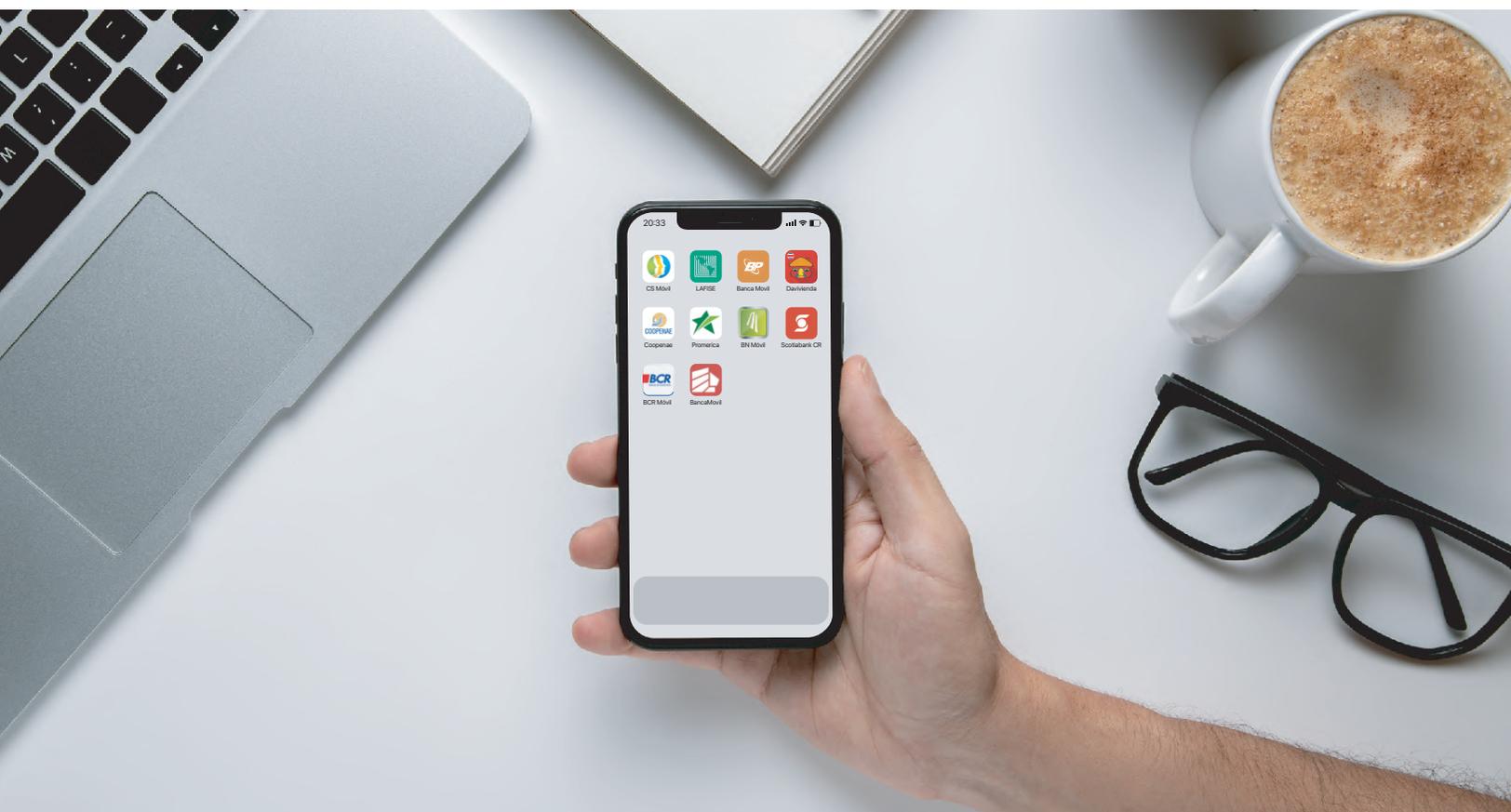


Buscando la mejor Banca Móvil de Costa Rica



Estudio de mercado 2021



Contenido



03

Resumen

04

Metodología del reporte

05

Proceso de evaluación

06

Entidades consideradas
para el estudio

07

Sistema de puntuación

Cuadrante **18**

Ranking **19**

Aspectos positivos **20**

Malas prácticas **24**

Términos y condiciones **30**



Resumen

El objetivo de este reporte es que las instituciones financieras tomen conciencia de la relevancia que tiene el canal móvil en la actualidad e incentivar que lo mejoren por el bien de los usuarios y su propio beneficio

La banca móvil se ha convertido en más que una extensión de la banca por internet. **Hoy en promedio 4 de 5 usuarios prefieren usar el canal móvil de forma exclusiva** para interactuar con su institución financiera, por ello cada día se vuelve más necesario tener una sucursal móvil de alto nivel.

Por medio de una metodología propia se evaluaron los canales móviles de 10 instituciones financieras en Costa Rica, de modo que las mismas puedan conocer el nivel de madurez de su canal móvil y cómo se posicionan ante la competencia. La evaluación toma dos puntos de referencia principales, a nivel de funcionalidades y de experiencia de usuario. Una buena experiencia de usuario combinada con las funcionalidades adecuadas, genera ingresos a las instituciones, a través de la lealtad continua, confianza, autoservicio de los usuarios, entre otros.

