

Texto  
R. C.

BANCA Y SEGUROS ABORDAN UN NUEVO ESTADIO DE TRANSFORMACIÓN

# El gran salto digital



◀◀ En este encuentro online organizado por Computing, con la colaboración de Alhambra IT, Nutanix y Veritas Technologies, se analiza el gran salto digital que ha experimentado el sector de banca y seguros impulsado por la pandemia y por la necesidad de llegar a los clientes de una forma más personalizada y a través de canales seguros. La analítica avanzada y la inteligencia artificial se convierten en dos aliados estratégicos para abordar un nuevo modelo de relación con los usuarios, cada vez más intrépidos en el terreno digital.

**Q**ue el mundo ha cambiado (o más bien se ha reconvertido) es algo difícil de negar. Los negocios han experimentado un 'shock emocional', y solo los que habían preparado el camino han podido discurrir por las nuevas sendas del trabajo en remoto sin crisis internas ni lastres estructurales. Banca y seguros son dos sectores de actividad que han dado ejemplo de su capacidad de adaptarse a la incertidumbre, haciendo valer su apuesta por la tecnología y por los canales digitales. En este encuentro de Computing, con la colaboración de Alhambra IT, Nutanix y Veritas Technologies, se ponen sobre la mesa las experiencias de empresas relevantes de ambos sectores que han contribuido a pintar de optimismo el futuro de unos negocios muy centrados en el cliente y en las ofertas personalizadas.

María Jesús Castro, directora de Organización y Sistemas de DKV Seguros, constata este hecho aportando su experiencia durante el duro período de la pandemia: "En general nuestra arquitectura ha respondido bien; fuimos capaces de enviar a casa a nuestra gente improvisando sobre la marcha. Había profesionales que pensaban que era imposible, pero nos ha ayudado que contábamos con un nivel de adopción anterior y hemos demostrado que es posible trabajar de otra manera. En la parte de la infraestructura habíamos dado los suficientes pasos en los años anteriores para que la parte tecnológica estuviera preparada para el mundo digital y colaborativo. No hay ninguna empresa que tenga todo on premise; nosotros contamos con mucha infraestructura híbrida que nos ha permitido tener esa adaptabilidad". No obstante, Castro reconoce que "conseguir un nivel óptimo de seguridad de las conexiones externas y de los entornos que no controlas ha sido uno de los retos más importantes". Pero no hay que conformarse con lo logrado, no basta con haber respondido bien: "Tenemos que cambiar para el futuro y estar preparados para reaccionar y poder acometer entornos muy modulables y adaptables a las situaciones que nos vamos a ir encontrando".

En la misma línea se expresa Juan Carlos Henríquez, director de Inteligencia Artificial en Procesos de Bankia. "La infraestructura nos ha cundido razonablemente bien. Tenemos muchos proveedores que trabajaban directamente y ha habido que realizar ajustes para que la continuidad de servicio se desplegara en condiciones. Nuestra infraestructura con-

taba con una robustez y flexibilidad concebida para entornos previsibles. En un escenario tan imprevisible como el que hemos padecido, hemos podido operar en condiciones". Desde su punto de vista, los planes de continuidad deben cambiar diametralmente: "Antes estaban concebidos para las contingencias físicas (terremotos, inundaciones...) y tras lo ocurrido habría que contemplar su continuidad frente a eventos relacionados directamente con la salud de las personas".

### Retenciones financieras

David Peláez, director de Tecnología y Organización de Artai, asegura que su firma cuenta con una ventaja táctica importante: "Tenemos 200 empleados y esto te da mucha más capacidad de gestionar. Nuestra experiencia con Covid-19 ha sido agri dulce: muy negativa desde el punto de vista personal, pero desde el punto de vista del Área de Sistemas de Artai ha sido todo un éxito. Peláez define esto como un espaldarazo a una trayectoria de cuatro años de digitalización profunda de la compañía; "ya había cosas que se cuestionaban". "Dotamos a los empleados de equipos portátiles y telefonía móvil, routers inalámbricos, escritorios virtuales con Citrix, dos capas de seguridad con Fortinet y Check Point...". Inversiones que no eran muy bien recibidas por el área financiera, pues no impactaban en la cuenta de resultados, "pero esta percepción ha cambiado radicalmente".

