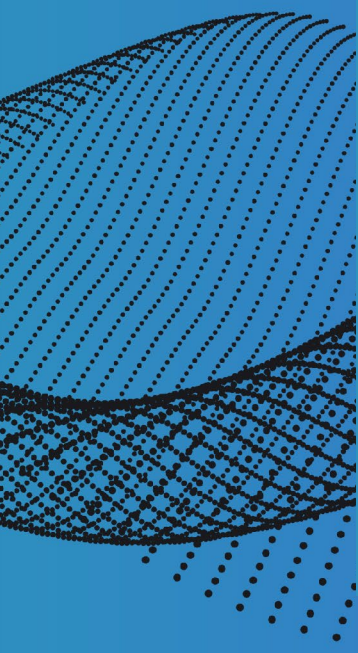
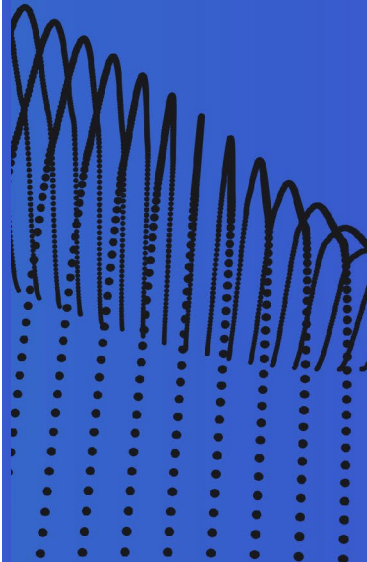


UN MUNDO COMPLETAMENTE NUEVO: EL FUTURO DIGITAL DE LA BANCA

INFORME 2020

A decorative graphic on the left side of the page, featuring a fingerprint-like pattern composed of concentric, dotted lines in a lighter blue shade, creating a sense of depth and digital identity.

**"Bienvenidos a
nuestra visión de
cómo funcionará
digitalmente
el banco del
mañana".**

A decorative graphic on the right side of the page, featuring a series of vertical, dotted lines of varying heights, resembling a digital waveform or a stylized representation of data, in a lighter blue shade.

CONTENIDO

Resumen ejecutivo/mensaje personal del Sr. Li	05
Introducción: El mañana digital de la banca	06-07
Actualidad: de Internet a la billetera digital	08-13
El banco del mañana: la billetera evoluciona	14-18
2025: Una visión digital	19-25
Notas y referencias	26
Contacto	27



RESUMEN EJECUTIVO Y MENSAJE PERSONAL DEL SR. LI

Bienvenidos a nuestra visión de cómo funcionará digitalmente el banco del mañana.

Dentro de cinco años, los consumidores combinarán sus necesidades bancarias con una visita a su café o supermercado local, abriendo una cuenta asegurada con cheques KYC (conoce a tus clientes) y AML (prevención de blanqueo de capitales) a través de terminales POS súper competentes o retirando dinero en efectivo al pagar su café. Como dice Brett King en Bank 3.0: "La banca ya no es un lugar al que vas, sino algo que haces".¹ Un cambio completo con respecto a lo que hemos conocido hasta la fecha. Y esta revolución será impulsada por terminales bancarias automatizadas súper competentes, respaldadas por un software seguro, eficiente y poderoso.

La banca digital tiene una serie de atractivos, entre otras cosas, porque se basa en terminales inteligentes más flexibles y más baratas; y en la computación en la nube, posibilitada por las nuevas tecnologías ultrarrápidas de redes de Internet móvil. Estas tecnologías reducen el umbral de inversión de los bancos y ayudan a crear nuevos servicios, con terminales más ligeras, una red más inteligente y la capacidad de una gama de sensores inteligentes, desde cámaras de luz estructuradas en 3D y lectores NFC, hasta escáneres de huellas digitales y GPS.

Este nuevo enfoque de la prestación de servicios bancarios tendrá efectos de gran alcance, entre ellos, el de permitir que las personas alrededor del mundo que no tengan suficiente acceso a los servicios financieros se adhieran al sistema bancario, un mercado valorado en unos 380² mil millones de dólares anuales.

Para tener éxito, los bancos necesitan cambiar completamente la forma en que conceptualizan sus sistemas existentes. En la medida que el mundo se mueva en internet, los clientes esperarán servicios más rápidos, más baratos, más seguros y más flexibles; y a su vez, en la forma y lugar que gusten.

Como queda claro en nuestro informe, los bancos de todo el mundo han comenzado a adoptar servicios innovadores de atención al cliente en formato digital. Aunque todavía está en sus inicios en Europa y América del Norte, la banca totalmente digital está más avanzada en Asia, el Medio Oriente y África, donde los bancos tienen menos sistemas heredados que gestionar.

Ahora es el momento para que los bancos de todo el mundo se pregunten: ¿estamos preparados para la revolución digital? Este informe explica por qué se está produciendo la revolución de la banca digital y qué hay que hacer para prepararse.

Por favor, contáctenos para discutir cómo su institución puede prepararse para el futuro digital de la banca.

Li Yan



Cofundador y Director General de Wiseasy

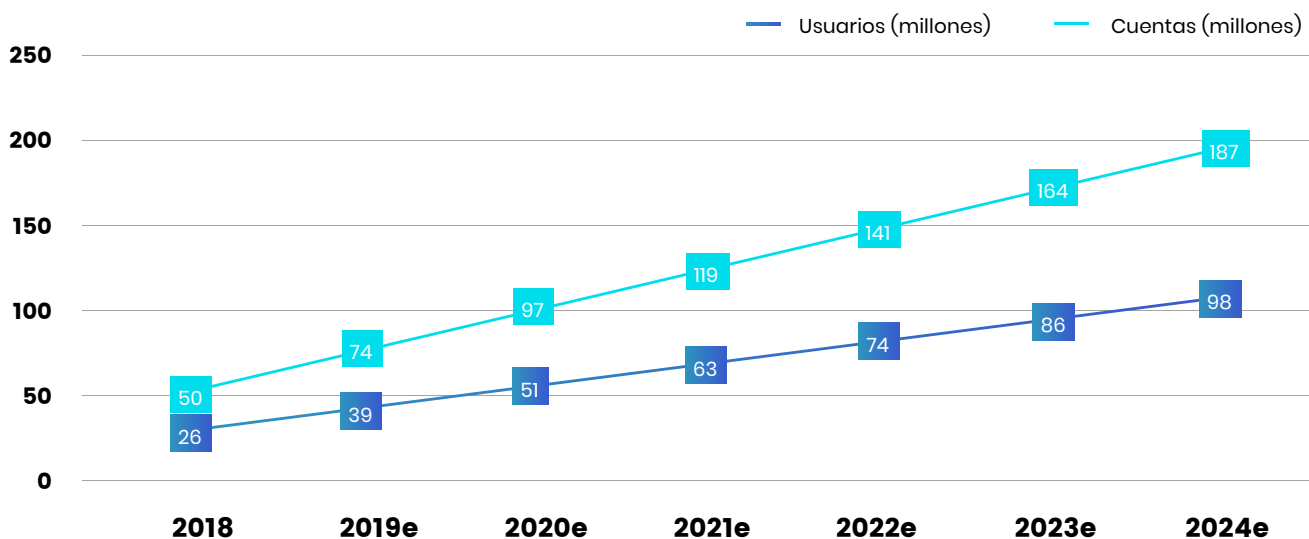
¹ Consultar "Banco 3.0", de Brett King: <https://www.amazon.ca/Bank-3-0-Banking-Somewhere-Something/dp/1118589637>

