



La investigación arrojó que el 56% de las instituciones está actualizando sus canales digitales.

ENCUESTA EN 16 PAÍSES:

Persiste espacio para la digitalización de la banca en América Latina

Informe regional destaca que el sector tiene un espacio enorme para crecer en productos y servicios, creando una experiencia de usuario fundamental para fidelizar a los clientes y competir con las nuevas empresas de finanzas digitales.

IRINA TORO S.

La brecha digital es uno de los principales factores que siguen limitando la posibilidad de lograr una plena inclusión financiera en Latinoamérica: más de un tercio de la población aún no puede abrir una cuenta bancaria de manera 100% online, y para más del 60% es imposible solicitar una tarjeta o préstamo a través de plataformas virtuales, según el IV Estudio Latinoamericano de Banca Digital 2023 de Infocorp e lupana, en el que participaron 44 bancos de 16 países de la región.

Específicamente, el informe analiza los trámites que se pueden realizar de manera *online* en las instituciones encuestadas: en el 65% se puede abrir una cuenta; en el 39%, es posible pedir una tarjeta de crédito o débito; en el 35%, solicitar un préstamo de consumo, y en el 22%, contratar un seguro en línea.

Esto indica que la banca tiene un espacio enorme para crecer en cuanto a la venta digital de sus productos y servicios, de la mano de la inclusión. "Y no es solo una cuestión de vender nuevos productos. Es también mejorar la distribución y crear

una experiencia de usuario memorable y personalizada, como una estrategia fundamental para fidelizar a los clientes existentes. Una oportunidad de asegurar que, para su próxima transacción, escojan una institución bancaria y no una nueva *fintech*, neobanco o *spin-off*", sentencia el documento.

Mayor exclusión

De acuerdo con el informe, el 52% de los bancos está aumentando su inversión en tecnología y se observa una tendencia hacia una mayor bancarización y un uso más frecuente de los servicios digitales. Sin embargo, la falta de acceso a estos de gran parte de la población impide que sectores vulnerables accedan a herramientas modernas que podrían mejorar sus condiciones de vida y oportunidades de desarrollo, como las que entrega la banca digital. Por esto, se requiere que la industria impulse estrategias de inclusión financiera más efectivas, orientadas a informar y generar la confianza de la población en el sistema.

Diego Herrera, especialista líder en la División de Conectividad,

Mercados y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), explica que el abordaje digital de un cliente es clave para avanzar en la inclusión financiera de personas y empresas, porque "es la puerta de entrada para el consumidor financiero a otros servicios como crédito o seguros, y es un factor habilitante de la transaccionalidad digital".

Señala que si bien hubo un avance significativo durante la pandemia, que generó incentivos para la realización de pagos digitales y, en general, aceleró la digitalización de distintos servicios financieros, es necesario avanzar en "leyes de protección de datos que habiliten el abordaje digital, así como en la agenda de sistemas de pagos instantáneos de bajo valor y las finanzas abiertas".

La industria

Entre otros aspectos, el estudio concluyó también que los bancos están migrando a la nube y fortaleciendo sus áreas tecnológicas para afrontar

la transformación digital y competir con *fintech* y neobancos. En esto, la inteligencia artificial (IA) es considerada un área clave de crecimiento. Sin embargo, su implementación sigue siendo limitada: tres cuartas partes de las aplicaciones de IA se centran en la atención al cliente, y solo un cuarto en la gestión de riesgos de crédito, dentro de los bancos encuestados.

EL 52% de los bancos está aumentando su inversión en tecnología y existe una tendencia hacia una mayor bancarización.

El sondeo reveló también que el principal obstáculo para la innovación en el sector

es la falta de infraestructura (29%), seguido por la cultura interna (22%), presupuesto (21%) y tiempo de desarrollo (18%). Un 39% de los bancos cuenta con áreas de innovación o equipos multidisciplinarios, mientras que el 77% recurre a terceros para impulsar el desarrollo tecnológico.

Asimismo, se constató que la mayoría está actualizando (56%) y ampliando (51%) sus canales digitales, invirtiendo en ciberseguridad e IA, adoptando API abiertas (33%) y desarrollando programas de fidelización (29%) para personalizar la experiencia del usuario.