



Texto
Redacción Computing

LOS RETOS TECNOLÓGICOS DEL MUNDO FINANCIERO SIGUEN EN PIE



La digitalización de nunca acabar

Muchos bancos y agencias de seguros están llegando a la conclusión de que la transformación digital no es un viaje que termina con solo implementar tecnologías orientadas al cliente. En el caso de la banca, el proceso de reestructuración del sistema bancario español iniciado con la crisis de 2008 no ha terminado, ya que ahora se suma la tendencia a la digitalización de los servicios financieros y la disminución en la afluencia de usuarios como consecuencia de la covid-19. Según datos del Banco de España y el Banco Central Europeo, el 51,2% de la red de sucursales existentes ha cerrado. En 2008, el sector contaba con 45.662 oficinas y, a finales de 2020, se habían reducido a 22.271, tras cerrar 23.391. Y la tendencia seguirá en aumento.

En este escenario, las entidades financieras enfrentan varios desafíos, desde continuar optimizando sus costes de operación hasta garantizar la inclusión financiera de algunos segmentos en riesgo de quedar excluidos, ya sea por motivos geográficos o por dificultad para adoptar hábitos de interacción digital.

Niccolò Garzelli, vicepresidente sénior de Ventas de Auriga, asegura que cualquier estrategia que implementen las entidades deberá cumplir con tres requisitos básicos: “Ser innovadora, tener una visión de largo plazo y poner el foco en la experiencia del cliente, que cada

vez exige servicios más accesibles, útiles, seguros y personalizados”.

Las sucursales bancarias deberán transformarse: desde compartir espacios físicos con otras entidades y marcas para ofrecer servicios complementarios (áreas de coworking, cafeterías, librerías, etc.) hasta garantizar una atención remota personalizada, disponible 24/7. Un discurso totalmente extensible para el sector asegurador.

La infraestructura de los cajeros automáticos y los dispositivos de servicio asistido también deberán modernizarse. Además de garantizar el acceso al efectivo, tendrán que ofrecer una amplia gama de funcionalidades, como videobanca, para que el cliente pueda interactuar con un empleado de forma remota sin renunciar a la atención personalizada. “A pesar de la fuerte tendencia hacia la digitalización y la automatización, el cliente deja claro que, cuando se trata de solucionar un problema o realizar una gestión importante, prefiere que su interlocutor sea una persona y no una máquina”, advierten desde Auriga.

Experiencia de cliente única

Jaime Peñaranda, director global de Servicios Financieros de Neoris, invita a que estas entidades sigan invirtiendo en mejorar la relación digital: “Gran parte de los clientes elegirán continuar relacionándose con su banco a través de canales digitales o, en muchos casos, la relación será híbrida, por lo que es fundamental alcanzar una experiencia de

« Las fusiones de entidades, la reducción de la red de oficinas, el cambio de mentalidad del usuario, que exige nuevas formas de pago, y la ebullición de los canales digitales son algunos de los grandes desafíos que aborda el sector financiero. La digitalización es un imperativo para enfocarse a un usuario que reclama servicios más personalizados y de valor.

SANTANDER ACELERA SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL



La transformación digital de Banco Santander va por delante de lo previsto con más del 60% de su infraestructura de TI en todo el mundo ya migrada a la nube. El programa mejora los procesos, permite una innovación rápida y está mejorando significativamente la calidad del servicio.

La plataforma en la nube de Santander está elevando la experiencia del cliente mediante el uso de tecnologías modernas que ofrecen servicios y aplicaciones innovadores y centrados en el cliente con mejores tiempos de respuesta. Por ejemplo, en algunos casos los tiempos de respuesta ATM se han reducido tanto como de 20 a 10 segundos en el pasado a casi instantáneo hoy. Además, hoy el banco está entregan-

do nuevas capacidades a sus clientes en horas en lugar de en varios días en el pasado.

El banco también está utilizando la nube para apoyar el desarrollo de sus servicios de pago más disruptivos con PagoNxt, una nueva empresa autónoma nativa de la nube que el banco ha creado. Gracias a esta tecnología, PagoNxt está construyendo rápidamente plataformas globales de una manera más segura para servir a los clientes de la mejor manera posible.

Santander proporcionó a sus 148 millones de clientes en Europa y América acceso a servicios financieros vitales durante la pandemia utilizando tecnología en la nube. El banco fue capaz de migrar sin problemas al trabajo a domicilio para más de 100.000 empleados en pocos días. La nube también ayudó a Santander a gestionar el importante incremento de la actividad digital en 2020 (+60%), una tendencia continua este año.

La entidad tiene como objetivo completar su migración a la nube para 2023 para convertirse en un banco totalmente habilitado digitalmente que ofrece servicios digitales de clase mundial respaldados por expertos en sucursales.

Dirk Marzluf, director de Operaciones y Tecnología de Banco Santander, ha declarado: "Ayudar al cliente y crear la mejor experiencia de cliente es clave para Santander. Nuestra adopción de la nube es una de las más rápidas del mundo por parte de una empresa global: hemos trasladado 200 servidores a la nube cada día laborable en los últimos dos años. Así que estamos progresando cada día para convertirnos en la mejor plataforma de servicios financieros abiertos".

Una gran parte de los clientes elegirá relacionarse con su banco a través de canales digitales o, en muchos casos, de forma híbrida

cliente única. Todavía existe espacio de mejora en cuanto a la digitalización de procesos de negocio, productos y servicios bancarios.