La compañía hizo una migración a la nube híbrida en un 10% y el resto con una nube dedicada. "Hemos subido a Azure algunas

**Una iniciativa coordinada con el área de RRHH conlleva la capacitación para el uso de herramientas colaborativas y una nueva relación del empleado con la compañía**



**JULIO R. SAÍZ PÉREZ**, BUSINESS DEVELOPMENT AREA MANAGER ALHAMBRA IT**“LA CALIDAD DEL SERVICIO DEPENDE DE LA DISPONIBILIDAD”**

La banca tiene muchas necesidades comunes a otras empresas, como es la protección de sus datos, tanto a nivel de datacenter, cloud como de puestos de trabajo. En todo ello hay soluciones como las de Veritas, que nos pueden ayudar en este ámbito (backup, DLO...). La calidad del servicio también depende de la disponibilidad, se aconseja tener un SLA adecuado a cada uno de ellos y que el cliente pueda acceder a sus datos en todo momento y lugar (herramientas como Infoscale). La banca como empresa grande tiene importantes requerimientos de identificación y clasificación de la información. Y como organización que tiene una serie de acti-

vidades especiales a su propio negocio, creo que es importante subrayar funciones como el archivado y guardar con poco coste todas aquellas comunicaciones y documentos que se han intercambiado entre los usuarios (Enterprise Vault). Aparte, Alhambra ofrece servicios profesionales como identificación biométrica para pago sin contacto. Nuestra empresa cuenta con un cloud propio conectado con las nubes públicas del mercado para aquellas necesidades de multicloud que están en boga. A lo que hay que añadir servicios de ciberseguridad, formación y desarrollo que nos pueden ayudar en la integración de herramientas.

**ANDRÉS HERRÁEZ**, RESPONSABLE DE SERVICIOS FINANCIEROS NUTANIX**“HAY QUE TRANSFORMAR LAS INFRAESTRUCTURAS TI PARA SOPORTAR LOS NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO”**

Lo más importante es entender los retos que tienen las entidades, como son la regulación, la ciberseguridad y la evolución y sostenibilidad tecnológica, incrementando el foco en la experiencia de usuario y en el despliegue de aplicaciones. Y sin olvidar los costes de explotación y el TCO de las soluciones a implementar. Los modelos de consumo han cambiado como consecuencia del uso del smartphone, las apps y los entornos multicloud; lo cual ha aumentado exponencialmente la interacción digital de los usuarios con las entidades. Con la pandemia nos hemos visto obligados a agilizar todos los proyectos y procesos de transformación para cubrir una demanda

a la que no estábamos acostumbrados. Hace diez años, un usuario interactuaba de media una vez al mes con su oficina. Hoy en día, este mismo usuario interactúa tres o cuatro veces al día, y principalmente por canales digitales. Hay que transformar las infraestructuras de IT para que puedan dar servicio de forma solvente a estos nuevos hábitos de consumo. Y es aquí donde los conceptos de cloud e infraestructuras hiperescalares han cambiado las reglas de juego. Estos modelos nos permiten llevar a cabo despliegues en tiempo récord, y dar respuesta a un potencial número de usuarios que hace una década era impensable.

**“Tenemos que cambiar para el futuro y estar preparados para reaccionar y poder acometer entornos muy modulares y adaptables a las situaciones que nos vamos a ir encontrando”**

funciones, una gran decisión; hay que perder el miedo a la nube, y estamos muy contentos con el resultado”.

“La parte negativa es que a veces no somos capaces de convencer a las organizaciones de la importancia de hacer determinadas cosas con previsión. Este plan de digitalización fue muy duro, tenía un impacto económico muy alto. Por lo demás todo ha sido positivo, más allá de que nuestra factura de datos ha crecido exponencialmente”, resume el representante de Artai.