Las instituciones financieras deben tener una banca móvil que supere las expectativas de los clientes, pero también deben anticipar sus necesidades futuras y buscar mejorar su bienestar financiero. Este reporte brinda a las instituciones financieras una guía que les permita evolucionar su canal móvil, por ello se exponen los aspectos positivos y malas prácticas de los canales móviles evaluados, esperando que las instituciones financieras busquen una mejora continua en su banca móvil y que en la evaluación del 2022 existan mejoras considerables.

Metodología del reporte

Para evaluar objetivamente las aplicaciones, se ha creado una metodología que busca medir la experiencia de usuario y las funcionalidades de la banca móvil de cada entidad, por medio de una serie de criterios a considerar y un sistema de puntuación que se describe en las tablas a, b y c.

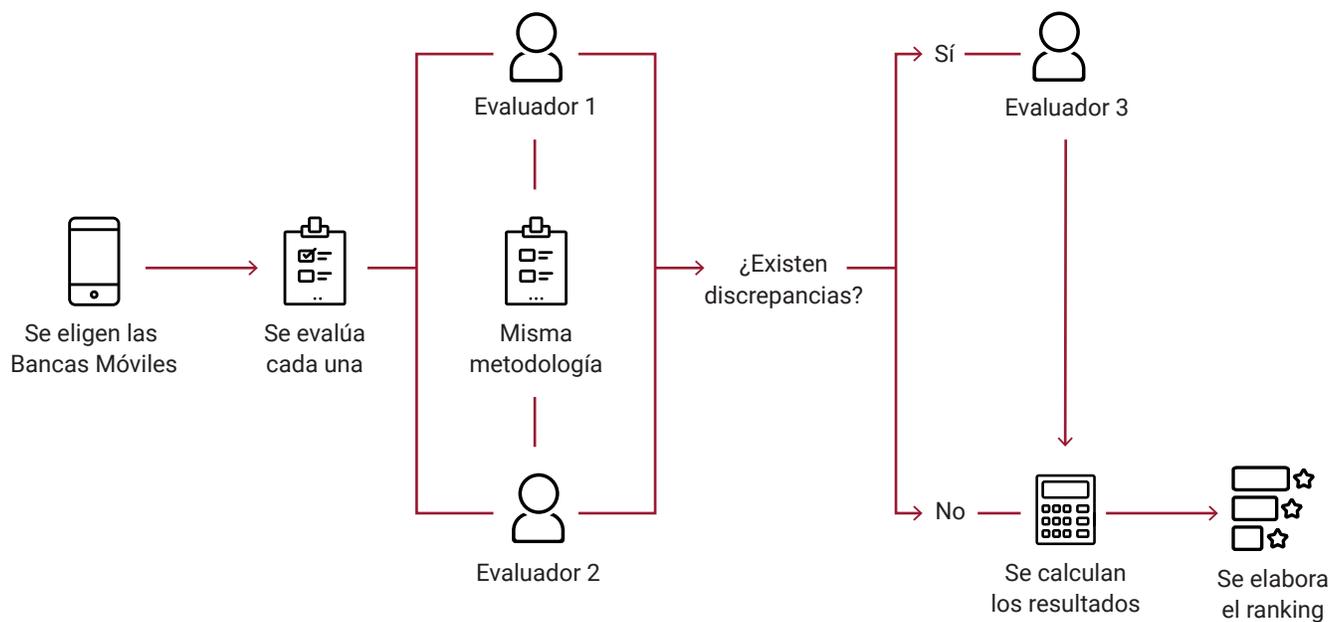
Objetivos de la metodología

- Exponer la relevancia del canal móvil.
- Medir la experiencia del usuario al interactuar con la banca móvil de las instituciones financieras analizadas.
- Motivar a las instituciones a pensar en las necesidades y la satisfacción de los usuarios.
- Identificar a los líderes digitales en Costa Rica.
- Poner en evidencia las áreas de mejora y las buenas prácticas en los canales móviles de las instituciones financieras.

Proceso de evaluación

El proceso de evaluación consta de tres pasos principales:

1. Se seleccionan las bancas móviles a evaluar: Se sometieron a evaluación un total de 10 entidades financieras con sus respectivas aplicaciones.
2. Se realiza la evaluación: Se utiliza el instrumento de evaluación descrito en la metodología. Cada canal móvil es calificado de manera independiente por dos evaluadores. Si hay presencia de discrepancias entre ellos, interviene un tercer evaluador que resuelve.
3. Se calcula la nota y se documenta utilizando el sistema de puntaje de la metodología.



Entidades consideradas

Se toman en consideración los bancos más relevantes del país, incluyendo a las 2 cooperativas más grandes. Hay 3 bancos en el país que no cuentan con banca móvil, motivo por el cual no se puede considerar en el reporte a Banco Cathay , Prival Bank y Banhvi(Banco hipotecario de la vivienda). Tampoco se toma en consideración a Banco Improsa, Banco General y Banco BCT, dado que no se tuvo acceso a cuentas en dichos bancos.