Por otro lado, hay un objetivo claro por parte de las entidades bancarias para optimizar sus costes y lograr un modelo de negocio más rentable. "El escenario de tasas de interés bajas se ha mantenido durante los últimos años, lo que ha obligado a los bancos a buscar soluciones que les permitan reducir sus costes", incide Peñaranda.

En cualquier caso, los expertos coinciden en que la búsqueda de la eficiencia se basará en la aplicación de la inteligencia artificial para la automatización de determinados procesos, una pieza fundamental en el futuro de la banca digital y en la que ya hemos visto notables inversiones. Otras tecnologías innovadoras contribuirán a esta interacción y experiencia con el cliente, como es el caso de la realidad virtual. Liberbank ha desarrollado de la mano de Everis un sistema de atención bancaria soportado por 5G mediante un piloto que comenzó en abril en el que se explora un nuevo modelo de atención personalizada en

una oficina recreada con realidad virtual. Se trata de un espacio inmersivo donde gestor y cliente comparten un entorno virtual que permite simular y visualizar de forma interactiva y didáctica escenarios financieros adecuados a cada persona.

En el punto de mira del cibercrimen

Dentro de todo este proceso de transformación, los bancos tienen que sortear la gran amenaza actual del cibercrimen, y precisamente es uno de los sectores más codiciados, como constata un informe de Trend Micro. Este estudio señala que en 2020 se detectaron 119.000 ciberamenazas por minuto. El phishing enmascarado en el covid, el ransomware de doble extorsión, vulnerabilidades de VPN, ataques de denegación de servicio... fueron los ataques más activos. Gobierno fue el sector más asediado con 31.906 ataques, seguido de banca con 22.082 y fabricación con 17.701. Seguros ocupó la décima plaza con 2.002 ataques al minuto.

Herminio del Campo Cueva, director general del Centro de Cooperación Interbancario

BBVA, INTELIGENCIA CON IBM Y SEGURIDAD CON GOOGLE



BBVA e IBM han anunciado la incorporación de la solución IBM Security Trusteer a la plataforma de seguridad para canales digitales de la entidad en España.

IBM Trusteer es una plataforma basada en IA, capaz de identificar y prever el fraude a través del análisis de múltiples

indicadores de riesgo y patrones de ataque utilizados por la ciberdelincuencia. Con esta solución que incorpora, BBVA quiere enriquecer su plataforma de protección de fraude, tomar mejores decisiones y ser mucho más ágil en la interacción y protección de sus clientes.

IBM Trusteer procesa de manera anonimizada una gran variedad de información que genera el usuario durante su interacción online con el banco y crea un perfil digital del cliente. Con este perfil, si un ciberdelincuente que hubiera robado las claves de un cliente tratara de hacer una operación online, IBM Trusteer sería capaz de identificar las diferencias y realizaría una valoración que permitiría al banco reaccionar inmediatamente, por ejemplo, bloqueando la operación.

Por otro lado, BBVA y Google Cloud anunciaron en febrero una alianza estratégica para transformar la estrategia de seguridad del banco mediante la optimización de su infraestructura de seguridad. BBVA es el primer banco de Europa en utilizar Chronicle, la plataforma de análisis de seguridad de Google Cloud que permite a los equipos almacenar y analizar todos sus datos de seguridad en un solo lugar para detectar e investigar amenazas a gran escala.

MAPFRE INCORPORA BIZUM EN SUS FORMAS DE PAGO



Mapfre ha incorporado Bizum en sus formas de pago. Esta opción es una de las maneras más rápidas y seguras para enviar y recibir dinero cuenta a cuenta en tiempo real. Los usuarios no necesitan nada más que su smartphone y tener dado de alta su número de teléfono como usuario Bizum (gestión que realizarán con su banco).

El proceso es muy sencillo, el cliente recibe un link por email o sms para el abono que le llevará directamente a la plataforma Bizum. Tras logarse con los datos con lo que previamente se haya dado de alta en su entidad bancaria, aceptará el pago. Si hubiese algún error se le notificaría instantáneamente.

“En Mapfre somos conscientes de que con esta nueva opción facilitamos a nuestros clientes la gestión de sus pagos, evitando tiempos de espera. Inicialmente se podrá pagar de esta forma en nuestras oficinas hasta completar la total implantación del sistema”, declara Yolanda García Manzano, CFO de Mapfre España.

Otro ejemplo de la importancia de la digitalización para Mapfre y sus clientes es que los asegurados con la compañía realizaron un 37% más de descargas en las apps que en 2019. La web de Mapfre recibió en 2020 más de 20,3 millones de visitas, frente a las 15,8 millones de 2019. Además, la tasa de operaciones en autoservicio de la aseguradora alcanza ya el 62,3%, lo que supone 6,7 puntos más que en 2019. Asimismo, los clientes de la compañía han realizado más de 1,7 millones de consultas de precio a la compañía a través de sus tarificadores online.

(CCI), explica las razones del interés del mundo del cibercrimen: “El sector bancario, como otros sectores, por razones de coste, utiliza cada vez con mayor frecuencia servicios proporcionados por terceros que gestionan, mantienen y custodian volúmenes ingentes de información”.

Tanto es así, que en 10 años los ciberataques en el sector se han triplicado a nivel mundial.

Para luchar con esta plaga, el CCI ha creado Pinakes como un servicio único en Europa, que tiene por objeto desarrollar un ecosistema empresarial más ciberseguro. ■