

Recuadro 6: Comportamiento de los canales de acceso en el proceso de pago: evolución en el uso de los canales digitales y presenciales

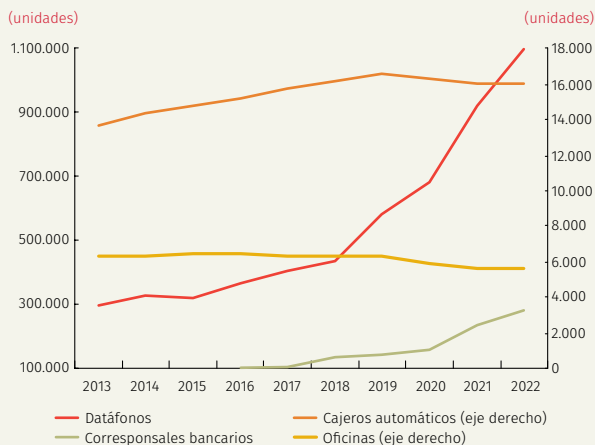
Las transacciones de pagos al por menor requieren usar canales de acceso, cuya función es conectar al pagador con su entidad financiera para poder iniciar los pagos¹. En la actualidad estos canales son: internet, oficinas de las entidades financieras, corresponsales bancarios, datáfonos, la red de telefonía móvil, cajeros automáticos y sistemas de audiorrespuesta².

El comercio al por menor ha incorporado la venta no presencial con innovaciones en sus pagos, consolidados a partir del desarrollo tecnológico y que, desde el punto de vista de los canales de pago, corresponden, por ejemplo, al uso de internet, lo que permite la comunicación y acuerdos entre los vendedores y compradores de bienes y servicios. En general, la utilización para los pagos en la economía de internet y telefonía móvil viene presentando una tendencia creciente. En Colombia un 73,0 % de las personas usaron internet durante 2021; dentro de este total, la proporción de quienes lo hicieron en su hogar alcanzó un 83,7 %; sin embargo, el teléfono celular fue el dispositivo más utilizado para la conexión (93,9%)^{3, 4}.

Es así como canales digitales como internet y la telefonía celular soportan gran parte del comercio electrónico⁵ en Colombia. En este recuadro se presenta el comportamiento de los canales de acceso a 2022, y se analiza la evolución tanto de los canales digitales como de los presenciales durante los últimos diez años.

En Colombia a finales de 2022 el número de datáfonos en los establecimientos de comercio fue de 1.096.503, los corresponsales bancarios 277.591, los cajeros automáticos 16.019, y las oficinas 5.616 (Gráfico R6.1). Durante los últimos diez años los corresponsales bancarios han

Gráfico R6.1
Cantidad de canales de pago



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2012-2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

- 1 También, conectan al beneficiario del pago para recibirlo.
- 2 En general, a través de los canales de pago se realizan operaciones de pago y de consultas de saldo. La telefonía móvil permite pagos que pueden definirse como aquellos iniciados y transmitidos por las redes de comunicación celular. Mediante este canal de acceso es posible utilizar la tecnología de voz, aplicaciones móviles, mensajes de texto (por ejemplo, SMS), o *near field communication* (NFC). Entre los dispositivos de acceso para los pagos móviles, están los teléfonos celulares tradicionales, las tabletas y los computadores. Un pago realizado por los medios listados se considera pago por internet si utiliza dicha red (y son efectuadas directamente por medio del portal de la entidad), y pago móvil si utiliza la red móvil —Banco de la República (2015, *Reporte de Sistemas de Pago*); SFC (2016, Formato 444)—.
- 3 En 2021, el 16,4 % (6.029.805) de personas mayores de 18 años realizaba compras vía internet (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. 2023. "El comercio electrónico en 2022 y perspectivas, 2023", febrero).
- 4 DANE (2021). *Boletín Técnico: Encuesta de tecnologías de la información y las comunicaciones en hogares*.
- 5 De acuerdo con el documento Conpes: Política Nacional de Comercio Electrónico (borrador 1, 12/06/2020), el comercio electrónico se define como la venta o la compra de bienes o servicios, realizados mediante redes informáticas, por medio de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir o procesar pedidos, independientemente de si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea. El comercio electrónico hace referencia a bienes físicos, productos intangibles (digitales) y servicios que pueden prestarse de forma digital. Igualmente, contempla que los productos o servicios pueden ofrecerse de manera individual o empaquetada, y estos se pueden comprar utilizando computadores personales, portátiles, tabletas y teléfonos móviles de diferentes grados de complejidad.

aumentado a una tasa promedio anual del 26%. Por su parte, y en su orden, el incremento de los datáfonos fue del 18%, los cajeros automáticos crecieron un 3% y las oficinas decrecieron en un 1%.

