



Gacetilla – Mobile Banking en Sudamérica y el mundo



El devenir de una sociedad más conectada nos muestra un acostumbramiento general al uso de dispositivos móviles en los diferentes traslados diarios de las personas; esta habitualidad lleva a los usuarios a estar cada vez más conectados y pendientes de las compañías con las que se relacionan.

El mundo de las finanzas no es ajeno a esta realidad, obligando a los bancos a desarrollar más y mejores aplicaciones y servicios desde Smartphones teniendo en cuenta la agilidad en el accionar, el diseño y velocidad del hombre móvil hiperconectado.

Algunas de las conclusiones fueron:

La mayoría de los bancos de la región, comprendiendo este cambio están permitiendo a sus clientes realizar transacciones bancarias móviles, ya sea desde Apps, sitios móviles diseñados de manera responsiva o por sms; **resulta importante destacar que el 56% cuenta con sitios webs preparados para operar desde móviles**, mostrando un crecimiento frente a 2015 (40%).

Índice de Customer Experience en Mobile Banking de TBI Unit y TOP 5 de bancos

- En base al índice de TBI Unit sobre uso y servicios de Mobile Banking, el **promedio general de la región es de 65 puntos sobre 100 posibles, mejorando frente al año anterior, aunque mantiene una brecha frente a los destacados mundiales en esta temática.**
- El ranking de los primeros 5 bancos en América del Sur muestra cambios frente a 2015 y se conforma de la siguiente manera: **BBVA (Col) se ubica primero, Bradesco (Bra) segundo, Itaú (Bra) en tercera posición, BCI (Chi) y en quinto lugar BBVA Continental (Pe).** La diferencia entre el primero de Sudamérica y el último sigue siendo de 50 puntos.
- **A nivel de Argentina el podio muestra a: Banco Ciudad en primera posición, Banco Provincia segundo e ICBC tercero.**
- Al igual que la edición anterior, **Brasil es el país más destacado llegando a un puntaje de 74 puntos promedio**, manteniendo una diferencia de casi **16 puntos con Ecuador que se ubica en la última posición (58).**



Plataformas desarrolladas por los bancos para operar e incentivación a operar

- **Las aplicaciones descargables** continúan siendo el canal transaccional con mayor adopción, tanto a **nivel comparables como en la región (100% vs 98%)**, seguido por el uso de **un sitio web móvil (100% vs 56%)** y finalmente **la banca SMS (62% vs 33%)**.
- Hay que remarcar que pocas **entidades comparables incentivan claramente a los usuarios a utilizar Mobile Banking**, y en **América del Sur solo 10** de los bancos relevados; en este punto se evaluó si las entidades poseen un **banner/publicidad claros en la home, una demo comercial embebida en el sitio o desde Youtube y promocionan el canal móvil a través de Facebook y/o Twitter**.

Capacitación y seguridad

- En lo que respecta a la capacitación a los usuarios sobre la banca móvil, **sigue siendo bajo el nivel de demos online, ya que un 40% no muestra ningún tipo de instructivo o demo de uso**.
- La **capacitación y recaudos en seguridad** al operar desde este nuevo canal muestra un gran déficit en la región; más del 60% no brinda ningún recaudo.

Operaciones disponibles

- **Las operaciones del tipo consultivas, de transferencias y pago de servicios/tarjetas de crédito son aquellas que se encuentran más disponibles a través de los tres canales móviles** considerados en el análisis, al igual que el año anterior, pero se van incorporando lentamente otras operaciones como: movimientos bursátiles y de inversión, el pago de facturas mediante escaneo y los depósitos de cheques a través del celular.

Conclusión

La realidad de la región nos marca un acomodamiento paulatino de las entidades financieras a la evolución tecnológica del mercado. Aunque aún deben mejorar temas de capacitación y servicios, como pensar en la tendencia a sitios que se ingresen directamente desde cualquier dispositivo y permitan su operatividad sin la necesidad de instalar ninguna aplicación.

Artículos publicados sobre este tema:

[La adaptación a Smartphones debe ser transparente para el usuario financiero](#)

[Las Apps dominan Mobile Banking en la región](#)

[Índice de Customer Experience en Mobile Banking de TBI Unit a nivel de América del Sur y TOP 5 de bancos](#)



Ficha técnica

Informe de Mobile Banking en América del sur y el mundo - diciembre 2016

Relevamiento: noviembre 2016.

Bancos analizados: se analizaron **8 bancos internacionales comparables y 51 de América del Sur de: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú.**

El análisis involucró **4 grandes áreas con 48 parámetros analizados en cada banco.**

- **Full site**, desde la capacitación e información sobre Mobile Banking hasta el diseño que se adapta a dispositivos móviles, pasando por funcionalidades y seguridad.
- La segunda y tercera abarca el **análisis desde dispositivos móviles**, como son Sitio Web Móvil y App, evaluando el diseño, la usabilidad, las funcionalidades e información disponible.
- La cuarta parte evaluó las **operaciones disponibles.**

Responsable: *Mg. Pablo Tedesco – Director – ptedesco@tbiunit.com*

TBI Unit es una consultora dedicada a la estrategia de negocios y la inteligencia competitiva a nivel internacional. Su conocimiento y experiencia permite brindar a los clientes la información justa en el momento oportuno para una mejor toma de decisiones.
