

Sistema Financiero y Realidad Empresarial

LA BANCA VIRTUAL EN ESPAÑA: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Santiago Carbó Valverde
Rafael López del Paso (*)

El desarrollo alcanzado durante la última década por internet como medio de comunicación ha supuesto el inicio de un intenso proceso de cambio del modo en el que los agentes económicos interactúan en los mercados. Desde el punto de vista de la oferta, las empresas encuentran en la red un medio global que va más allá del canal a través del cual pueden dar a conocer sus productos. A la facilidad que proporciona en la tramitación de los pedidos se le une la conveniencia que ofrece en la centralización de órdenes de pagos, ambos sin apenas intervención manual y en tiempo real. Dichos beneficios se extienden a la vertiente de la demanda. Los consumidores pueden acceder a una oferta más amplia y versátil sin necesidad de desplazarse hasta el punto de venta, reduciendo el tiempo y dinero que necesitan para materializar sus planes de consumo.

Este esquema general se reproduce cuando se particulariza a la industria bancaria. Si existen productos de naturaleza virtual, esos son los servicios financieros, ya que no requieren el intercambio físico del producto, y la transacción puede materializarse de manera exitosa a través de un contrato establecido electrónicamente; de ahí su idoneidad para ser ofertados a través de la red. *A priori*, todos los agentes que participan en la banca por internet salen ganando. Por un lado, las entidades ven enormemente reducidos sus gastos de explotación, además de contar con una importante fuente de ingresos por comisiones y los procedentes de la

captación de clientes. Por otro, éstos experimentan los beneficios derivados de la menor asunción de gastos de gestión de sus cuentas de ahorro, además de poder materializar la práctica totalidad de las operaciones posibles en una oficina desde su propio hogar, sin encontrarse limitados a ciertas ubicaciones geográficas y a los horarios de atención al público de la banca.

¿Pero, son todo beneficios? Atendiendo a los planteamientos defendidos tanto por los académicos como por los profesionales, la respuesta es afirmativa cuando la difusión de esta nueva vía de operar se enmarca dentro de una estrategia multi-canal en la que internet coexiste con la oficina, de tal modo, que los clientes operan con una misma cuenta como lo venían haciendo de forma tradicional sin cambiar de entidad, es decir, como si se tratase de una extensión de la ventanilla (1).

El consenso se rompe cuando el análisis se centra en los llamados *bancos puros de internet*, generalmente entidades subsidiarias de grandes grupos financieros (2). Por un lado, están los que defienden que no plantea una amenaza para la banca tradicional, sino un reto de consolidación de un nuevo canal de actuación, al posibilitar: 1) una mayor flexibilidad en el diseño de la arquitectura de los mercados financieros que permite enfrentarse en mejores condiciones a la incertidumbre, riesgo y modificaciones que acontecen; 2) la posible ruptura de la cadena tradicional de valor, y por tanto, la

separación de la función de producción y distribución; 3) la reducción de las barreras de entrada para la provisión de servicios financieros, con el consiguiente efecto positivo sobre los precios soportados por los usuarios y, por ende, sobre su excedente, y 4) el suministro y consulta de información económica, y la adquisición de entradas para eventos, entre otros, a través de los portales configurados. Por otro, nos encontramos con los que mantienen la postura de que las *ciberentidades* alteran las reglas de juego que marcan la existencia de un campo de juego competitivo equilibrado (3).

La utilización de cuentas vinculadas por parte de este tipo de instituciones supone que los costes operativos correspondientes a la prestación de servicios de pagos e intermediación sean soportados por la entidad *origen*, que mantiene la red de oficinas y cajeros, así como del personal correspondiente para atender las exigencias de sus clientes. De este modo, los bancos virtuales parten de una situación de ventaja que les permite ofrecer una remuneración mayor en la captación de depósitos y operar con menores márgenes (*spreads*) en la concesión de créditos. Las críticas vertidas se extienden cuando el análisis se remite a la esfera del consumidor. En este caso, la evidencia muestra que una vez captados los clientes se produce un empeoramiento de las condiciones de salida, aplicando comisiones por la prestación de servicios inicialmente gratuitos y reduciendo los tipos de interés ofrecidos con la apertura de la cuenta de ahorro. Junto a ello, nos encontramos con la frialdad que proporciona la pantalla y el teclado frente al servicio tradicional, modelo de trabajo que implica dejar toda la gestión al cliente.

Partiendo de dichas consideraciones, el objetivo de este artículo es ofrecer una valoración global del impacto del desarrollo de la banca por internet sobre el sector bancario español. Para ello, se estructura como sigue: en un primer apartado se describe la situación actual de la banca por internet en España; posteriormente se analizan sus perspectivas y retos futuros. El artículo finaliza con las principales conclusiones.