1. Número de operaciones

El número de operaciones totales en 2022 se ubicó alrededor de 38 millones promedio diario (37.834.126), compuesto en un 58% por operaciones no monetarias (21.956.342)⁶ y en un 42% por monetarias (15.877.784) (Gráfico R6.2).

En 2022 el canal más utilizado fue la red de telefonía móvil (23.419.666), seguido por internet (5.286.121). En un rango menor de operaciones se encuentran los cajeros automáticos (2.393.401), datáfonos (3.345.795), corresponsales bancarios (2.123.880), oficinas (1.184.516) y audiorrespuesta (80.746) (Gráfico R6.3).

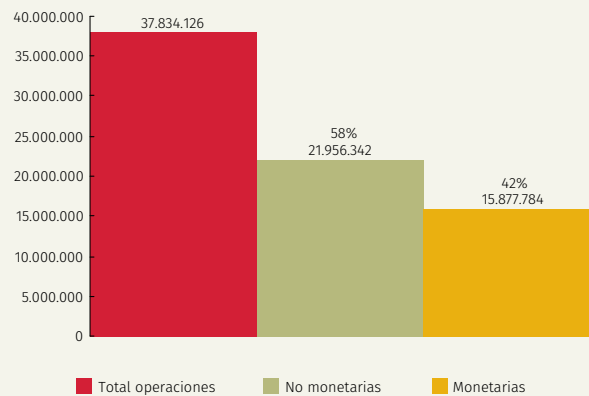
Las operaciones no monetarias se concentran, principalmente, en los canales digitales, como lo son la telefonía móvil (80%) e internet (57%) (Gráfico 3.C). Igualmente, en el número de operaciones monetarias (las que implican movimiento de dinero), la telefonía móvil es el canal más utilizado (4.791.435), seguido por datáfonos (3.312.533), internet (2.284.349), cajeros automáticos (2.252.846), corresponsales bancarios (2.123.880), oficinas (1.111.323) y audiorrespuesta (1.418).

Durante los últimos diez años (2013-2022) el número de operaciones de todos los canales se incrementó en un 18% promedio anual, donde se destacan, en su orden: telefonía móvil, internet, cajeros automáticos, datáfonos y corresponsales bancarios; y se presentó una tendencia decreciente para las oficinas y los canales de audiorrespuesta, lo que es consistente con una mayor digitalización de la economía (Gráfico R6.4).

Al comparar el número de operaciones realizadas en el año 2022 frente a 2021, en general, los canales presentaron un crecimiento (29%). En su orden, el comportamiento en primer lugar lo presentó la telefonía móvil (41%), y le siguieron los datáfonos (27%), los corresponsales bancarios (17%), los cajeros automáticos (11%), las oficinas

Gráfico R6.2
Total de operaciones monetarias y no monetarias (promedio diario, 2022)

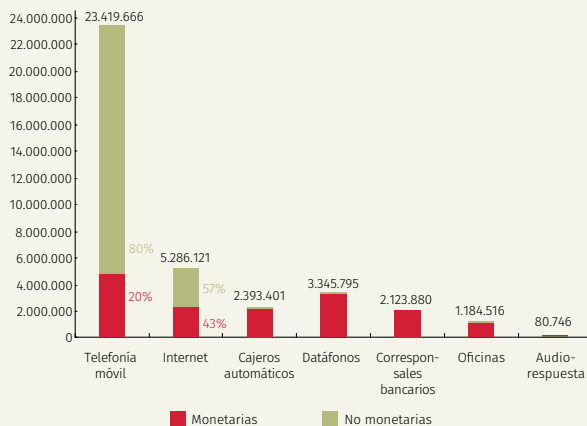
(promedio diario, 2022)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

Gráfico R6.3
Operaciones por canal, Número promedio diario, 2022

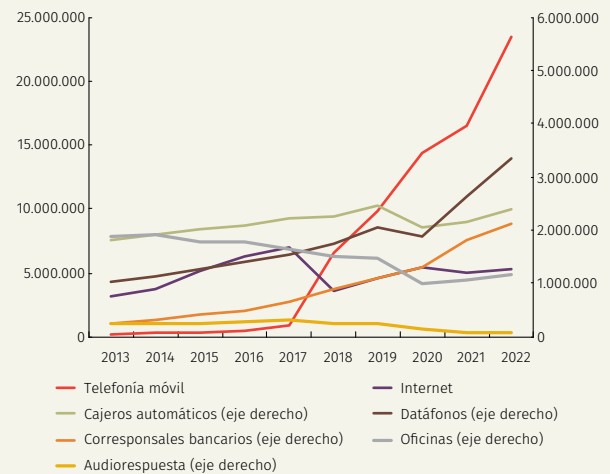
(número promedio diario, 2022)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

