

La banca digital acelera su consolidación en América Latina por el Covid-19

Con las restricciones derivadas del covid-19, un 60 % de los consumidores hispanoamericanos abrió cuentas y realizó compras en línea en 2020, hasta el punto que los bancos de la región aceleraron sus planes digitales al menos 24 meses, según un estudio divulgado este jueves por la empresa de tecnología financiera Backbase.

Pero los servicios bancarios en línea de hoy no son en sí suficientes para satisfacer al consumidor latinoamericano: este busca una “experiencia financiera digital consistente de principio a fin”.

Es decir, desde un “onboarding” -o proceso de incorporación- “más rápido” y “funcionalidades bancarias mejoradas” hasta “servicios no tradicionales”, destaca el estudio elaborado por la firma Americas Market Intelligence (AMI) para Backbase.

Aun cuando muchos consumidores todavía utilizan los bancos tradicionales para los servicios financieros, un 81 % conoce la existencia de bancos nativos digitales (neobancos o “fintechs”) y el 45 % ya se sirve de ellos para satisfacer necesidades específicas.

De hecho, el 54 % de los encuestados desea contar con “funcionalidades adicionales” en su banca en línea, tales como portales web para comprar.

Para la realización del informe sobre la evolución de las tendencias y preferencias de los consumidores se entrevistó a 700 personas de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Panamá y Perú.

“Es evidente que las expectativas de los consumidores están en un estado de constante evolución. Para seguir siendo competitivos, los bancos tradicionales tienen la tarea de evitar el uso de tecnología legada en silos para facilitar estrategias más rápidas de salida al mercado”, señaló en un comunicado Ethan Clark, vicepresidente de Área para América Latina y el Caribe de Backbase.

La clave es que, con los “recursos y alianzas adecuadas, los bancos podrán “anticiparse”, “en lugar de reaccionar”, a la

demanda de los consumidores y acceder a las “últimas tecnologías, funcionalidades y mejores prácticas digitales”.

ACELERACIÓN DE LA ADOPCIÓN DE LA BANCA DIGITAL

Entre las principales tendencias detectadas por el estudio destaca la “aceleración de la adopción de la banca digital” para comprar y manejar dinero, en momentos en que “el 56 % de los consumidores dijo que prefería abrir una cuenta bancaria en línea en el futuro”.

Y el aumento de un 60 % de la apertura digital de cuentas entre los consumidores en 2020 indica una “tendencia agresiva hacia la adquisición de clientes en línea”.

En cuanto a las expectativas de los consumidores sobre la banca digital, **un 54 % de los usuarios afirma que le gustaría tener “funcionalidades adicionales” en sus plataformas bancarias.**

Algunos de los servicios más avanzados que esperan los consumidores son las “transferencias a otros bancos en tiempo real, las transferencias internacionales, los pagos automáticos recurrentes y los pagos a través de una billetera móvil y un código QR”.

Los consumidores buscan otros servicios adicionales, tales como “plataformas de compras” con descuentos especiales, puntos de lealtad o herramientas que les ayuden a “ahorrar dinero y a optimizar sus finanzas..

El estudio concluye que una banca “a prueba del futuro” en la región es “esencial para la viabilidad y la supervivencia de los bancos a largo plazo”.

EFE