1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA BANCA POR INTERNET EN ESPAÑA

Para analizar el impacto del desarrollo de la banca por internet sobre la actividad bancaria en España, resulta conveniente partir del análisis de la composición del balance agregado correspondiente a este tipo de entidades, en relación a aquellas

que siguen manteniendo una estrategia de negocio basada en el empleo de canales de distribución tradicionales. En lo que respecta a este último grupo, se ha optado por tomar una muestra constituida por seis entidades de un tamaño similar (± 10 por 100 del tamaño medio) —aunque en una fase más madura del ciclo empresarial, ya que no existen *nuevos* bancos de esta naturaleza— a los cinco bancos *on line* actualmente operativos. De este modo, se obtienen resultados más homogéneos, al aislar los potenciales efectos asociados a la presencia de economías de escala y aprendizaje.

El cuadro 1 muestra la estructura de activo y pasivo, junto con algunos indicadores relacionados con la misma, correspondiente a estos dos grupos de instituciones financieras para los años comprendidos entre 2001 y 2003, así como el valor medio referente a dicho período (4). Como puede observarse, las diferencias son más que notables en términos de estructura del activo, y por tanto, del destino de la financiación concedida. Mientras que los bancos *on line* materializan sus inversiones, fundamentalmente, en el sistema crediticio, donde colocan más del 70 por 100 de los recursos disponibles, en las entidades de corte tradicional el crédito a clientes se revela como la actividad más representativa, suponiendo el 69,34 por 100 de los activos totales en términos medios para el período 2001-2003. Lo mismo ocurre cuando se atiende al comportamiento mostrado por la cartera de valores. A la mayor dimensión relativa adquirida en las *ciberentidades*, se le une el predominio de las obligaciones y otros valores de renta fija. Por otro lado, y aun cuando las acciones y otros títulos de renta variable adquieren una importancia superior en la muestra de entidades tradicionales consideradas, apenas suponen el 1 por 100 de los activos totales, a pesar de la evolución al alza de los mercados de valores durante el horizonte temporal delimitado. La dispar forma de concebir como se debe integrar la red de distribución con los sistemas de producción queda plasmado en los recursos destinados a la adquisición de activos materiales. Mientras que en los bancos puros de internet se sitúa en el 0,3 por 100 a lo largo del trienio 2001-2003, para sus competidores se eleva por encima del 2 por 100 del balance.

Por el lado del pasivo, las diferencias no son tan marcadas. El peso de los débitos a clientes supera el 80 por 100 de los pasivos adquiridos en los bancos puros de internet en el período 2001-2003, promedio algo superior al que presentan los bancos tradicionales en ese mismo lapso de tiempo

CUADRO 1
CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD DESARROLLA POR LOS BANCOS PUROS DE INTERNET Y ENTIDADES TRADICIONALES (2001-2003)

	BANCOS PUROS DE INTERNET				MUESTRA ENTIDADES TRADICIONALES			
	2001	2002	2003	Media 2001-2003	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Colocación de Recursos Financieros (porcentaje sobre Activos Totales):								
Entidades de Crédito.....	67,45	80,55	63,28	70,42	14,16	12,83	11,08	12,69
Créditos sobre Clientes.....	8,02	8,38	26,67	14,36	66,66	69,55	71,80	69,34
Obligaciones y otros valores de renta fija.....	17,23	4,77	3,70	8,57	2,85	2,40	1,50	2,25
Acciones y otros títulos de renta variable.....	0,004	0,03	0,11	0,05	1,03	0,62	1,13	0,93
Activos Materiales.....	0,38	0,31	0,21	0,30	2,11	2,03	1,97	2,04
Captación de Recursos Financieros (porcentaje sobre activos totales):								
Entidades de Crédito.....	21,51	2,77	8,42	10,9	7,45	8,16	8,86	8,16
Débitos a clientes.....	72,13	90,14	84,83	82,37	76,81	77,73	70,2	77,19
De Ahorro.....	72,08	89,97	84,67	82,23	67,79	67,79	67,72	67,37
De los cuales:								
A la Vista.....	53,55	81,85	74,85	70,08	32,54	32,54	32,67	32,02
A plazo.....	18,53	8,12	9,82	12,15	35,24	35,24	35,05	35,35
Cuentas de capital.....	7,83	9,25	9,78	8,95	7,47	7,47	7,82	7,61
Otros indicadores (porcentaje):								
Créditos a clientes/Débitos a clientes.....	11	9	31	17	86	89	93	89
Activos Líquidos/Débitos de clientes.....	2	2	4	2,7	11	11	11	11
Cuentas de Orden (porcentaje sobre activos totales):								
Fianzas Avales y Caucciones.....	0,004	0,008	0,008	0,007	8,18	8,15	8,69	8,31
Compromisos.....	1,33	13,09	38,95	17,79	19,54	19,54	20,16	19,12
Disponibles por terceros.....	1,33	13,09	38,87	17,76	17,87	17,87	18,41	17,33

Fuente: AEB, CECA y elaboración propia.