Gráfico R6.4
Número de operaciones (promedio diario)

(número de operaciones, promedio diario)

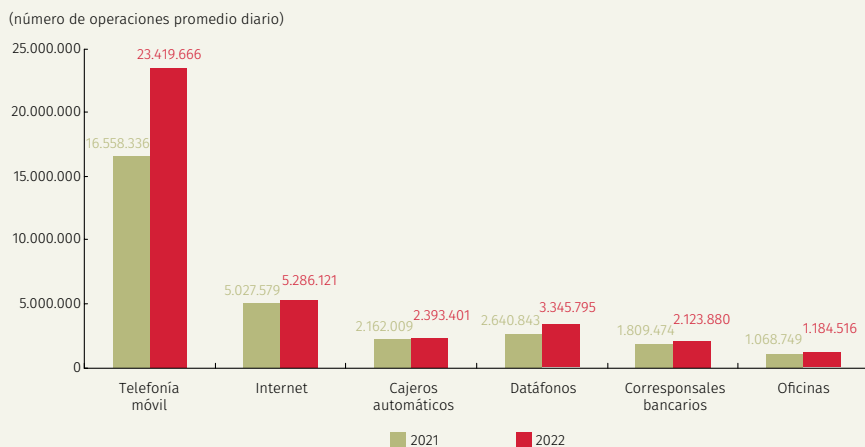


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2012-2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

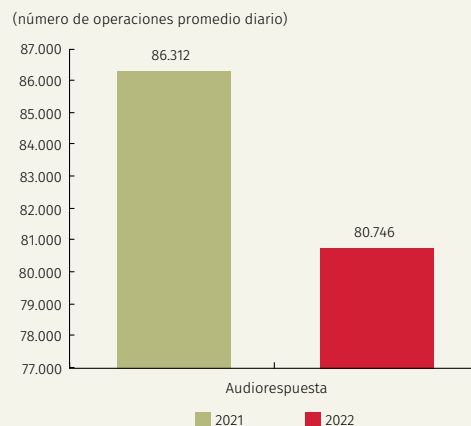
6 Corresponden a las consultas de saldo realizadas por los clientes de las entidades.

Gráfico R6.5
Canales de pago, comportamiento del número de operaciones entre 2022 y 2021

A. Crecimiento en canales entre 2022 y 2021



B. Decrecimiento en canales entre 2022 y 2021



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

(11%) e internet (5%) (Gráfico R6.5, panel A). Por su parte, el canal de audiorrespuesta presentó un decrecimiento (-6%) (Gráfico R6.5, panel B).

Cabe resaltar en el número de operaciones el comportamiento de la telefonía celular, que durante el periodo 2013-2022 presentó un crecimiento promedio anual del 106%.

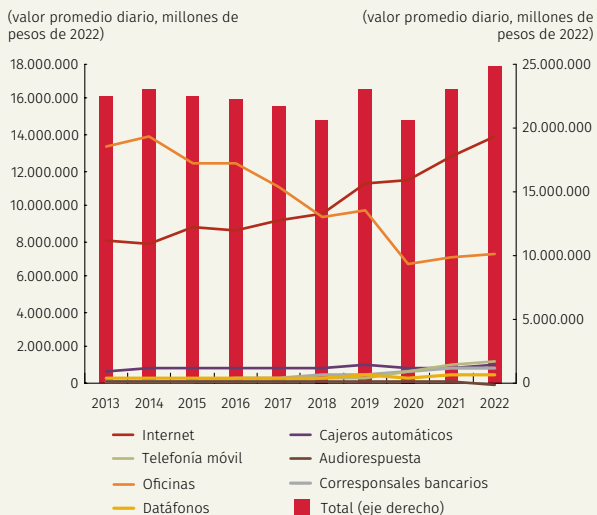
2. Valor de las operaciones

El valor total de las operaciones promedio diario en 2022 ascendió a COP24,8 billones (b) (Gráfico R.6.6). Internet y las oficinas fueron los más representativos: el primero se ubicó en COP14,0 b, y las oficinas en COP7,3 b promedio diario. Por debajo de COP1,5 b se encuentran los siguientes canales (Gráfico R6.7): telefonía móvil (COP1.262.322 m), cajeros automáticos (COP929.577 m), corresponsales bancarios (COP842.114 m), datáfonos (COP493.905 m) y audiorrespuesta (COP1.811 m). Durante los últimos diez años (2013-2022) el valor de las operaciones de todos los canales se incrementó en un 1% promedio anual.