Por lo tanto, los bancos que se tomaron en consideración para el estudio, son los siguientes:

- Banco Nacional de Costa Rica
- Banco de Costa Rica
- Banco Popular
- BAC Credomatic
- Coopenae
- Coopeservidores
- Davivienda
- Lafise
- Promerica
- Scotiabank

Sistema de puntuación

La metodología de evaluación contempla dos grandes áreas, la experiencia de usuario que ofrecen las bancas móviles y las funcionalidades que poseen. A lo largo de 3 tablas de puntuación, se evalúan cada una de las entidades con respecto a esos aspectos.



Experiencia de usuario

Una banca móvil con mala experiencia de usuario puede ser la causante de la pérdida de clientes y por el contrario, una banca móvil con buena experiencia de usuario puede ser la responsable de atraer y fidelizar a los clientes

En la actualidad los bancos invierten mucho dinero en tecnología, pero si esta inversión se realiza sin poner al usuario en el centro, no tendrá resultados alentadores. La tecnología debe ir de la mano de la experiencia de usuario. UX se ha convertido en una disciplina indispensable para cualquier organización y no hablamos de aplicaciones bonitas, hablamos de estrategia enfocada en el cliente, en sus necesidades y su satisfacción.

Los clientes comparan los canales digitales de los bancos con otras aplicaciones que utilizan, aplicaciones de redes sociales, de servicios digitales disruptivos como lo son Uber, Airbnb, Instagram, Spotify... Los usuarios esperan que sus interacciones sean tan sencillas, eficientes, claras y wow como lo son en esas aplicaciones.

Si todavía se pregunta: ¿Realmente vale la pena ofrecer una buena experiencia de usuario? ¿Cuál es su retorno de inversión? Según Forrester, en su artículo "The Six Steps For Justifying Better UX", **cada dólar invertido en UX trae 100 dólares en retorno.**

Evaluación de experiencia de usuario

La siguiente tabla explica la metodología para evaluar la **experiencia de usuario por funcionalidad** de cada una de las aplicaciones. Se definieron una serie de funcionalidades que todas las bancas móviles comparten y se determinaron los criterios a evaluar de cada una. Si cumple satisfactoriamente con el criterio a evaluar se asignará un (1) punto, si no cumple satisfactoriamente con el criterio se asignará un punto negativo (-1). Si cumple, pero no a satisfacción, se asignarán 0 puntos.

Tabla a: Experiencia de usuario por funcionalidad

| Funcionalidad | Criterios de evaluación |
|-------------------------|--|
| Inicio de sesión | Facilidad para configurar iniciar sesión con biométricos por primera vez Opción para ingresar con biométricos Visibilidad de la opción para iniciar sesión con biométricos Funcionalidad para que el app recuerde el usuario Ocultar y mostrar contraseña Manejo de errores |
| Caducidad de contraseña | Flexibilidad para escoger el tiempo en el que caduca la contraseña Opción para elegir que la contraseña caduque en un periodo mayor a 6 meses |
| Cerrar sesión | Visibilidad del botón para cerrar sesión Claridad de la iconografía del botón |

| Funcionalidad | Criterios de evaluación |
|-------------------------------|--|
| Cuentas | <p>Posibilidad para ver número de cuenta</p> <p>Opción para copiar y compartir número de cuenta</p> <p>Opciones rápidas desde la cuenta seleccionada, por ejemplo transferir, pagar servicios...</p> |
| Transferencias | <p>Existencia de cuentas favoritas</p> <p>Posibilidad de compartir comprobante de transferencia por redes sociales</p> <p>Posibilidad de enviar comprobante de transferencia por correo electrónico</p> <p>Manejo de errores</p> |
| Pagos de servicios | <p>Pago de favoritos</p> <p>Organización de los servicios de tal manera que sea sencillo para el usuario buscar el servicio que desea pagar</p> <p>Posibilidad de enviar comprobante de pago de servicio</p> <p>Buscador para encontrar el servicio que se desea pagar</p> |
| Manejo de finanzas personales | <p>Ayuda a la salud financiera de los usuarios, mostrando información que sea de apoyo para la toma de decisiones</p> |
| General | <p>Consistente: La forma en que se presenta la información y diseño a lo largo de la banca móvil es consistente</p> <p>Legibilidad de la información de acuerdo a contrastes y tamaños de tipografía</p> <p>Tiempo de carga aceptado 3 segundos</p> |

| Funcionalidad | Criterios de evaluación |
|---------------|---|
| General | <p>Inputs con sus respectivos labels</p> <p>Claridad de la iconografía</p> <p>Simplicidad de la información. La información debe ser breve y libre de elaboraciones o detalles superfluos</p> |

Sistema de puntaje

| Valor | Criterio |
|-------|---|
| -1 | No cumple la funcionalidad a satisfacción |
| 0 | Cumple, pero no a satisfacción |
| 1 | Cumple satisfactoriamente |

Evaluación por errores de UX

La siguiente tabla explica la evaluación que se realizará para medir **puntos negativos o errores a nivel de experiencia de usuario**. Se definen una serie de errores comúnmente encontrados en las bancas móviles. Si la aplicación comete alguno de los errores expuestos en la tabla equivale a un punto negativo (-1) y no cumplir con los errores expuestos en la tabla equivale a un punto positivo (1).

