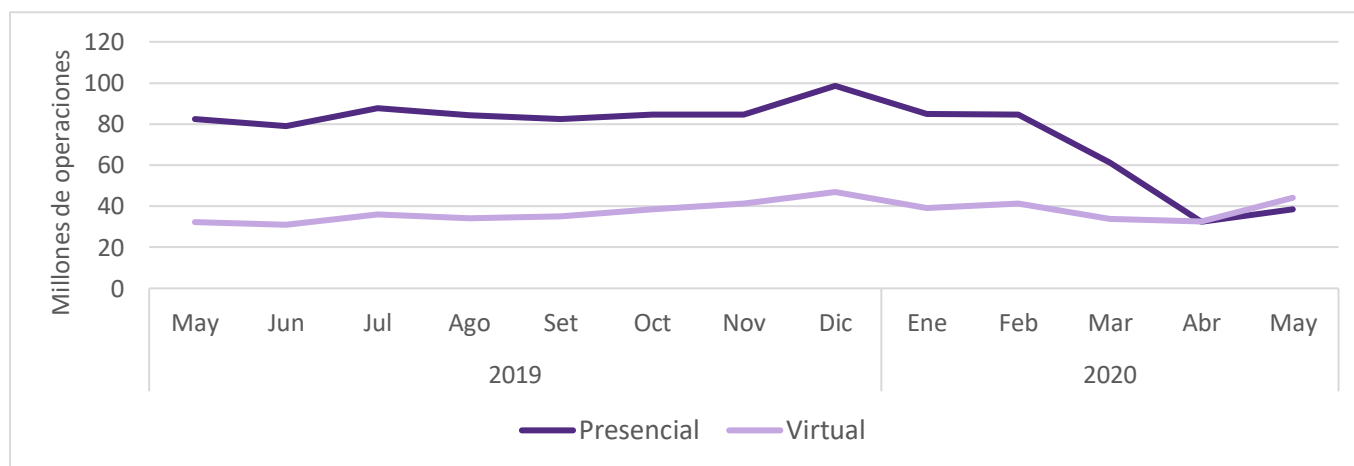


## En mayo canales virtuales superan por primera vez a los presenciales

La menor actividad económica y el confinamiento implican menores transacciones de dinero. En efecto, el número total de operaciones de pago se redujo drásticamente de forma que en abril se registraron cerca de 32% menos operaciones que en marzo. Al descomponer dicha cifra se observa que, como muestra el Gráfico N°1, la reducción tenue de las operaciones realizadas a través de canales de atención virtuales es incomparable con la súbita caída de aquellas que se realizaron a través de canales presenciales desde inicios del año. No obstante, ambos dieron señales de recuperación en mayo. En dicho mes y por primera vez, los canales de atención virtuales fueron más utilizados que los presenciales para realizar operaciones de pago. En ese sentido, la crisis originada por el COVID 19 orienta a las instituciones del sistema financiero a perseverar en sus esfuerzos por orientar a sus clientes hacia la sustitución de canales de atención presenciales por virtuales como medio de pago.

Gráfico N°1: Operaciones realizadas a través de canales de atención por categoría.



Los canales de atención virtuales, como la banca móvil, presentan varias ventajas por sobre los presenciales, como los cajeros automáticos, desde el hecho que no requieren la movilidad del cliente ni de su dinero. Del mismo modo, el desarrollo de sistemas de ciberseguridad ha demostrado que estos canales pueden ser igual o hasta más seguros que los presenciales, lo cual ha sido clave para su consolidación. Además, el abaratamiento de la tecnología permite que más clientes dispongan de ellos incluso sin contar con conexión a internet.

Nótese en el Cuadro N°1 que desde julio del 2019 los canales de atención presenciales vienen cediendo terreno a los virtuales, y que la banca móvil viene ganando mayor cantidad de usuarios. De hecho, su participación se multiplicó en más de tres veces en menos de un año, lo cual lo ubicó como el canal de atención más importante durante abril del presente año. Una dinámica opuesta se observó para los casos del cajero automático y Terminal de Punto de Venta (POS), pues ambos perdieron más de diez puntos porcentuales en tan solo 10 meses.

