

Integración y flexibilidad, claves para el salto al futuro del autoservicio bancario

Desde imprimir sobre libreta física hasta charlar con un asistente virtual personalizado y en tiempo real en poco más de medio siglo.

El ATM debe liberarse de los silos para poder evolucionar hasta convertirse en el canal seguro, amigable y rentable que los bancos del futuro necesitan.

Madrid, 26 de junio de 2022.- El cajero automático es uno de los dispositivos de la era moderna más implantados en la sociedad. Desde que el primero se instaló en Reino Unido en junio de 1967 hasta hoy ha evolucionado, pero no tanto como cabría pensar. A la función original de dispensar efectivo en las horas en que la oficina bancaria estaba cerrada se fueron sumando la actualización de la libreta, la consulta de movimientos y la contratación de servicios financieros, lo cierto es que a día de hoy tanto su estructura como modus operandi siguen siendo muy similares a como eran hace tres décadas.

“La estructura básica de los ATMs entonces era rígida, y desde luego no estaba pensada para nuevas funcionalidades que han surgido después, como la integración con móviles o las tarjetas con chip. Hasta la llegada del estándar XFS (eXtensions for Financial Services), en 2000, los bancos no podían gestionar a diferentes proveedores de aplicaciones. Y es cierto que el XFS marcó la diferencia, pero ahora hace falta evolucionar, ser más abierto y flexible. Hace unos años no se podía haber previsto la llegada de los pagos móviles o con tokens blockchain, algo que hoy se está implantando y los usuarios demandan también en sus cajeros”, asegura Ángel Arenillas, Director de Desarrollo de Negocio y Ventas para España y Portugal de Auriga.

Un cajero automático para la era digital

Sea como sea, el ATM de hoy se diferencia mucho, de una manera tecnológica, de aquellos primeros dispositivos. En la actualidad pueden hacer muchas más cosas. Desde [Auriga](#), proveedor internacional de software para el sector de pagos y banca omnicanal, nos cuentan estas seis cosas que tal vez no sabías que se podían realizar en un cajero:

- **Realizar una videollamada con un gestor humano:** En los dispositivos de autoservicio más modernos el usuario puede conectarse con un consultor en directo, como en cualquier videollamada, para resolver dudas o para recibir

asistencia y realizar otras operaciones más avanzadas. Se trata de un servicio que puede ofrecerse 24/7, independientemente de las horas de apertura de la oficina.

- **O con un asistente virtual:** La inteligencia artificial integrada en estaciones de autoservicio permite hoy día que un asistente digital (que puede tener aspecto humano o no) converse por voz con el usuario y le ayude en su gestión financiera.
- **Comprar entradas o viajes:** La integración del estándar abierto permite incorporar muchos más servicios adicionales a la infraestructura bancaria. La compra de entradas para conciertos o eventos, a través de terceros, es una de las más habituales
- **Realizar conversión dinámica de divisas:** Si bien no es la función más habitual, la tecnología existente hoy día permite que la entidad bancaria ofrezca a sus usuarios internacionales esta posibilidad
- **Marketing digital:** Atrás quedaron las cartas en papel del banco ofreciendo una vajilla a cambio de domiciliar la nómina. Las pantallas de los cajeros actuales permiten mostrar anuncios personalizados (según el historial, el perfil o las preferencias) de manera no invasiva y amigable.
- **Mucha, mucha más seguridad:** Los cajeros actuales pueden integrar soluciones de seguridad avanzadas, para reducir el riesgo de robo por manipulación de tarjetas o robo de número pin.

Los bancos que no se adapten a todo lo que sus cajeros y dispositivos de autoservicio pueden hacer ya hoy sin duda se quedarán atrás. Y no se trata solo de actualizar las viejas máquinas para conseguir que realicen nuevas funciones, sino también de ofrecer accesibilidad completa para discapacitados, como manda la nueva Ley en Materia de Requisitos de Accesibilidad de Determinados Productos y Servicios recientemente aprobada.

Llevar los sistemas a la nube y permitir la integración con otros sistemas es lo que realmente marca la diferencia y puede dar a los bancos la flexibilidad que necesitan. En el entorno digital actual, el ATM del futuro debe ser un punto de convergencia y complementar, mejorar e incluso en ocasiones reemplazar a la sucursal. *“Entre los nuevos canales digitales y la oficina física tradicional, creemos firmemente que la respuesta está justo en el centro: un enfoque híbrido que permita atender a todo el abanico de clientes, ofreciéndoles atención personalizada al mismo tiempo que todos los servicios que demandan en el momento que prefieran, y eso es algo que el autoservicio de nueva generación puede hacer, ¡y muy bien! Los bancos deben aprovechar esta oportunidad para reforzar la confianza y atraer, de nuevo, la fidelidad de sus clientes”*, afirma Arenillas

El software de Auriga, proveedor global de software para el sector de pagos y banca omnicanal, ofrece está presente en más de 33.000 cajeros en Italia, y a nivel de cuota de mercado, cuenta con el 11% en Europa Occidental. Un ejemplo de ello es la

plataforma omnicanal WinWebServer (WWS), que ofrece importantes reducciones en los costes operativos y tecnológicos, al mismo tiempo que mejora la disponibilidad del sistema y acorta el tiempo de lanzamiento al mercado de nuevos servicios como los mencionados arriba.

“El cajero está listo para mostrarnos algunos desarrollos muy emocionantes, con tecnología como la inteligencia artificial. La IA sin duda nos ayudará mejorar y ampliar la interacción atención al cliente con Los asistentes virtuales. Además impacta directamente a mejorar la seguridad en las operaciones comunes de los clientes y, en última instancia, ayuda también a mejorar la rentabilidad de la compañía”, concluye Arenillas.

Acerca de Auriga

Auriga es un proveedor líder de soluciones de software y tecnología para la banca y el sector de pagos, y especialista en soluciones innovadoras omnicanal para la banca y otras instituciones financieras. Sus soluciones, desplegadas en más del 74% de los cajeros automáticos de Italia, se basan en una moderna arquitectura tecnológica y mejoran el time-to-market para nuevos servicios al mismo tiempo que reducen los costes, protegiendo los dispositivos críticos de ciberataques y logrando una ventaja competitiva a largo plazo. Auriga es una compañía global, con presencia directa en Italia, Reino Unido, España, Bélgica y México, y está ampliando sus operaciones en Europa occidental y oriental, Latinoamérica y Asia-Pacífico.

Más información sobre Auriga: <https://www.aurigaspa.com/es/>

Más información sobre Auriga: <https://www.aurigaspa.com/es/>

Para más información:

Jesús Martínez jesus.martinez@alephcom.es

Esther Gago esther.gago@alephcom.es

Aleph Comunicación

Tel.: 91 386 69 99