

Descubre qué países lideran la revolución de la banca móvil en Latinoamérica

Por Daniela Zárate en Móviles 26 de junio de 2017, 18:10



Un nuevo estudio nos revela cómo el 90% de las instituciones financieras de A. Latina ya tiene algún nivel de innovación en sus servicios. Pero, ¿es suficiente?

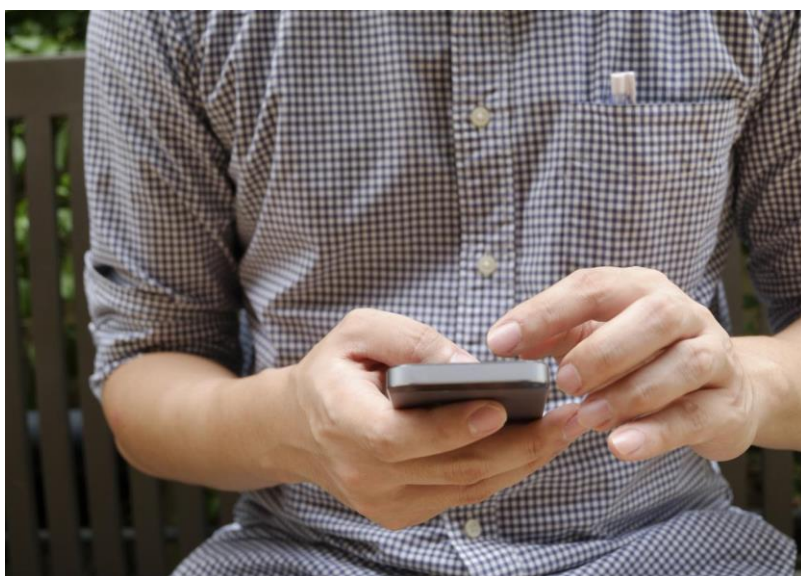
Esta semana [Latinia](#), la empresa de software para actividades financieras, presentó la novena versión de su **informe anual sobre Banca Móvil y Redes Sociales**. Su mayor hallazgo: hoy en día **90% de los bancos de la región cuentan con al menos 3 tecnologías móviles** en su relación con los clientes. ¿Quiénes lideran este proceso? ¿Es suficiente sólo tener estas innovaciones?

De acuerdo 9º informe anual de la compañía española, que analiza 100 de “Los 250 Mayores Bancos de América Latina” según América Economía Intelligence, hoy en día el ganador absoluto de relación con el cliente son las **apps para smartphones**. Este tipo de tecnologías móviles alcanzan casi un 96% de uso, alcanzando prácticamente su techo técnico.

"Por el estilo de vida en el que estamos, las aplicaciones sobre smartphone, por la pujanza de estos equipos, la universalización, hasta por la popularización o su democratización, como quieras llamarle, estos dispositivos están tan presentes en nuestras vidas que la forma más ágil de consultar con tu banco es por medio de una app", explica **Oriol Ros, CMO de Latinia**.

Por otro lado, este estudio, también resalta el uso de apps para tablets y la incorporación de sitios web en móviles, con versiones responsive. Ambas con el doble de oferta que hace 3 años, pero con un uso más bajo que los programas para teléfonos inteligentes y que la banca SMS.

En este último caso, hablamos de una de las tecnologías más antiguas del estudio y que según el CMO de Latinia: “La banca SMS ocupó el lugar que hoy tienen las apps, porque fue a primera tecnología móvil que existió. Por eso fue la reina indiscutida de los cuatro canales. Pero en los últimos años, perdió ese lugar. No obstante, aunque hoy en día crece poquito, sigue creciendo. No está derrotada, ni mucho menos”.

