

# Auriga analiza las 8 principales tendencias para el sector bancario en 2024

*La compañía tecnológica especialista en el sector financiero prevé un resurgimiento del efectivo y alerta ante una posible oleada de ciberataques a cajeros automáticos.*

## Madrid

La irrupción de la IA en la operativa bancaria, tanto en los procesos internos como en la atención al cliente, está marcando un hito en la transformación digital de este sector que, en la última década, ya ha estado dando pasos de gigante para adaptarse a la revolución tecnológica. Pero no es lo único que destacará en el sector a lo largo del próximo año. Por ejemplo, en España, veremos cómo sigue preocupando el cierre de sucursales y la falta de acceso tanto al propio dinero efectivo como a los servicios financieros en las zonas rurales y por parte del público menos habituado a la interacción digital.

Analizando el panorama bancario europeo y las distintas iniciativas que se están llevando a cabo, así como la situación económica y social, el equipo de Auriga, proveedor internacional de software para la banca omnicanal y el sector de pagos, ha elaborado un listado de las principales tendencias del sector para el próximo año 2024:

“El efectivo sigue siendo importante y no va a desaparecer, y para garantizar el acceso a él es fundamental que la banca mantenga un buen parque de dispositivos actualizados y modernizados, o bien que realice acuerdos con proveedores externos o con otras entidades para ofrecerlo en común. Y todo ello mientras continúa implementando más y más servicios en estos dispositivos de forma sencilla y, sobre todo, segura.”

explica Ángel Arenillas, director de desarrollo de negocio y ventas de Auriga para España y Portugal.

▶ **Garantizar el acceso al efectivo:** Los usuarios no aceptarán el fin del efectivo incluso aunque utilicen métodos de pago sin contacto con mayor regularidad. Las patronales bancarias están de acuerdo en que hay que comprometerse a llevar los servicios financieros a todos los españoles, y eso es lo que están haciendo.

▶ **Consolidación de los hubs bancarios:** Paralelamente al cierre de sucursales, veremos un aumento de los llamados hubs financieros –nuevas oficinas pequeñas, con acceso remoto y tal vez compartidas por varias entidades–, que funcionarán cada vez más como una alternativa real en zonas rurales y núcleos de población más pequeños.

▶ **Autoservicio asistido:** Del mismo modo, y condición sine qua non para lo anterior, veremos un desarrollo de los terminales de autoservicio avanzados, que ofrecerán cada vez más servicios –muchos más de los que a día de hoy ofrecen los ATMs tradicionales–, y que los combinarán con soluciones de gestión remota a través de audio y vídeo y permitirán la conexión tanto con chatbots avanzados como con agentes humanos a distancia.

▶ **Sucursales más abiertas y multifuncionales:** La incorporación de estos terminales de autoservicio asistido a la sucursal tradicional permite que este espacio se transforme y se convierta en un lugar más versátil y con más opciones de atención, al mismo tiempo que permite a la organización maximizar sus recursos.

▶ **La IA se convierte en la mejor amiga de un cajero automático:** Usos como el análisis de datos en tiempo real para adaptarse a las necesidades del usuario o para anticipar las necesidades de reposición de efectivo ya están en marcha. En 2024, este tipo de tecnología se volverá más integral y ayudará a



las entidades a entender mejor al cliente individual, sus hábitos financieros y ofrecerle de manera proactiva las siguientes mejores acciones cuando acceden a su efectivo y cuenta.

► **Cuidado con los ciberataques:** En 2023 se produjo el primer reporte de un nuevo exploit de jackpotting en cajeros automáticos en varios años, y todo parece indicar que no será el único de la próxima temporada. Los cajeros automáticos deben estar accesibles por su propia naturaleza (fuera de las entidades o incluso de forma autónoma), y esto los hace más vulnerables a ataques tanto físicos como cibernéticos.

► **La banca corporativa digital también se pone al día:** En 2024 la banca corporativa va a experimentar una importante transformación digital siguiendo la demanda de esos clientes empresariales que ya se preguntan por qué no pueden tener ahí la misma experiencia sencilla y práctica que disfrutaban en su servicio de banca personal.

► **Marketing interactivo y omnicanal:** Para seguir siendo relevantes, sostener el crecimiento y destacar entre los competidores, los bancos deben afrontar el desafío de ofrecer una imagen unificada y consistente a través de todos sus canales, por lo que las acciones de marketing serán por un lado más globales y por otro mucho más personalizadas, pero siempre con una imagen consistente y funcional.

“ Desde Auriga nuestra misión es apoyar a la banca a abordar estos retos de la mejor manera posible utilizando todo el poder de la innovación tecnológica a nuestro alcance”

concluye Arenillas.

## Acerca de Auriga

Auriga es un proveedor líder de software y soluciones tecnológicas para la banca y el sector de pagos, y especialista en soluciones omnicanal innovadoras 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 mientras al mismo tiempo que reducen los costes y protegen los dispositivos críticos de ciberataques, logrando una ventaja competitiva a largo plazo. Auriga es una compañía global, con presencia en Italia, Reino Unido, Francia, España, Alemania, Bélgica y México, y está expandiéndose en Europa occidental y oriental, Latinoamérica y Asia-Pacífico.

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

Para información:  
Jesús Martínez - [jesus.martinez@alephcom.es](mailto:jesus.martinez@alephcom.es)  
Esther Gago - [esther.gago@alephcom.es](mailto:esther.gago@alephcom.es)  
Aleph Comunicación  
Tel.: 91 386 69 99

Contacto para medios en LatAm  
Alison Correa - [acorrea@communika.com.mx](mailto:acorrea@communika.com.mx)  
Communika Relaciones Públicas

Contacto Auriga:  
Antonella Comes  
Chief Marketing Officer  
[antonella.comes@aurigaspa.com](mailto:antonella.comes@aurigaspa.com)