

Prensario

TI Latin America

Latinoa, estudio sobre banca y redes sociales



Encuesta anual concluye que la banca en Latinoamérica está multiplicando los puntos de contacto con sus clientes.

Latinoa entregó los resultados de la 11ª edición de su informe anual sobre **Banca Móvil y Redes Sociales**, titulado *La Banca de las Experiencias*. En esta versión se destaca que Argentina continúa encaramada en la primera posición del top agregado de servicios financieros digitales desde hace dos años, donde de forma acumulada repite como el país cuyos bancos más han crecido en los últimos ejercicios, 55% en los últimos tres, y hasta un 80% en los últimos 4 años. México figuraría en 2º lugar con un 37%, y Colombia 3º con un 35%. El informe, con carácter anual, analiza los distintos canales en uso por parte de las 100 principales entidades financieras de la región.

Oriol Ros, director global de marketing del fabricante de software sostiene: ‘Ningún país supera estas cifras, lo cual da doble valor a la banca argentina habida cuenta del contexto macroeconómico en el que vive inmerso el país hace un par de años al menos: la banca ha decidido hacer de la innovación su bandera’.

El ejecutivo agrega: ‘Es más, donde ha decidido apostar la banca argentina ha sido en la inteligencia artificial, si acaso lo más disruptivo, no sólo ya en chatbots sino en procesos de back-end, es decir, los orientados a ganar en eficiencia y mejorar la prestación, por personalizada, de servicios, por ejemplo, en la evaluación crediticia. 6 de los 10 bancos argentinos analizados dispone de alguna iniciativa basada en I.A.’

También en redes sociales la banca argentina vive tiempos interesantes. Así como en lo cuantitativo se mantiene a par con el crecimiento regional, acorde con el crecimiento de las redes, muy orgánico, en lo cualitativo se ha producido un sorprendente *sorpasso*.

El nivel de implicación de sus seguidores (*engagement rate*), es decir, lo que estos seguidores de los bancos en redes sociales retuitean, dan ‘likes’, comentan o comparten, se ha multiplicado por 4 en **Facebook**, cuando hace tan solo 12 meses era en **Twitter** donde cualitativamente los seguidores seguían con más interés y actividad a sus bancos. Ver gráfica 1

Se destacan como campeones nacionales por implicación de sus seguidores, en **Facebook**, el **Banco Provincia** y el **Banco Ciudad**, y en **Twitter**, también el **Banco Provincia** y el **Banco Santander Río**. Por su parte, los líderes nacionales en número de seguidores, **Banco Francés** y **Banco Galicia** en **Facebook** y en **Twitter** respectivamente.