

Modernización en la banca: los desafíos de la transformación digital

Las sucursales del futuro serán espacios de asesorías, mientras que las transacciones tendrán mayor protagonismo móvil. El reto es cómo hacerlo mejor, con soluciones que simplifiquen la vida del cliente.

¿Cuántas veces ha tenido que posponer una transacción bancaria online o una transferencia porque no tiene a mano la tarjeta de coordenadas? Seguramente la respuesta es "más de una vez". Y esta es una de muchas preguntas básicas que también tendrían que hacerse todos los bancos, advierten desde la academia y la industria TI.

Aunque todas las entidades bancarias del mundo son conscientes de la importancia y la complejidad de transformar sus negocios para competir en la nueva economía y ofrecer soluciones reales a los clientes, cerca de un 40% de ellas no ha ejecutado una estrategia de transformación digital sostenible y menos del 10% puede asegurarse en posición de ser líder en innovación, creando disrupciones o adaptándose a las que surgen en el mercado, revela

IDC en el "MaturityScope Benchmark: Digital Transformation in Banking Worldwide", publicado el año pasado.

Cosas tan simples como obligar al cliente a depender de un plástico con números que le permitirá desbloquear niveles para lograr hacer un pago, como si se tratara de un videojuego, podría ser un ejemplo de las debilidades en la estrategia que señala IDC.

Las cifras de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF) son claras en la definición de un nuevo escenario: los usuarios de banca online se duplicaron en cinco años, llegando a 9,3 millones en 2017, en un contexto en que del 70,3% de los clientes que utilizó la página web de su banco, el 34,5% se conectó desde un dispositivo móvil, mientras que el número de transacciones hechas con cheque cayó 60% en 2017 respecto al año 2000.

Un contexto que las instituciones financieras

deben analizar mejor para implementar cambios que simplifiquen la vida al cliente final y faciliten sus tareas cotidianas, advierte Gustavo Zurita, académico del Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Universidad de Chile.

Y lo ejemplifica con una solución que ya existe en otros ámbitos, pero que podría ser incorporada para resolver algo tan simple como un viaje en taxi. "Si un pasajero no tiene efectivo o cambio al pagar, algunos taxistas optan por solicitarle que pague a través de una transferencia a una cuenta corriente que le da en ese minuto. El pasajero se da cuenta que resuelve su problema y el taxista, que puede compararse con el servicio de Uber, que ya opera legalmente en distintas partes del mundo y que permite cargar el pago directamente a la tarjeta de crédito", dice el académico.

A su juicio, esta es una de las tantas oportunidades para los bancos en tiempos de inmediatez digital: "Anotar la cuenta del taxista y cargar manualmente los datos a la aplicación podría convertirse en un proceso muy sencillo si se pudiera hacer a través de un código QR que leyera una app del banco del pasajero, luego poner la cantidad y dejar pagado el viaje sin necesidad de que le dicten la información o que dependa de la tarjeta de coordenadas".

Pero concretar una idea como ésta u otra similar que aporte innovación, implica que la estrategia previa sea robusta: que la institución establezca prioridades para los próximos cinco años; que elija a los partners para hacer este proceso, y que establezca objetivos, señalan en Red Hat.

Los pagos y la jugada local

Ante el hecho de que "cada vez es más común ver que los bancos tienen menos sucursales, o que están más vacíos que antes porque mucha gente hace transacciones en línea y a través de sus dispositivos móviles", según Zurita, el académico sostiene que esto "no quiere decir que la sucursal desaparecerá por completo, al menos no en el corto y mediano plazo".

En ese sentido, hay consenso en que las sucursales del futuro pasarán a ser un espacio para que los clientes obtengan asesorías en productos o servicios complejos, mientras que las

transacciones o consultas de saldo tendrán mayor protagonismo móvil.

La tendencia que observan en Bci es que sus clientes tienen expectativas digitales muy altas y "esperan que los productos sean simples y funcionen sin fricciones", dice Sebastián Robles, gerente de Innovación de la institución. Lo han identificado a raíz de la masificación de aplicaciones como Uber, Spotify o Netflix, que permiten, con un par de clicks, acceder a un medio de transporte y pagar sin portar dinero; escuchar una cantidad ilimitada de música o ver películas, compatibles en múltiples dispositivos.

Ante esto y en un proceso de transformación con miras al año 2020, Bci desarrolló la app Mach, con la que a principios de año introdujeron al país la primera tarjeta de crédito prepago online que permite, entre otras cosas, hacer pagos entre personas -incluso si no están bancarizadas- utilizando el número de teléfono en lugar de la tradicional información requerida para transferencias. Y en el caso de usuarios de iPhone 10, transferir dinero con selfies, sin las usuales claves de coordenadas.