(77,19 por 100). El análisis de la composición de estos débitos revela ciertos aspectos de interés. Los depósitos a plazo alcanzan un peso relativo ostensiblemente inferior, ya que únicamente representan en torno al 12 por 100 de los recursos captados, mientras que en el caso de las entidades tradicionales presentan una estructura más equilibrada (32,02 y 35,35 por 100 respectivamente, para los depósitos a la vista y a plazo para el período 2001-2003). En consecuencia, no se puede afirmar que este nuevo tipo de entidades esté contribuyendo a la promoción del ahorro a largo plazo, tan necesario para la financiación del proceso de crecimiento económico de nuestro país.

La obtención de una visión global del balance pone claramente de manifiesto la presencia de estrategias dispares en el desarrollo de la actividad clásica de intermediación. Dichas diferencias se ratifican atendiendo al computo de los indicadores Créditos a clientes/Débitos a clientes y Activos Líquidos/Débitos a clientes (5). Teniendo en cuenta el primero de ellos, resulta evidente que la canalización del ahorro al crédito únicamente ha constituido una constante en las entidades tradi-

cionales, donde alcanza valores en torno al 90 por 100 (17 por 100 para los bancos *on line* en términos medios para 2001-2003). La intensidad de la gestión de tesorería constituye uno de los rasgos de los bancos virtuales, tal y como muestran los valores obtenidos para el segundo de los indicadores (2,7 por 100 a lo largo del período), al inmovilizar únicamente los recursos necesarios para afrontar las necesidades de sus clientes y cumplir con las obligaciones legales.

El fuerte crecimiento de la actividad tradicional ha resultado compatible con el desarrollo de nuevas actividades —fundamentalmente operaciones fuera de balance— para ambos tipos de entidades. Esta tendencia se evidencia en la parte final del cuadro 1. En este sentido, la expansión de la actividad crediticia más allá del balance (compromisos de crédito) ha gozado de cierta relevancia, favoreciendo las relaciones crediticias a largo plazo entre prestamista y prestatario (*scope of the relationship*). La ampliación de esta relación ha supuesto para las instituciones bancarias un enriquecimiento de sus fuentes informativas, del valor de su cartera crediticia y del control del riesgo de ésta.

CUADRO 2
EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS DE LOS BANCOS PUROS DE INTERNET Y ENTIDADES TRADICIONALES (2001-2003)
(Porcentaje sobre activos totales)

	BANCOS PUROS DE INTERNET				MUESTRA ENTIDADES TRADICIONALES			
	2001	2002	2003	Media 2001-2003	2001	2002	2003	Media 2001-2003
Intereses y rendimientos asimilados	4,18	4,52	3,57	4,09	5,30	4,75	4,15	4,73
Intereses y cargas asimiladas	3,47	3,62	2,43	3,18	2,68	2,12	1,68	2,16
Margen de intermediación	0,71	0,9	1,14	0,91	2,69	2,72	2,58	2,67
Comisiones percibidas	0,33	0,46	0,73	0,51	0,81	0,78	0,74	0,78
Comisiones pagadas	0,23	0,30	0,31	0,28	0,10	0,10	0,08	0,09
Resultados Operaciones Financieras	0,076	0,087	0,25	0,13	0,08	0,11	0,20	0,13
Margen Ordinario	0,88	1,15	1,82	1,28	3,49	3,52	3,43	3,49
Gastos Generales de Administración	2,35	2,16	1,67	2,06	1,92	1,82	1,75	1,83
De personal	0,65	0,69	0,47	0,60	1,27	1,20	1,15	1,21
Amortización y saneamientos	0,14	0,19	0,18	0,17	0,18	0,17	0,17	0,18
Margen de Explotación	-1,64	-1,23	-0,07	-0,98	1,37	1,51	1,50	1,46
Amortizaciones y provisiones	0,14	0,12	0,35	0,20	0,34	0,42	0,51	0,42
Resultados antes de impuestos	-1,88	-1,42	-0,46	-1,25	1,02	1,06	1,01	1,03
Resultados después de impuestos	-1,40	-1,05	-0,41	-0,96	0,78	0,79	0,75	0,79

Fuente: AEB, CECA y elaboración propia.