**EUGENIO MENDOZA, TERRITORY PARTNER MANAGER VERITAS TECHNOLOGIES**

**“HAY QUE ABSTRAER LA COMPLEJIDAD DE LAS INFRAESTRUCTURAS”**



La complejidad de la infraestructura TI está añadiendo cada vez más complejidad a la capacidad de las empresas para mantenerse siempre activas. Y esta complejidad se ha visto acentuada con la pandemia que sufrimos en estos momentos. Está empujando a acometer nuevos proyectos como el trabajo en remoto. Estos nuevos proyectos pueden implicar una mayor complicación por la adquisición de nuevas infraestructuras, software y hardware, e incluso proyectos de migración de aplicativos y datos en la nube. Los clientes esperan una disponibilidad de los servicios de 24/7 todos los días del año. Y esto para las empresas implica acometer mejoras

relevantes en los SLA. En Veritas Technologies creemos que para mejorar el servicio a las empresas debemos ser capaces de abstraer esta complejidad de las infraestructuras. Veritas, precisamente el pasado año, lanzó su nueva plataforma de servicios de datos empresariales (EDSP), que permite abstraer esta complejidad de TI, apoyándonos en tres pilares: la alta disponibilidad de las aplicaciones y de los servicios, unos datos siempre protegidos y recuperables, y el conocimiento del dato y sus relaciones con las infraestructuras. Esto va a permitir la reducción de costes TI, optimización de la infraestructura, resiliencia, cumplimiento normativo y la eficiencia operativa.

**La importancia de los RRHH**

Rubén Muñoz Fernández, director general de Tecnología y Operaciones de Santalucía, también anda embarcado en un plan de transformación digital. “Un plan estupendo que la crisis nos ha obligado a acelerar poniendo en marcha el puesto de trabajo digital, soluciones de digitalización en relación con los clientes, que por razones presupuestarias se habían retrasado”, relata.

Para Muñoz, lo más relevante ha sido el impulso al puesto digital, “hablamos de dotar a los empleados de las herramientas ofimáticas y colaborativas para su desempeño, independientemente de que la ubicación sea en la oficina o en casa”. Una iniciativa coordinada con el área de RRHH, pues conlleva la capacitación para el uso de estas herramientas y una nueva relación del empleado con la compañía. El otro concepto que destaca el CIO de Santalucía es la firma digital, “que permite ahorros de papel y agilidad y ubicuidad, tanto en la vertiente de empleados como de clientes”. Como ejemplo, se encuentra una herramienta cien por cien digital desarrollada para el consejo de administración y comisiones internas.

Una pequeña muestra de que no se han paralizado los proyectos innovadores, como podría parecer en un primer vistazo. Según María Jesús Castro, “los proyectos generales ya planificados se han ido siguiendo incluso más rápidamente, porque las personas de negocio tenían más tiempo para dedicarte. Esta situación nos ha permitido

ver puntos de mejora y se han hecho experimentos digitales para suplir procesos presenciales, como el uso de fotografía con el móvil”.

Según Peláez de Artai, “los procesos de innovación no se han frenado, hay que acelerar la digitalización y esa estrategia acentuarla en determinados ámbitos. Es el caso de operaciones con inteligencia artificial para tratar la diversidad de documentos, que ya no es algo optativo. Hemos reflexionado sobre el comportamiento del cliente en la etapa postcovid, qué sensibilización pueden tener y abrir nuevas vías de proyectos”.

La personalización que requieren los servicios que bancos y seguros prestan a sus clientes en tiempo real están forzando la maquinaria y la citada IA se convierte en un campo increíble para conectar con el entendimiento de los usuarios. Datos explotables que facilitan la personalización y mejoran los niveles de satisfacción. Rubén Muñoz extiende estas necesidades a los canales: “Un cliente navega por tu web y recoges información para ayudarlo. La crisis está alentando el consumo digital y a invertir más en este tipo de proyectos de analítica avanzada, creando datalakes para utilizar los datos de la forma más apropiada con la ayuda de la IA. Y esto es infinito”. Un reto complementario es reenganchar a personas habituadas al servicio presencial, reconducirlas a servicios digitales, algo que para David Peláez es un tema peliagudo, “no es cuestión de edades, sino de actitudes”. ■



**ASISTENTES**

- 1 ARTAI, David Peláez
- 2 BANKIA, Juan Carlos Henríquez
- 3 DKV SEGUROS, María Jesús Castro
- 4 SANTALUCÍA, Rubén Muñoz Fernández.