

Tres lecciones que el COVID-19 ha enseñado a la banca

2 de cada 3 compañías del sector financiero encontraron en la pandemia motivos para acelerar la implementación digital e innovación, según Latinia.



La nueva normalidad impactará muchos ámbitos de la vida cotidiana, entre ellos la forma en que pagamos por servicios y productos, no solo en compras en línea, sino directamente. Y ante ello, la banca se llevó algunos aprendizajes y quizás uno que otro recordatorio.

De acuerdo con una encuesta sobre el impacto de la pandemia en el sector financiero, prácticamente **2 de cada 3 compañías destrabarán decisiones atrasadas** relacionadas con innovaciones con motivo de la nueva normalidad.

La segunda respuesta a la pregunta por los efectos de la pandemia fue, con el 31% de las respuestas, que las compañías tendrán mayor apertura a tecnologías que antes de esto no se habían considerado.

El estudio realizado por la firma española Latinia encontró que las empresas apuntaron a que los principales cambios que vendrán a raíz de la dispersión del COVID-19 son **abrir más canales de contacto con sus clientes; acelerar la implementación de pagos digitales y aumentar su colaboración con las fintechs.**

“Uno de los procesos que ha acelerado la pandemia es esa **reflexión sobre el sentido que tengan las oficinas físicas.** Si hay un par de reflexiones que atañen a todo el mundo es la desaparición del efectivo y la desaparición o no de las oficinas físicas. **Las apuestas por canales no presenciales estaba bastante cantado que era la respuesta que se iba a dar**“, consideró Oriol Ros, director de desarrollo corporativo de Latinia.

También resaltó que los nuevos clientes de los bancos, entre ellos la población millennial y centennial, al tratarse de nativos digitales, tienden con mayor facilidad a adoptar **medios de pago e interacción con el banco no presenciales.**

En ese sentido, **el interés en promover los pagos digitales o sin contacto** en medio de la pandemia apareció como una segunda tendencia importante por parte de la banca.

“Lo que se estaba sugiriendo en el mercado era no pagar en efectivo, porque los billetes están llenos de gérmenes, paga con medios sin contacto”, explicó Ros en entrevista con Forbes.

Según datos de Latinia, Visa reportó que más de 13 millones de latinoamericanos realizó, durante marzo, su primer pago a través de medios digitales, mientras que Master Card reportó un crecimiento por encima del 40% en las transacciones sin contacto durante la pandemia en la región.

El directivo señaló que si bien es una tendencia general, la amplitud de la población mexicana y la prevalencia de la economía informal aunada a la mediana bancarización que hay en el país le dan un comportamiento particular al proceso de desuso de los billetes y monedas, pues de acuerdo con los registros del Banco de México, el flujo de efectivo ha alcanzado niveles históricos durante la pandemia.

Apenas el 17 de julio pasado, el Banxico reportó que en el país había 1.916 billones de pesos en efectivo en circulación, la mayor de la que se tenga registro.

No obstante, la digitalización de los pagos es otra de las importantes decisiones que impulsará la banca. Por ejemplo, el pasado jueves, Banorte reportó un crecimiento de 54% en transacciones digitales durante el periodo abril-junio en relación con ese trimestre de 2019. En el mismo sentido, Citibanamex reportó al primer trimestre de 2020 un alza de 500 mil clientes digitales en relación con el cierre de 2019, luego del inicio de la pandemia en marzo.

La tercera lección, la de **buscar mayor cooperación con las empresas de tecnología financiera**, se basa en la amenaza que hay por otros actores, empresas como Amazon y Facebook, que desean entrar al mercado para ofrecer servicios financieros.

“La Fintech sí nace de entender muy bien de cuáles son las reglas de interacción de una interfaz gráfica con un usuario final, y ahí es donde la banca dice ‘oye’, **ahí es donde el banco dice vamos a casarnos con las fintechs**. Porque **el banco tiene dinero pero no la agilidad para innovar, y la Fintech no tiene dinero, pero sí la agilidad**”, explicó Ros.

La encuesta se aplicó a casi 500 directivos de empresas financieras de 16 países de América Latina y España, y entre ellas se consideraron tanto a los 4 mayores bancos del país como a banca media y regional.