En Banco Estado también estiman que, a largo plazo, los pagos estarán concentrados en forma digital, principalmente mediante el uso del celular, y también de manera electrónica, con billeteras digitales desarrolladas tanto por los bancos como por los comercios, señala Leopoldo Quintano, gerente de la división de Marketing y Calidad. En esta línea, hace poco cerraron un acuerdo con Copec para que sus clientes con cuenta corriente, chequera electrónica o CuentaRUT, puedan pagar sus cargas de combustible a través de PagoClick, una app de Copec que funciona con códigos QR.

Sobre las tecnologías y desarrollos en los que están enfocadas sus inversiones a futuro, BancoEstado señala que está dando prioridad a infraestructura y seguridad. En el ámbito de negocios, siguen potenciando la app BancoEstado como medio de relación con los clientes, asegura Quintano, añadiendo que a la incorporación de cuenta corriente y chequera electrónica al servicio PagoRUT, pronto se sumarán las opciones de pago de servicios y apertura de cuentas de ahorro, además de la posibilidad de tomar un crédito de consumo.

"Será un proceso paulatino en que los bancos tendremos que aprender a acompañar a nuestros clientes en dicho tránsito, educando tanto digital como financieramente", sostiene el ejecutivo del banco estatal.



9,3

millones de usuarios de banca online se registraron el año pasado en Chile

Innovaciones disruptivas hacia una banca omnicanal

A futuro, cuando un cliente ingrese a una sucursal bancaria, podría ser autenticado por la entidad mediante el uso de portales y/o sensores que midan sus datos biométricos, lo que, por ejemplo, facilitaría el giro de efectivo de una caja o de un cajero automático a través de una señal con las preferencias del cliente.

Al menos así visualiza la sucursal bancaria del futuro el ingeniero en Informática, Marcelo Montecinos, académico del Área Informática de la U. Tecnológica de Chile INACAP. "Será una implementación de Internet de las Cosas (IoT) a pequeña escala. Los bancos ya han entrado a ese ámbito y continuarán haciéndolo, por lo que se espera que en el mediano plazo se incremente la implementación de pilotos, proyectos en los que las entidades financieras seleccionen sucursales de alto tráfico para probar tecnologías IoT y así ver cómo reaccionarían los clientes ante sensores en las sucursales", sostiene.

Es que el momento actual que atraviesa el sector financiero, podría caracterizarse en un solo concepto: innovación. Una palabra que para los bancos hoy adquiere diversos significados y herramientas, como inteligencia artificial, automatización de procesos, "nubificación", blockchain, realidad aumentada y virtual, biometría, criptografía, Data Analytics, IoT, aprendizaje automático, tecnología móvil, arquitecturas APIs, Robo Advisors, Automatización Robótica de Procesos (RPA) y Smart Contracts, de acuerdo con el análisis del socio a cargo de la Industria Financiera en EY Sudamérica, Diego Pleszowski.

En definitiva, dicen en Red Hat, hoy los bancos están desarrollando e implementando nuevas formas de concebir y administrar su negocio a través de la tecnología, movidos por una realidad que, lejos de cambiar, sólo profundizará su alcance: según la Memoria 2017 de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF), el 60% de los clientes usa el sitio web de su banco vía desktop; los usuarios de la banca online se han duplicado en cinco años, llegando a 9,3 millones en 2017; un quinto de las transacciones bancarias hoy se hace online; las visitas a portales web han crecido 70% en un lustro; más del 75% de los clientes conoce apps de su banco, cifra que aumenta a 90% en el caso de los millennials, y más del 80% de los clientes está dispuesto a usar servicios bancarios automatizados.

"La disrupción del 'negocio tradicional' está llevando a transformaciones clave del modelo de negocios para competir en este entorno de aumento de transacciones, impulsado por la democratización bancaria y digitalización. Observamos que la cadena de

Hoy los bancos están desarrollando e implementando nuevas formas de concebir y administrar su negocio a través de la tecnología, movidos por un escenario de digitalización creciente de sus usuarios.



valor del sector financiero está siendo redefinida en su alcance y jugadores", plantea Pleszowski.

Hacia la omnicanalidad

Jorge Labayru, Customer Success Manager para Sudamérica y el Caribe de Red Hat, acota que hoy los bancos buscan simplificar la vida de sus clientes a través de los canales de distribución digital, "y ahí el que esté más adelantado tendrá un factor competitivo importante".

