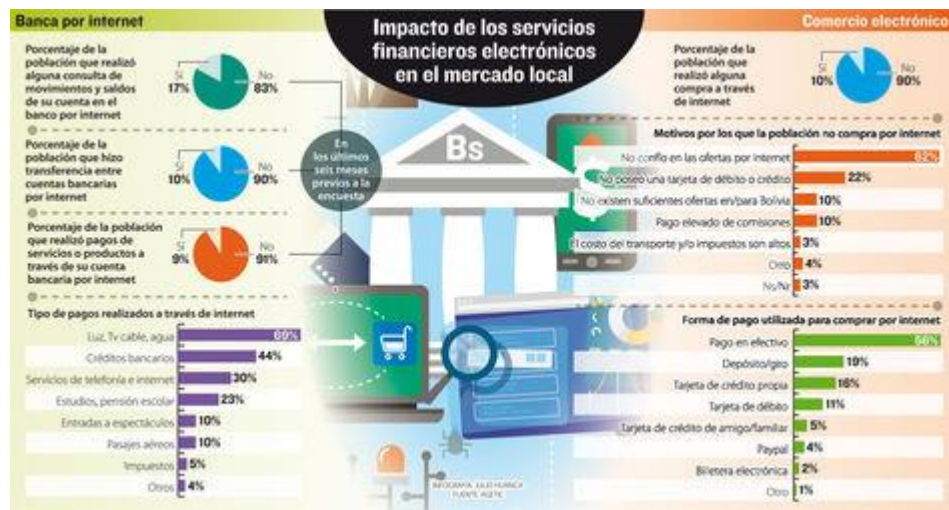


laRazón

Innovación en la banca digital local avanza a paso seguro

Inversión. Las transacciones en banca en línea subieron de 13 a 72% en cuatro años.



Con chatbots, funciones biométricas y aplicaciones cada vez más útiles e intuitivas, las financieras bolivianas marchan a paso firme en innovadores servicios de banca digital para convertir a las computadoras y los celulares en sucursales virtuales.

Estos avances en Bolivia son parte de un momento en que, para consolidar la relación con sus clientes, la banca de América Latina da un gran paso en innovación al sumarse al uso de la inteligencia artificial en forma de chatbots, según Latinia, que analizó los distintos canales en uso por parte de las 100 principales entidades financieras de la región.

El desarrollo de la innovación en el sector se refleja, además, en nuevos productos biométricos, aplicaciones y mayor uso de las redes sociales para tratar de llegar a los usuarios, agrega el fabricante de software para notificaciones financieras multicanal.

Bolivia no se queda atrás, con robochats de inteligencia artificial como los del BNB y BISA, y tecnología de reconocimiento facial y dactilar en varias entidades, además de otras tantas innovaciones de diferente índole.

Empresas locales del sector coinciden en que en la última década las entidades financieras del país han realizado grandes esfuerzos por incorporar nuevas tecnologías para servicios de banca por internet y de banca móvil.

Sin embargo, “es un proceso en el que todavía queda mucho camino por recorrer”, resume José Luis Zavala, subgerente de Marketing y Canales de BancoSol, que desarrolló sus plataformas SolNet y AppSol para sus clientes, la mayor parte de los cuales son micro y pequeños emprendedores.

Estos productos tecnológicos, en general, además de ampliar el acceso a los servicios financieros y ser una herramienta de inclusión digital en el país, le permiten al cliente ahorrar tiempo y dinero mientras solicitan saldos, pagan facturas y realizan transferencias, consultas y mucho más.

“La banca boliviana se ha subido al carro de la digitalización (...). Hace 15 años no había innovaciones tecnológicas en el sector”, recuerda Jorge Velasco, ex vicepresidente de Negocios del BISA y director ejecutivo de la Fundación Maya, organizadora del concurso nacional Innova Bolivia.

“Ahora no es necesario acudir hasta una oficina para realizar transacciones, tenemos la posibilidad de hacerlo desde el lugar donde estemos”, destaca a su vez el Banco Ganadero, que evoluciona el concepto “GanaTiempo” con su plataforma GanaNet y su aplicación GanaMóvil.

El desarrollo de todos estos productos mejora la experiencia de los clientes, lo cual “es una inversión a mediano y largo plazo” que apunta a la fidelización de los usuarios y a la captación de más clientes”, indica Rodrigo Valdez, gerente de División de Transformación Digital y Experiencia al Cliente del BCP, que incorporó a su banca móvil funciones de autenticación biométrica y un chat para su banca por internet, además de trabajar en el desarrollo de procesos robotizados.