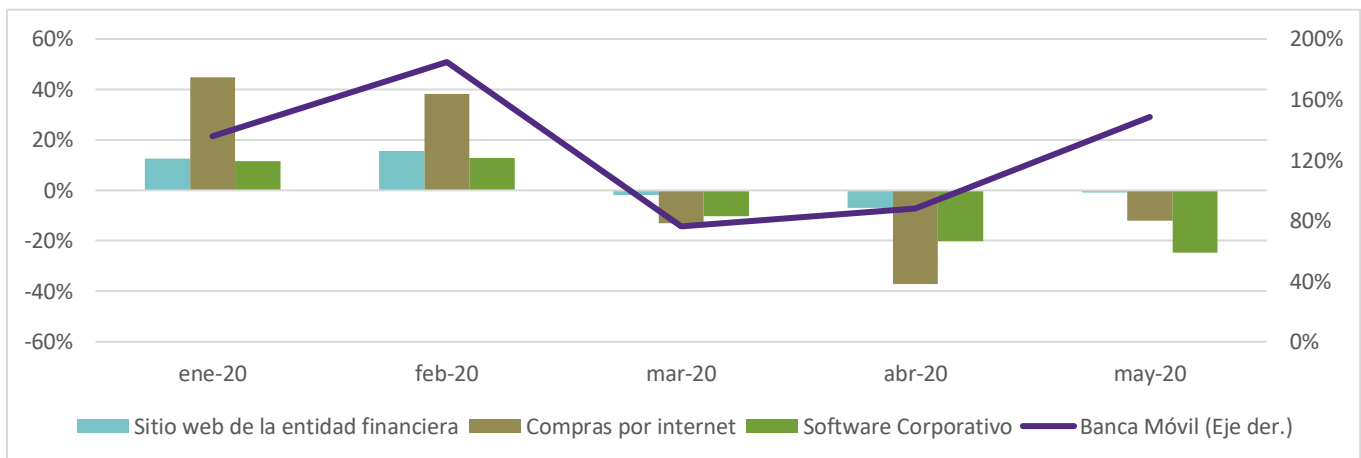
Cabe señalar que la mayor parte de dichos cambios se dieron durante los meses de abril y mayo cuando se aplicaron las medidas de confinamiento y la suspensión de la producción. Solo durante estos dos meses la participación de los canales de atención virtuales pasó de un tercio a casi la mitad. No obstante, solo la banca móvil y el sitio web de las entidades financieras presentaron un aumento significativo. Por el lado de los medios presenciales, sólo el cajero automático y el POS mostraron una caída fuerte entre marzo y mayo, mientras que otros como la ventanilla operativa y cajeros corresponsales reportaron tenues reducciones. Es importante señalar que los cobros de los primeros bonos de ayuda del Gobierno no están incluidos en esta estadística, pues tales operaciones no se realizaron a través de instrumentos distintos al efectivo (como hubiera sido un depósito en cuenta o a través de billeteras electrónicas), sino más bien a través de giros por ventanilla a nombre de cada beneficiario.

Cuadro N°1: Porcentaje de operaciones realizadas a través de canales de atención.

Canal de atención	Jul-19	Sep-19	Nov-19	Ene-20	Mar-20	May-20
<b>Presenciales</b>	<b>69.84</b>	<b>68.98</b>	<b>66.08</b>	<b>67.54</b>	<b>63.26</b>	<b>45.71</b>
Cajero automático	29.48	28.04	26.77	27.14	25.24	17.27
Terminal de punto de venta (POS)	26.27	26.48	25.33	26.19	23.42	15.07
Otros presenciales	14.09	14.46	13.98	14.21	14.60	13.38
<b>Virtuales</b>	<b>28.63</b>	<b>29.45</b>	<b>32.14</b>	<b>31.02</b>	<b>34.94</b>	<b>52.17</b>
Banca móvil	8.54	9.45	14.04	12.76	14.90	28.14
Sitio web de la institución financiera	8.20	8.86	6.75	6.95	8.41	10.94
Otros virtuales	11.90	11.15	11.36	11.31	11.62	13.09
<b>Otros</b>	<b>1.52</b>	<b>1.57</b>	<b>1.78</b>	<b>1.44</b>	<b>1.81</b>	<b>2.12</b>

