



Redefinición de canales de atención bancarios

Economía, 27/10/2020



La situación de pandemia a nivel global y su evolución, así como su impacto en los negocios, independiente de la orientación, obliga a analizar y reconsiderar estrategias de funcionamiento, comercialización y relación con los usuarios, tanto actuales como potenciales, y en ello, la industria bancaria ha estado activa.

En una temporada compleja para distintos negocios debido entre otras cosas, al impacto que las restricciones y cuidados en el ánimo de contener y limitar el avance de la pandemia, ha tenido en los negocios tradicionales sustentados eminentemente en un proceso de comercialización basado en el contacto presencial, la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF) nos comparte su

reporte abifInforma N° 152, el cual se encuentra dedicado a analizar los canales de atención bancarios, y en el cual lo digital se ha tomado la agenda. Así, este reporte se focaliza particularmente en la conectividad de los clientes, la evolución de las transacciones con tarjetas de crédito y débito, los giros de efectivo y el impacto en las sucursales bancarias.

Al respecto, los canales digitales bancarios han jugado un papel relevante, reflejando lo fundamental que ha resultado haber realizado inversiones de manera progresiva, proveyendo un servicio 24/7 y que se puede catalogar de constante, sin interrupciones.

La conectividad de los clientes, basada en aplicaciones o sitios, han evolucionado crecientemente, llegando a marzo de 2020 a una cifra de 11 millones de clientes, lo cual se refuerza con un incremento en el mismo mes en 15 millones de sesiones, lo cual

representa un 5,7%, respecto de lo sucedido en el año anterior., y que se explica por la variedad de servicios que se ofrecen. En este aspecto, destaca el número de transferencias electrónicas de fondos, las que aumentaron, y que ascendieron a 42 millones de transacciones, donde un 86% son efectuadas por personas naturales.

En relación a las tarjetas de crédito y débito, el número de transacciones también ha aumentado a través de internet, lo cual contrasta con la caída en las ventas de manera física. En tal sentido, más de la mitad de las ventas con tarjetas de crédito están relacionadas con internet, cifra que casi se duplico con respecto a lo alcanzado el año pasado.

Respecto a los giros de efectivo, de igual manera a las ventas físicas, también han disminuido, y con ello el uso de los cajeros automáticos. Para hacerse una idea, de un promedio mensual aproximado de 37 millones de giros por mes, cayeron en mayo de este año a 18 millones.

Por último, las sucursales al amparo del uso más amplio de los canales digitales han disminuido sus actividad, lo que especialmente se ha hecho notar en una caída del 57% en el número de cheques presentados a canje en el segundo trimestres del 2020, lo cual fue agudizado por las medidas de confinamiento que surgieron. Asimismo, en términos de funcionamiento, se marca una diferencia entre los sectores con y sin cuarentena, donde en las primeras, asciende a un 48% en funcionamiento, mientras que en las segundas llega a un 94%.

Si bien los bancos desde hace algún tiempo están inmersos en la idea de la virtualidad, y por tanto hay experiencia, en la escena nacional se plantea que no todos los actores exhiben un mismo grado de desarrollo. Por otra parte, el surgimiento de las fintech plantea un foco de atención adicional, pues el surgimiento de las mismas, resalta algunas falencias o descuidos de la operatoria de las instituciones bancarias, tales como la calidad del servicio brindado o la vinculación de las grandes tecnológicas como Apple con Mastercard, Facebook tratando de instalar su criptomoneda Libra, Jack Ma fundador de Alibaba, potenciando a nivel mundial la presencia de su ala financiera denominada Ant Financial, o algunas debilidades exhibidas en materia de ciberseguridad, debe llevar la atención con fuerza en la tarea de mejora continua, y sobre todo comprender a sus usuarios, a las nuevas generaciones y sus características particulares, que los hacen únicos y distintos.

En esta línea, como señala Jim Marous en su artículo denominado "5 Customer Experience Trend for Banking in 2020", el actuar de las organizaciones bancarias deberá transitar por alcanzar altos estándares en Experiencia de Clientes (tecnología CX), planteándose cinco tendencias desafiantes para este 2020: a) Compromiso proactivo para mejorar la gestión financiera de los consumidores; b) Hiper-personalización a escala; c) Experiencias omnicanales sin fallas; d) Digitalización humanizada; y e) Transparencia, Seguridad, Ética y Confianza como Herramientas CX.

Por otra parte, tal como lo manifestó la empresa COBIS en el primer trimestre de este año 2020, tratándose de tecnología, las grandes directrices en la banca debiesen girar en torno a: a) la llegada del 5G, mejorando la velocidad de conexión a Internet, alta fiabilidad y mínimas demoras; b) la banca cognitiva, impulsada por la evolución de la inteligencia artificial, facilitando la automatización de procesos por medio de chatbot inteligentes (tecnología que permite el diálogo entre un usuario y un programa informático); c) la incorporación del blockchain (cadena de bloques), dadas algunas ventajas que ofrece como la inmediatez, seguridad, costos reducidos y la posibilidad de detectar errores al momento de materializar pagos, o bien transferencias de dinero; d) la ciberseguridad, fundada en la protección de los datos y la necesidad de confianza en las transacciones que se realicen; y e) la integración de operaciones hacia el cloud computing (computación en la nube).

No cabe duda que el sector ha avanzado mucho, pero no de manera definitiva y concluyente. Por tanto, es de esperar que se sigan sucediendo evoluciones en los servicios, y la forma en que se llega a los clientes, lo que probablemente será potenciado en mayor o menor grado por la misma tecnología, el cómo evolucione y por cuanto tiempo permanezca la pandemia, los clientes, sobre todo los más jóvenes y sus exigencias en términos de servicios, y por último, la competencia en el sector, la cual no sólo surgirá desde el ámbito local, sino también desde lo exterior, y respecto de lo cual la llegada o instalación de los denominados Neobancos o Challenger Banks o BaaS o API Bank, pasen a ser conceptos más cotidianos en nuestro diario quehacer de buscar soluciones a necesidades financieras.