Tabla b: Experiencia de usuario por errores de UX.

| Criterios de evaluación |
|--|
| Uso de jerga bancaria o tecnicismos en lugar de lenguaje sencillo. Se debe evitar el uso de lenguaje o expresiones difíciles de comprender |
| Legibilidad comprometida. Algunas aplicaciones muestran textos demasiado pequeños o contrastes inadecuados |
| No son claros los puntos de interacción |
| Pasos innecesarios antes de que un usuario pueda ver la información deseada |
| Falta de un rastreador de progreso de pasos |
| No hay suficiente ayuda y orientación contextual |
| Sin validación en tiempo real de las entradas de campo |
| No hay forma de ponerse en contacto con el banco para obtener ayuda una vez que se haya iniciado sesión en el canal móvil |
| Falta de información de contacto del banco en la pantalla de iniciar sesión |
| Existencia del proceso de agregar beneficiarios para poder realizar transferencias |

Criterios de evaluación

Restricciones de horario o tiempo para aprobar beneficiario cuando se desean realizar transferencias

Los mensajes promocionales ocupan demasiado espacio en la pantalla de inicio

Sistema de puntaje

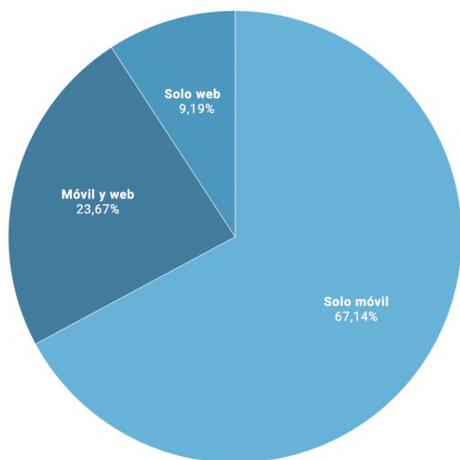
| Valor | Criterio |
|-------|-------------------|
| -1 | Error cometido |
| 1 | Error no cometido |



Funcionalidades

Diciembre 2019

■ Solo móvil ■ Móvil y web ■ Solo web



BBVA duplica el número de clientes digitales y triplica el de clientes móviles en solo cuatro años. [Gráfico] Recuperado de <https://www.bbva.com/es/bbva-duplica-el-numero-de-clientes-digitales-y-triplica-el-de-clientes-moviles-en-solo-cuatro-anos/>

Tener más funcionalidades en una banca móvil no significa que sea mejor, significa que tiene más funcionalidades.

Brindar la mayor cantidad de funcionalidades vía canal móvil es importante, sin embargo, tiene que ir de la mano de una buena experiencia de usuario y de funcionalidades que aporten valor y satisfagan necesidades.

BBVA es un referente en banca móvil por haber ganado en múltiples ocasiones el premio a la mejor banca móvil según la consultora internacional Forrester Research. En BBVA España, el 67% de sus clientes digitales usan de forma exclusiva el canal móvil y **en BBVA México, el 87,5% de sus clientes digitales usa de forma exclusiva la aplicación móvil.** Por estadísticas como las de BBVA, sabemos que cada vez se vuelve más relevante este canal, y esto se debe tomar en cuenta para analizar cuáles funcionalidades deben implementarse en la banca móvil y no dejarlas solamente en la banca por internet, ya que muchas personas se quedarían sin accederlas.

Evaluación por funcionalidades

La siguiente tabla explica la metodología de evaluación de las bancas móviles a nivel funcional. Se definen las funcionalidades básicas que toda banca móvil debe tener en su alcance, por lo que cumplir con la funcionalidad equivale a dos (2) puntos, no tener una funcionalidad equivale a Cero (0) puntos y tener funcionalidades adicionales al alcance base equivale a cero punto cinco (0.5) puntos extra.

Tabla c: Evaluación por funcionalidades

| Funcionalidad | Consideraciones |
|---|-----------------|
| Biométricos para iniciar sesión | |
| Recuperar contraseña | |
| Resumen de productos | |
| Cuentas | |
| Transferencias | |
| Débito en tiempo real (DTR) | |
| Pagos de servicios | |
| Pago de favoritos | |
| Pago de préstamo | |
| Pago de tarjeta de crédito | |
| Bloqueo de tarjeta de crédito | |
| Bloqueo de tarjeta de débito | |
| Cancelar tarjeta y solicitar reposición | |
| Acceso a Sinpe Móvil desde la banca móvil | |

| Funcionalidad | Consideraciones |
|---|--|
| Tipo de cambio en pantalla de inicio | |
| Abrir cuenta por primera vez de forma inmediata | |
| Notificaciones push de avisos generales | |
| Doble factor de autenticación | Método para el doble factor de autenticación 2FA = 2 Sin 2FA = -2 |
| Puntos extra | Se otorga 0.5 puntos extra cuando una banca móvil tiene funcionalidades adicionales a las descritas en esta tabla. Se toman en consideración sólo aquellas funcionalidades disponibles para iOS y Android. |

Sistema de puntaje

| Valor | Criterio |
|-------|-----------------------------|
| 0 | No tiene la funcionalidad |
| 0.5 | Funcionalidades adicionales |
| 2 | Tiene la funcionalidad |

