



**Radii**

DIGITAL MARKETING

**Los servicios financieros se reinventan  
en la era de las plataformas**



## Introducción

La industria de servicios financieros atraviesa cambios profundos y disruptivos, producto de su transformación digital. Mientras que una parte de esa mutación se explica por el progreso tecnológico y la creciente aplicación de tecnología, otros factores determinantes son el crecimiento constante de las expectativas de los clientes y el aumento de la presión competitiva por parte de proveedores digitales. En este sentido, se observan ahora competidores en diversos servicios y segmentos que se solían supeditar a los organismos bancarios tradicionales. Nos referimos a entidades no tradicionales con mecanismos de financiación o transferencias propios, tales como cadenas minoristas, empresas de tecnología, sitios financieros de “crowdfunding” y aplicaciones para préstamos entre particulares. La agilidad y la innovación de estos nuevos actores están atrayendo la atención de un número cada vez mayor de clientes.

Por otro lado, los consumidores exigen experiencias de clientes omnicanales, convenientes, memorables y personalizadas.

**Las expectativas del cliente se han vuelto líquidas, es decir, que sin importar la actividad que desarrolle una empresa, sus clientes van a comparar sus experiencias con las que reciben de empresas líderes en otras industrias (por ejemplo, Amazon o Zappos).**

La incapacidad de buena parte del mercado de servicios financieros para brindar experiencias satisfactorias está llevando los niveles de lealtad hacia las marcas a mínimos históricos. No debemos perder de vista que existe una clara correlación entre altos niveles de lealtad y crecimiento de ingresos.

Mientras tanto, la pandemia del COVID-19 y las medidas de distanciamiento social en todo el mundo están apresurando fuertemente la transición hacia modelos digitales. Efectivamente, el 75% de los CEOs de las Fortune 500 señalan que esta crisis está acelerando la transformación tecnológica en su industria.

Sin dudas, el uso intensivo de la tecnología para brindar un acceso ágil e intuitivo a los servicios financieros marcará el ritmo de la dinámica competitiva en el “nuevo normal”.



## **Prioridades Estratégicas en Servicios Financieros**

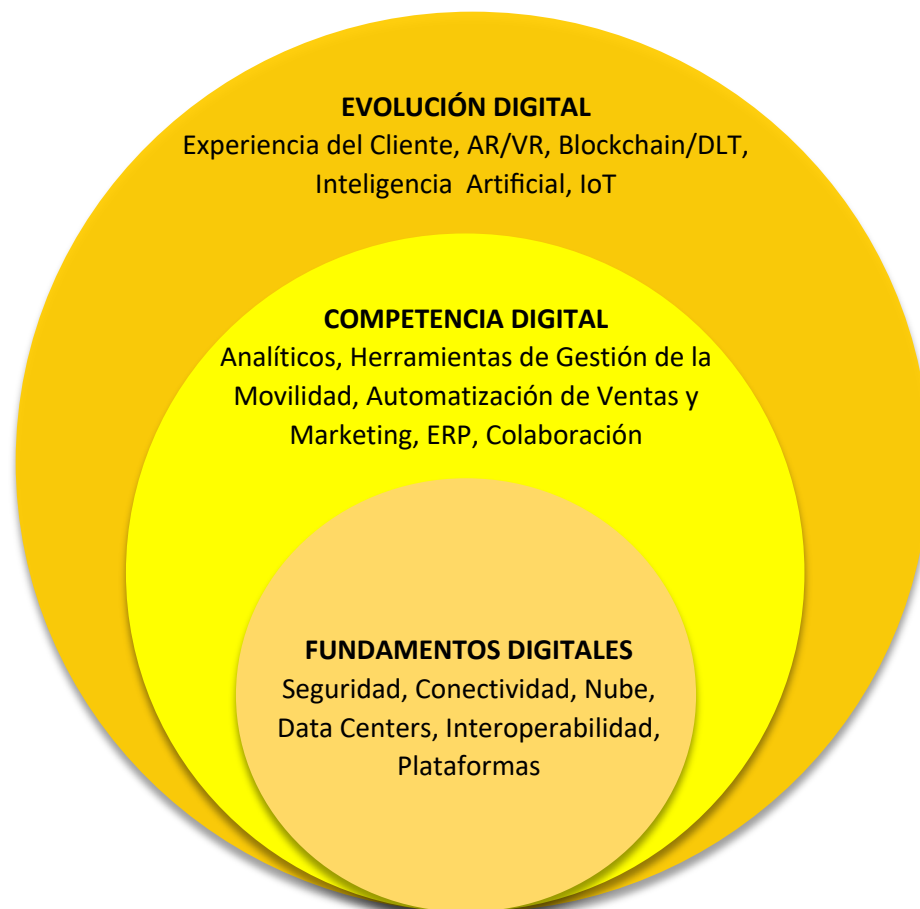
Las compañías de servicios financieros necesitan actualizar su infraestructura tecnológica para sentar las bases necesarias para transitar el camino de la transformación digital sin sobresaltos.

