

Economía

UNDÉCIMO OPERADOR EN LÍNEA

ColJuegos suscribió un contrato de concesión con la firma de origen italiano HBG Latam para operar en línea, a través de la página www.aqujuego.co. La licencia es por 5 años y costó \$ 5.034 millones.

 SUBE
  PERMANECE ESTABLE
  BAJA

DIVISAS

 DÓLAR \$ 2.927,67 <small>TRM</small> <small>AYER \$ 2.918,22 (C) \$ 2.730 (V) \$ 2.790</small>	 EURO \$ 3.420,98 <small>AYER \$ 3.395,93 EN DÓLARES 1,1665</small>	 MONEDAS BOLÍVAR \$ 0,03 <small>PESO MÉX. \$ 145,85 REAL BRASIL \$ 777,33</small>
---	--	--

 CAFÉ (N.Y.) US\$ 1,17 <small>LIBRA</small> <small>AYER US\$ 1,17</small>	 PETRÓLEO (Brent) US\$ 74,73 <small>BARRIL</small> <small>AYER US\$ 75,55</small>	 ACCIONES 1.522,66 <small>COLCAP</small> <small>AYER 1.522,79</small>	 INTERÉS (E.A) 4,56 % <small>DTF</small> <small>IBR (3 MESES) 4,11 %</small>	 UVR \$ 259,0040 <small>HOY</small> <small>MAÑANA \$ 259,0256</small>	 USURA 30,42 % <small>CONSUMO</small> <small>MICROCRÉT. 55,28 %</small>
---	--	---	--	---	---

Cuatro pasos para bancarizar las nuevas generaciones de usuarios

Omnicanalidad, productos ciento por ciento digitales, integrar la nueva tecnología y ofrecer servicios a la medida de cada cliente, entre las estrategias para mejorar.

E

El uso cada vez más frecuente de los canales electrónicos está cambiando la forma como los bancos se relacionan con clientes mejor informados y más exigentes. Se estima que en Colombia, cerca del 40 por ciento de las transacciones bancarias se realizan a través de canales electrónicos, y si bien ese porcentaje dista del 95 por ciento de los países nórdicos, es claro que las entidades deben prepararse para entender las nuevas generaciones de clientes.

Según expertos, el mayor reto es que las entidades encuentren un equilibrio entre lo tecnológico -con eficiencias y ahorros- y la relación con los clientes sin importar si son jóvenes o adultos.

Así, entre los retos está enfocarse en la experiencia omnicanal, ofrecer productos y servicios ciento por ciento digitales, integrar la tecnología nueva a la infraestructura de la entidad y poner en operación la analítica, que permite conocer más a los clientes y, a partir de esta, proponer productos y servicios personalizados, desaparecer la idea de segmentos y entrar a una relación individual.

El año pasado, los colombianos realizaron unos 5.500 millones de operaciones (monetarias y no monetarias), 3.000 millones de estas a través de canales digitales, según la Superintendencia Financiera, lo que muestra el creciente uso de dichos canales.

Jorge Gómez, experto en industria financiera de Unisys, reconoce que si bien se ha dado un avance tecnológico, no todas las generaciones son hábiles en su manejo, por lo que la banca debe trabajar más en educar digitalmente al

usuario, sin olvidar los canales tradicionales.

“Los canales tradicionales siguen siendo válidos y relevantes en Latinoamérica: las oficinas, los centros de llamadas o de atención personalizada, las asesorías de los funcionarios son muy importantes para fortalecer la relación con los clientes. Las entidades deben apoyarse en las tecnologías digitales para hacer más eficientes y ágiles esas experiencias, y ambos canales se deben desarrollar de forma paralela”, dice el experto.

Y es que adoptar la tecnología no solo impone retos de eficiencia, sino también de cómo abordar las nuevas generaciones de clientes reacias a visitar sucursales físicas y a llevar dinero en efectivo, sin descuidar al usuario tradicional.

“El reto más importante para los bancos está en definir no solo un claro modelo de relacionamiento, sino un papel estratégico para cada canal y para los ejecutivos de cuenta asignados”, indica Juan Pablo Granada, presidente de Customer Index Value (CIV), firma creadora del primer índice de cercanía emocional y representante en Colombia del modelo

American Customer Satisfaction Index (Acsi) de la Universidad de Michigan.

De esto depende en gran medida la cercanía y fidelidad de un cliente, y evitar que la persona salte de banco en banco. “Aunque vemos un creciente impacto en los canales electrónicos, las experiencias en oficinas y *call centers*, especialmente con quejas o reclamos, siguen teniendo el mayor impacto en la satisfacción”, comenta Granada.

En Colombia, ese nivel de satisfacción alcanzó el año pasado una nota de 76 sobre 100, superando la calificación que consumidores de algunos países de Europa les asignaron a sus bancos, aunque es inferior a la otorgada por los clientes de Estados Unidos, según la encuesta de CIV a 3.040 clientes en el país.

Atención individual

Los expertos coinciden en que los bancos están en mora de sacar más provecho a la información que tienen de sus clientes para, con base en esta, diseñar productos y servicios a la medida de cada usuario.

Noel Pinat, gerente de preventas de SAP Customer Experience para Latino-

américa, considera que el principal factor son los datos, y los bancos tienen mucha información. “Ese aprovechamiento de la información de los clientes hará que estos les puedan ofrecer experiencias más personalizadas, individualizadas, llegarles con la mejor propuesta de servicios y productos”.

Por su parte, Carlos Castro, director de ventas de VeriTran para la región Andina y Centroamérica, cree que la estrategia de los bancos debe centrarse en cuatro aspectos: educación, producto, servicio y tecnología.

“El primer paso es desarrollar productos y servicios para las nuevas generaciones porque son estas las que hoy tienen menos productos que se acomoden a sus necesidades”.