Destacan como ejemplo fundamental de estas relaciones los disponibles por terceros (tarjetas, líneas de crédito). Por otro lado, las fianzas, avales y cauciones únicamente han alcanzado un nivel de desarrollo considerable en las entidades tradicionales, ya que en los *ciberbancos* no alcanzan el 0,01 por 100 en términos de Activos Totales.

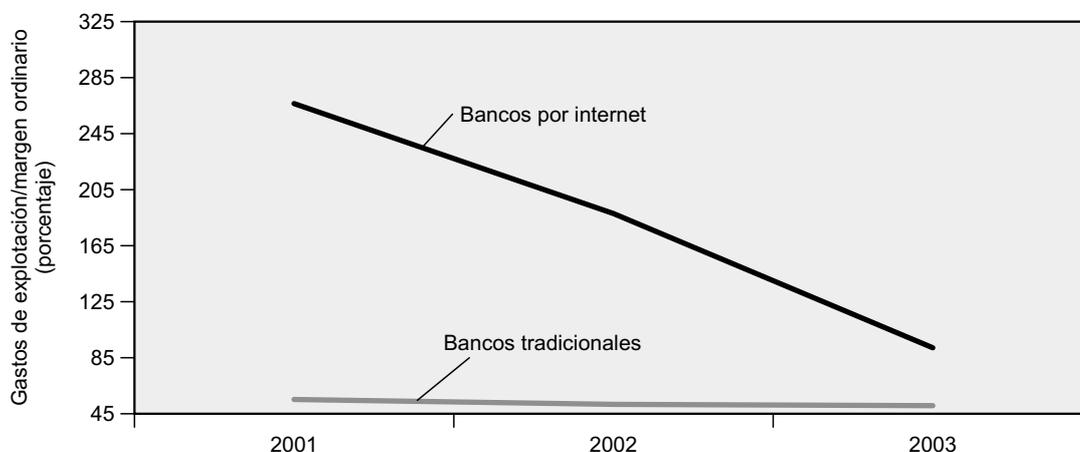
Al igual que en el caso de la composición de la actividad, el análisis de la estructura de la cuenta de resultados arroja conclusiones de cierto interés. Como puede observarse en el cuadro 2, los bancos *on line* presentan márgenes de intermediación sustancialmente inferiores (una media de 0,91 frente al 2,67 por 100 de los bancos tradicionales en el período 2001-2003). Esto es debido a la conjunción de la tenencia de productos financieros más reducidos y, especialmente, a los mayores costes financieros soportados, fruto de la competencia y de su intento de incrementar la base de clientes. De igual modo, los ingresos obtenidos en concepto de comisiones netas en la materialización de las operaciones financieras son también inferiores a los correspondientes a las entidades tradicionales, por lo que las presiones competitivas se traducen en un menor margen ordinario.

Descendiendo en la cuenta escalar y llegados a los gastos generales de administración, se

observa que los bancos puros de Internet presentan gastos de explotación unitarios por encima de las entidades tradicionales para el conjunto del período 2001-2003, aunque en el último de estos años ocurra lo contrario. Por todo ello, los bancos *on line* presentan márgenes de explotación negativos a lo largo del horizonte temporal seleccionado. Lo mismo ocurre cuando se analiza la rentabilidad obtenida por estos bancos en términos agregados tanto antes como después de impuestos, mientras que la correspondiente a las entidades tradicionales se sitúan por encima de 1,0 por 100 en resultados antes de impuestos y por encima de 0,75 por 100 en beneficios después de impuestos (6).

Como puede observarse en el gráfico 1, aun cuando los bancos *on line* han mejorado sustancialmente sus niveles de eficiencia operativa en el período analizado (91,97 por 100 en 2003) todavía distan mucho de alcanzar los registros correspondientes a la banca tradicional (50,85 por 100). Por otro lado, aun cuando no deben asumir los gastos que genera el mantenimiento de una densa red de sucursales muestran costes totales medios muy superiores (véase gráfico 2), como consecuencia de los elevados gastos financieros soportados (7).