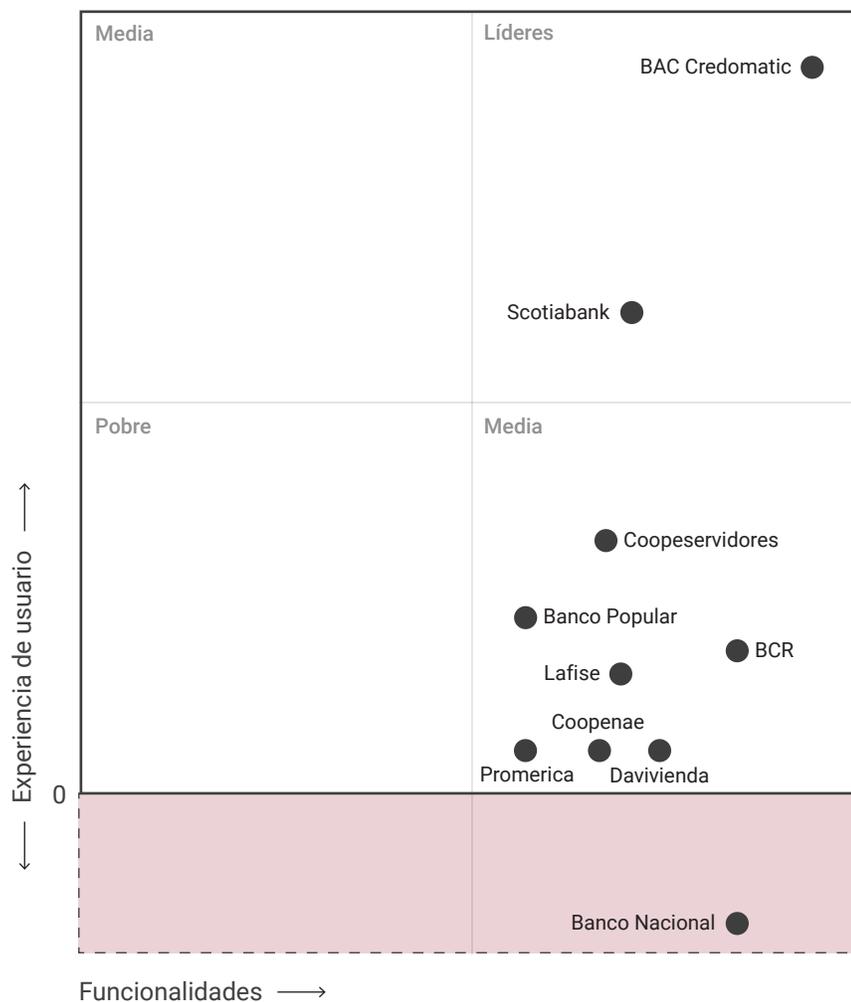
Resultados

Se presentan los resultados obtenidos por cada una de las bancas móviles del estudio. Se muestra un cuadrante con las entidades financieras evaluadas ordenadas según los resultados obtenidos en las tablas de experiencia de usuario y funcionalidades; también se presenta un ranking con la calificación general.

Cuadrante

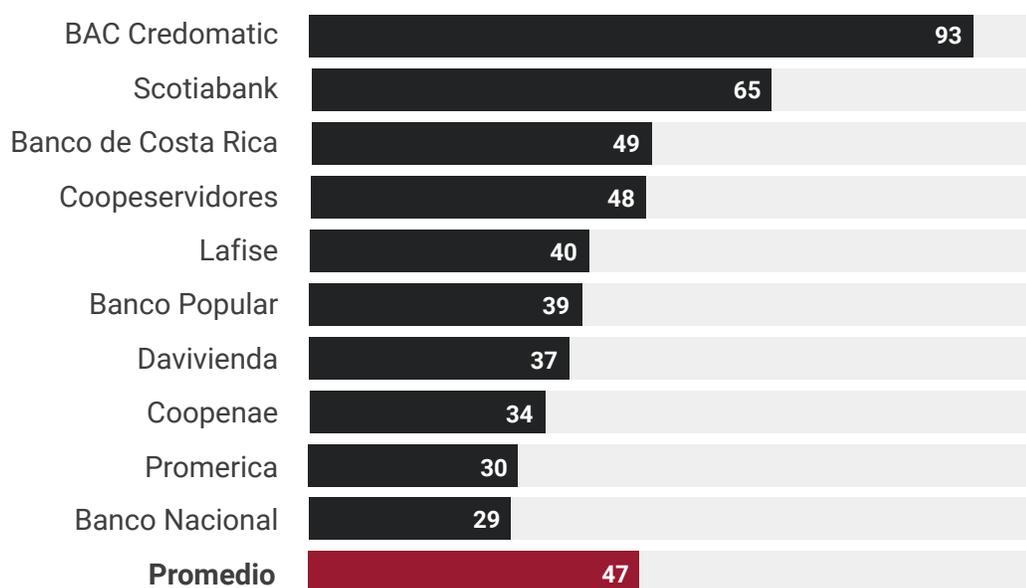
El cuadrante muestra el posicionamiento de los canales móviles de las instituciones financieras evaluadas. En vertical se ubican según la experiencia de usuario, la cual puede ser negativa o positiva. En horizontal según la cantidad de funcionalidades que poseen, la cual va de 0 a 100.

