



Perspectivas Globales del Consumidor sobre la Seguridad en los ATMs

Prefacio

Ya sea que usted lo llame cajero automático, hueco en la pared, Bankomat, pankkiautomaatti o flappentap, el 2017 marcó 50 años desde la introducción del cajero automático, o ATM, como son oficialmente conocidos. Desde sus humildes orígenes hace medio siglo, se han establecido firmemente como parte de la vida cotidiana, proporcionando no solo acceso al dinero en efectivo, sino a toda una gama de servicios bancarios y financieros.

En 2015, [el Banco Mundial señaló que la cantidad de cajeros automáticos en todo el mundo](#)¹ es de alrededor de 40 por cada 100.000 personas, o uno por cada 2.500 personas en el planeta, una cifra que se duplicó con respecto a la década anterior. Eso equivale a unos 3 millones de ATMs en todo el mundo. Asia muestra el crecimiento más rápido en la cantidad de ATMs, mientras que Estados Unidos tiene la mayor penetración de cajeros automáticos, con más de 220 por cada 100.000 personas.² Y si bien sería fácil pensar que sus días están contados, a medida que avanzamos hacia una sociedad sin efectivo, las estadísticas resaltan su importancia. En el Reino Unido, por ejemplo, [los ATMs dispensaron £129 billones en 2016, más de £2.000 por habitante](#).³

Y aunque el cambio hacia una sociedad sin efectivo atrae mucha atención -particularmente en mercados más desarrollados- en términos reales no está sucediendo tan rápido como podríamos imaginar. El dinero en efectivo en circulación (CIC, por sus siglas en inglés) se ha mantenido constante durante años, y en algunas regiones, como Asia Pacífico y las economías emergentes, la cantidad de efectivo utilizado ha aumentado. Por muchas razones -prácticas, culturales y emocionales- el dinero en efectivo es algo a lo que los consumidores en todo el mundo todavía están apegados, y la gran mayoría de los pagos todavía se realizan con efectivo. Y donde se usa efectivo, los ATMs seguirán siendo necesarios.

Por lo tanto, está claro que el cajero automático seguirá teniendo una importancia cada vez mayor en la relación general entre un banco y sus clientes, y una parte esencial de una experiencia positiva para el cliente. Como se destaca en el ATM Benchmarking Study 2016 de Accenture y ATMIA: "El canal ATM todavía sigue manteniendo su papel central como punto de contacto bancario con el consumidor, y se ha convertido en una parte integral de la experiencia omnicanal de la banca".

Sin embargo, tristemente, aquellos con intenciones criminales no están muy lejos de donde sea que haya dinero en efectivo y acceso a los sistemas bancarios. Ya se trate de un ataque físico en el cajero automático en un esfuerzo por robar el dinero contenido en él o de que los delincuentes usen tarjetas robadas y detalles para acceder al efectivo directamente desde la cuenta bancaria de un cliente, los crímenes que involucran cajeros automáticos van en aumento. Pero para los usuarios de los ATMs, el tipo de delito más habitual es el de ser amenazados o incluso atacados por delincuentes menores con el objetivo de robar el dinero recién retirado.

Es este aspecto de la seguridad de los ATM lo que ha explorado nuestra investigación. Dirigida a seis países de todo el mundo (EE. UU., El Reino Unido, Francia, Italia, China y Colombia), encuestamos a más de 6.000 consumidores respecto a sus perspectivas sobre la seguridad de los ATMs y sobre qué aspectos podrían hacerlos sentir más seguros al usarlos. Este informe, Perspectivas Globales del Consumidor sobre la Seguridad en los ATMs, examina los hallazgos de la encuesta y destaca las soluciones que garantizarán la confianza del cliente en el uso de ATMs durante el próximo medio siglo y más allá.

Esperamos que el informe le resulte interesante y recibimos sus sugerencias.



