



## Colombia ocupa el primer puesto de la banca móvil en América Latina



México D.F.

El auge del sector bancario en Colombia, aunado a la mayor penetración de tecnologías de comunicación, ha posicionado a ese país sudamericano como líder en penetración y variedad de oferta de servicios financieros móviles en la región.

De acuerdo con la cuarta edición del estudio La Banca Móvil en Latinoamérica de Latinia, firma especializada en desarrollo de software e infraestructura tecnológica, la penetración de servicios financieros móviles en el sector bancario de Colombia creció 30% en 16 meses —cuando se publicó el estudio anterior—, superando el crecimiento de 6% registrado por Brasil.

El informe, que analiza el despliegue de los servicios financieros móviles entre las 100 entidades bancarias más importantes de América Latina, expone que al primer trimestre del

2012 existen 150 servicios financieros móviles, desde los 91 que había al tercer trimestre del 2010, y son: mensajes escritos (SMS), aplicaciones móviles (apps), navegación wap (un navegador como Chrome o Explorer), y tarjeta SIM.

El sector bancario colombiano —que en el 2011 registró utilidades por US\$3.82 millones, 15,4% más que en el 2010, de acuerdo con cifras de la Superintendencia Financiera colombiana— suma 23 servicios financieros móviles, desde los ocho que tenía hasta octubre del 2010, alcanzando en número a Brasil.

Son las aplicaciones bancarias para teléfonos inteligentes y tabletas las que más han crecido en la región, al tener una participación de 27,7% de la oferta total, desde 15,4% que ostentaban al tercer trimestre del 2010.

De acuerdo con el análisis de Latinia, los servicios financieros móviles están liderados por la tecnología SMS con una participación de 47%, seguida de las “apps” con 25%. La navegación wap y el chip SIM tienen una participación de 22% y de 6%, respectivamente.

“La única tecnología que crece en todos los casos son las aplicaciones, ya sea en smartphone o en la tableta, y en menor medida la banca SMS”, explica el documento.

#### **Twitter, el nuevo canal de comunicación**

Los bancos han encontrado en esta red social un modo de comunicación con los usuarios para proporcionarles asesoría, comunicarle productos y servicios, y ayudarlos ante una emergencia o percance relacionado con el servicio.

Ripe/El Economista