En el cuadrante superior derecho, se ubican los líderes digitales con respecto al canal móvil. En el cuadrante inferior derecho se encuentran instituciones financieras que han dado prioridad a las funcionalidades, dejando de lado la experiencia de usuario.



Ranking

El ranking presenta una posición general de las instituciones financieras según su banca móvil. Se tomó de forma conjunta la puntuación de las metodologías de evaluación de experiencia de usuario y la metodología de evaluación por funcionalidades para la obtención de este resultado general.



Aspectos positivos

Se destacan aspectos positivos que algunas instituciones financieras tienen en sus aplicaciones. Características, funcionalidades o detalles que hacen la diferencia y que aportan valor a los usuarios.

Aspectos positivos

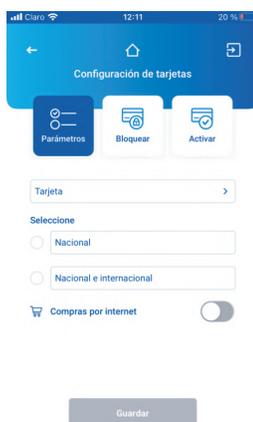
Se detallan los aspectos positivos más relevantes encontradas al evaluar la banca móvil de cada una de las entidades del reporte.

Consulta de saldos antes de iniciar sesión



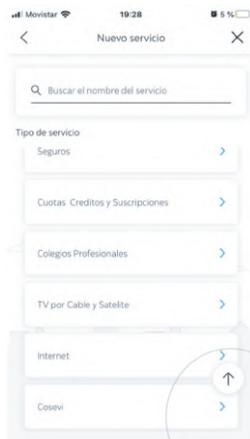
Lafise permite a sus clientes consultar el saldo de sus productos sin necesidad de iniciar sesión, el usuario puede configurar si desea ver el saldo de sus cuentas bancarias, tarjetas de crédito, entre otros productos.

Configuración de tarjeta



El BCR permite a los usuarios controlar diferentes parámetros con respecto al uso de sus tarjetas de débito o crédito, se pueden habilitar o deshabilitar compras por internet, permitir o no el uso de la tarjeta de forma internacional y el bloqueo o desbloqueo general de la tarjeta.

Opción rápida para volver arriba



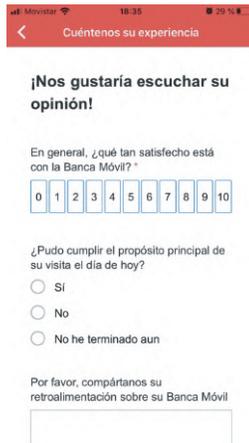
Scotiabank en algunas secciones con listas o mucha información mostrada en pantalla tiene un botón para volver a la sección superior, haciendo más sencilla la interacción de los usuarios.

Acciones rápidas por producto

BAC tiene implementado en su banca móvil un botón con acciones rápidas contextualizadas para sus diferentes productos, permitiendo que el usuario pueda administrar y realizar tareas con los productos que está consultando.



Espacios de retroalimentación



BAC tiene una sección en la que los usuarios pueden calificar la aplicación y escribir comentarios sobre su experiencia utilizándola. Estos canales de comunicación y recopilación de retroalimentación son importantes para trabajar en la mejora continua de los canales digitales.

Equilibrio entre funcionalidades y experiencia de usuario



BAC posee muchas funcionalidades dentro de su banca móvil, sin dejar de lado la experiencia de usuario en cada una de estas.

Malas prácticas

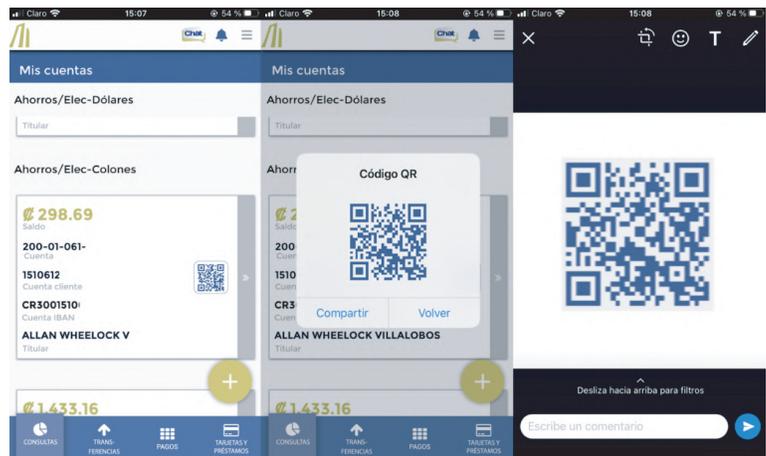
Se muestran algunos de los errores y malas prácticas cometidas por las instituciones financieras en sus canales móviles con la intención de evidenciar que son aspectos que decrementan la experiencia de los usuarios y la funcionalidad de las aplicaciones.

Malas prácticas

Se detallan algunas de las malas prácticas encontradas al evaluar la banca móvil de cada una de las entidades del reporte.

Compartir número de cuenta como código QR

El Banco Nacional solamente permite compartir el número de cuenta por medio de código QR. Las personas que no son clientes del BNCR no podrán utilizar ese código, por lo que esta funcionalidad limita a que se comparta la cuenta solamente entre clientes del mismo banco.

