

Industria financiera retomará planes tecnológicos postcovid-19, según estudio

Los casi 500 ejecutivos de 16 países de Latinoamérica y España encuestados, apuestan, además, por el uso de canales y medios de pago digitales en la etapa postcovid-19



Un 31% de los encuestados cree que tras la pandemia los bancos estarán más abiertos respecto a tecnologías no consideradas anteriormente. **Archivo / La Estrella de Panamá**

Una reciente encuesta realizada por Latinia concluyó que la industria financiera retomó sus planes en materia tecnológica y de negocios como estrategia postcovid-19.

Los casi 500 ejecutivos de 16 países de Latinoamérica y España encuestados, apuestan, además, por el uso de canales y medios de pago digitales para cuando se supere la pandemia.

Conclusiones

De acuerdo con la medición, el 64% de los encuestados consideró que la covid-19 contribuirá a desatascar y tomar decisiones atrasadas.

Un 31% cree que tras la pandemia los bancos estarán más abiertos respecto a tecnologías no consideradas anteriormente.

Mientras que un 13% estimó que después de la crisis habrá un impulso, pero la complejidad del banco desincentivará cualquier cambio.

Y otro 9% de los participantes prevé que todo seguirá su curso y no habrá aceleración cuanto pase la pandemia.

Respecto a qué tipos tecnologías que usan o deberían implementarse e los bancos, la mayor parte abogó por más canales con clientes (68%), pagos digitales ante la aceleración de la desaparición del efectivo (57%) y más colaboración con las fintechs como palancas de innovación (28%).

“Las respuestas muestran una plena sintonía con la mayoría de los informes que han venido apareciendo en estas semanas analizando el fenómeno covid-19 y su impacto en la industria, tanto del lado del cliente como de la banca”, señaló Oriol Ros, director de desarrollo corporativo de Latinia.

Un reciente informe, publicado por Deloitte y el prestigioso IIF (Instituto de Finanzas Internacionales), por ejemplo, destacó como principales conclusiones: la Adopción forzosa de los canales online, móvil y los call center, citó Ros.