

Para competir con las fintech



Los bancos invertirán más en mejorar la experiencia de cliente

Surge de una encuesta realizada entre 18 bancos de nueve países de Iberoamérica. Las entidades afirmaron que este año priorizarán la inversión en banca celular y experiencia de cliente

ANA CLARA PEDOTTI
apedotti@cronista.com

Presionados por la irrupción de las fintech y la constante amenaza de que gigantes tecnológicos como Google, Facebook o Amazon desembarquen en el sistema financiero, los bancos buscan reforzar la experiencia de cliente y profundizar su presencia mobile.

Así lo demostró una encuesta realizada por la fabricante de software especializado Latinia a 18 bancos de nueve países de Iberoamérica.

Las entidades consultadas reconocieron que en 2018 sus inversiones del segmento transformación digital estarán orientadas en estos dos pilares, en desmedro de la adopción de tecnologías más disruptivas, como el blockchain.

La encuesta, realizada durante el pasado mes de enero entre distintas entidades de diversos países de Latinoamérica y España, sugería hasta 15 áreas de interés para las entidades, que debían puntuarse de mayor a menor importancia en función de la relevancia que tenían para cada banco en sus procesos de Transformación Digital.

Las entidades afirmaron que este año priorizarán la inversión en banca celular y experiencia de cliente. En tercer lugar, los bancos prefieren desarrollar herramientas de omnicanalidad, es decir la integración de todas las plataformas disponibles para que el usuario tenga una misma interacción.

Los pagos digitales, que fueron escalando posiciones dentro del sistema en los últimos tres años, han salido del podio. En tanto, pocas entidades afirmaron que apostarán por tecnologías más disruptivas, como blockchain o criptomonedas.

Aunque las entidades ven con recelo el desarrollo de las fintech, de un tiempo a esta parte han cambiado el enfoque de competencia por uno más colaborativo. Según el estudio, las categorías "Colaboraciones con startups Fintech" o la "Atención a los millennials", cobraron relevancia en los planes de desarrollo de la banca regional para este año.

En la Argentina, los bancos privados más importantes sellaron en el último

año alianzas con empresas del segmento fintech para mejorar el acceso a la banca móvil, profundizar el sistema de pagos digitales, posibilitar el depósitos de cheques en forma virtual, evitar las filas a la hora de ir a las sucursales, entre otras cosas.

"Los bancos han cambiado su estrategia. Saben que ahora tienen que poner al cliente en el centro de su ecuación y se están mostrando muy permeables a sus necesidades", explicó en diálogo con *El Cronista* Oriol Ros, gerente de marketing de Latinia. "Hasta hace cinco años el enfoque era distinto, pero la expansión de compañías como Facebook o Amazon, que son verdaderos maestros del *customer service*, les hace replantear su modelo de negocios", agregó.

Ros destacó que las entidades "no están perdiendo la cabeza detrás de las nuevas tecnologías, sino más bien en integrar las existentes para fidelizar a sus usuarios en todas las plataformas a través de una experiencia de usuario satisfactoria".