En ese sentido se ha encontrado que existen tres etapas fundamentales de la transformación digital que toda empresa atravesará a medida que vayan madurando digitalmente:

- Fundamentos digitales
- Competencia digital
- Evolución digital

A pesar de que algunas organizaciones pueden incorporar prácticas de distintas fases, es claro que no se pueden alcanzar grandes resultados a mediano y largo plazo, si no se cuentan con fundamentos verdaderamente sólidos.

### **ETAPAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL**





En el entorno actual, el cambio constante es la norma y la agilidad es lo esencial. Por ello es primordial que las organizaciones consoliden los fundamentos digitales que les permitan soportar reajustes de dirección rápidos e inesperados. Ya sea que gestionen nuevos desafíos de seguridad, conectividad e interoperabilidad, las empresas deben apoyarse en infraestructura de siguiente generación para apuntalar los imperativos estratégicos del negocio. El éxito futuro de las organizaciones de servicios financieros residirá en qué tan bien puedan entender y asimilar estas nuevas tecnologías y aprovechar las oportunidades asociadas.

En este contexto, existen tres imperativos fundamentales que las organizaciones deben considerar para no quedarse atrás en el “nuevo normal” que comienza:

- **Garantizar la continuidad del negocio**
- **Empoderar a empleados y clientes**
- **Asegurar los datos y la información**

### ***Garantizar la continuidad de su negocio desde cualquier lugar***

La industria financiera ha sido testigo de un crecimiento explosivo en la diversidad de medios de contacto que se han puesto a disposición de los clientes. Frente a este escenario, las instituciones deben desarrollar capacidades ágiles y flexibles para dar soporte a todos y cada uno de estos distintos escenarios.



La oportunidad es clara, aunque aún resta mucho por hacer: América Latina actualmente registra una penetración del 55% en cuentas bancarias, del 19% en tarjetas de crédito y de más del 70% en smartphones. **En este marco, hay una tecnología que se considera la pieza clave del camino hacia la digitalización: la computación en la nube.**

Así, esta tecnología, no solamente habilita el acceso a soluciones innovadoras, sino que permite a las empresas ser mucho más ágiles, mejorando su capacidad de reacción.

**60%**

De los que toman decisiones sostienen que la nube es la parte más crítica de su plan de transformación digital

**77%**

Afirman que su estrategia de nube es esencial para seguir siendo competitivos en su industria.

### ***Infraestructura flexible para apoyar los imperativos estratégicos del Negocio***

**82%**

Aprovechar las nuevas tecnologías

**70%**

Ofrecer servicios y apps más rápidamente

**65%**

Apoyar iniciativas de transformación digital

**59%**

Liberar al personal de TI para centrarse en innovación

**58%**

Habilitar la agilidad empresarial

La nube también ha demostrado ser eficiente para garantizar la continuidad del negocio. El tiempo de actividad y la alta disponibilidad, son capacidades imprescindibles para las operaciones diarias de las empresas del mundo financiero. Eso también hace que la recuperación ante desastres sea crítica en esta industria. Las compañías de servicios financieros tienen que garantizar que los portales y las aplicaciones de los clientes no se verán afectados producto de un incidente. Los sistemas de alta redundancia basados en la nube ofrecen sólidas garantías de continuidad, rápidos despliegues y menores costos comparados a soluciones legadas.