Martin Koffijberg

Director de Desarrollo de Negocios, Banca & Finanzas
de Axis Communications

¹<https://data.worldbank.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5?end=2015&start=2005>

²Accenture and ATMIA 2016 ATM Benchmarking Report

³<https://www.theguardian.com/money/2017/jun/10/atm-touchscreen-technology>

Resumen Ejecutivo

En un mundo en el que regularmente nos dicen que el uso del efectivo está desapareciendo, parece que el mensaje no ha llegado a los consumidores. En nuestra encuesta, que abarca seis mercados (EE. UU., El Reino Unido, Francia, Italia, China y Colombia), casi la mitad de los encuestados dijo que utilizaba un cajero automático para retirar efectivo al menos una vez a la semana.

Y en los 50 años desde que apareció el primero, el crecimiento en sus números ha sido imparable, al igual que la variedad de sus ubicaciones. Esto es, por supuesto, una parte fundamental de su utilidad: los clientes no saben cuándo necesitarán efectivo, no pueden confiar en el hecho de que estarán cerca de un banco, la ubicación tradicional de los ATMs, y tal vez se sientan más seguros sobre el uso de efectivo que con una transacción electrónica para el pago en ciertas situaciones. De hecho, los encuestados mencionaron que utilizan más habitualmente cajeros automáticos alejados de los bancos (en centros comerciales, aeropuertos, supermercados, hoteles, etc.) que los que están dentro de las mismas sucursales.

Pero el objetivo principal de la investigación fue examinar las percepciones entre los consumidores sobre su seguridad personal al usar un cajero automático. Y aunque no se puede dudar del desarrollo de su utilidad para realizar las compras cotidianas y proporcionar una gama cada vez mayor de servicios bancarios, parece que todavía fallamos en entregar la confianza total para que los consumidores puedan sentirse seguros mientras los usan.

Tres cuartas partes de los encuestados en todos los mercados dijeron que "ocasionalmente" o "a menudo" se sentían preocupados al hacer retiros de efectivo desde un ATM. Además, casi dos tercios de las personas han elegido activamente no usarlo por la noche por su propia seguridad, y más de la mitad mencionaron que una de las razones son las personas sospechosas que están cerca de los cajeros automáticos. Estas son estadísticas preocupantes.

La investigación examina las medidas que podrían tomarse para ayudar a los usuarios a sentirse más seguros. Tal vez como era de esperar, para todos los encuestados, la presencia de un guardia de seguridad cerca del cajero automático era la medida considerada que más aumentaba su sensación de seguridad. Sin embargo, esto fue seguido de cerca por medidas tecnológicas tales como videovigilancia, iluminación mejorada y botones de alarma siendo más eficientes, dada la cantidad de cajeros automáticos instalados en todo el mundo.

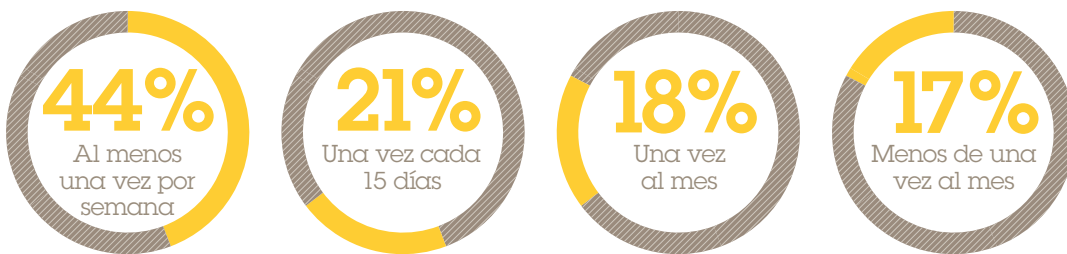


El uso de ATMs

Específicamente para retiros en efectivo, el cajero automático sigue siendo visitado frecuentemente por consumidores, y donde la gran mayoría de los pagos todavía se realizan con efectivo, esta frecuencia de uso no es sorprendente. En los seis mercados involucrados en la investigación, casi dos tercios (65 por ciento) de los encuestados utiliza un ATM para retirar efectivo al menos una vez cada dos semanas, más de una cuarta parte lo hace al menos una vez a la semana. En algunos mercados, esta frecuencia fue mucho más alta: el Reino Unido registró que los consumidores visitaban los cajeros automáticos por dinero en efectivo con más frecuencia, con el 27 por ciento de las personas haciéndolo varias veces por semana.