² Consultar Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2017/07/banking-unbanked.html>

INTRODUCCIÓN

Un nuevo estudio de CapGemini³ ha concluido que los bancos establecidos hoy en día deben adaptarse rápidamente a la era digital, o volverse irrelevantes. Esta dura advertencia llega en un momento en que la banca digital se está disparando a nivel mundial: los asesores de gestión de Deloitte⁴ prevén que casi la mitad de la población mundial utilizará los servicios de la banca digital a finales de 2021. Mientras tanto, el número de ciudadanos estadounidenses que utilizan los servicios de banca digital alcanzará dos tercios de la población en 2020, según la Asociación Bancaria Americana ("ABA" por sus siglas en inglés)⁵. De forma similar, McKinsey predice que el número de usuarios de la banca digital en Asia superará los 1.200 millones antes de finales del año 2020⁶.

CRECIMIENTO DE LA BANCA DIGITAL, 2018-2024



Fuente: Business Insider

Las estadísticas son una cosa, asegurarse de que su banco está equipado para estas nuevas oportunidades es otra. El estudio de CapGemini señaló que más del 90% de los intentos de los bancos de proveer servicios más "convenientes digitalmente" resultan en fracasos, porque los bancos simplemente añaden una interfaz digital a sus sistemas existentes. En este informe, mostramos cómo la banca digital va más allá de una simple interfaz de cliente. En realidad, el esfuerzo implica repensar la prestación de servicios y la tecnología en general.

Los facilitadores de la banca digital

La banca digital ha sido posible gracias al rápido desarrollo de la computación en la nube y la tecnología de terminales inteligentes, que

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

El futuro de las finanzas no es la tecnología. Sino una obsesión por estar del lado del cliente. La tecnología es la que permite que esto suceda.

— Hariz Talwat, Director de Marcus by Goldman Sachs

³ Consultar [CapGemini, Banking Is Essential, but what about Banks?](#)

⁴ Consulta [Deloitte, Digital Banking Benchmark Study](#)

⁵ Consulta [the ABA study](#)

⁶ Consulta [the McKinsey study relating to Asia](#)

ha proliferado gracias a la amplia adopción de la Internet móvil superrápida 4G y 5G. Como lo mostramos en la sección 3 (págs. 6 a 8) del presente informe, la red de servicios bancarios está experimentando un cambio de solo una vez por generación en Asia, África y otras regiones, con redes de cajeros automáticos y puntos de venta cada vez más poderosas y eficientes. Ha llegado el momento de que los bancos occidentales aprovechen las ventajas de la "adopción anticipada" de estas mismas tecnologías, que estarán presentes en Europa y América del Norte antes del 2025.

Esta nueva generación de servicios bancarios digitales reducirá drásticamente el costo de la creación de una red de prestación de estos servicios, al mismo tiempo que mejorará la eficiencia operativa de esas redes y fomentará la innovación.

Un nuevo modelo de servicio está llegando e incluye prestaciones automatizadas seguras, rápidas y eficientes; pagos móviles; identificación de usuario, por medio de la IA; junto con la detección de fraudes, trayendo consigo una eficiencia mucho mayor y la conveniencia del consumidor hacia la banca.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

Muchos sistemas centrales de los bancos todavía son anticuados, forzando a los clientes a través de procesos anticuados... simplemente no basta con tener un área de atención al cliente digital.

- Thys Brusser, Deloitte

"Un nuevo modelo de servicio que incluye servicios rápidos, eficientes y automatizados traerá mayor eficiencia y conveniencia a la banca".

Los analistas de la industria del Deutsche Bank y otros predicen⁷ que los iconos de la banca moderna que damos por sentado –desde las sucursales hasta las tarjetas de crédito y los cheques– están a punto de desaparecer, para ser sustituidos por redes de cajeros automáticos y puntos de venta que mejoren la eficiencia de los servicios de la red bancaria, amplíen el acceso y reduzcan los costos. En la sección 3 de este informe, mostramos cómo se está acelerando el declive a largo plazo de las sucursales bancarias, con la sustitución de las sucursales con servicios digitales.

⁷ Consulte [Deutsche Bank, enero de 2020: The Future of Payments II: Moving to Digital](#)

LA VENTAJA DIGITAL

La banca digital tiene una serie de atractivos para los bancos, entre otras cosas, porque se basa en terminales inteligentes, más flexibles y menos costosas, y en la computación en la nube. Estas redes reducen el umbral de inversión de los bancos y ayudan a innovar con nuevos servicios:

Terminales más livianas, más fáciles de usar y que permiten niveles profesionales de protección de seguridad, un alto rendimiento informático y múltiples sensores como el reconocimiento de rostros y huellas digitales.

Una red más inteligente: los sistemas Android personalizados se comunican con las plataformas de gestión en tiempo real, a través de Internet móvil, lo que hace que la gestión de los sistemas sea más fácil y flexible.

Operaciones en la nube: las terminales bancarias digitales se conectan con los sistemas centrales de un banco a través de redes seguras, habilitadas en la nube, que facilitan la integración de nuevos servicios.

Sensores inteligentes: los terminales inteligentes incluyen una gama de sensores, desde GPS hasta comunicaciones NFC, módulos de cámaras de luz 3D y otros.

Como ocurre con frecuencia, la realidad del mañana puede verse en los patrones que surgen hoy. En la siguiente sección de este informe, mostramos cómo el paso a la banca digital es la consecuencia lógica de las tendencias que han existido por lo menos durante los últimos cinco años, abarcando la banca en línea, las billeteras móviles y el declive de las sucursales bancarias en favor de los servicios totalmente automatizados.