GRÁFICO 1
EFICIENCIA OPERATIVA: BANCOS PUROS DE INTERNET VS. ENTIDADES TRADICIONALES

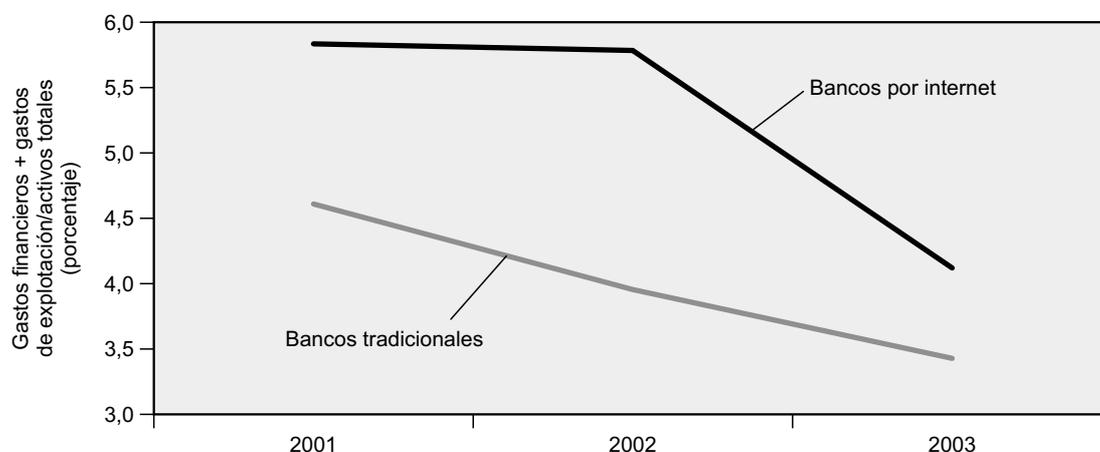


Fuente: AEB, CECA y elaboración propia.

El modo de operar de las *ciberentidades* da lugar a una red de distribución cuya fisonomía difiere completamente de la correspondiente a aquellas que siguen anteponiendo el ladrillo al *click* del ratón. Para ello, sólo basta con observar los registros alcanzados por las variables representadas en el cuadro 3. Las 309 sucursales que en términos medios mantienen abiertas al público las entidades tradicionales, con objeto de mantener una alta proximidad física, contrasta con las 1,8 oficinas operativas de las *e-entidades*, en las que se

mecanizan y centralizan el conjunto de transacciones materializadas sobre las cuentas de clientes. Este dispar grado de permeabilidad de la red de distribución ha determinado, igualmente, una aplicación de políticas de creación de empleo y de estructuración de la oficina bancaria, así como una capacidad efectiva de captar clientes bastante heterogénea. Mientras que los bancos *on line* han creado en términos medios 96,2 empleos, sus homónimos tradicionales mantiene una plantilla media de 1.738,7 personas. Por otro lado, y a pesar

GRÁFICO 2
COSTES TOTALES UNITARIOS: BANCOS PUROS DE INTERNET VS. ENTIDADES TRADICIONALES



Fuente: AEB, CECA y elaboración propia.

CUADRO 3
BANCOS PUROS DE INTERNET VS ENTIDADES TRADICIONALES: GRADO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

	BANCOS PUROS DE INTERNET			MUESTRA ENTIDADES TRADICIONALES		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Número medio de oficinas	1,4	1,8	—	298,5	309	309
Número medio de empleados	122,8	96,2	—	1.655	1.692,3	1.738,7
Número de cuentas de pasivo por entidad	145.432	211.773,6	—	694398,2	683.354,7	681.417,2

Fuente: AEB, CECA y elaboración propia.

del espectacular crecimiento de la base de clientes de los bancos por internet, que se ha multiplicado por 1,5 entre 2001 y 2002 éstos suponen en términos medios por entidad el 30 por 100 de los que mantienen las entidades tradicionales.

2. PERSPECTIVAS Y RETOS DE FUTURO

El potencial de crecimiento de la banca *on line* en nuestro país dependerá básicamente del incremento de la confianza de los usuarios y del desarrollo de la infraestructura necesaria que garantice el acceso de la demanda en adecuadas condiciones de conveniencia y coste (8). En este sentido, el aumento experimentado por el número de ordenadores personales, la mejora en la calidad de las conexiones, su generalización en hogares y empresas, junto con la reducción en el coste fijo de las conexiones, así como de los gastos de mantenimiento correspondientes a las mismas resultará determinante (Delgado y Nieto, 2002) (9, 10). De acuerdo con los datos facilitados por la OCDE, España se sitúa entre los países con una menor penetración de la red, condicionando el desarrollo de las transacciones bancarias vía internet. Como puede observarse en el gráfico 3, de acuerdo con los resultados presentados por la consultora Nielsen cerca del 20 por 100 de la población conectada son usuarios de *e-banking*, cifra ostensiblemente inferior a la correspondiente a la media europea (11). Las estimaciones realizadas por esta consultora, al igual que por Merrill Lynch, sitúan al número de usuarios en 2003 por encima de los cinco millones, lo cual implica quintuplicar la clientela en un período de tres años (12).

