

## Sucursal Virtual y Física: Las estrategias para un manejo integral

Jueves, 16 de Mayo de 2019 - Id nota:851957

Medio : Diario Financiero  
Sección : DF Suplementos  
Valor publicitario estimado : \$1028000.-  
Página : 36  
Tamaño : 25 x 32

[Ver completa en la web](#)

# SUCURSAL VIRTUAL Y FÍSICA: LAS ESTRATEGIAS PARA UN MANEJO INTEGRAL

Los smartphones cada día ofrecen más y mejores opciones para gestionar las finanzas personales, y los bancos han ido incorporando estos dispositivos como una extensión de sus sucursales físicas, creando herramientas que se puedan usar desde estos aparatos. Es parte de sus estrategias para atraer y fidelizar a los clientes.

"Sabemos que hay un cambio de paradigma en la manera en que los clientes se relacionan con todas las empresas, y lo vemos tanto en el creciente uso de Internet como en el aumento de los accesos desde dispositivos móviles", afirman desde Banco Itaú.

De hecho, actualmente cada banco cuenta ya con una aplicación móvil, además de una web en la que cada usuario puede gestionar sus transacciones. Algunos han incorporado otro tipo de aplicaciones y herramientas, además de las ya bastante conocidas (transferir, ver el estado de cuenta o pagar desde el móvil), y otros están incluyendo el *digipass* como aplicación móvil, en vez de la tarjeta de coordenadas o el dispositivo físico.

En ese sentido, las sucursales virtuales "se han convertido en un canal de venta más, adicional a los canales tradicionales. Por lo tanto, resulta relevante medir la rentabilidad de cada canal y el peso relativo que representa de la venta total", analiza Manuel Concha, gerente de Desarrollo de Kame One, de tal manera que ambas instancias se potencien de manera adecuada.

"Las soluciones tienen que ser muy claras, muy simples. No debe haber posibles ambigüedades en los datos que se requieren y eso es principalmente un trabajo de usabilidad de los bancos, en cualquiera de sus sucursales", sostiene el director de Investigación de la Facultad de Economía y Negocios de la U. de Chile, Gustavo Zurita. En esa línea, el académico aclara que hay muchos servicios digitales que los bancos han ido simplificando y ofreciendo a través de dispositivos móviles, agregando que "en ambos servicios, los de las sucursales y los digitales, los bancos tienen que hacer un esfuerzo por uniformar los procesos y las tareas que las personas realizan de manera digital y de forma tradicional".

Pero en este escenario, ¿cuál es el futuro de la sucursal física?

Aunque el mundo digital tiene ventajas que atraen a diversos segmentos de la población, como el no

Cada día es más fácil gestionar las transacciones bancarias desde el móvil. Aún así, los expertos creen que a la sucursal física todavía le quedan varios años de vida, pero advierten que debe adaptarse a las nuevas necesidades.

30 años

0 MENORES DE ESA EDAD SON LAS PERSONAS QUE EN GENERAL OPTAN POR SUCURSALES VIRTUALES

24 horas

AL DÍA ESTÁN DISPONIBLES LAS SUCURSALES VIRTUALES

40%

DE LA INVERSIÓN ES PARA EVITAR COLAPSOS EN PLATAFORMAS

estar sujeto a horarios, "una ventaja significativa en comparación al mundo físico", afirma Cristian Muñoz, jefe de Proyectos de G-Talent, las personas no han reemplazado el uno por el otro del todo. La gente sigue yendo a las sucursales físicas.

En Itaú comentan que, si bien hay un cada vez mayor nivel de transaccionalidad por la vía digital, los clientes continúan concurriendo a las sucursales y contactando a sus ejecutivos, pues "estas instancias siguen siendo pilares importantes de la atención que les estamos entregando, porque los clientes continúan valorando la cercanía y relación humana", argumentan.

"Las sucursales tradicionales nunca van a dejar de existir", acota Zurita. Incluso, dice, hay gente joven que maneja las nuevas tecnologías y que prefiere ir directamente a la sucursal. Al respecto, aunque reconoce que se puede hacer todo tipo de actividades con tecnología, dice que siempre se llega a un punto en que se necesita a una persona que resuelva ciertas preguntas.

De todas formas, analiza que en aquellos casos en que las personas

siguen prefiriendo el contacto directo con un ejecutivo, estos podrían también instruir y mostrar a sus clientes cómo ir transfiriendo ciertas actividades regulares a las plataformas digitales y dejar las visitas a las sucursales físicas para aquellas preguntas que aún requieren de un ejecutivo de cuentas.

### Desafíos

Ante el avance de la digitalización, la seguridad en las sucursales virtuales ha sido un tema que se ha debido poner dentro de las prioridades, especialmente en lo que respecta a resguardar la información de los clientes, ya que una filtración afecta a la confianza que el usuario pone en estos servicios.

En este sentido, el director Mercado Empresarial de Claro Chile, Francisco Guzmán, apunta que "el 40% de la inversión en la industria se enfoca a seguridad perimetral para evitar la denegación de servicio -saturación del banco a través de múltiples flujos de información- y seguridad de aplicaciones".

Pero el tema corre para ambos lados, pues si las sucursales online

han debido invertir en mecanismos de seguridad y asegurar la estabilidad de la plataforma, "las tiendas físicas han tenido que mejorar la efectividad al momento de efectuar el pago de los artículos", explica Cristian Muñoz, de G-Talent.

Asimismo, otro de los retos que ambos formatos deben abordar está en la experiencia de usuario, añade el ejecutivo, "poniendo atención en factores como la satisfacción en todos los canales de ventas, servicio al cliente, publicidad, proceso de venta, entrega del producto y *branding*, entre otros aspectos". Así, mundo físico y virtual han debido actualizarse y mejorar sus servicios, incluyendo elementos que integren a todo tipo de personas, considerando los distintos rangos etarios que usan estos servicios.

"De nada sirve tener un producto o servicio de clase mundial, si se atiende mal a los clientes", reflexiona Manuel Concha, de Kame One. "Si un cliente se equivoca realizando una acción online, en realidad la responsabilidad es del banco y no del cliente. Algo más le falta simplificar al banco para que la persona no se equivoque, ejemplifica Zurita. ■