ACTUALIDAD: DE INTERNET A LA BILLETERA DIGITAL

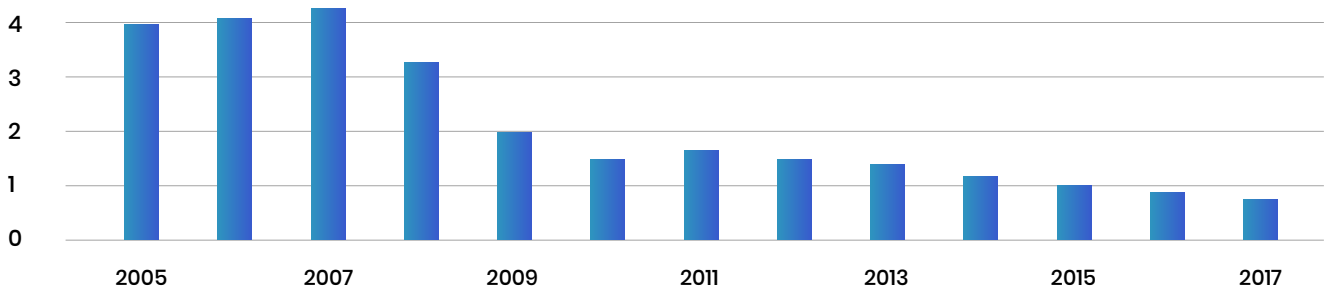
Muchos bancos establecidos en Europa, América del Norte y partes de Asia han tardado en pasar a la banca verdaderamente digital debido a los altos costos de mantener tanto una red de sucursales como tecnologías heredadas anticuadas, algunas de las cuales se remontan al decenio de 1970. No obstante, la tendencia a alejarse de los servicios físicos y acercarse a la digitalización ha sido evidente durante muchos años.

Sucursales

Tomemos, por ejemplo, la situación de las redes de sucursales de los bancos en Europa y América del Norte. Como la población de esas regiones se ha acostumbrado a la banca por Internet, el número de sucursales bancarias en ambas regiones ha disminuido constantemente durante el último decenio:

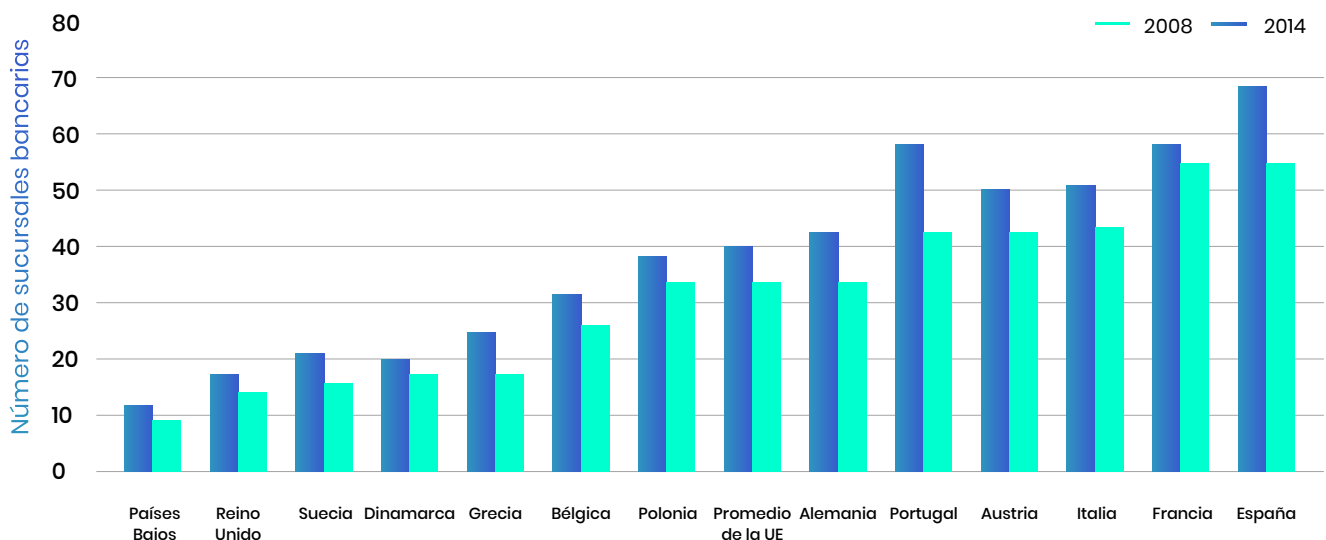
SUCURSALES BANCARIAS EN ESTADOS UNIDOS

Número de sucursales bancarias 000's



LAS DENSIDADES DE LAS SUCURSALES VARÍAN, PERO LOS NÚMEROS ESTÁN DISMINUYENDO EN TODA LA REGIÓN

Número de sucursales bancarias por cada 100.000 habitantes en determinados países de la UE



Fuente: S&P Global Market Intelligence

Las redes de sucursales tienen un costo de mantenimiento elevado, tanto desde el punto de vista de los recursos humanos como del patrimonio inmobiliario. Los cierres han sido la consecuencia lógica de una industria que se esfuerza por ofrecer rendimientos adecuados a sus inversores en los últimos años, manteniendo al mismo tiempo niveles adecuados de prestación de servicios.

En América Latina y África, el número de personas que poseen teléfonos móviles supera con creces el número de personas con cuentas bancarias. Esto hace que ambas regiones sean ideales para la rápida adopción de la banca digital. Un estudio realizado en 2020 por Mastercard⁸ informa que, en toda América Latina, la penetración de cuentas bancarias es del 55% y la de tarjetas de crédito de sólo el 19%, en comparación con la penetración de los teléfonos inteligentes, que es de más del 70%. Del mismo modo, en África, sólo el 34% de la población tiene cuentas bancarias⁹, pero alrededor del 44% tiene teléfonos móviles, de los cuales el 50% son teléfonos inteligentes. En ambas regiones, la banca digital a través de los teléfonos inteligentes es el canal lógico para permitir que poblaciones enteras accedan a los beneficios de una amplia gama de servicios financieros.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"Los clientes se están trasladando hacia la banca online y digital, por lo que la sucursal ha perdido su importancia en algunas comunidades".