¿Con qué frecuencia realiza una extracción de efectivo en un ATM?



En términos de dónde los utilizan, vemos una división entre los que están dentro o cerca de los bancos, y la creciente proliferación de cajeros en lugares más remotos como en la calle, en hoteles y restaurantes, centros comerciales, supermercados y aeropuertos. Sin embargo, existen diferencias significativas entre cada mercado en particular. En China, los consumidores están mucho más vinculados al banco, con una proporción abrumadora de cajeros automáticos en uso dentro o fuera del mismo, mientras que en el Reino Unido la gran parte del uso del cajero automático se realiza en lugares remotos. El accesorio para el automóvil en los EE. UU. también es evidente, con el uso de los ATMs autoservicio como uno de los más comunes. En general, el mensaje es uno de conveniencia: los consumidores no siempre saben cuándo necesitarán efectivo, por lo que terminan usando cajeros automáticos en una variedad de ubicaciones.



¿Dónde usa uno con más frecuencia?



* Respuesta Multiple Choice

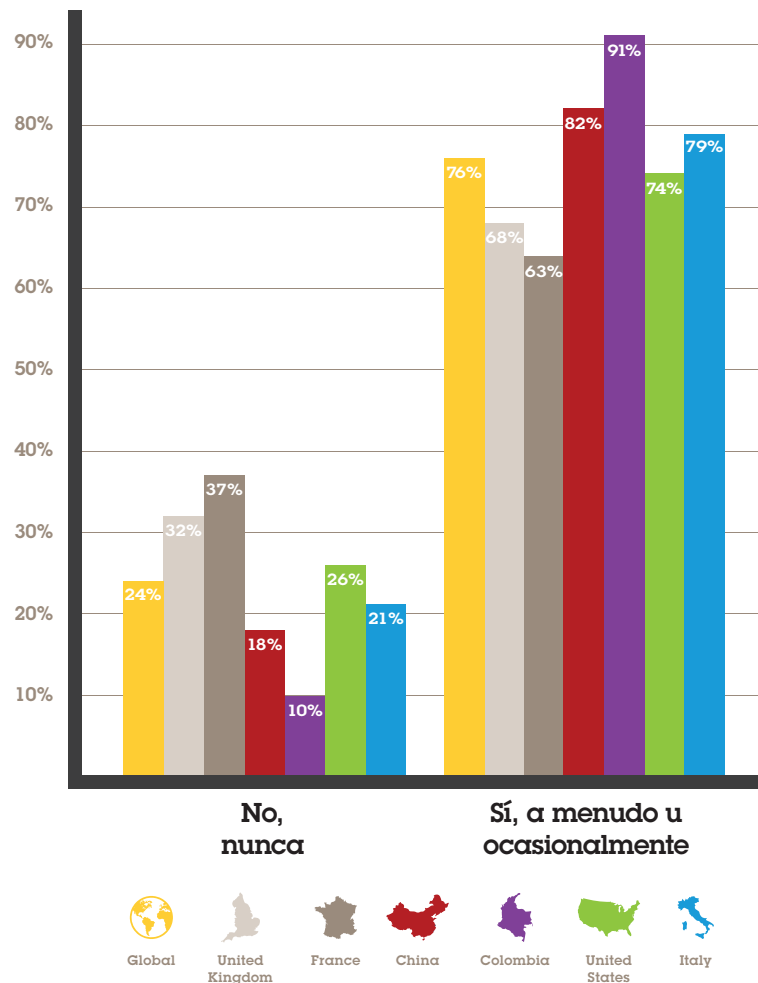
Seguridad personal

Nuestra encuesta midió las percepciones generales sobre las actividades delictivas en las calles de la ciudad. Tal vez, como era de esperar, los resultados variaron enormemente entre los diferentes mercados. En una escala de 1 (despreocupado en absoluto) a 7 (muy preocupado), el 87 por ciento de los consumidores en Colombia y el 64 por ciento en Italia se calificaron en un 5, 6 o 7, mientras que en Francia fue tan bajo como del 22 por ciento.