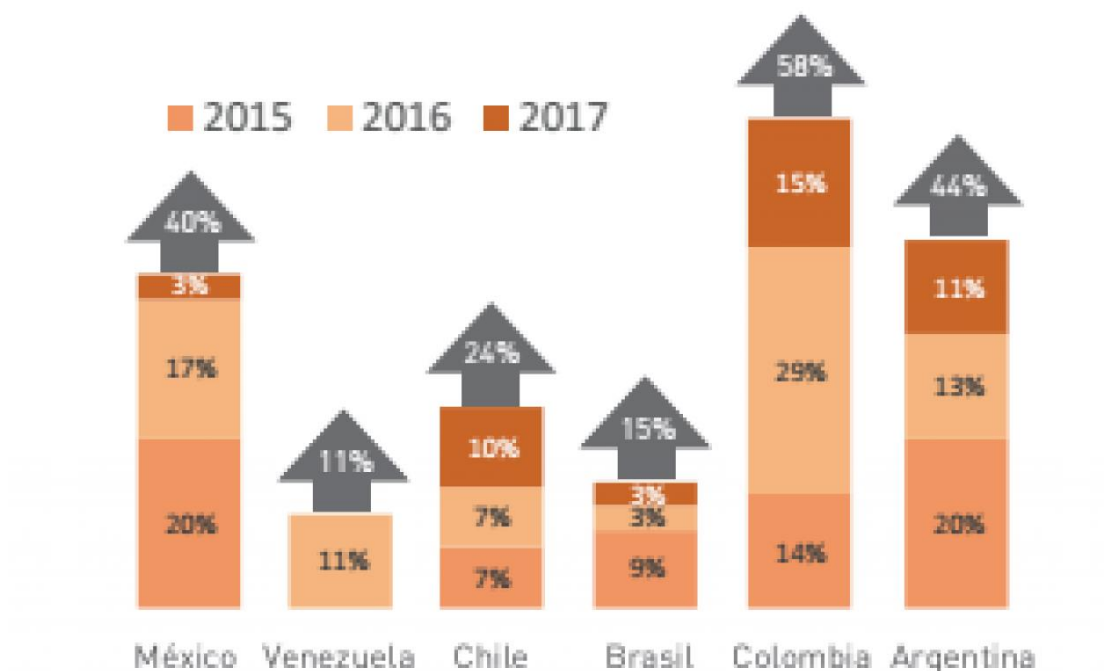


¿Qué países llevan la delantera?

La gran sorpresa dentro de la investigación de Latinia, es Colombia que supera en la primera posición a Brasil (líder tradicional del estudio). En tanto, otros países como Argentina, México y Chile se mantienen en una posición de gran crecimiento y cerrando el top cinco en la región.

A ellos les siguen otra serie de naciones con crecimientos muy notables, algunos incluso mayores que los países nombrados anteriormente, como es el caso de Ecuador o Guatemala.

Solamente Venezuela queda como el gran rezagado en este grupo, presentando un crecimiento plano de nuevas tecnologías en la banca, aunque con un gran crecimiento en una nueva tecnología que se roba la atención de la investigación: las redes sociales.

