

Observatorio Bancario

Estados Unidos

Houston, 2 de abril de 2014

Análisis Económico

EEUU

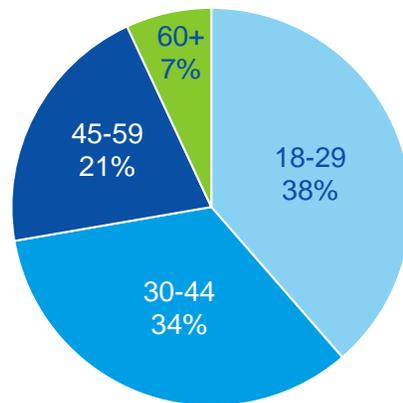
Michael Soni
michael.soni@bbvacompass.com

Los consumidores y los servicios financieros móviles

- El aumento del uso de teléfonos inteligentes impulsará la demanda de los servicios bancarios móviles
- Los jóvenes son los principales usuarios de la tecnología bancaria móvil
- Los datos indican que la banca móvil permite a los consumidores ser más conscientes de sus finanzas
- La seguridad representa un reto para el futuro de la banca móvil

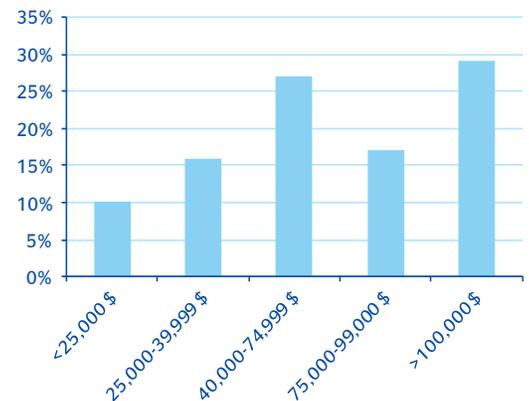
La encuesta de consumidores y servicios financieros móviles publicada por la Reserva Federal sobre el uso de la banca móvil durante 2013 indica que, en general, la utilización de la banca móvil ha crecido en popularidad desde 2011 debido en parte a la expansión del uso de los teléfonos inteligentes (TI). Aunque el porcentaje de norteamericanos que poseía un teléfono móvil en 2013 no varió respecto a 2012 (87%), la proporción de los que poseía un teléfono inteligente -definido como un dispositivo basado en Internet- aumentó de 52% a 61% durante el mismo periodo.

Gráfica 1
Uso de la banca móvil por edad



Fuente: Junta de la Reserva Federal

Gráfica 2
Uso de la banca móvil por ingreso



Fuente: Junta de la Reserva Federal

Los usuarios de TI tienen un acceso más fácil a la banca móvil. En 2013, el 51% de los usuarios de TI afirmó haber usado servicios de banca móvil en los últimos 12 meses, frente al 33% de los usuarios de teléfonos móviles estándar. En general, la posesión de TI sigue su tendencia al alza, lo que sugiere que los servicios de banca móvil también aumentarán en el futuro. De hecho, el porcentaje de usuarios de TI que descargan la aplicación móvil de su banco pasó de 49% en 2012 a 72% en 2013.

Uso de la banca móvil por ingreso y edad

La encuesta revela que el uso de la banca móvil es más popular entre la gente joven. Por ejemplo, los consumidores entre los 18 y 29 años constituyen el 39% del total de usuarios de la banca móvil. Además, el porcentaje de usuarios de los servicios móviles se reduce a medida que el grupo de edad envejece (véase Gráfica 1).

No obstante, los datos no muestran una correlación positiva entre el ingreso y el uso de la banca móvil. Por ejemplo, las personas con un ingreso entre 40 mil y 74,999 dólares (el 27%) casi tienen tanta predisposición a usar la banca móvil como los que tienen más de 100 mil dólares (el 29%). No obstante, los que tienen un ingreso entre 75 mil y 99 mil dólares son los menos propensos a usar la banca móvil (el 17%), y el uso es casi el mismo entre los usuarios encuadrados en la franja de 25 mil a 39,999 dólares de ingreso. Las personas con un ingreso inferior a 25 mil dólares son las más reacias a realizar operaciones bancarias con dispositivos móviles (el 10%), posiblemente debido al costo prohibitivo de la tecnología y los planes de servicio (véase Gráfica 2).