Considerando el crecimiento de la banca *on line* en España, todo parece apuntar que sus proyecciones de crecimiento son favorables, para la cual este tipo de entidades deberán tener en cuenta los siguientes aspectos. En primer lugar, deben intentar convertir internet en una ventaja competitiva

por sí misma, con objeto de lograr diferenciar sus productos y servicios, y por tanto mantener e incrementar su base de clientes. Junto a ello, deben solventar las limitaciones que pueden afectar a sus posibilidades de masificación y congestión. Finalmente, en la medida de lo posible, resulta conveniente que ayuden a los usuarios a completar los procesos, ofreciéndole altos incentivos a través del establecimiento de sistemas apropiados de tarificación.

Al mismo tiempo, deben superar de manera eficaz tanto los riesgos tradicionales como los derivados del mantenimiento de la seguridad de la información. Entre los mismos figuran los siguientes:

a) Estratégicos. Derivados de la inadecuada toma de decisiones cuando no se tenga un conocimiento pleno de los aspectos técnicos y estratégicos de la banca por internet, así como los procedentes de las presiones competitivas.

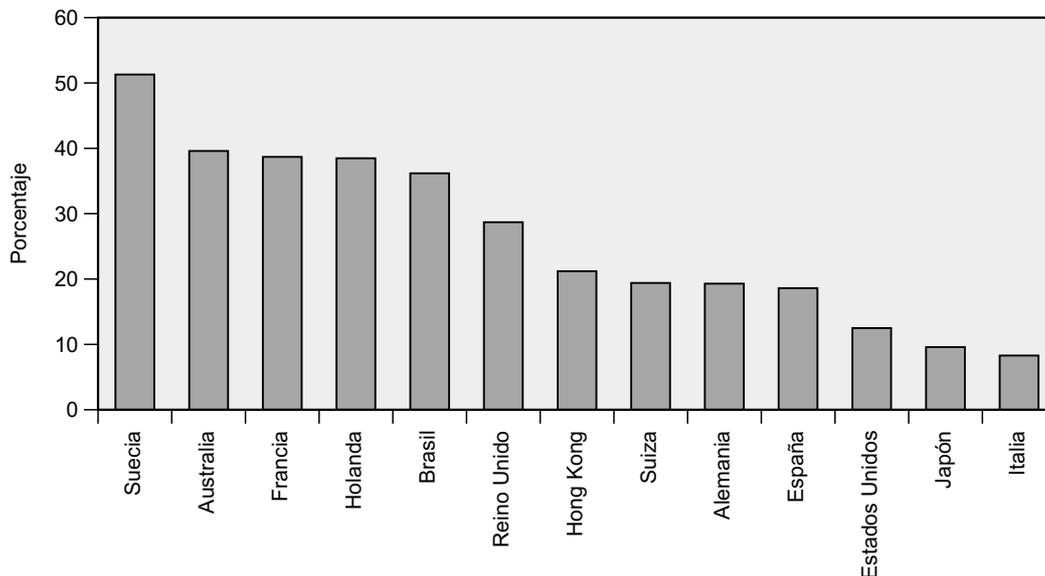
b) De crédito. Como consecuencia de la dificultad para verificar la identidad del cliente a la hora de realizar la oferta a través de la red de manera instantánea.

c) De liquidez. Procedente de la incapacidad de satisfacer sus obligaciones. La banca por internet puede aumentar la volatilidad de los depósitos captados dado que los clientes pueden mantener las cuentas sólo para obtener elevadas rentabilidades.

d) De precio y de tipos de interés. En base a las alteraciones en el valor de los instrumentos financieros comercializados.

e) De cumplimiento. Procedentes del incumplimiento de legislación existente, pudiendo afectar a la reputación y a las oportunidades de negocio.

GRÁFICO 3
PORCENTAJE DE INTERNAUTAS QUE UTILIZAN LA BANCA ON LINE



Fuente: Nielsen.

f) De transacción. Surgido del fraude o negligencia para mantener niveles de servicio; en la banca por internet puede existir este tipo de riesgo debido a la aplicación de controles internos sofisticados e interfaces con el que asegurar la integridad de los datos y el no repudio de las operaciones.

En definitiva, una serie de retos que requieren el empleo de un importante volumen de recursos, así como el posible establecimiento de alianzas con el fin de evitar la concentración de riesgos que pueda dar lugar a su generalización en el sistema.

3. CONCLUSIONES

El desarrollo alcanzado durante la última década por internet como medio de comunicación ha supuesto el inicio de un intenso proceso de cambio de la industria bancaria. Los beneficios asociados a la difusión de la red se hacen patentes cuando se enmarcan dentro de una estrategia multicanal en la que internet coexiste con la oficina. No ocurre lo mismo cuando se constituye como el único canal de distribución. La utilización de cuentas vinculadas por parte de este tipo de instituciones supone que los costes operativos correspondientes a la prestación de servicios de pagos e intermediación sean soportados por la entidad *ori-*

gen que mantiene la red de oficinas y cajeros, así como del personal correspondiente para atender las exigencias de sus clientes. De este modo, los bancos virtuales parten de una situación de ventaja que les permite ofrecer una remuneración mayor en la captación de depósitos y operar con menores *spreads* en la concesión de créditos.