Estamos en presencia de un movimiento gradual hacia la nube en América Latina, al tiempo que las aplicaciones *cloud* se vuelven más robustas, seguras y



flexibles, y las empresas se familiarizan aún más con sus beneficios. Ahora bien, distintas aplicaciones, dispositivos y cargas de trabajo (*workloads*) pueden requerir diferentes modalidades de infraestructura, por lo que muchos tomadores de decisión están apostando por diversificar sus entornos de TI para incluir nubes híbridas, ambientes *multi-cloud* y un creciente uso de software como servicio (SaaS).

## **Empoderar a Empleados y Cliente**

La dinámica competitiva en la industria de servicios financieros se ha intensificado significativamente en los últimos años, producto de la entrada al mercado de un gran número de *fintechs* y *neobanks* que basan su negocio en activos digitales. Aunque esta competencia se está desarrollando en diversos frentes, el principal es la experiencia del cliente (CX). De hecho, la CX se ha convertido en uno de los principales diferenciadores en esta industria. De acuerdo con investigaciones el 60% de las compañías del sector en América Latina señalan que mejorar su CX es uno de los tres principales objetivos de negocio para este año.

Por lo tanto, ofrecer una experiencia personalizada, conveniente, omnicanal y disponible en el dispositivo y canal de preferencia de cada consumidor es un desafío fundamental al que se enfrentan.

En este marco, el rol de las sucursales está mutando. En sus orígenes, las organizaciones de servicios financieros sólo tenían un punto de contacto con sus usuarios: la sucursal física. Desde entonces, la emergencia de nuevos canales ha sido frecuente: cajeros automáticos, centros de contacto, sitios web, dispositivos móviles y redes sociales.

Adicionalmente, hoy en día el acceso a sucursales físicas se encuentra restringido en todos los países de América Latina y los clientes se están volcando cada vez más hacia canales digitales y de auto atendimento.

**70%**

**De todas las interacciones con bancos son digitales y más aún en el caso de Millenials y las generaciones más jóvenes.**



En otras palabras, el modelo de sucursal tradicional está reduciendo su importancia, dando paso a sucursales más chicas e inteligentes, potenciadas por tecnología avanzada y enfocadas en el desarrollo de la marca y la mejora de la experiencia.

De la misma forma en que empoderar a sus clientes es clave, fortalecer la satisfacción de los empleados y el compromiso con la empresa será un factor crítico en los próximos años.

Progresivamente, el talento humano exige contar con las herramientas laborales que le permitan ser productivo, ágil, colaborativo y que lo habiliten a trabajar desde donde prefiera.

**33%**

**Decaimiento de las visitas a sucursales durante la crisis sanitaria.**

**13**

**MILLONES**

**De nuevos consumidores online en América Latina en el primer trimestre del año.**

Sin dudas, el COVID-19 aceleró la transición hacia el trabajo remoto en la región. Para un buen número de organizaciones en América Latina, que no contaban con herramientas integrales de trabajo digital, este es un momento transformador.

Empoderar a sus empleados jugará un papel crecientemente importante en el mundo de los servicios financieros. Las empresas que puedan ayudar a los empleados a disminuir su frustración en el trabajo, automatizando los procesos más mundanos y repetitivos y dotándolos con las herramientas adecuadas, prosperarán. Mientras que aquellas que no puedan mantener a los empleados comprometidos y capacitados tendrán dificultades para atraer al talento adecuado y enfrentarán altos costos de rotación y capacitación.