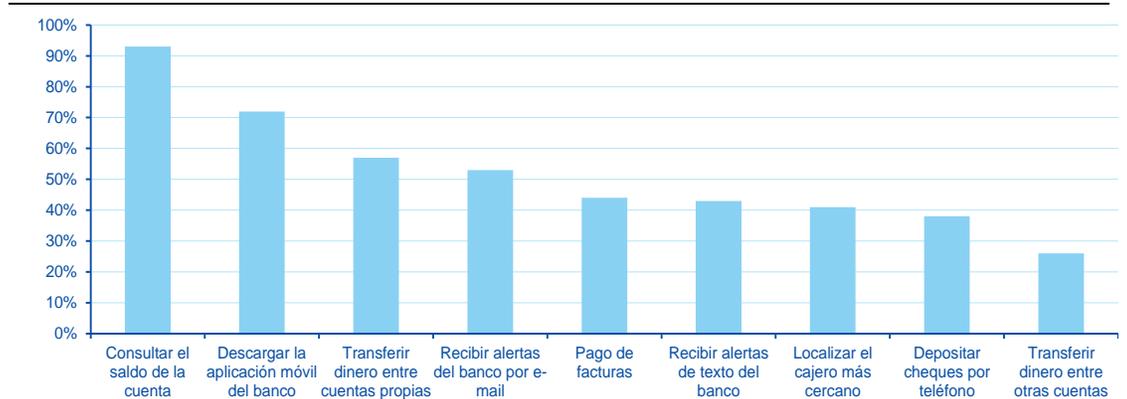
La banca móvil afecta al comportamiento del consumidor

La encuesta indica que la banca móvil permite a los consumidores tomar el control de sus finanzas.

El uso más habitual de la banca móvil es consultar el saldo de las cuentas (véase Gráfica 3), el 93% de los usuarios de la banca móvil afirmó haber consultado el saldo de sus cuentas en los últimos 12 meses -frente al 86% en el 2012. Además, el 69% de los usuarios de la banca móvil comprobó el saldo de su cuenta antes de realizar una compra, del cual, la mitad decidió no adquirir el artículo. Esto indica que los servicios financieros móviles están jugando un papel cada vez más importante en la gestión del presupuesto, porque la posibilidad de tener un acceso inmediato al saldo de su cuenta influye en sus decisiones de compra.

El acceso móvil a Internet y el software de lectura de códigos de barras está cambiando el comportamiento de los consumidores, porque les permite comparar precios de un modo más eficaz. En 2013, el 44% de los usuarios de TI comparó los precios de los artículos cuando se encontraba dentro de un establecimiento, y el 31% usó su dispositivo para escanear un código de barras y buscar el precio más competitivo de un artículo. Además, más de dos tercios de los consumidores que compararon precios decidieron adquirir el artículo en otro establecimiento. De cara al futuro, esto aumentará la competencia de precios entre los comercios y beneficiará a los consumidores que busquen los mejores precios. Respecto al conjunto de la economía, una mayor competencia debería provocar una bajada de precios y reducir la presión sobre la inflación.

Gráfica 3
Actividad de los usuarios de la banca móvil en los últimos 12 meses



Fuente: Junta de la Reserva Federal

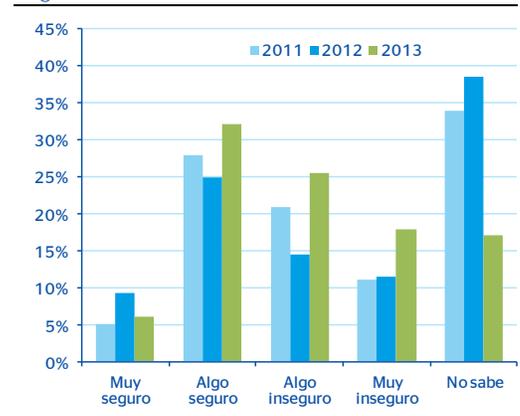
Las compras de artículos en terminales de punto de venta (POS) mediante teléfono móvil han crecido en popularidad en los dos últimos años. Sin embargo, el crecimiento de las compras a través de POS está ligado casi exclusivamente a los usuarios de TI, ya que solo 2% de usuarios sin TI afirmaron usar POS para adquirir un artículo. La posesión de un TI es crucial para el mercado de los POS, probablemente debido a que la tecnología con conexión a Internet resulta más fácil de usar en una tienda que un teléfono móvil sin conexión a Internet. El porcentaje de consumidores con un TI que afirmó haber realizado una compra a través de POS ascendió a 17% en 2013, después de ser prácticamente inexistente en 2011. Por consiguiente, mientras el porcentaje de consumidores que posee un TI continúe aumentando y las empresas ofrezcan soporte al software, el uso de POS debería seguir su tendencia al alza, lo cual puede, a su vez, reducir el uso de las terminales de pago con tarjeta de crédito.

