



## Banca le apuesta por canales y medios de pago digitales como estrategia postCovid-19

**Encuesta de Latinia, identificó cuatro grandes conclusiones en una muestra que midió a más de 500 ejecutivos de 16 países. “El Covid-19 contribuirá a desatascar y tomar decisiones atrasadas”, fue la respuesta más buscada en la medición.**

Una reciente encuesta realizada por Latinia, fabricante de software para banca, entre casi 500 ejecutivos de 16 países de Latinoamérica y España sobre los efectos del Covid-19 en la industria financiera, los planes tecnológicos y de negocio de estas en la nueva normalidad cuando se supere la pandemia.

La medición arrojó cuatro grandes conclusiones, en una encuesta realizada bajo la metodología de respuestas múltiples y sugeridas:

- **Con un 64%:** El Covid-19 contribuirá a desatascar y tomar decisiones atrasadas, fue la respuesta más buscada.
- **Con un 31%:** El banco estará más abierto respecto a tecnologías no consideradas anteriormente.
- **Con un 13%:** Habrá impulso, pero la complejidad del banco desincentivará cualquier cambio.
- **Con un 9%:** Todo seguirá su curso, no habrá aceleración.

La encuesta confirmó que la respuesta: Tomar decisiones atrasadas duplicó en su número a: **Análisis de nuevas tecnologías no analizadas antes del Covid-19**, y que: Habrá impulso, pero la complejidad del banco desincentivará cualquier cambio; por su

parte: Todo seguirá su curso, no habrá aceleración, apenas figuró en las respuestas obtenidas por parte de los 465 ejecutivos a quienes se les envió el formulario.

En cuanto a qué tipos tecnologías que usan o deberían implementar los bancos, de las cinco opciones de respuesta: Nuevos canales, Factores de autenticación, Inteligencia artificial, Más colaboración con las fintechs como palancas de innovación, y/o Pagos digitales ante la aceleración de la desaparición del efectivo, se destacaron tres opciones por encima del resto: Más canales con clientes (68%), Pagos digitales ante la aceleración de la desaparición del efectivo (57%) y más colaboración con las fintechs como palancas de innovación (28%).

“Las respuestas muestran una plena sintonía con la mayoría de los informes que han venido apareciendo en estas semanas analizando el fenómeno Covid-19 y su impacto en la industria, tanto del lado del cliente como de la banca. Un reciente informe, publicado por Deloitte y el prestigioso IIF (Instituto de Finanzas Internacionales) por ejemplo, destacó como principales conclusiones: la Adopción forzosa de los canales online, móvil y los call center”, explicó Oriol Ros, director de desarrollo corporativo de Latinia.

Sobre este último canal, el de los centros de atención telefónica, Latinia, igualmente había alertado al principio de la pandemia sobre su colapso. **Debido a que fue el canal escogido por muchos clientes para comunicarse con sus instituciones financieras**, como una respuesta a las diferentes propuestas que emitieron de alivio financiero; pero cuya masiva respuesta no alcanzaron a cuantificar.

“Por último, se produjo el despegue irreversible de los pagos digitales y sin contacto, donde tanto Visa, como Mastercard, como principales actores del negocio de los pagos, reportaron cifras importantes; el primero reportó que más de 13 millones de latinoamericanos realizó, durante el pasado mes de marzo, su primer pago a través de medios digitales, y según el segundo, se produjo un crecimiento por encima del 40% en las transacciones sin contacto durante la pandemia”, confirmó Oriol Ros.