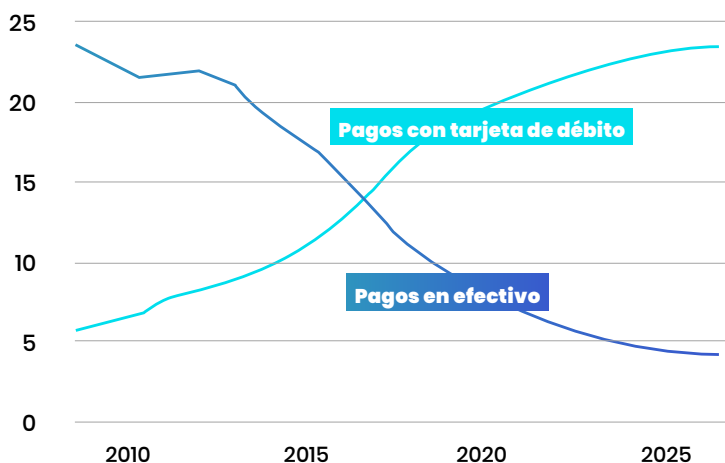
— Ray Davis, Umpqua

Las primeras tarjetas reemplazaron al efectivo...

En los mercados desarrollados, los cierres de sucursales de bancos minoristas se han producido al mismo tiempo que el uso de efectivo ha disminuido drásticamente. Una investigación independiente realizada por Payments Cards y Mobile¹⁰, basada en cifras de los bancos centrales nacionales y del Banco Central Europeo (BCE), sitúa el uso de efectivo en Noruega, por ejemplo, en sólo el 3% de todas las transacciones. Alrededor del mundo, el uso de efectivo ha estado disminuyendo durante 30 años –y el Reino Unido es un ejemplo típico de esto–. Como muestra el gráfico de Finanzas del Reino Unido que aparece a continuación, los pagos con tarjeta superaron al efectivo en 2016 y han seguido creciendo desde entonces:

EFFECTIVO VS TARJETAS DE DÉBITO

Pagos del Reino Unido 2008–2018 y previsiones hasta 2028 (miles de millones)



Fuente: Finanzas del Reino Unido

Se observa un patrón similar en Canadá, Australia, los Estados Unidos y en Europa. De hecho, la situación relativa al efectivo en algunos países de Europa septentrional es ahora tan grave que los gobiernos de Suecia¹¹ y Noruega están considerando la posibilidad de promulgar legislación para garantizar que el efectivo siga existiendo y sea utilizado por los ciudadanos de edad avanzada. En el Oriente Medio y el Levante mediterráneo, el uso de efectivo también está disminuyendo, aunque a un ritmo más lento. Los datos de Cardtronics muestran que se prevé que el uso de efectivo disminuya en un 4% en Turquía y Arabia Saudita en los próximos dos años, reduciéndose a sólo el 20% de todas las transacciones en Turquía y al 34% en Arabia Saudita. Con el uso de efectivo a niveles tan bajos, el siguiente paso lógico es el desplazamiento de las transacciones con tarjeta utilizando las billeteras digitales¹².

⁸ Consultar [el informe completo de Mastercard](#)

⁹ Consultar [el estudio del Banco Mundial](#)

¹⁰ Consultar los anuarios de pagos digitales y de tarjetas de PCM, disponibles en: www.paymentyearbooks.com

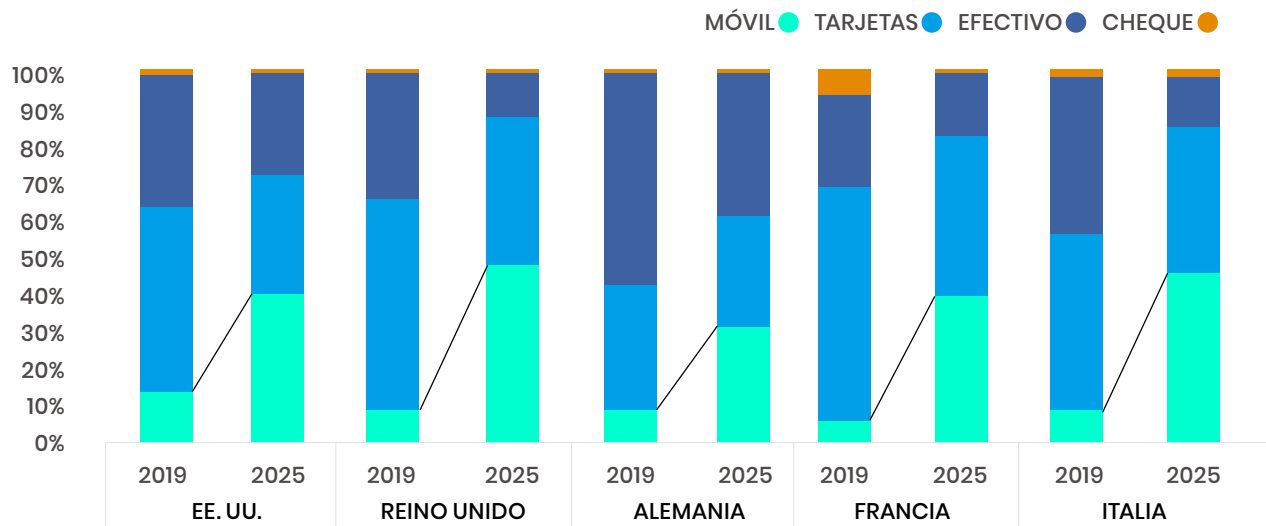
¹¹ Consultar <https://www.cashmatters.org/blog/swedish-government-expected-to-pass-law-requiring-all-banks-to-handle-cash/>

¹² Consultar [el estudio completo de Cardtronics disponible aquí](#)

... y ahora las billeteras están reemplazando a las tarjetas

A pesar de la actual popularidad de las tarjetas, las nuevas investigaciones indican que éstas están dejando de utilizarse rápidamente en favor de las billeteras digitales, los pagos de cuenta a cuenta y otras metodologías de banca digital. El Deutsche Bank (consulte la nota 5 arriba) ha llegado a predecir que las tarjetas de pago constituirán menos de un tercio de todas las transacciones en un plazo de cinco años, mientras que las billeteras digitales aumentarán hasta alcanzar el 35% de todas las transacciones:

COMPRAS SEMANALES EN LAS TIENDAS POR PAÍS EN 2019 Y 2025.