Las operaciones online se han incrementado así de forma considerable, por lo que las empresas del rubro realizan importantes inversiones en innovación, tecnología, calidad y seguridad.

Finanzas. “En los últimos años, la innovación se ha convertido en un pilar fundamental para las entidades financieras, sobre todo para poder brindar un servicio de excelencia que se adapte a las necesidades de un usuario globalizado, exigente y que demanda de forma permanente soluciones inteligentes que se caractericen por su rapidez y eficiencia”, considera el Banco Mercantil Santa Cruz (BMSC), que dejó atrás el uso del token en la banca móvil e impulsa su plan integral 24/7, de plataformas de autoservicio.

Este trabajo ha permitido que la proporción de usuarios que en los últimos 12 meses realizaron al menos una transacción en banca por internet suba de 13% en 2015 a 72% en 2018, según datos de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (Asfi).

“La generación X es la que más utiliza los servicios digitales seguidos por los millenials, quienes conforme crecen como usuarios financieros adoptan estos canales como preferidos”, hizo notar Franco Urquidi, vicepresidente de Negocios del BISA, que impulsa sus plataformas e-BISA, e-BISA móvil, BISA Neo y BISA Chat.

Los avances posibilitan el desarrollo transversal de otros segmentos y representan una gran oportunidad de negocios.

En Bolivia, “la respuesta” por nuevos servicios digitales “la estamos teniendo de forma inmediata” en el mercado, dice Marco Salas, gerente general de Parallax.

Con sus kioscos de autoservicio conectados con el sistema financiero en los que se podrán elegir todo tipo de productos y servicios y realizar pagos electrónicos, la startup fue la ganadora en Santa Cruz de la versión regional del Digital Bank, uno de los principales eventos de tecnología y finanzas de América Latina.

Sin embargo, el desarrollo se debe acelerar y conectarse “al día a día de las personas”, alerta Ramón Heredia, director ejecutivo de Digital Bank en Latinoamérica.

“La innovación en banca electrónica en América Latina está un poco atrasada respecto a lo que está ocurriendo en el mundo, porque los servicios financieros digitales” —que hoy se deben necesariamente conectar a los sentimientos de las personas— “no son dados por los bancos sino por empresas como WeChat, Facebook, WhatsApp o Amazon”.

“Entonces, el desafío para la banca regional es poder responder a estas amenazas”, manifestó.

Desafíos para un sector tradicional

Wálter Vásquez

Profundizar la educación financiera para que la población se apropie de los nuevos servicios; la comprensión de los usuarios, sus hábitos y necesidades, y la puesta en vigencia de un marco legal favorable son algunos de los principales retos que se deben superar para acelerar la innovación en la banca digital.

“Hay que lograr que las personas se apropien de los productos financieros digitales, que los usen y disfruten de sus beneficios”, sostiene el Banco Ganadero.

“Para poder ofrecerle soluciones innovadoras de valor”, también se debe “entender rápidamente al usuario, sus hábitos y necesidades”, considera el Mercantil Santa Cruz, que también propone “seguir profundizando el uso de los canales digitales a través de la educación financiera”.

Además se debe trabajar, según BancoSol, la “provisión de infraestructura (en servicios de comunicación), para aprovechar las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías; la facilitación (en costo y alcance) del acceso a las comunicaciones); y la incorporación gradual de la transaccionalidad electrónica en los hábitos de los consumidores financieros”.

El BISA coincide en que hay un “bajo nivel de bancarización de la sociedad”, además de “temor de usar” este tipo de productos.

Labor. “Entre los desafíos aún están incrementar la cultura digital, conseguir mayor bancarización y mejorar la regulación”, dice Franco Urquidi, vicepresidente de Negocios de la financiera.

El BCP, por su lado, concuerda en que es necesario un mayor nivel de interconexión que permite agilizar los procesos electrónicos y la aparición de soluciones digitales; que la población “le pierda el miedo a usar el smartphone de manera intensa”, para lo cual la banca debe generar canales digitales “seguros” y “entretenidos”; y modificaciones a las normas y regulaciones por parte de los entes controladores del rubro.

Este nuevo marco legal debe generar incentivos para el desarrollo de estos productos, subraya Jorge Velasco, exvicepresidente de Negocios del BISA.

Otro punto a tomar en cuenta, agrega, es el carácter “tradicional” de la banca boliviana, que retrasa el “fomento a la cultura emprendedora e innovadora”.

“La tarea es larga, porque es una industria exitosa en un modelo tradicional”, por lo que se le hace difícil terminar de aceptar este cambio necesario, concluye Ramón Heredia, director ejecutivo de Digital Bank en Latinoamérica.