Al respecto, Pleszowski comenta que según la "Encuesta de Expectativas de la Banca Mundial EY 2018", en lo relativo a los países emergentes, una empresa del sector financiero necesita dos elementos para ser exitosa a nivel digital: "API-ficación" (Open Banking y banca como plataforma), y renovación o actualización del core business.

"Lo que trasunta es una búsqueda de la banca para ser vista como una combinación, en grados variables, de experiencia cliente, marketplace, facilitador, productor y servicio", sostiene el socio a cargo de la Industria Financiera en EY Sudamérica.

En ese sentido, Labayru aclara que hoy el sector está invirtiendo fuerte en plataformas de banca móvil y marketing digital, pues "se dio cuenta de que a través de los canales tradicionales no llega a la cantidad de público que espera, por lo que está apuntando a ofrecer una experiencia potente en torno a aplicaciones móviles, marketing digital y otras formas de agilizar los trámites".

Omnicanalidad es la palabra clave. Tradicionalmente, los bancos han trabajado en el concepto multicanal, donde el cliente debe iterar por separado con la web, call center y la sucursal, adecuándose al modelo de negocios para cada caso, explican en Red Hat.

Pero la omnicanalidad, que pone al cliente en el centro de todo, y que es la tendencia que se quiere

potenciar, "dispone que los distintos canales de atención tienen que estar direccionados y pensados en beneficio del cliente, poniendo el modelo de negocios a su servicio. Por ejemplo, si un cliente quiere sólo operar por la web, debería tener la capacidad de realizar el 80% o 90% de sus transacciones ahí, y ojalá no obligarlo a ir al banco o llamar al call center", plantean en la compañía.

EL CAMINO OPEN SOURCE

Dentro de todas las opciones o planes que la banca puede considerar para consolidar sus procesos de transformación digital, Red Hat ofrece acompañamiento a través del open source.

Pedro Alluanlli, gerente de Negocios Sector Financiero de la compañía, señala que la razón principal para elegir este tipo de soluciones, es que se trata de una forma de relacionarse con la tecnología en la cual no existen barreras de salida.

"En el modelo de negocios de código abierto se paga por tener soporte y acceso al conocimiento generado por la comunidad, respaldado por Red Hat para un desempeño de nivel Enterprise, y no por el software en sí mismo", explica. Además, ofrece mayores posibilidades de personalización del software, ajustado a las necesidades particulares de la empresa. Y en el caso de la banca, es ideal ante la necesidad de cumplir con regulaciones en materia de seguridad, sostiene Alluanlli. Un ejemplo de ello es lo que hicieron en Argentina con el Banco Credicoop en su proceso de transformación, para diseñar un sistema confiable y mejorar la eficiencia en el procesamiento de cuatro millones de transacciones diarias.

TENDENCIAS CLAVE

Hoy la industria financiera busca lograr velocidad, menores costos de los procesos y gastos en operación más bajos a través de la transformación digital. Pedro Alluanlli, gerente de Negocios Sector Financiero de Red Hat, y Mauricio Cáceres, Solution Architect Manager de Red Hat, delinean las principales tendencias que se observan en esta materia:

- **Cloud:** supone llevar los servicios de respaldo de datos desde los datacenter físicos hacia la nube.
- **Tecnología de microservicios:** consiste en tener una gran cantidad de inteligencia e ingeniería en un solo stack de datos o proyectos, de tal forma que se reduce el consumo de recursos físicos y de software, logrando el mismo resultado con mayor eficiencia. Esta tecnología está ligada particularmente al desarrollo de aplicaciones, dice Alluanlli.
- **Tecnología de containers como servicios (CaaS):** a juicio de Alluanlli, es una herramienta que poco a poco será más demandada por los bancos porque permite reducir la cantidad de personas destinadas a mantener la continuidad operacional y soporte de negocios, permitiendo

reasignarlas a creación e innovación.

- **Blockchain**
- **Fintech:** han sido el espacio donde los bancos se encuentran con empresas de tecnología que les proponen y ayudan en temas de innovación, dice Cáceres.
- **Datos abiertos:** se trata de una innovación relevante que se ha estado trabajando también con las Fintech. Básicamente, se trata de administrar datos para operar como una plataforma, de forma tal que otras empresas puedan llegar a estos clientes de manera segmentada sobre la base de distintos indicadores.
- **Interfaz de Programación de Aplicaciones (API):** permiten armar modelos de negocios o levantar startups, con el concepto de centralizar datos, sostiene Cáceres.
- **Inteligencia artificial:** algoritmo capaz de aprender y que puede realizar análisis de grandes bases de datos, con muchos cruces de información, en un tiempo muy superior al de un operador humano.