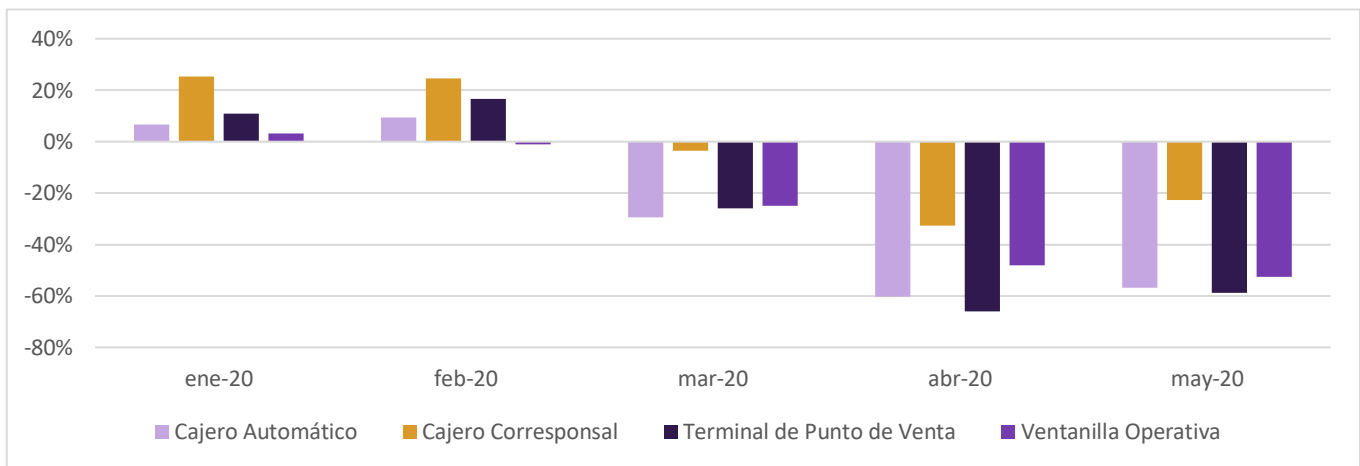
Las conclusiones son similares, mas no idénticas, cuando se analizan las variaciones en el flujo de operaciones realizadas a través de los distintos canales de atención. Todos efectuaron más operaciones respecto al año pasado durante los meses previos al estado de emergencia nacional. No obstante, sólo las operaciones realizadas a través de la banca móvil se incrementaron, como se observa en el Gráfico N°2. Algunos canales de atención virtuales, como las compras por internet, experimentaron un desuso similar al de los medios de atención presencial. En efecto, el referido instrumento fue empleado para hacer 4.1 millones de operaciones durante abril, 37% menos respecto al mismo periodo en el año 2019.

Gráfico N°2: Variación porcentual anual de operaciones a través de canales de atención virtuales.



Previo a la disposición del Gobierno por decretar estado de emergencia nacional, el uso de cajeros corresponsales fue el que más creció en términos interanuales, y posteriormente fue el que menos se contrajo. Esto último podría explicarse por la alta disponibilidad de estos medios, y a que funcionan en negocios como bodegas y boticas, los que siguieron operando aún durante la cuarentena. Por otro lado, el canal que reportó la mayor caída en mayo fue el de punto de venta, con -59% en términos interanuales, seguido de cerca por ATM (-57%) y ventanilla (-53%). Tal como señalamos previamente, en esta estadística no están reflejados los giros a través de los que se entregó el dinero del primer bono de ayuda gubernamental.

Gráfico N°3: Variación porcentual anual de operaciones a través de canales de atención presenciales.



Se espera que en los siguientes meses se observe una aceleración en la tendencia hacia la adopción de medios de pago virtuales. La pandemia del COVID-19 marcará un hito que impulsará hacia la adopción masiva de medios de pago sin contacto, tanto de parte de consumidores como de negocios. Y esta tendencia se verá reforzada en la medida que las instituciones financieras pongan a disposición más canales de atención virtual o mejoren las funciones de los ya existentes. Esto, finalmente, permitirá también realizar avances importantes en materia de inclusión financiera.

El usuario, por su parte, tiene la responsabilidad de informarse respecto al uso adecuado y seguro de estos canales de atención que no solo le ahorraría dinero si no que, bajo la circunstancia actual, resguardaría su salud y la de su familia.

**ESTUDIOS ECONÓMICOS**

Sergio Urday  
 Jefe de información económica y del sistema financiero

Lourdes Cruz – Analista  
 Jorge Luis Castillo - Practicante  
 Sonia González – Practicante  
 Diana Ordóñez – Practicante  
 Santiago Vásquez - Practicante