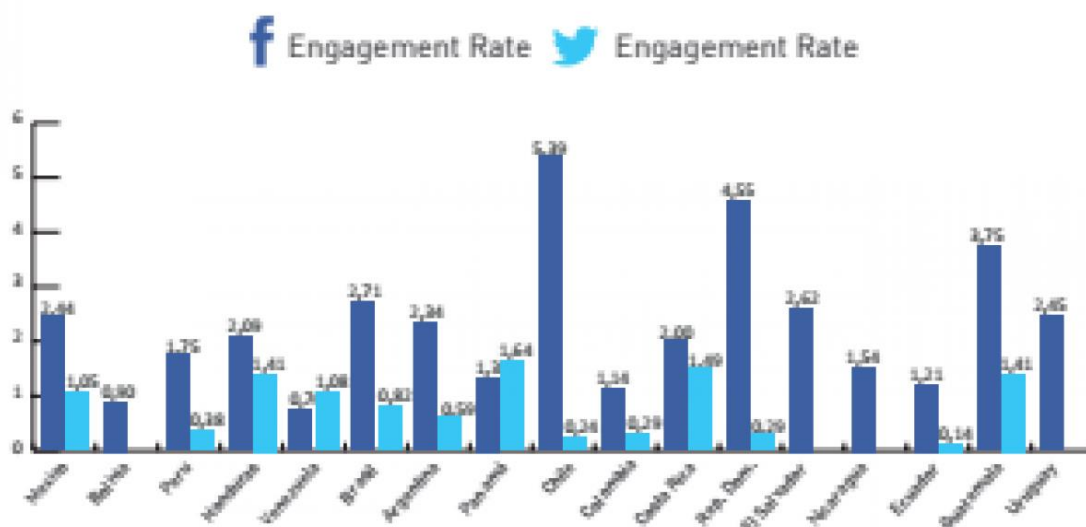


La “quinta” tecnología

Una innovación que fue incluida en el estudio, pero de manera preliminar y no directamente como una nueva tecnología fueron las redes sociales. De esta manera, la investigación analizó los seguidores de bancos latinoamericanos en Facebook y Twitter.

¿Cuáles fueron los resultados? De acuerdo a Latinia, este tipo de canales han crecido en un 20% durante el último año. “Los 70 bancos analizados en Twitter (+3 respecto a 2016)

han aumentado su base de followers en un 19% (1.2 millones). Y los 97 bancos analizados en Facebook (+7 con respecto a 2016) han aumentado un 22.5%, o casi 10ml”, destacó Daniel Aguilar, VP de Ventas para Latinoamérica de Latinia.



Dentro de estas dos plataformas, Facebook se presenta como el absoluto favorito al que acuden los usuarios para seguir a un banco. De esta manera, por cada seguidor de un banco en Twitter hay varios más en en la plataforma de Mark Zuckerberg, con la única excepción de Venezuela, donde hay algo más de filia por el servicio de microblogging. Todo el resto de las naciones, especialmente en Centroamérica, optan mayoritariamente por la red social.

No obstante, el informe también destaca que si bien la presencia de los bancos en las redes sociales y sus seguidores ha sido mayor que en 2016 lo cualitativo no ha crecido proporcionalmente.

"Al final que un cliente siga un banco depende tanto del cliente, porque tiene la voluntad, como del banco que sea activo y presente contenidos interesantes y atractivos (...) ¿Cuándo se han sumado un 20% más de seguidores a este tipo de cuentas? Es cuando los bancos apuestan por el canal”, explica Ros.



¿Qué nos depara el futuro?

De acuerdo al estudio, la gran tecnología en la que debemos poner nuestra atención es la Inteligencia artificial, hoy en día presente en sistemas como los chatbots. Hablamos de aquellos programas enfocados a conversar con los clientes, para guiarlos en ciertas funciones.

No obstante, se espera que en algún tiempo estos servicios pasen a resolver tareas, eliminando incluso algunos puestos de trabajo en la banca. Es decir, funcionando como verdaderos asistentes virtuales capaces de entender y reconocer el contexto del cliente.

De acuerdo a Latinia, la adopción masiva de redes sociales y la irrupción de la Inteligencia Artificial (en forma de chatbots de momento), invitan a los bancos de la región a dejar de pensar bajo una lógica de canal para hacerlo entorno al que nunca se fue (y jamás se irá), el cliente.

"Los canales por parte del banco, como oferta, no van a dejar de crecer. Entonces, ¿dónde está el problema? En el cliente. Siempre hay que tener el foco puesto en ellos. Los bancos llevan mucho tiempo obsesionándose con la omnicanalidad o multicanalidad, cuantos más canales mejor, pero ese no es el problema, sino que ser coherente con todos esos puntos de contacto con el cliente (...) Al final, el cliente y sus momentos de consumo son más importantes que estas tecnologías que van apareciendo, porque son imparables", señala para finalizar el CMO de Latinia.