FUENTE: DEUTSCHE BANK The Future of Payments – Part II Moving to Digital

El auge de las tecnologías de la billetera digital se ha producido en los últimos cinco años en un momento en que las empresas en general se han trasladado a Internet, y el comercio electrónico representa ahora el 8% del PIB del Reino Unido, según la E-Commerce Foundation ¹³. Y la crisis de COVID-19 sólo ha aumentado esta tendencia; la investigación de Lightico ¹⁴ muestra que el 63% de los estadounidenses están ahora más dispuestos a pasar a la banca totalmente digital, posterior al inicio del COVID. La investigación de Lightico también sugiere que el 82% de los consumidores estadounidenses ya no quieren asistir personalmente a las sucursales bancarias después de esta crisis. Una historia similar se observa en Europa, donde las redes de procesadores de transacciones europeas informan que las transacciones de billeteras digitales sin contacto han aumentado en más de dos tercios en la primera mitad de 2020 ¹⁵, en comparación con 2019. Asia ha liderado el mundo en el paso a lo digital durante los últimos diez años: según el Mapa de Pagos Globales de McKinsey ¹⁶, los pagos digitales en China representan aproximadamente el 99% del volumen de transacciones no monetarias del país y el 45% de todos los pagos digitales en todo el mundo. Al mismo tiempo, otro estudio de McKinsey muestra que el 80% de los consumidores de los mercados asiáticos desarrollados (China, India y Tailandia, entre otros) están dispuestos a transferir todo o parte de sus otros negocios de servicios financieros a medios exclusivamente digitales, cifra que es igualada por el 50% de los consumidores de los mercados menos desarrollados como Myanmar o Camboya ¹⁷.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"Nunca antes habíamos visto tasas de adopción (de lo digital sin contacto) como esta"

– Robert Hoffman, Jefe de Servicios Mercantiles, Nets

¹³ Consultar <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-uk-to-reach-e200-billion-in-2019/>

¹⁴ Consultar <https://www.americanbanker.com/news/coronavirus-throws-digital-banking-into-the-crucible>

¹⁵ Consultar <https://ibsintelligence.com/ibs-journal/ibs-news/nets-data-reveals-a-rise-in-contact-payments-in-the-nordics-amidst-covid-19/>

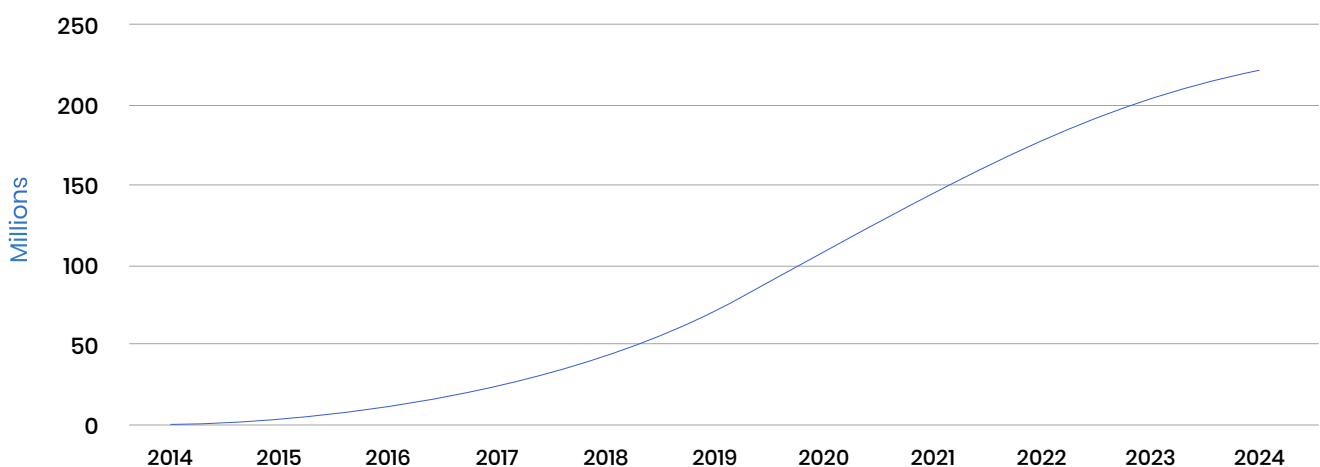
¹⁶ Consultar <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/how-asia-is-reinventing-banking-for-the-digital-age>

¹⁷ Consultar [el informe de McKinsey - Digital Banking in Asia: What do consumers really want?](#)

Billeteras digitales – un fenómeno global

Como mostraremos en la Sección Cuatro, el desarrollo de la banca digital está estrechamente relacionado con el desarrollo de las tecnologías de la billetera digital móvil. Las billeteras digitales son el punto de entrada para una gama más amplia de servicios financieros digitales. Aunque hay diferentes tendencias en el desarrollo y la adopción de las billeteras digitales a nivel mundial (véase el recuadro que figura a continuación), la tendencia mundial es innegable: las billeteras digitales son el futuro de los pagos, como lo demuestran los datos de origen para su adopción y uso. En la actualidad hay más de 150 millones de productos de billetera digital en los Estados Unidos, con una población de poco más de 328 millones de habitantes, según ARK Investment Management, y se prevé que esta cifra supere los 200 millones en 2023:

CRECIMIENTO DEL CLIENTE EN RELACIÓN A LA CARTERA DIGITAL EN EE. UU.



Fuente: Ark Investment Management

Esta pauta de crecimiento se ha repetido en toda África, América Latina y especialmente en Asia, la región que ha liderado el mundo en la adopción de las billeteras digitales, como demuestra la información de Global Market Insights:

MERCADO DE BILLETERA MÓVIL DE ASIA PACÍFICO

Mercado de billetera móvil semicerrado CAGR

(2018–24) > **18%**

Segmento de bancos CAGR

(2018–24) > **17%**

Cuota sectorial de empresas tecnológicas

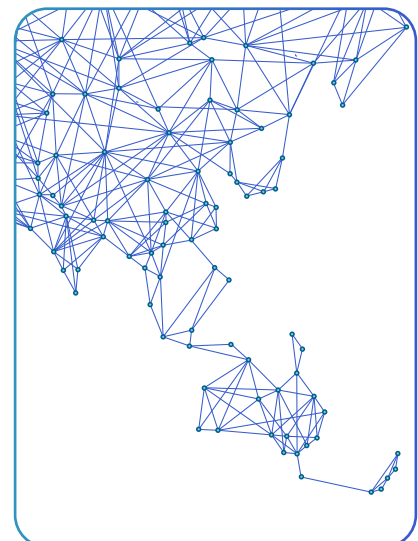
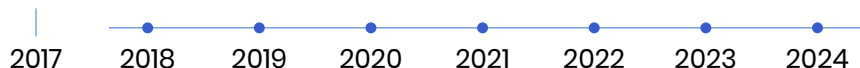
(2017) > **70%**