### ***Asegurar la información y la de los clientes***

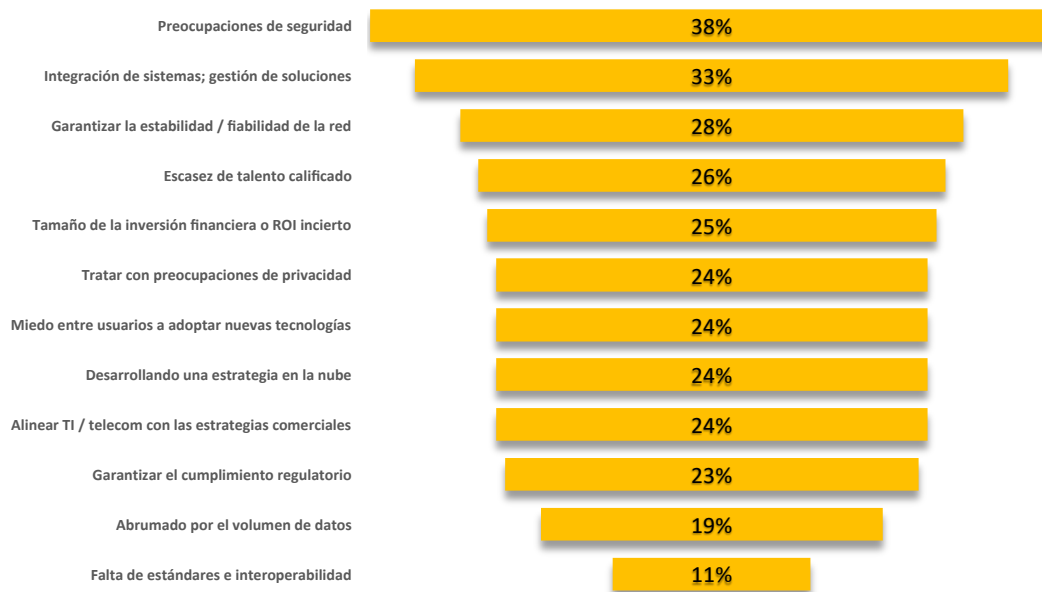
La creciente preocupación de los consumidores por la seguridad, privacidad y accesibilidad de sus datos se ha sido un reto fundamental para los bancos. No es de extrañar que los bancos estén buscando apoyo y soluciones tecnológicas para hacer frente a estos retos. De hecho, el mayor desafío de TI en esta industria es la seguridad de la información. Investigaciones demuestran que la



seguridad es una de las principales razones por las que las compañías de servicios financieros planean reemplazar las tecnologías que actualmente poseen.

## **Tendencias Digitales en la Industria Financiera:**

### **Principales desafíos de TI:**



A medida que las empresas de servicios financieros se vuelcan hacia el mundo digital, se vuelven más vulnerables frente a ataques y brechas informáticas. Los vectores de amenazas se han disparado abruptamente desde la aparición del internet, ya que virtualmente cualquier dispositivo conectado a puede ser pirateado. En un mundo cada vez más interconectado, se está demostrando que los ataques y secuestros digitales son moneda corriente. Sin dudas, los incidentes de seguridad y las pérdidas de información seguirán creciendo sin parar dada la creciente digitalización, conectividad y la consolidación de la





tendencia del “trae tu propio dispositivo” (BYOD) y del trabajo remoto. Es fundamental identificar y autenticar a las personas cuando intentan acceder a una plataforma digital: ¿cómo podemos estar seguros de que quien accede a la plataforma es la persona correcta? Investigaciones marcan que una de las tecnologías que podría crear un vínculo seguro entre el mundo físico y el digital es la biometría. Los recientes avances en el espacio de la gestión de acceso de identidad (IAM) han confirmado esta importante tendencia.

**20%**

**Tasa de crecimiento de inversión en biometría en el segmento de servicios financieros en América Latina.**

Por otra parte, a partir de la emergencia del Open Banking en América Latina, la problemática de la seguridad se complejizará aún más debido a que la responsabilidad por la seguridad de la información será compartida por diferentes organizaciones. Por último, la era del distanciamiento social ha dejado claro que la seguridad debe acompañarnos en todo lugar y momento. La rapidez con la que se reaccionó a la pandemia obligó a algunas organizaciones a proveer alternativas de conectividad y acceso para que sus empleados puedan operar, pero ¿en qué medida se hizo esto de forma segura? Ha quedado en evidencia que de ahora en más, cualquier plan de continuidad del negocio debe considerar a la seguridad como una prioridad absoluta.



