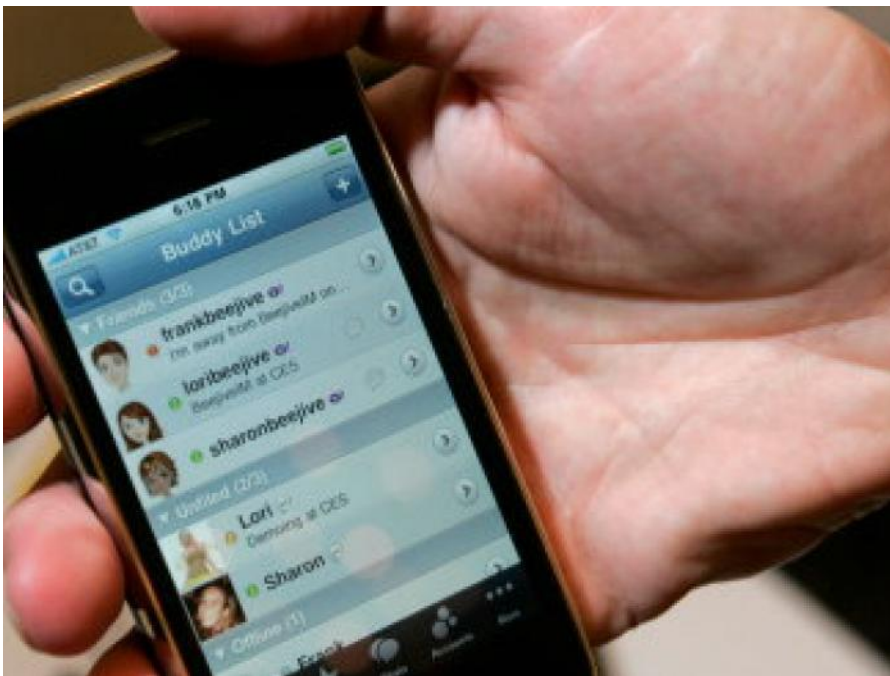


Portafolio

Colombia, aventajada en el desarrollo de la banca móvil

Así lo señala un estudio de Latinia, según el cual el país es el más dinámico de la región, con un crecimiento en este frente de 58% desde 2015.



Por el gran desarrollo que han hecho las entidades financieras de aplicaciones y servicios móviles en los dos últimos años, Colombia **le quitó a Brasil el primer lugar en cuanto al crecimiento de este tipo de soluciones en América Latina.**

Así lo señala un estudio realizado por la firma de software Latinia sobre banca digital y redes sociales, tomando como muestra lo que se ha hecho en los 100 mayores bancos de la región del listado que hace 'América Economía Intelligence'.

Según el documento, estos establecimientos ofrecen, cada uno, entre tres y cuatro servicios financieros móviles, "número que solo puede seguir creciendo con la incorporación de más tecnologías", dice.

En los últimos dos años, **la mayor explosión de desarrollos de banca digital** entre los países con más bancos en el listado se ha dado en Colombia, que desde el 2015 ha crecido 58 por ciento.

Le siguen Argentina, con 44 por ciento; México, con 40 por ciento; y Chile, con 24 por ciento.

Al ver cuáles son los canales que más se han desarrollado en Latinoamérica, el liderazgo lo tienen **las aplicaciones para ‘smartphone’**, seguidas por la banca SMS, la versión web móvil y las aplicaciones para tabletas.

“Siempre bajo la sombra de la App, la banca ha demostrado gran capacidad de adaptación a la demanda de sus clientes, haciendo el esfuerzo de acomodar su banca online al ‘smartphone’, iniciativa que además recogerá sus frutos en la medida que la banca incorpore a este soporte las notificaciones para web, pero también con recorrido sobre los portales móviles”, dice el informe.

En contraste, **no se ha visto un despegue de las aplicaciones exclusivas de los relojes inteligentes**, “quedando éstos como receptores de las notificaciones enviadas a ‘su nave nodriza’ (la app del smartphone)”, añade Latinia.

Por otra parte, el documento señala que “la presencia en las de redes de los bancos es mayor que en 2016, así como sus seguidores, pero lo cualitativo no ha crecido proporcionalmente”.

De hecho, la cantidad de seguidores de las entidades financieras **en Facebook y Twitter subió alrededor de 20% en el último año**. Y si bien se han desarrollado mecanismos como los ‘chatbots’, que permiten interacciones sencillas con los clientes, la realidad es que la implicación de esos seguidores con los bancos sigue siendo muy limitada.