Frente a 2021, en 2022 el valor de las operaciones por canales creció un 8%. Casi todos los canales presentaron variaciones positivas, en su orden: la telefonía móvil (35%), internet y los datáfonos (cada uno el 9%), los cajeros automáticos y los corresponsales bancarios (6% cada canal), y las oficinas (3%) (Gráfico R6.8, panel A); solo un canal presentó decrecimiento: el de audiorrespuesta (-13%) (Gráfico R6.8, panel B).

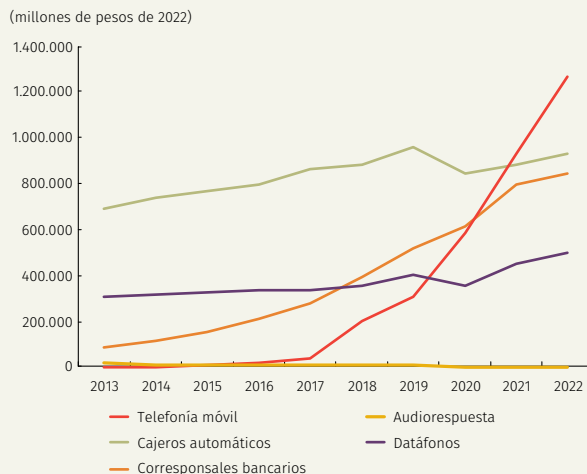
En conclusión, en los últimos diez años el número de operaciones por canales de pago se ha incrementado a una tasa promedio anual del 18%, representando a 2022 alrededor de 38 m de operaciones promedio diario (de las cuales el 58% son operaciones no monetarias), donde se resalta la alta participación de canales como telefonía móvil e internet. Respecto al valor, el total de los canales, en el mismo periodo, se ha incrementado en un 1%, al representar unos COP24,8 b en 2022, con mayor participación de los canales internet y oficinas. Lo anterior revela la importancia de los canales digitales, sin embargo, canales tradicionales, como las oficinas, siguen siendo relevantes.

Gráfico R6.6
Valor de operaciones de canales de pago (promedio diario)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2012-2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

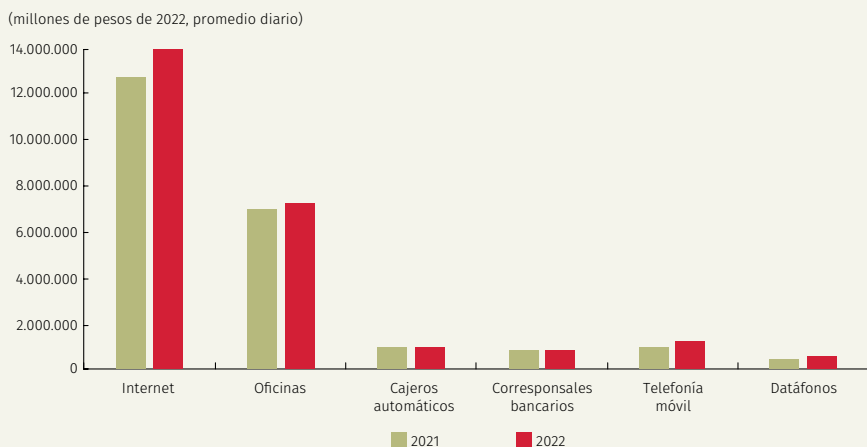
Gráfico R6.7
Valor promedio diario inferior a COP 1.5 billones



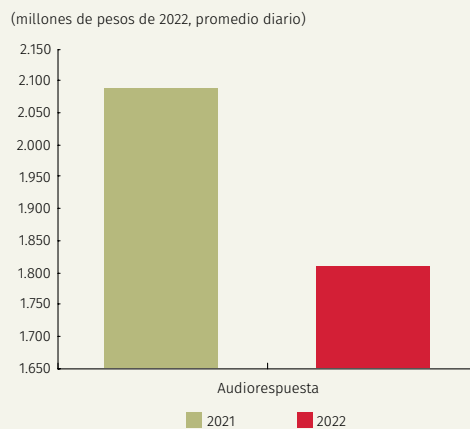
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2012-2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).

Gráfico R6.8
Canales de pago, comportamiento del valor de operaciones entre 2022 y 2021

A. Canales con crecimiento entre 2022 y 2021



B. Canales con decrecimiento entre 2022 y 2021



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (Informe de operaciones, 2022); cálculos del Banco de la República (DSIF).