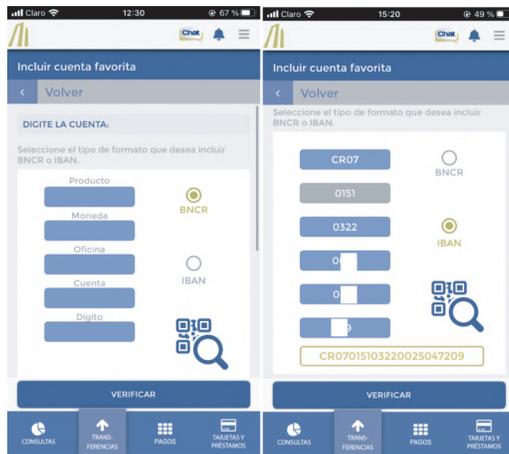


Los puntos de interacción no son claros



Si es necesario brindar consejos para poder interactuar con la aplicación es porque los puntos de interacción no son claros.

Proceso para realizar transferencias



En el Banco Nacional para poder realizar transferencias entre cuentas del mismo banco, se necesita colocar el número de cuenta por código de país, dígitos verificadores y cuenta cliente, según los estándares de generación de cuentas del banco, en lugar de permitir ingresar el número de cuenta completo sin separaciones innecesarias que el usuario no debe conocer.

Adicionalmente en el proceso de transferencia, se solicita el correo electrónico del dueño de la cuenta, a la cual se la va realizar la transferencia, un dato que solo el BNCR solicita y es innecesario.

Complejidad para realizar transferencias a otros bancos

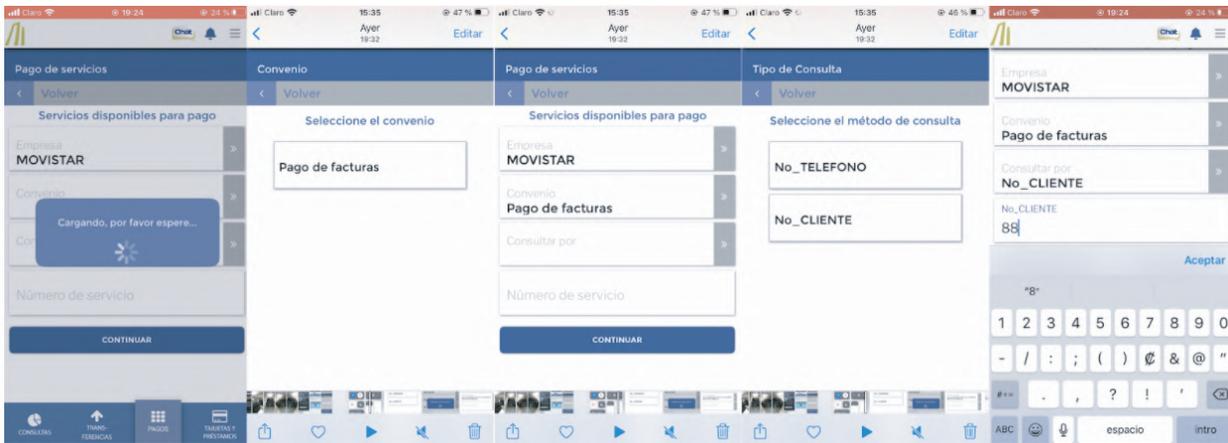


Los bancos del estado (BCR, BNCR y Banco Popular) permiten realizar transferencias por medio de banca móvil únicamente a las cuentas pre-registradas o matriculadas desde la banca por internet. De modo que si un usuario quiere realizar una transferencia por primera vez a una cuenta de otro banco, tiene que ingresar primero a la banca por internet y matricular la cuenta. El proceso de agregar beneficiario, matricular o domiciliar, es completamente innecesario, pero en el caso de estos bancos se vuelve más complejo al ser imposible realizar transferencias utilizando solamente el canal móvil.

Pasos innecesarios en pago de servicios

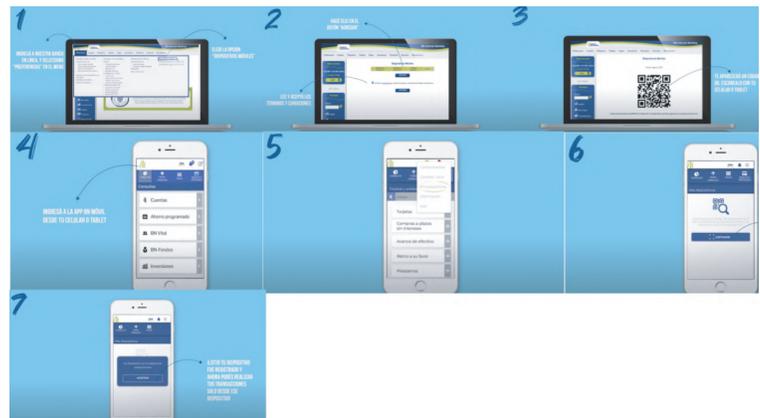
En el Banco Nacional, existen pasos innecesarios para poder realizar pago de servicios.

