

## La banca post covid-19 apostará por los canales y medios de pago digitales

Tal y como se había previsto, durante la pandemia se produjo el despegue irreversible de los pagos digitales y sin contacto.



En un reciente informe publicado por la consultora Deloitte y el prestigioso Instituto de Finanzas Internacionales IIF, destacaron que durante las diferentes medidas de aislamiento preventivo producto del Covid-19, **las instituciones financieras adoptaron forzosamente los canales online, móvil y los call center** para atender a los clientes.

En sintonía con esta transformación, Latinia recientemente realizó una encuesta a casi 500 ejecutivos de 16 países de Latinoamérica y España en donde midió los efectos que

ha causado la actual pandemia en la industria financiera, los planes tecnológicos y de negocio y cómo estos se podrán ver interferidos con la nueva normalidad una vez se supere el virus.

La medición dejó cuatro grandes conclusiones. La respuesta más seleccionada, con el **64%**, fue que: **El covid-19 contribuirá a desatascar y tomar decisiones atrasadas**; seguida con un 31% por: El banco estará más abierto respecto a tecnologías no consideradas anteriormente; con un 13%: Habrá impulso, pero la complejidad del banco desincentivará cualquier cambio y finalmente, con un 9%: Todo seguirá su curso, no habrá aceleración.

La forma como cambió la relación en que se comunica la banca con los usuarios es sorprendente. En cuanto a qué tipos de tecnologías usan o que deberían implementar, de las cinco opciones que les dimos para elegir: Nuevos canales, Factores de autenticación, Inteligencia artificial, Más colaboración con las fintechs como palancas de innovación, y Pagos digitales ante la desaparición del efectivo, sobresalieron tres: **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%).

En cuanto a los centros de atención telefónica, desde Latínia, ya habíamos visado sus limitaciones desde el principio de la pandemia, principalmente porque fue el canal escogido por la mayoría de los clientes para comunicarse con las instituciones financieras, para conocer, entender y responder a las diferentes propuestas que emitieron frente a las medidas de alivio financiero; el problema estuvo, en que no fueron capaces de cuantificar la masiva respuesta que estas iban a producir en sus usuarios.

Por último, **se produjo el despegue irreversible de los pagos digitales y sin contacto se produjo como tanto se venía previendo**, Visa y Mastercard, como principales actores del negocio de los pagos, reportaron cifras de crecimiento importante; el primero reportó que más de 13 millones de latinoamericanos realizaron durante el pasado mes de marzo, su primer pago a través de medios digitales, y el segundo informó que se produjo un crecimiento por encima del 40% en las transacciones sin contacto durante la pandemia.