TCAC de óptica / tecnología de QR

(2018–24) > **17%**

China lidera el mercado en la región Asia-Pacífico, ocupando más del **95%** del mercado en 2017

> **\$35 Miles de millones** CAGR (2018–24): > **20%**



Fuente: Global Market Insights

BILLETERAS ALREDEDOR DEL MUNDO

En las regiones económicamente desarrolladas de América del Norte y Europa, las aplicaciones constituyen el núcleo de la oferta actual de banca digital. Las tarjetas de crédito y las tarjetas de débito para consumidores fuera de línea siguen ocupando un mercado significativo, pero los préstamos y las aplicaciones especializadas en línea han comenzado a aumentar en los países con un buen entorno crediticio, ya que Lendfoundry informó que, en el año 2018, los préstamos entre pares representaron 33.600 millones de dólares sólo en los Estados Unidos. Esta combinación de préstamos en línea y pagos móviles a través de la billetera digital está experimentando un rápido crecimiento entre los millennials en Australia, los Estados Unidos, el Reino Unido, Europa septentrional y otros países.

En Asia y el Pacífico se ha registrado un crecimiento muy acelerado de las billeteras móviles y la banca digital, gracias a los elevados índices de penetración de los dispositivos digitales y a la floreciente innovación financiera, especialmente en el Asia sudoriental en ascenso. China, el Japón, Corea del Sur y otros países de Asia Oriental también mantendrán sus ventajas durante mucho tiempo y ampliarán su desarrollo. En Corea del Sur, por ejemplo, los pagos con tarjeta están siendo absorbidos por las billeteras móviles y los pagos digitales, que han experimentado tasas de crecimiento constantes de más del 150% anual desde 2016. Al mismo tiempo, la microfinanciación y los acuerdos de crédito están siendo promovidos por las empresas más renombradas como Ant Financial y Tencent, que utilizan los historiales de las transacciones para calificar a los consumidores y ofrecerles nuevos productos. Este es un gran ejemplo de cómo las billeteras móviles pueden utilizarse como un primer punto de expansión para una gama más amplia de servicios financieros digitales.

Las billeteras digitales en la región del Medio Oriente y el Asia Meridional han entrado en un período de rápido crecimiento, especialmente en la India, con su gran población y la aplicación de UPI2.0 de los bancos centrales, que dan un gran impulso a su negocio de banca digital. La empresa Paytm de la India, respaldada por la empresa Ant Financial de China, ha visto aumentar el número de usuarios de 25 millones a más de 350 millones en los últimos cuatro años.¹⁸

En África, la digitalización desempeñará un papel importante en la solución de los problemas que plantean la escasa cobertura de los servicios bancarios y el escaso compromiso con la economía formal. Las ventanillas bancarias con POS inteligentes ofrecerán operaciones básicas de apertura de cuentas, transferencia, depósito y retirada de fondos a sectores más amplios de la población africana, y el uso de las billeteras digitales ya está aumentando en las grandes ciudades. La empresa nigeriana OKRA recibió recientemente una inversión de los Estados Unidos para ampliar su papel como primer integrador de API de África entre bancos y fintechs, mientras que la empresa de transacciones digitales con sede en Kenya, mPESA, aumentó sus ingresos en un 12,6% entre 2019 y 2020 hasta alcanzar casi 1.000 millones de dólares.¹⁹ Al igual que Tencent y Ant Financial en Asia, mPESA utiliza ahora la información sobre las transacciones de los consumidores para establecer productos de microcrédito y microfinanciación basados en la puntuación de los créditos. Y este modelo está siendo reproducido en toda África por SafariCom, AirTel y Orange Mobile.

La creciente penetración de los teléfonos móviles en América Latina, junto con el desarrollo de servicios financieros más sofisticados, está dando lugar a un rápido desarrollo de las billeteras digitales, especialmente las vinculadas a las tarjetas. Al mismo tiempo, se espera que el rápido crecimiento de los POS inteligentes en esta región haga que algunos países entren en la era inteligente saltándose directamente los POS tradicionales. A mediados de 2020, la empresa mexicana de pagos en línea Mati anunció que se expandirá a Colombia y el Brasil para dirigirse al 21% de las personas que todavía hacen pedidos en línea, pero pagan en efectivo. Sin embargo, comScore informó que el 58% de las transacciones de comercio electrónico en América Latina se realizan ahora utilizando billeteras digitales móviles, lo que demuestra que las tecnologías de las billeteras están siendo ampliamente aceptadas en la región, especialmente por los consumidores más jóvenes.

¹⁸ Consultar <https://www.ft.com/content/0788d906-1a7b-11ea-97df-cc63de1d73f4>

¹⁹ Consultar <https://www.the-star.co.ke/business/2020-04-29-m-pesa-data-raises-safaricom-revenue-to-sh251-billion/>

La banca digital en acción a nivel mundial



1. En 2016, el Banco Nacional de Abu Dhabi (NBAD) y el First Gulf Bank (FGB) se fusionaron para convertirse en el First Abu Dhabi Bank (FAB) (لوال اي بظوب الكنب), que se convirtió en el mayor banco de los Emiratos Árabes Unidos (EAU).

Los pagos móviles son muy populares en los EAU y han crecido rápidamente en los últimos años, no sólo con el sistema de pago local Beam Pay, sino también con la disponibilidad de Apple Pay y Samsung Pay. Los gigantes de los pagos asiáticos Wechat y Alipay también han entrado en el mercado del país. FAB ha adoptado una gama completa de soluciones de banca digital, incluyendo terminales de puntos de venta inteligentes, plataformas de gestión en nube y aplicaciones de pago que permiten al banco operar de forma más eficiente, cómoda e inteligente. FAB se propone ahora ampliar su cuota de mercado en la banca móvil y digital.

