



Los servicios financieros crean más engagement en Facebook

Julio 18, 2019 - 10:00

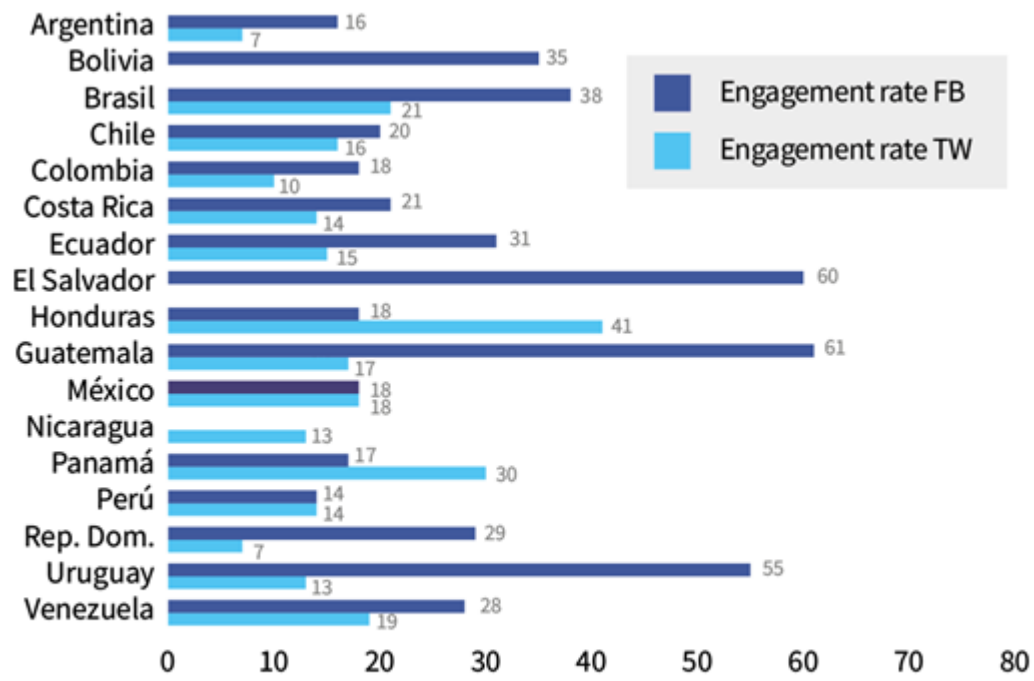
El onceavo informe anual de Latinia sobre banca móvil y redes sociales titulado “La Banca de las Experiencias” detalla el crecimiento en 20% en los últimos tres años de la ampliación de la oferta digital bancaria en el Ecuador, que de hecho se encuentra entre las principales de la región, conjuntamente con Argentina, Brasil y México como líderes en servicios multicanal. Además, revela el crecimiento del *engagement* de los usuarios con las redes sociales de los bancos.

En Ecuador, la medida de servicios financieros agregados nacionales es de cinco sobre seis. Generalmente, las principales potencias mantienen de cuatro a seis, mientras que economías menos desarrolladas cuentan con dos o cuatro. El mercado financiero ecuatoriano, mediante sus empresas más representativas del sector, mantiene un paso firme en el desarrollo de canales de notificaciones, pues los bancos realizan inversiones para estar en la vanguardia. Tres de los seis bancos analizados por Latinia, incluso mantienen soluciones de inteligencia artificial a manera de *chatbots*, que facilitan procesos internos.

Respecto a las redes sociales, la banca ecuatoriana tiene un seguidor en Facebook por cada tres clientes, siete en el caso de Twitter, cifras que sitúan a los clientes de los bancos de Ecuador entre los más “creyentes” del canal social, así como se ha duplicado su nivel de interactividad en Twitter.

Sucede algo curioso también con los bancos analizados: mientras que Pichincha y Pacífico son los más destacados en cantidad de seguidores tanto en Facebook como en Twitter, si vamos a datos más cualitativos, como el nivel de implicación de sus seguidores, Produbanco lidera ambas redes. Este es un fenómeno que no se da en ningún otro país de la región.

Fuente: Latinia



Fuente: Latinia