El análisis de su estructura de balance en relación a la correspondiente a los bancos tradicionales pone de manifiesto diferencias de cierto interés. En relación al activo, mientras que los bancos *on line* materializan sus inversiones, fundamentalmente, en el sistema crediticio, en los bancos tradicionales el crédito a clientes se revela como la actividad más representativa. De igual modo, la dispar forma de concebir como se ha de integrar la red de distribución con los sistemas de producción ha queda plasmado en un mayor volumen de recursos destinados a la adquisición de activos materiales en estos últimos. En relación al pasivo, se constata la principal orientación de las *ciberentidades* hacia la captación de depósitos de ahorro a la vista, mientras que aquellos que se sustentan en la oficina para la prestación de sus servicios presentan una estructura más equilibrada. En consecuencia, parece que las entidades tradicionales han contribuido en mayor medida a la provisión de la financiación necesaria para acometer los proyectos de inversión y consumo de los

agentes del sector privado, así como al fomento del ahorro a largo plazo tan necesario para la financiación del proceso de crecimiento económico de nuestro país.

Al igual que en el caso de la composición de la actividad, el análisis de la estructura de la cuenta de resultados arroja conclusiones de cierto interés. Los bancos *on line* presentan márgenes de intermediación inferiores debido a la conjunción de la tenencia de productos financieros más reducidos y, especialmente, a los mayores costes financieros soportados, fruto de la competencia y de su intento de incrementar la base de clientes. Lo mismo ocurre cuando se analiza la evolución del margen ordinario. Por otro lado, aun cuando los bancos *on line* presentan mayores gastos en publicidad e informática, como consecuencia de la propia filosofía operativa y su reciente creación, soportan menores gastos de explotación. Junto a ello, el menor uso de los recursos humanos que realizan, da lugar a que presenten un tercio de los gastos de personal en relación a la muestra seleccionada. A pesar de ello, presentan márgenes de explotación negativos a lo largo del horizonte temporal seleccionado. Lo mismo ocurre cuando se analiza la rentabilidad obtenida por estos bancos en términos agregados.

Considerando el crecimiento de la banca *on line* en España, todo parece apuntar que sus proyecciones de crecimiento son favorables, para lo cual este tipo de entidades, si bien deberán intentar convertir internet en una ventaja competitiva por sí misma, tendrán que solventar las limitaciones que pueden afectar a sus posibilidades de masificación y congestión, ayudar a los usuarios a completar los procesos y afrontar de manera eficaz los diferentes riesgos que se les vayan presentando.

NOTAS

(*) Universidad de Granada y Funcas.

(1) De acuerdo con los informes elaborados por los organismos internacionales, entre ellos el Banco Central Europeo (1999), la adopción de las nuevas tecnologías constituye un requisito indispensable para mantener la base de clientes a largo plazo, donde la decisión de no entrar en a través de estas vías en el negocio puede poner en peligro el mantenimiento de la posición mantenida en el mercado.

(2) Junto a estas dos estrategias de incorporación de internet al desarrollo de la actividad bancaria existen otras tres alternativas en cierto modo complementarias (CENTENO, 2003). Por un lado, su inclusión sobre todas las líneas de negocio, con objeto de lograr una reestructuración del proceso de producción de servicios basada en la implantación de las tecnologías de información más punteras. Por otro, a través de la creación

de un banco puro de internet, que actúa como subsidiario de la entidad tradicional, y en la que se atiende a determinados segmentos de clientes que optan por materializar sus operaciones a través de este canal. Finalmente, mediante la creación de un verdadero supermercado financiero o agregador, con el que se materializa una integración vertical de los procesos de producción y distribución.

(3) Véase BERNAL (2002), donde se analizan los principales efectos de la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector bancario.

(4) La elección de 2001 como año inicial de nuestro análisis se debe a que es a partir de este momento cuando se encuentran plenamente operativos los cinco bancos *on line* considerados.

(5) Los activos líquidos comprenden las partidas caja y depósitos en bancos centrales, y deuda del Estado.