Gráfica 4
Uso de la banca móvil por dispositivo



Fuente: Junta de la Reserva Federal

Gráfica 5
Seguridad de la banca móvil



Fuente: Junta de la Reserva Federal

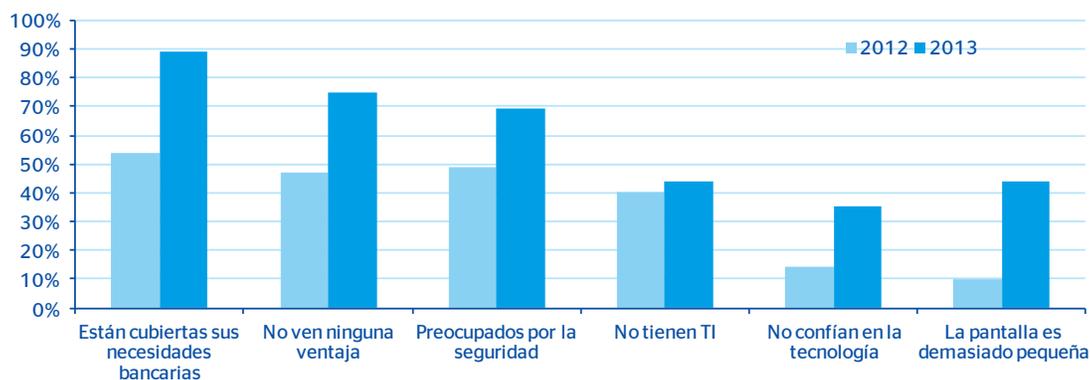
La seguridad y la confianza son las preocupaciones principales

Aunque el porcentaje de usuarios de la banca móvil está creciendo, la seguridad y la confianza en la tecnología bancaria móvil siguen siendo una preocupación entre los consumidores (véase Gráfica 5). Cabe destacar que el porcentaje de los usuarios de teléfonos móviles que afirmaron sentirse "algo inseguros" en cuanto a la información personal aumentó 11 pp a 26% de 2012 a 2013, y el porcentaje de los usuarios que se sentían "muy inseguros" aumentó 6 pp a 18% durante el mismo periodo. Las preocupaciones sobre la seguridad parecieron disminuir entre 2011 y 2012 antes de aumentar una vez más en 2013. El constante "hacked" de tarjetas de crédito y débito en 2013 puede haber contribuido al cambio de actitud del consumidor respecto a la seguridad de los móviles durante el último año. Aparte de la banca móvil, la creciente preocupación por la seguridad también se puede reflejar en el número de consumidores que protegen sus teléfonos mediante contraseña, que aumentó de 54% en 2012 a 61% en 2013.

La seguridad se ha convertido en un obstáculo para la adopción de la banca móvil (véase Gráfica 6). En 2013, el 69% de los usuarios de la banca no móvil alegó problemas de seguridad como la razón de no usar los servicios móviles, frente al 49% en 2012. Además, el 35% de los usuarios mencionó la falta de confianza en la tecnología como la razón de no usar los servicios de la banca móvil, frente al 14% en 2012. Aunque la seguridad sigue siendo uno de los motivos principales, no es la única razón por la que los encuestados han decidido no usar la banca móvil. De hecho, el 89% cree que sus necesidades bancarias ya están satisfechas. Estas personas puede que aún prefieran ir a su sucursal o usar los ordenadores de escritorio tradicionales.

Gráfica 6

Motivos por lo que los usuarios deciden no usar la banca móvil



Fuente: Junta de la Reserva Federal

Conclusión

La adopción de la banca móvil está creciendo, y los jóvenes constituyen la mayor parte de los usuarios. Si mejoran sus capacidades móviles, los bancos pueden captar a un segmento de la población que está empezando a demandar productos bancarios, cuya complejidad aumentará con el tiempo. Las tecnologías móviles han empoderado a los consumidores y, por tanto, los bancos deberían intentar proporcionar servicios móviles que les ayuden a tomar decisiones financieras inteligentes. Finalmente, la encuesta también revela que la seguridad es un obstáculo en el desarrollo de la banca móvil; por consiguiente, esperamos que los bancos sigan realizando grandes inversiones en seguridad cibernética.

AVISO LEGAL

Este documento ha sido preparado por BBVA Research, el Servicio de Estudios Económicos del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) en su propio nombre y en nombre de sus filiales (cada una de ellas una compañía del Grupo BBVA), y se facilita exclusivamente a efectos informativos. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento hacen referencia a su fecha específica y están sujetos a cambios que pueden producirse sin previo aviso en función de las fluctuaciones del mercado. La información, opiniones, estimaciones y previsiones contenidas en este documento han sido recopiladas u obtenidas de fuentes públicas que la Compañía estima exactas, completas y/o correctas. Este documento no constituye una oferta de venta ni una incitación a adquirir o disponer de interés alguno en valores.