

En México, los bancos no le temen a la inteligencia artificial

Las entidades financieras en el país tienen un promedio de 4.7 servicios móviles disponibles, cifra que sobrepasa el de otras economías principales de Latinoamérica y el promedio de toda la región (4.0).



Foto: Reuters.

Cuando se trata de la implementación de servicios financieros móviles, los bancos mexicanos llevan la delantera en Latinoamérica. Junto con Brasil, México es el país con la mayor oferta de estas herramientas para los cuentahabientes.

Esto a pesar de que solo el 16% de los mexicanos con una cuenta de débito tiene contratado un servicio de banca en línea.

En promedio, las entidades financieras en el país tienen 4.7 servicios móviles disponibles, cifra que sobrepasa el de otras economías principales y el promedio de toda la región (4.0) de acuerdo al décimo informe de Latinia sobre Banca Móvil y Redes Sociales.

Específicamente, México sobresale en el uso de inteligencia artificial mediante el despliegue de chatbots. En el último año, cuatro de los principales bancos en el país - Banamex, Santander, Bancomer y Banregio- añadieron este servicio a través de Facebook Messenger.

Pero el funcionamiento de los chatbots aún está lejos de alcanzar su verdadero potencial, asegura el Director Global de Mercadeo de Latinia, Oriol Ros.

Hasta ahora, la operativa de los chatbots está basada en menús predefinidos y respuestas automatizadas; su implementación se reduce a responder cuestiones básicas como la atención al cliente.

En tres o cinco años, no solo será posible realizar transacciones y pagos, sino contar con un asistente virtual que pueda realizar recomendaciones personalizadas para cada cuentahabiente.

“El chatbot será capaz de anticipar las necesidades del usuario. Te podrá decir, por ejemplo, si deseas que el día quince de cada mes se realice una transacción automática, o si necesitas ahorrar más”, menciona Ros.

En cuanto a redes sociales, son cada vez más los usuarios que deciden seguir a sus bancos. En el caso de México, 7 de cada 8 cuentahabientes prefieren interactuar con su entidad financiera en Facebook, por encima de Twitter.

Banco Azteca sobresale por ser la entidad con mayor número de interacciones en ambas plataformas. CitiBanamex, Santander y Bancomer tienen el mayor número de seguidores.

Si bien la implementación de esta clase de servicios no tiene una segmentación específica, hay una clara apuesta por los Millennials, un cliente que no está casado con ningún banco y cuyo acceso es el móvil, concluye Ros.

Para el estudio “Banca, Nuevas formas de vida inteligente” se analizaron los siguientes bancos con presencia en México: Afirme, Azteca, Bajío, Bancomer, Banorte, CitiBanamex, HSBC, Inbursa, Santander y Scotiabank.