(6) Un número importante de los trabajos realizados, tal y como el llevado a cabo por FURST, LANG y NOLLE (2000) señalan que por el momento las pérdidas son cuantiosas, pero las expectativas de futuro son muy interesantes para las entidades. En la actualidad, los bancos están posicionándose en la red, buscando nuevos clientes y desarrollando nuevas fórmulas de trabajar con el dinero. Otro estudios como el de SULLIVAN (2000) muestran que no existen diferencias significativas entre las rentabilidades de los bancos que ofrecen servicios *on line* y aquellas que no lo hacen. Por el contrario, DE YOUNG (2001) concluye que los bancos puros de internet son en términos medios menos rentables que aquellos que prestan sus servicios a través de la oficina. En la misma línea se encuadran los resultados obtenidos por DELGADO, HERNANDO y NIETO (2004), tomando como referencia a la banca por internet en el contexto europeo.

(7) Costes totales = Costes financieros + Costes de explotación.

(8) Según los datos proporcionados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), sólo el 15 por 100 de los internautas opina que la realización de operaciones bancarias por internet les ofrece seguridad. En realidad este no es un problema real, ya que los bancos *on line* trabajan con sistemas de cifra que cubren los sistemas de identificación del usuario, y las operaciones y transacciones propiamente dichas. Además, el cliente va a tener un identificador de usuario elegido por el mismo, una clave de acceso, y una segunda contraseña para cuando se realicen movimientos de dinero, y no una simple consulta.

(9) De acuerdo con el informe elaborado por emergia.net, titulado "La experiencia del usuario en la banca *on line* española" las diez acciones prioritarias para mejorar el rendimiento de internet cara a los oferentes son los siguientes: 1) reducir la velocidad de descarga de las páginas; 2) cumplir con la normativa de accesibilidad; 3) cumplir los estándares que se han impuesto en la web; 4) ser consistentes en el sitio web y unificar los subsidios del banco; 5) editar los contenidos para su correcta lectura *on line*; 6) ofrecer herramientas de búsqueda; 7) estructurar la jerarquía de los productos ofertados de acuerdo a la lógica de los usuarios; 8) aumentar la percepción de seguridad ofrecida; 9) mejorar la rapidez y calidad de las respuestas; y 10) ofrecer buenas simulaciones de la operativa de los principales productos, especialmente los más complejos.

(10) Otros de los factores que determinan el desarrollo de la banca por internet son la cultura bancaria existente en el país, la tradición en cuanto al empleo de los medios temáticos para el desarrollo de las transacciones económicas, el contexto macroeconómico y el nivel alcanzado por la economía sumergida, al poder reducir el potencial de crecimiento de lo servicios financieros (CENTENO, 2003).

(11) De acuerdo con las estimaciones realizadas por BUGHIN (2001), la elasticidad de sustitución de la banca tradicional por la banca por internet en España, dado el grado actual de difusión de la red, se sitúa en 0,8. Junto a ello señala, que dicha migración viene explicada en un 60 por 100 por factores de demanda, mientras que el 40 por 100 restante obedece a condicionantes de la oferta. Una tercera conclusión derivada de su estudio señala que el tránsito del modelo tradicional al estructurado sobre la red ha venido liderado por las entidades de dimensión media.

(12) De acuerdo con NIELSEN, en 2002 el número de visitas por persona a páginas web correspondientes a bancos comerciales y entidades de crédito fue de 5,2, siendo el tiempo empleado cercano a los 45 minutos.

BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL EUROPEO (1999): *The effects of technology on the EU banking system*, Banco Central Europeo, Frankfurt.
- BERNAL, E. (2002): "Perspectivas de la banca en internet en el sector financiero español", *Papeles de Economía Española*, núm. 94, págs. 248-256.
- BUGHIN, J. (2001): "Giving Europeans an on-line push", *McKinsey Quarterly*, vol. 2, págs. 11-15.
- CENTENO, C. (2003): *Adoption of internet services in the enlarged European Union, Lesson from the internet banking case*, Report EUR 20822 EN, European Commission.
- DELGADO, J. y NIETO, M. J. (2002): "Incorporación de la tecnología de la información a la actividad bancaria en España: la banca por internet", *Estabilidad financiera*, noviembre, núm. 2, págs. 85-105.
- DELGADO, J.; HERNANDO, I. y NIETO, M. J. (2004): "Perspectivas de rentabilidad de la banca por internet en Europa", *Estabilidad financiera*, mayo, núm. 6, págs. 173-188.
- DE YOUNG, R. (2001): "The financial performance of pure play internet banks", *Economics Perspectives*, Federal Reserve Bank of Chicago, vol. 25, núm. 1, págs. 60-75.
- FURST, K.; LANG, W. y NOLLE, D. (2000): "Who offers internet banking?", *Quarterly Journal*, vol. 19, núm. 2, junio, págs. 29-48.
- SULLIVAN, R. (2000): "How the adoption of internet banking affected performance and risk in banks", *Financial Industry Perspectives*, Federal Reserve Bank of Kansas City, december, págs. 1-16.