Se debe seleccionar el servicio a pagar, hay que seleccionar el convenio (el cual solo tiene una opción a seleccionar siendo pago de facturas), hay que seleccionar la opción a consultar, en el caso de pago de servicio de telefonía brinda la opción de número de teléfono o número de cliente y en ambas opciones se puede ingresar el mismo dato.



Proceso de registro de dispositivos

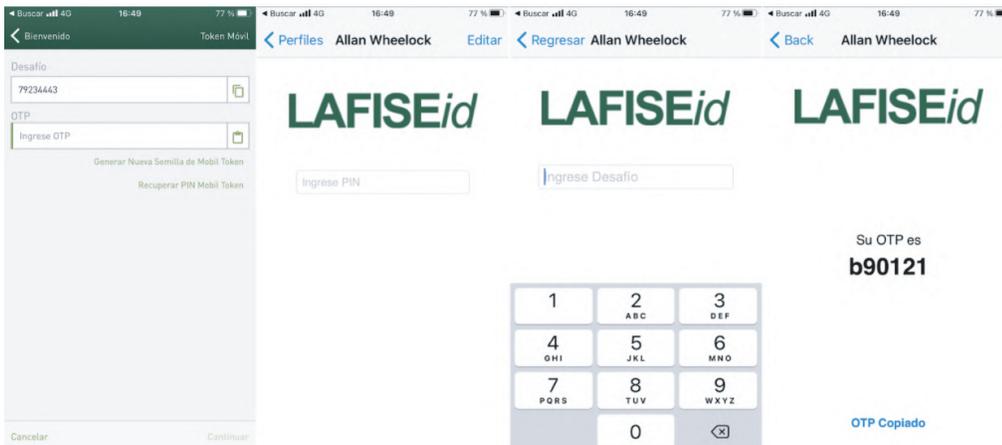
En el Banco Nacional, el proceso de registro de dispositivos, se pueden hacer únicamente con una computadora o tablet a mano, ya que obliga a los usuarios a realizar un proceso entre la banca por internet y la banca móvil, olvidando que muchos usuarios usan o quieren usar de forma exclusiva el canal móvil.



Pasos innecesarios para iniciar sesión

El proceso de iniciar sesión de Lafise tiene pasos innecesarios entre su banca móvil y su App de doble factor de autenticación.

1. Se deben colocar las credenciales en la banca móvil, lo cual va a brindar al usuario un desafío.
2. Se debe ingresar al App de doble factor de autenticación de Lafise y colocar el PIN.
3. Luego de colocar el PIN, se debe digitar el desafío brindado en la banca móvil.
4. El paso anterior va a brindar un OTP que debe ser copiado para colocarlo en la banca móvil y así poder iniciar sesión.



Información innecesaria y banners promocionales intrusivos



Brindar al usuario información del IP del servidor, último cambio de contraseña, último acceso, país de donde se está accediendo y IP del usuario, son datos que aumentan la carga cognitiva y no es información relevante, menos para colocarla en el inicio del canal.

Esta pantalla carece de valor para el usuario, pues solo tiene información innecesaria y banners promocionales que abarcan el 50% de la pantalla.

Uso de términos confusos

Lafise realiza la mala práctica de ponerle nombre propio a los servicios bancarios que ofrece, que los usuarios ya conocen por su nombre común. Un ejemplo de esto es “LAFIServicios”, en lugar de llamarle pago de servicios. También sucede con “DEBINet” que es el DTR (Débito en tiempo real). Estos nombres ocasionan que los usuarios no encuentren las funcionalidades que desean utilizar. Los bancos deben evitar los nombres creativos que generan confusión y hacer uso de un lenguaje sencillo y común para que sea fácil de comprender para los usuarios.

Compartir número de cuenta bancaria como imagen



El BCR permite compartir el número de cuenta bancaria por redes sociales, sin embargo, genera fricción al compartir los datos en formato .jpg, ya que el receptor no puede copiar y pegar los datos al ser una fotografía, por lo cual se ve obligado a digitar los datos de forma manual. Lo recomendable es compartir el número de cuenta en un formato que el usuario pueda copiar y pegar, para facilitar el proceso de transferir dinero.

Póngase en contacto

Nuestro reporte de banca móvil puede ayudarle a tener una referencia objetiva de la madurez de su canal móvil frente a sus pares de la industria.

- Identifique las fortalezas y debilidades de su canal móvil
- Evalúe la usabilidad de su App
- Obtenga accionables basados en las oportunidades y las áreas de mejora

Haga una pregunta relacionada con nuestra investigación, **un analista de Sysde le ayudará a ponerlo en práctica y dar el siguiente paso**. Programe una sesión telefónica de 30 minutos con el analista u opte por una respuesta por correo electrónico a **info@sysde.com**

Términos y condiciones de la metodología

- La medición no requiere de permisos por parte de ninguna institución financiera.
- No se requiere apoyo de ninguna persona interna de las instituciones evaluadas.
- La evaluación es desarrollada de manera independiente, utilizando una metodología propia.
- Las evaluaciones fueron realizadas entre enero y marzo del 2021 en dispositivos iOS - iPhone 8 y Android - Samsung S20.



www.sysde.com

info@sysde.com

 <https://www.linkedin.com/company/sysde>

 <https://www.facebook.com/SYSDE>