Más específicamente en relación con el uso de ATMs, más de las tres cuartas partes de los encuestados (76 por ciento) dijeron que estaban "ocasionalmente" o "a menudo" preocupados al hacer un retiro de efectivo, número que aumentó hasta el 90 por ciento en Colombia.



¿Alguna vez le preocupó realizar extracciones de dinero?



Es lógico pensar que los consumidores se sentirán más seguros usando un cajero automático durante las horas de trabajo, cuando no solo es de día, sino que habrá más personas en los alrededores. Por la noche, parece menos seguro desde que los cajeros automáticos a menudo están situados en calles y lugares oscuros. Esto fue evidente en los resultados de la encuesta, donde menos de la mitad (41 por ciento) dijo que había evitado usar un cajero automático durante las horas de trabajo porque se sentían inseguros, en comparación con casi dos tercios (64 por ciento) que lo habían hecho en la noche.

Con respecto a las razones para evitar el uso de un cajero automático, el 55 por ciento de los encuestados respondió que lo había hecho debido a la proximidad de personas sospechosas. Más específicamente -y más preocupantemente- fue cuando se les preguntó si durante el año pasado les había preocupado que les roben después de haber retirado dinero de un ATM, el 60 por ciento de las personas en todos los mercados declararon que se habían sentido "a menudo" u "ocasionalmente" asustados.



¿Lo ha asustado durante el último año la posibilidad de que le roben después de retirar dinero en efectivo?



No es extraño que el lugar donde la mayoría de las personas (63 por ciento) se sienten más seguras usando un cajero automático dentro del lobby del mismo banco, dadas las medidas de seguridad adicionales que probablemente se lleven a cabo en el lugar, incluyendo cámaras de vigilancia y acceso de solo los titulares de tarjetas. Y a medida que los ATMs se alejan del propio banco -en calles, centros comerciales y otros puntos de venta, donde es probable que las medidas de seguridad específicas para los cajeros automáticos sean menos comunes- los consumidores comienzan a sentirse más inseguros, con un 61 por ciento que declaró que se siente menos seguro en un cajero automático situado en un lugar alejado.

Medidas de seguridad para construir confianza del cliente

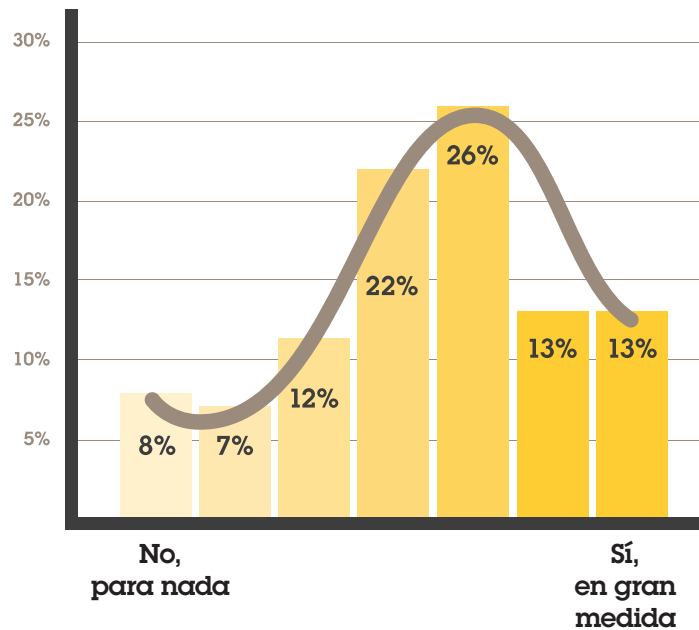
Los bancos y otros proveedores de ATMs deben tener un gran interés en garantizar que los clientes se sientan totalmente seguros y confiados en su uso, ¡después de todo, un ATM solo le dará ganancias a su proveedor si es usado regularmente! Y algunas de las soluciones para la confianza del cliente pueden ser fáciles y rentables. Cuando se preguntó si un simple letrero que indicaba que la videovigilancia se usaba para la seguridad haría que los clientes se sintiesen más seguros, calificando las respuestas de 1 (No, para nada) a 7 (Sí, en gran medida) más de la mitad de los encuestados (54 por ciento) respondieron 5, 6 o 7.