## Conclusión

No quedan dudas de que la industria de servicios financieros se ha adentrado en el mundo digital y está avanzando a pasos agigantados. Las organizaciones están aprovechando tecnologías avanzadas para transformar su modelo operativo, elevar su propuesta de valor y asegurar su competitividad en un mercado cada vez más concurrido. Los neobancos y las fintechs han habilitado una experiencia digital, ágil e ininterrumpida y lograron atraer a nuevos clientes al mundo de las finanzas, mientras que los bancos tradicionales están aprovechando su masivo reconocimiento de marca, amplia clientela y su reputación como instituciones de confianza para migrar a los clientes bancarios tradicionales a un ambiente digital.

**En este contexto, el éxito no depende ya de ser nativo digital o tener raíces tradicionales, sino de contar con una robusta estrategia digital.** Es por eso que las organizaciones del sector financiero deben adoptar modelos operativos que sean ágiles, flexibles y adaptables al cambio. No solo para desbloquear oportunidades digitales, sino también para impulsar la innovación futura.

Los nuevos tiempos exigen innovaciones profundas. Las preferencias de los usuarios están cambiando y sus expectativas no paran de crecer.

En el nuevo normal de la industria de servicios financieros, el mundo digital es el escenario principal para batallar por los clientes. Las empresas deben acelerar su digitalización y encontrar un socio estratégico que pueda guiarlos en su camino de transformación, acompañándolos en cada paso, desde la adopción de tecnologías fundamentales para el *back end*, hasta la implementación de soluciones emergentes que podrían ser la llave para ganar en competitividad. Las nuevas tecnologías son catalizadores para el cambio y posibilitan nuevas capacidades empresariales cuando se aplican



adecuadamente. Sus posibilidades de ser exitosos serán mayores si se encuentran bien preparados para capitalizar el valor de estas nuevas tecnologías a medida que alcancen progresivamente su madurez. Si ustedes quieren ser líderes en esta nueva era que comienza, deben empezar ya mismo.

### **Fuentes bibliográficas**

1. Finextra. [https://www.finextra.com/newsarticle/36019/whatsapp-launches-payments-service-in-brazil?mc\\_cid=7500b42a94&mc\\_eid=a754df7933](https://www.finextra.com/newsarticle/36019/whatsapp-launches-payments-service-in-brazil?mc_cid=7500b42a94&mc_eid=a754df7933)
2. Capgemini & Efma. “World Retail Banking Report 2020”
3. Bain & Capital. <https://www.bain.com/insights/how-customer-loyalty-spurs-growth-and-better-economics-for-banks-snap-chart/>
4. Bain & Capital. <https://www.bain.com/insights/covids-unexpected-impact-in-banking/>
5. Fortune Magazine, 2020
6. Americas Market Intelligence. “La banca digital en América Latina: mejores prácticas y el giro hacia la banca como servicio”
7. Bankingly. <https://bankingly.com/how-financial-institutions-interact-with-their-customers/>
8. Verint. “Experience Index Banking 2020”
9. VISA. <https://www.visa.com.ar/acerca-visa/sala-de-noticias/notas-de-prensa/aceleracion-digital.html>
10. Mckinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-bank-branch-for-the-digital-age>
11. [https://www.ey.com/en\\_gl/banking-capital-markets/ey-open-banking-opportunity-index-where-open-banking-is-set-to-thrive](https://www.ey.com/en_gl/banking-capital-markets/ey-open-banking-opportunity-index-where-open-banking-is-set-to-thrive)
12. . BBVA. <https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/mexico-comienza-abrir-su-sistema-financiero-y-fortalece-el-open-banking-en-america-latina>