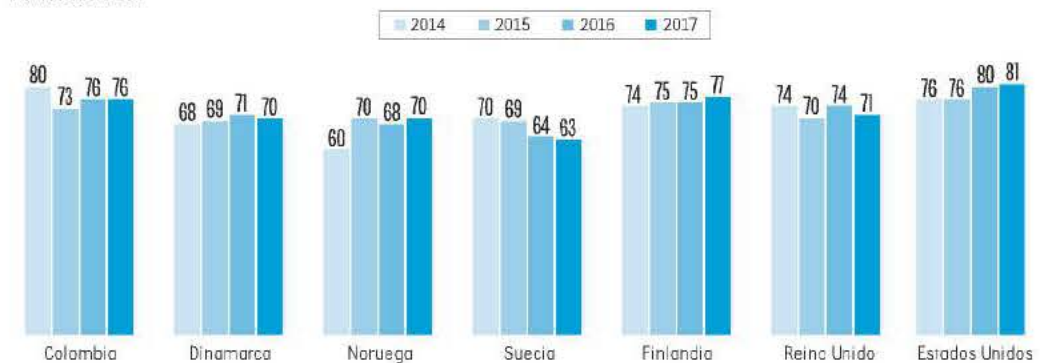
Sostiene además que muchos de esos servicios y productos se deben enfocar en los celulares, pues es la tecnología y el canal que está siempre en la mano del usuario y donde se almacena gran parte de la información que las entidades pueden utilizar.

De otro lado, Daniel Aguilar, vicepresidente de Latínia en Latinoamérica, sostiene que es muy efectivo si una entidad busca un aliado en el mundo de las *fin-tech*, firmas que gracias a sus novedosos desarrollos pueden llegar a conocer mucho más a las personas, no solo en sus hábitos de pagos sino también en su forma de consumir en el mundo virtual, sus comportamientos cuando viajan y hasta cómo se relacionan con los bancos.

Advierte que es fundamental que haya mayor bancarización para que las entidades puedan crecer en sus infraestructuras tecnológicas y de servicios.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA BANCA

Puntos sobre 100



Fuente: Customer Index Value (CIV), Infografía ETCE

BREVES NOTICIAS DE ECONOMÍA



'Inflación será de 3,20 % en junio' Según opinión financiera

Con la expectativa de que el crecimiento de la economía sea este año de 2,5 %, con una mejora en el pronóstico de 2019 (de 3 % pasaron a 3,1 %), los participantes en la Encuesta de Opinión Financiera de Fedesarrollo señalan que la inflación en junio tendrá un leve aumento frente a lo que ha sido hasta ahora (la pronostican en 3,20 %) y para el total del 2018 creen que cerrará en 3,30 %. Según los vaticinios, la tasa de cambio estaría en un rango de 2.850 a \$ 2.935 en próximos tres meses. FOTO: ARCHIVO-EL TIEMPO

Industria

GE vende firma filial de motores industriales

NUEVA YORK-EFE. General Electric (GE) anunció que venderá Distributed Power, una filial especializada en motores industriales y generación de electricidad, al fondo Advent, por US\$ 3.250 millones. La operación supone el traspaso de los motores Jenbacher y Waukesha, y fábricas en Austria, Canadá y EE. UU. En el 2017, esta firma facturó US\$ 1.317 millones.

Explotación de oro

Nuevo acuerdo de Gran Colombia Gold

La firma canadiense SandSpring Resources firmó un acuerdo con GA Mine y Gran Colombia Gold para adquirir una propiedad de 386 hectáreas en el distrito minero Segovia-Remedios, en Antioquia. El acuerdo incluye el proyecto Guá Antigua, pero no modifica la licencia.

Escalada de guerra comercial afecta los mercados

WALL STREET REGISTRÓ LA MAYOR CAÍDA DESDE ABRIL. EL PETRÓLEO PERDIÓ 82 CENTAVOS DE DÓLAR. EN COLOMBIA, LA CAÍDA DEL ÍNDICE FUE LEVE.

La política proteccionista de Donald Trump volvió a pasar factura a los mercados, principalmente al mundo bursátil estadounidense, y de paso salpicó el panorama en el resto del mundo debido a las tensiones comerciales entre China y Estados Unidos y el escalamiento de una guerra comercial.

Según las agencias de noti-

cias, las acciones en Wall Street registraron la mayor caída desde principios de abril a raíz de una ola de ventas, ante los informes del Departamento del Tesoro según los cuales se propondrán límites a inversiones en tecnología china.

El índice industrial Dow Jones, principal indicador de la bolsa estadounidense, per-

dió 1,3 por ciento, mientras que el S&P 500 cedió 1,37 %. Entre tanto, el índice compuesto Nasdaq, en el que cotizan firmas tecnológicas, perdió un 2,09 por ciento.

Por sectores, el descenso más pronunciado fue para el tecnológico (2,28 %), seguido del energético (2,20 %) y el de los bienes de consumo no esenciales (2,17 %). De los

treinta títulos incluidos en el Dow Jones, las pérdidas fueron lideradas por el fabricante de chips Intel (-3,41 %) y la financiera Visa (-3,25 %), pero se destacó el retroceso en el valor de McDonald's (-2,88 %) y General Electric (-2,30 %), que dejó de formar parte del Dow Jones.

En el caso de Colombia, la Bolsa de Valores bajó 0,01 %

en su índice Colcap), que cerró en 1.522,66 unidades.

El coletazo llegó al petróleo, que en su referencia Brent perdió 82 centavos, un 1,1 por ciento, al ubicarse en 74,73 dólares. Esta caída se produjo en medio de un mercado listo para recibir la oferta extra de un millón de barriles por día que la Opep acordó bombear.