Nuestro estudio analizó las medidas menos superficiales que podrían tomarse para mejorar la seguridad y la percepción del consumidor. Si bien un guardia de seguridad en el banco o cerca del cajero automático fue considerado el paso más beneficioso en todos los países, este no fue el caso en todos los mercados. En el Reino Unido, la mayoría de las personas señaló a la videovigilancia como la mejora que los haría sentir más seguros, con la misma solución en un segundo lugar en China con un botón de alarma personal para pulsar.

Mirando más específicamente a la videovigilancia como algo que podría prevenir la delincuencia en ATMs, y calificando en una escala de 1 (No, para nada) a 7 (Sí, en gran medida), más de la mitad de todos los encuestados lo calificaron en 5, 6 o 7. Los resultados también mostraron que las personas estaban felices de contar con los beneficios de seguridad y de la videovigilancia contra cualquier implicancia de privacidad, ya que menos de una cuarta parte consideró que tiene un gran impacto negativo en su privacidad.



¿Usted cree que la videovigilancia en ATMs puede prevenir hechos delictivos?



Conclusión

Los cajeros automáticos aún son considerados por los clientes como un mecanismo importante para acceder a los servicios bancarios y al dinero. Pero cuando las tres cuartas partes de las personas están preocupadas por retirar dinero de los cajeros automáticos, está claro que los bancos, minoristas y otros proveedores de ATMs están fallando en implementar medidas que construyan confianza en los clientes. Esto es algo que necesita cambiar si el cajero automático va a seguir prosperando en los próximos 50 años, como lo ha hecho durante el último medio siglo.

Al implementar cualquier medida de seguridad adicional, siempre debe establecerse una compensación entre efectividad y costo. Si bien sería bueno tener un guardia de seguridad física en cada uno de los tres millones de cajeros automáticos del mundo, esto claramente no es factible. De forma similar, sin embargo, si bien la mera presencia de un cartel que indique que la videovigilancia está en siendo utilizada podría ser altamente rentable, en realidad, ¿cuánto puede disuadir el delito y, por lo tanto, aumentar la confianza del cliente?

Un conjunto integrado de medidas de seguridad es claramente la solución más efectiva. La iluminación mejorada tiene algunos beneficios, y la señalización puede ayudar en un nivel superficial. Sin embargo, la videovigilancia tanto cercana como integrada en el ATM probablemente hará que los clientes se sientan más seguros al usarlo sin impactar negativamente en sus percepciones de privacidad, y también actuará como un elemento de disuasión más efectivo para potenciales delincuentes. En caso de que se produzca un hecho delictivo, y lamentablemente esto todavía es inevitable, la videovigilancia puede permitir una respuesta inmediata, pudiendo potencialmente detener el delito o, por lo menos, ayudar en cualquier investigación posterior.

En última instancia, los ATMs no solo continuarán brindando un servicio útil a los consumidores en todo el mundo, sino que también aumentará su importancia como intermediario indispensable entre un banco y sus clientes. La pregunta es, ¿por qué un banco querría socavar esa relación por falta de confianza en la seguridad personal, cuando es un tema tan simple de resolver? Ahora es el momento de actuar.

Acerca de Axis Communications

Axis ofrece soluciones de seguridad inteligentes para un mundo más seguro y eficiente. Líder del mercado en el segmento del vídeo en red, Axis se sitúa siempre a la vanguardia del sector gracias al lanzamiento continuo de productos de red innovadores basados en una plataforma abierta y al servicio de primer nivel que brinda a los clientes a través de su red internacional de socios. Axis apuesta por unas relaciones de largo recorrido con sus socios y pone a su disposición los productos de red más avanzados y todos los conocimientos que necesitan para comercializarlos en mercados consolidados y en nuevos países.

Axis tiene más de 2.700 empleados propios repartidos en más de 50 países de todo el mundo y cuenta con el apoyo de una red internacional formada por más de 90.000 socios. Fundada en 1984, Axis es una empresa sueca que cotiza en el índice NASDAQ de la bolsa de Estocolmo con el código AXIS.

Para más información sobre Axis, visite nuestro sitio web www.axis.com.