

TECNOLOGÍA

Crece la mensajería móvil en la banca

La empresa española Latinia da el servicio a Ficohsa y quiere ampliar su portafolio en el país y Centroamérica

Texto. Orfa Mejía Foto. La Prensa

>> La telefonía móvil impulsa la bancarización en Latinoamérica.



La mensajería móvil, electrónica o instantánea, por su carácter masivo y universal de fácil manejo y bajo coste, se han convertido en una de las principales estrategias multicanal de las entidades financieras.

La empresa Latinia impulsa estos servicios en la región y registra un promedio de 1,000 millones de notificaciones al año, solo en los bancos que utilizan su software.

En Honduras el servicio lo utiliza el banco Ficohsa, pero la empresa española está en negociaciones con los bancos Atlántida y Occidente.

La inversión en este tipo de servicios tecnológicos, que permite a los clientes conocer el ritmo de sus transacciones financieras, entre otras informaciones, oscila entre 200,000 y 400,000 dólares.

Además se requiere de activos por más de 2,000 millones de dólares y eso lo tienen cuatro bancos en Honduras. A Ficohsa, Atlántida y Occidente se suma BAC Honduras.

Banca

El director de Desarrollo de Negocio Internacional de Latinia, Francesc Pérez, llegó a Honduras para explorar potenciales clientes, explicó a D&N que las notificaciones financieras han pasado a ser hoy en día uno de los principales aliados del sistema bancario a nivel internacional.

“Son canales de comunicación que buscan acercan a las instituciones financieras con sus clientes y permitir que los clientes accedan a los servicios financieros, dando al banco un carácter bidireccional de la comunicación”.

Los canales más usados por los bancos son las informativas y de seguridad, las de mayor uso, y las notificaciones que se conocen como contextuales, que son aquellas que permiten a la institución bancaria identificar el contexto del cliente en tiempo real.

También hay notificaciones orientadas a garantizar la seguridad de las cuentas. Son alertas de las que el banco hace uso cuando detecta movimientos que parezcan sospechosos en el manejo de una cuenta. Se informa inmediatamente al cliente para que en caso de que él no haya hecho la operación pueda pedir de inmediato la anulación de esa operación.

Para Pérez este tipo de productos sirven para promover la bancarización del país ¿porque usted sabe cuál es la principal retisencia de una persona no bancarizada a bancarizarse? la desconfianza al sistema, y si el cliente ve como se maneja entonces crece la confianza.

Citó como ejemplo, que un cliente de Ficohsa que realiza una

< EL DATO >

Seis bancos de igual número de países de Latinoamérica están utilizando el canal de Latinia. BCP, de Perú; Santander, Chile; Banco de Venezuela, Venezuela; Banco de Bogotá, Colombia, y Ficohsa de Honduras.

compra en una tienda de ropa, son las 12 del medio día y ha usado la tarjeta de Ficohsa Club; en ese mismo momento Ficohsa identifica que ese cliente ha realizado una operación, que ese cliente tiene hijos, que es un día sábado, pues le envía un mensaje diciéndole señorita tal, al lado tiene el restaurante tal que con la tarjeta Ficohsa le dará un descuento en su almuerzo. Lo importante es que ha analizado en tiempo real el contexto del cliente, quien es ese cliente y le intenta ofrecer una experiencia de servicio positiva.

Hoy en día los bancos tienen muy claro que es muy difícil competir en precio. Donde aún hay mucho por hacer es en la experiencia de servicio, en hacer sentir al cliente que su banco está pensando en su bienestar y en sus intereses, no al contrario.

Los canales móviles suponen

una puerta de oportunidades para la entidades financieras para generar oportunidades de negocio y prestar un mejor y más adecuado servicio a los clientes. Si alguna industria rápida en adquirir nuevos canales, nuevas tecnologías, es el sector financiero por la clara necesidad de facilitar al máximo el acceso de sus servicios financieros a sus clientes.

Costos

Sobre los costos de estos proyectos dijo que “son muy elásticos”, ya que no es lo mismo un producto instalado en Honduras, que cuenta con una población de ocho millones de habitantes, que el producto instalado en Colombia que tiene 40 millones, lo que eleva las posibilidades de notificaciones a enviar. Sin embargo, citó que son proyectos que rondan los 200 a 400,000 dólares.

Simplificación administrativa para crecer

La simplificación administrativa y tributaria, y la reducción de la deuda interna, son, desde la perspectiva de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC), los tres aspectos que el gobierno de Honduras debe reforzar para hacer crecer la economía.

Y es que Honduras inició 2015 en el puesto 109 de una lista de 189 economías del mundo evaluadas por el Banco Mundial sobre las facilidades que brindan a la competitividad empresarial. En ese informe se destaca que en el último año Honduras hizo más costosos el manejo de los permisos de construcción al incrementar las tarifas para obtener un permiso. Esto pone al país como uno de los países centroamericanos con mayores hostilidades para hacer negocios en la región.

El presidente de la CCIC, Emin Jorge Abufefe, dijo a D&N que, en medio de este contexto, ven con mucho optimismo el clima de inversión en el país, sustentados en la estabilidad macroeconómica registrada en 2014.

Aunque, señala que “una gran preocupación es la posibilidad latente de razonamientos de energía eléctrica de marzo a agosto de este año. Se puede resolver pero hay que tomar decisiones firmes y urgentes”.

Crecimiento económico

El gobierno de Honduras mantiene para 2015 sus metas de crecimiento económico entre 2.5% y 3.5%.

Al respecto el empresario dijo que “creemos que si unimos esfuerzos, eliminamos obstáculos a la inversión, le entramos a un nuevo sistema tributario altamente competitivo y promovemos agresivamente la generación de empleo, Honduras puede crecer más aceleradamente”.

La rebaja en el precio del petróleo, que deja más recursos en las empresas y personas, el crecimiento de las remesas, las exportaciones de café, las obras de infraestructura como Siglo XXI y las inversiones en el corredor logístico y turístico, serían los factores que impulsarían ese crecimiento.

Sobre los sectores que a su criterio crecerán más este año, el presidente de la CCIC considera que serán las energías renovables y, si se eliminan las trabas a la inversión, la vivienda social tiene un gran potencial.