

## Tendencias tecnológicas para la banca en el año post-Covid

Garantizar el acceso al efectivo y personalizar el servicio al cliente son las grandes preocupaciones de las entidades bancarias

**Madrid, 9 de febrero de 2021.-** El pasado año ha dejado tras de sí un sector bancario fuertemente afectado por la irrupción de la pandemia. La aceleración en la digitalización de los canales, el auge del teletrabajo y una menor afluencia de clientes en las sucursales han impulsado una transformación tecnológica que se traduce en grandes retos para este año que comienza. Como especialista en banca omnicanal y seguridad, [Auriga](#) ofrece su visión sobre los principales cambios que atravesará esta industria en 2021.

En líneas generales, la tendencia en 2021 está claramente orientada a la relación con el cliente y la satisfacción del usuario, así como a nuevas estrategias para la gestión inteligente de activos cuya rentabilidad empieza a estar en entredicho. Algunas de esas líneas de acción serán:

- **Uso compartido de la infraestructura de cajeros automáticos**

La tendencia creciente del cierre de sucursales puede dejar paso a una nueva modalidad de gestión de estos dispositivos: el uso compartido de infraestructuras por más de un proveedor, con cajeros neutrales que utilicen una única plataforma de *software*. Una práctica ya extendida en otros países, como en los Países Bajos, Bélgica, Suecia, Finlandia o Indonesia y que comenzará a tomar fuerza en España ante una creciente necesidad del acceso a efectivo especialmente en las zonas rurales, siendo uno de los países de la zona euro en los que más transacciones se realizan en efectivo. En Bélgica, concretamente, este año ha comenzado a operar la iniciativa Batopin, una red de cajeros automáticos independientes de los bancos, anteriormente gestionados por sus cuatro mayores bancos y que ahora se encuentra en una única plataforma de software. Optimizar la gestión de ATMs se convertirá, por tanto, en una prioridad para garantizar el acceso a efectivo, a la vez que se reducen los costes de los canales de distribución.

- **Tecnologías basadas en la nube y la IA**

El teletrabajo, la inmediatez y las nuevas exigencias de los clientes de un servicio personalizado están presionando para que las entidades terminen de conformar en 2021 una estrategia de negocio basada en la aplicación de tecnologías como la nube

y la Inteligencia Artificial para cumplir los nuevos requisitos de ciberseguridad, gestión y acceso en remoto. La IA ya está implementada para ofrecer predicciones sobre dónde y cuándo se va a necesitar el efectivo, y está empezando a utilizarse para monitorizar el estado de ánimo de los clientes mediante el reconocimiento facial. Esto podría permitir a los bancos determinar cómo dirigirse al cliente, qué servicios deben promover y cuándo.

- **La transformación de la sucursal bancaria**

Accesible 24/7, rentable, automatizada e inteligente, así será la sucursal del futuro que comienza ya a tomar forma. En su formato más tradicional, este espacio ha dejado de ser rentable para las entidades. Sin embargo, su supervivencia es casi obligatoria para mantener un acceso total sin dejar fuera a ningún usuario, tenga la edad que tenga y resida donde resida. La tendencia aquí apunta de nuevo hacia una agrupación de proveedores que configuren espacios de “marca blanca” en los que se ofrezcan servicios variados y complementarios.

Además, durante 2020 hemos visto un crecimiento exponencial en los servicios de banca digital que ya habían ganado mucho terreno al modelo de banca clásica. Sin embargo, la tendencia a ofrecer un mayor acceso mediante la banca a distancia no se queda ahí, sino que conquista otros escenarios como el de la atención por vídeo, o la vídeobanca. En un mundo cada vez más orientado a 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.

- **Sucursal y cajeros automáticos: matrimonio o divorcio**

La infraestructura de cajeros automáticos heredada necesita una actualización, ya que, sin ella, el canal no podrá modernizarse y desempeñar un papel en la próxima generación de canales de distribución. Los cajeros y los dispositivos de servicio asistido que ofrecen una gama completa de servicios bancarios, no sólo dinero en efectivo, tienen que ser parte de esta combinación. Es probable que se acelere la automatización de todas las funciones de los cajeros mediante tecnologías de autoservicio, con el apoyo de la vídeobanca y la telebanca.

En 2021 el objetivo es facilitarle la vida a los consumidores, que deciden por sí mismos cómo quieren relacionarse con sus bancos de forma segura. Cada trayecto del cliente debe poder personalizarse. El acceso al dinero en efectivo es un problema constante, pero las partes interesadas tendrán que esforzarse más que nunca para encontrar soluciones viables, dado el impacto de la COVID-19 en todos los sectores.

**Acerca de Auriga**

[Auriga](#) es un proveedor líder de *software* y soluciones técnicas para las industrias bancarias y de pago, así como un proveedor especializado en soluciones omnicanal innovadoras para bancos y otras instituciones financieras. Sus soluciones, implementadas en más de un 70 % de los ATMs de Italia, se basan en arquitectura moderna y mejoran el tiempo de comercialización de los nuevos servicios, a la vez que reducen los costes y crean una ventaja competitiva a largo plazo. Auriga es una compañía global que ofrece soluciones de transformación de bancos minoristas a nivel mundial.

**Para más información:**

Verónica Rodríguez [veronica.rodriguez@alephcom.es](mailto:veronica.rodriguez@alephcom.es)

Jennifer Arenas [jennifer.arenas@alephcom.es](mailto:jennifer.arenas@alephcom.es)

Aleph Comunicación

Tel.: 91 386 69 99

**Contacto con Auriga**

Antonella Comes, directora de Marketing

[antonella.comes@aurigaspa.com](mailto:antonella.comes@aurigaspa.com)

Tel.: +39 080 56 92 255