

Por: **JAVIER Álvarez,**
Trend Senior Director en Ipsos Perú



Bancarizados en CUARENTENA

Cientes dejaron de ir a la agencia y optaron por canales alternativos como el digital.

Principales operaciones realizadas en cuarentena

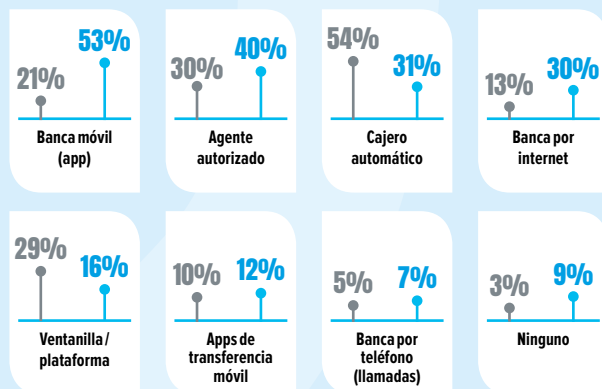
56% Pago de servicios públicos (luz, agua, tlf. cable, internet, etc.)	48% Retiro de dinero	39% Transferencias a otras cuentas
27% Pago de tarjeta de crédito	17% Pago de otros servicios (seguro, colegio, pensiones, etc.)	15% Pago de préstamos

Base: Entrevistados bancarizados del Perú Urbano que usaron algún canal en cuarentena (548)
Fechas de campo: Abril – Mayo 2020
Fuente: Ipsos Perú (Bancarizados en cuarentena 2020)



La banca fue uno de los contados servicios básicos que tuvieron autorización para seguir operando y atendiendo al público sin mayores restricciones por la crisis sanitaria. Los bancos se alinearon a la coyuntura ajustando sus protocolos de atención e impulsaron una serie de medidas para enfrentar el avance del COVID-19. Si bien las agencias bancarias tuvieron las puertas abiertas al cliente, éste optó por mantener el distanciamiento presencial con su banco. Solo un 16 % de usuarios -en los que prevalecieron los mayores de 40 años- acudió a la sucursal para efectuar sus operaciones financieras según sondeo de Ipsos efectuado durante la cuarentena. En situaciones normales esta incidencia superaba el 30 %. Caso similar el de los cajeros automáticos (ATM), su uso cayó de 53 a 31%.

Uso de canales últimos 30 días



Base: Entrevistados bancarizados del Perú Urbano 2019 (803), 2020 (587)
 Fechas de campo: Agosto 2019, Abril – Mayo 2020
 Fuente: Ipsos Perú (Bancarización 2019 y Bancarizados en cuarentena 2020)

2019 2020

El confinamiento logró lo que por años no se avanzó en digitalización, fue el “gatillador” para la migración al uso de la banca móvil o por internet.

La mayoría de los clientes prefirió canales alternativos como las plataformas digitales para realizar sus operaciones y pagos. Otro grupo de ellos recurrió al agente autorizado en farmacias, bodegas y afines. Un dato interesante es que 3 de cada 5 clientes se animaron a utilizar por primera vez un canal distinto de los acostumbrados. La banca es, sin duda, una de las categorías beneficiadas indirectamente con el encierro domiciliario obligatorio. El confinamiento logró lo que por años no se avanzó en digitalización, fue el “gatillador” para la migración al uso de la banca móvil o por internet. Es así como la primera subió a 53 % de penetración y la segunda a 30 %. Ambas en conjunto son utilizadas por el 62 % del segmento. Hasta marzo de este año, el uso de ambas plataformas digitales no alcanzaba al 30 % de los bancarizados, a pesar de que la mayoría de ellos ya calificaba como parte de una comunidad digital por la tenencia y uso de un teléfono inteligente.

En los últimos 30 días el uso de la ventanilla y plataforma **disminuyó 13%** comparado con el año pasado.



Las principales operaciones realizadas se concentraron en el pago de servicios públicos, el retiro de dinero, la transferencia a otras cuentas y el pago de tarjeta de crédito. Como vemos, el pago de servicios básicos y la disponibilidad de efectivo han sido las principales necesidades para interactuar con el banco. Además, para la mayoría fueron semanas complicadas que determinaron tener que aplazar pagos de cuotas por deudas; y entre quienes tienen créditos, un tercio de ellos estima poder honrar a tiempo sus compromisos; mientras que dos tercios planean refinanciar su deuda principalmente en préstamos personales y tarjeta de crédito. En cuanto a estas últimas, habría cierta intención de solicitarlas una vez se normalice la situación.

Pensando en la poscuarentena, la mitad de la población cliente declaró que seguirá utilizando los canales de atención adoptados recientemente y la otra mitad que volverá a sus hábitos anteriores; aunque para estos últimos regresar a la agencia significará recuperar primero la confianza en dicho espacio y para ello esperan que las entidades financieras tomen las medidas preventivas del caso y principalmente: el



El usuario espera un mayor compromiso de la banca hacia la **implementación, fomento y educación** de la población respecto a la importancia y beneficios del uso de los medios digitales y canales electrónicos.

El uso del cajero automático aumentó 12% comparado con el año pasado.

control de la afluencia de gente, la distancia mínima deseada, permanente desinfección de cajeros automáticos, billetes, monedas y mobiliario en general, buena ventilación, velar por el uso de mascarillas entre clientes y personal del banco. Asimismo, el usuario espera un mayor compromiso de la banca en su conjunto

hacia la implementación, fomento y educación de la población respecto a la importancia y beneficios del uso de los medios digitales y canales electrónicos, lo que permitiría reducir la cantidad de personas que acuden a las oficinas.

Las medidas adoptadas por las entidades financieras como generar la posibilidad de reprogramar cuotas, congelar intereses moratorios, eliminar comisiones, ampliar plazos para pago de obligaciones fueron un acierto que coincide con la demanda de la mayoría de los clientes, quienes clamaban por muestras de "cariño y comprensión" de las entidades financieras, así como tener señales de una actitud más empática y humana por la coyuntura.

Estos hallazgos seguirán vigentes luego de levantada la cuarentena. El país y su población quedarán en estado de alerta y actitud preventiva durante varios meses, tiempo que podría resultar suficiente para que el nuevo comportamiento y hábitos de relacionarse con los bancos se instalen para siempre.

Canales que usaron por primera vez en cuarentena



Base: Entrevistados bancarizados del Perú Urbano (587)
Fechas de campo: Abril – Mayo 2020
Fuente: Ipsos Perú (Bancarizados en cuarentena 2020)