han hecho inversiones en criptomonedas, fondos mutuos o acciones, incluso si sus papás no lo han hecho nunca”, destaca.

En cuanto a las interacciones y excluyendo a BancoEstado y su cuenta RUT de apertura universal (44%), son las fintech Mercado Pago (12%) y MACH (9%) quienes destacan en el ecosistema de la banca digital como proveedores de servicios no tradicionales (únicamente digitales).

Samuel Cañas, presidente de FinteChile y CLO de Buda.com, comenta que pese a los avances en los últimos años, aún queda camino por recorrer. “Existe mucha intervención presencial necesaria a la hora de requerir servicios un poco más sofisticados que una cuenta vista o transferencias, además, falta interoperabilidad entre los distintos actores. El gran desafío es lograr aumentar el catálogo de servicios que se pueden realizar de forma 100% online y que estos sean interoperables entre distintas plataformas bancarias. Lo bueno es que existen fintech que precisamente están construyendo puentes para facilitar ambos aspectos”, finaliza.

Noticias Relacionadas con este Artículo