2. El Lesotho Postbank (LPB) de África se constituyó en 2004 como empresa pública y siempre ha llevado a cabo una serie de planes de microfinanciación para aliviar la pobreza, como establecimiento 100% público. Sin embargo, el banco se enfrentaba a una baja tasa de penetración de todos los servicios bancarios y a un alto grado de exclusión financiera a nivel local. Además, los servicios bancarios digitales y móviles han tardado en iniciarse. En 2017, el banco mejoró con éxito su sistema bancario central -Flexcube- e introdujo muchos servicios digitales e inteligentes, como la banca móvil, la banca en línea, las billeteras móviles, las tarjetas bancarias de los comerciantes y la banca de las agencias. Para ayudar a ampliar la gama de servicios bancarios disponibles en el país, el LPB ha abierto más de 500 puntos de venta bancarios en 14 ciudades y pueblos importantes, y también se han establecido sucursales en Sudáfrica. Estos puntos de venta y sucursales han sido equipados con dispositivos inteligentes de puntos de venta que se utilizan para recoger nuevos clientes y validar sus identidades mediante el software e-KYC y sensores inteligentes para el escaneo de huellas digitales y otros factores biométricos.

3. En la India, el Banco FINO tiene la intención de llegar a 50 millones de clientes en los próximos cinco años, y ha optado por fortalecer su red de entrega de última milla con soluciones de banca digital. Estas soluciones digitales hacen posibles los servicios bancarios locales y remotos al agrupar una tableta, un escáner de huellas digitales, un lector de tarjetas, una cámara y una impresora en un solo dispositivo. Este dispositivo puede realizar toda la gama de transacciones bancarias, incluida la apertura de cuentas, los depósitos, los retiros de efectivo, las transferencias de dinero y la compra de productos y servicios financieros como oro, préstamos o seguros. Es interoperable con otros sistemas bancarios y permitirá a los clientes con tarjetas de débito emitidas por otros bancos realizar pagos y retiros en los puntos de venta bancarios de FINO.

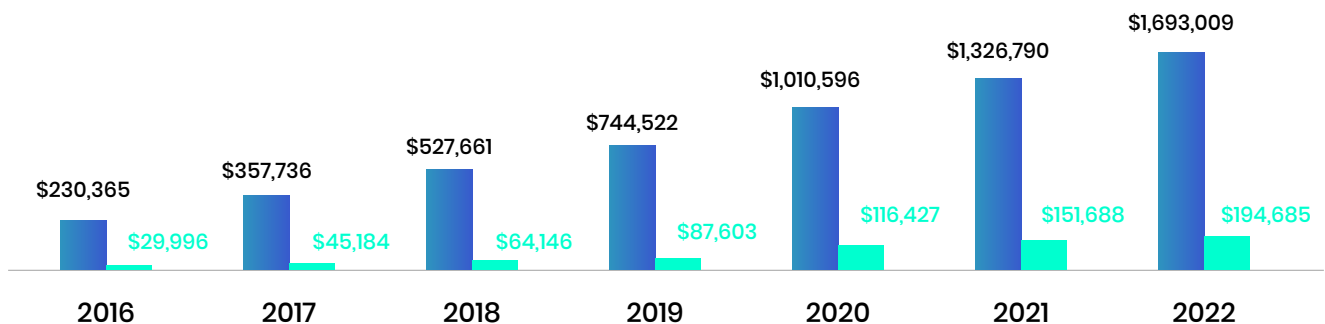
EL BANCO DEL MAÑANA: LA BILLETERA EVOLUCIONA

El desarrollo de la banca digital está estrechamente relacionado con el del mercado de billeteras móviles, ya que éstas son el punto de entrada para que los bancos digitales lleguen a los usuarios y una importante interfaz para la prestación de una gama más amplia de servicios financieros al consumidor.

Como lo hemos demostrado, las billeteras móviles están creciendo tanto en número como en uso. Los siguientes gráficos de Juniper Research ²⁰ y e-Marketer, Inc. ²¹ muestran más de 1,6 billones de dólares en transacciones de billeteras móviles en todo el mundo para el 2022, y más de 1.310 millones de billeteras, en otras palabras, casi una billetera por cada cuatro personas en la Tierra, y alrededor del 42% de todos los usuarios de teléfonos inteligentes.

GRÁFICO A - VOLUMEN DE TRANSACCIONES DE LA BILLETERA MÓVIL

(millones de dólares) EE.UU. vs el mundo entero

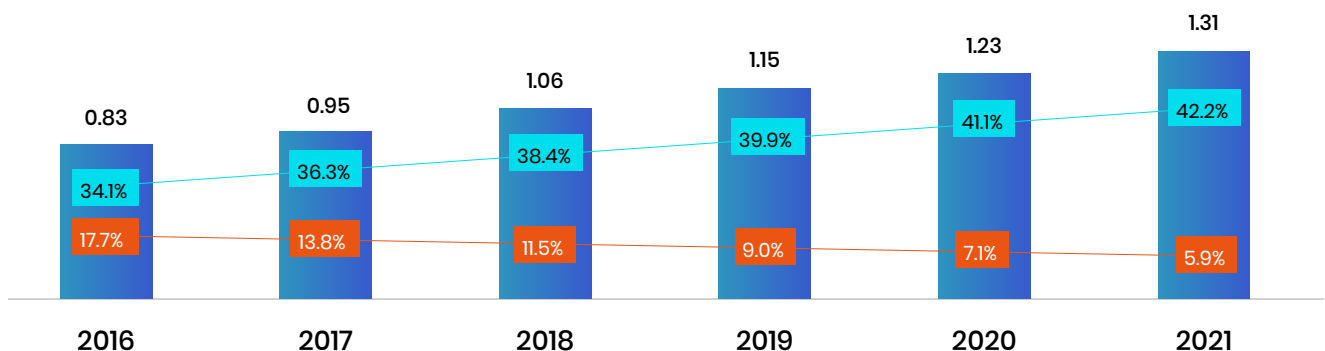


Fuente: Juniper Research

GRÁFICO B - NÚMERO DE BILLETERAS MÓVILES EN TODO EL MUNDO PARA 2022

¿Cuántas personas en todo el mundo utilizan los pagos móviles por proximidad? 2018-2023
miles de millones, % de cambio y % de usuarios de teléfonos inteligentes

USUARIOS DE PAGOS MÓVILES POR PROXIMIDAD ● % DE CAMBIO ● % DE USUARIOS DE TELÉFONOS INTELIGENTE ●



Fuente: eMarketer

²⁰ Consulte <https://www.paymentscardsandmobile.com/the-future-of-us-mobile-payments/>

²¹ Consulte <https://www.emarketer.com/content/global-mobile-payment-users-2019>

DE LA BILLETERA MÓVIL AL BANCO DIGITAL

Existe una clara vía de desarrollo, que va desde el uso de billeteras móviles hasta la prestación de servicios bancarios totalmente digitales. Esto se puede caracterizar en cuatro etapas de desarrollo, como se indica a continuación:

1. Las aplicaciones de billetera móvil sustituyen a los pagos en efectivo, y se convierten en la aplicación financiera que se instala y abre con mayor frecuencia. En esta fase, los bancos descubren que pueden llegar a los usuarios de manera más eficaz a través de su billetera móvil que a través de otros canales.
2. Las transferencias bancarias y el pago de comisiones y facturas se han generalizado a medida que las billeteras móviles se vinculan a las tarjetas bancarias o a las tarjetas bancarias digitales emitidas como billeteras móviles.
3. A medida que aumenta la tasa de penetración de los pagos por teléfono móvil en el escenario de consumo general, se desarrollan gradualmente los servicios financieros para el consumidor que utiliza billeteras móviles como su núcleo bancario. Los bancos ofrecen a los consumidores programas de pago de cuotas, pago de facturas, microcréditos y programas de fidelidad a través de las billeteras móviles.
4. Los servicios de seguros e inversiones también se pueden obtener a través de las billeteras móviles a medida que aumenta la familiaridad y la confianza de los consumidores en el uso de la billetera como núcleo de su experiencia bancaria. En ese momento, la billetera se convierte en la "sucursal bancaria" virtual, disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año para la prestación de una amplia gama de servicios digitales.

El paso de las billeteras móviles a la banca totalmente digital va a tener efectos de gran alcance, entre ellos el de permitir que quienes no tienen suficiente acceso a los servicios financieros ingresen en el sistema bancario, un mercado que Accenture estima con un valor de unos 380.000 millones de dólares al año.²² Y ese mercado tampoco se limita a las economías en desarrollo: el Foro Económico Mundial estimó en 2018, que el 20% de la población de los Estados Unidos²³ no tenía acceso a los bancos o contaban con un acceso insuficiente a ellos. Para aprovechar estas nuevas oportunidades, los bancos van a tener que cambiar completamente la forma de pensar de sus sistemas actuales. No sólo hay una gran cantidad de nuevas oportunidades disponibles: a medida que el mundo se mueve cada vez más en línea, las expectativas de los clientes en cuanto a velocidad y flexibilidad en la prestación de servicios bancarios están creciendo todo el tiempo.

"Las expectativas de los clientes en cuanto a velocidad y flexibilidad crecen todo el tiempo".

Aprovechar las oportunidades que ofrece la banca digital significa más que tener una bonita aplicación para comprobar el saldo o transferir fondos entre cuentas. Mediante las soluciones de banca digital, los bancos pueden ahora establecer microrredes rápidamente, y a bajo costo, formando nuevas redes de servicios con amplia cobertura tanto en entornos físicos como en línea. Mediante el uso de soluciones de banca digital, es posible vincular los servicios de pago basados en las tarjetas bancarias tradicionales con las billeteras de los móviles, haciendo que la tarjeta en sí sea una cosa del pasado. Ya sea utilizando los servicios de NFC sin contacto, pagos con códigos QR, identificación de huellas digitales o reconocimiento facial, como método de pago, la banca digital va a mejorar la seguridad y la velocidad de los servicios de pago a un coste menor para todas las partes.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"Estamos siendo testigos de la destrucción creativa de los servicios financieros, reorganizándolos en torno al consumidor. Quien pueda hacer esto de la manera más emocionante utilizando las tecnologías digitales ganará".

— Arvind Sankaran, Venture Capitalist

²² Consulte <https://newsroom.accenture.com/news/banks-have-a-380-billion-market-opportunity-in-financial-inclusion-accenture-and-care-international-uk-study-find.htm>

²³ Consulte <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/the-worlds-unbanked-in-6-charts>

Los banqueros se preparan

"Ahora es el momento adecuado para que los bancos se pongan al día y ofrezcan a los clientes una experiencia superior".

Varias empresas asesoras han publicado estudios ampliamente valorados en el sentido de que la mayoría de los bancos occidentales simplemente no están preparados todavía para aprovechar las oportunidades que ofrece la verdadera banca digital. Por ejemplo, CapGemini y el World FinTech Report 2020 de la EFMA ²⁴ señalan que los bancos tradicionales todavía pueden prosperar en el mercado actual si adoptan un modelo de plataforma abierta totalmente digital. Sin embargo, la brecha entre lo que los clientes esperan y lo que ofrecen los bancos tradicionales nunca ha sido tan grande, siendo ahora el momento adecuado para que los bancos se pongan al día y ofrezcan la mejor experiencia al cliente. Como se demuestra ampliamente en este informe, y lo confirman los asesores de McKinsey a Deloitte, entre otros, los bancos de Asia y el Medio Oriente están liderando ahora el impulso hacia la banca digital. Como resultado, el hecho de que algunos bancos occidentales no hayan pasado rápidamente a un modelo totalmente digital, los ha puesto en peligro de desintermediación, con la Gran Tecnología y los nuevos bancos exclusivamente digitales centrados en el ámbito internacional mostrando su habilidad para ganarse a los clientes.

Específicamente, los bancos deberían invertir en las nuevas arquitecturas tecnológicas como los terminales inteligentes de seguridad y la computación en la nube. Se trata de un cambio notable con respecto a la inversión en TI realizada por los bancos hasta la fecha, que ha consistido principalmente en dar soporte a sus sistemas heredados y en proyectar los servicios existentes en un entorno digital.

"Lo que antes sólo era posible en una sucursal –y más– será posible en cualquier lugar, en cualquier momento".

Las ventajas naturales en materia de costos y la flexibilidad comercial inherentes a la prestación de servicios totalmente digitales, no sólo reducen el umbral de inversión para permitir la expansión de la red digital de un banco, sino que también ayudan al banco a innovar. Las principales ventajas de los bancos digitales desde el punto de vista de la red, el hardware y el software, son las siguientes:

1. Terminales más livianas. La interfaz física entre un banco y sus clientes ya no es una sucursal o un teléfono. En su lugar, se convierte en una red de terminales inteligentes con una protección de seguridad de grado militar, un alto rendimiento de procesamiento de datos y la habilidad de detección múltiple. Estas terminales ya no tienen un costo alto y de un solo uso como lo tiene la actual generación de terminales de punto de venta. En la nueva red, las terminales son de uso múltiple y altamente competentes. Esto ofrece un mejor servicio a los consumidores y resulta más barato para los bancos.

2. Redes más inteligentes. Para mejorar la seguridad y la gestión operativa, se están adoptando sistemas Android personalizados en las terminales inteligentes utilizadas para los servicios bancarios digitales. Las terminales inteligentes pueden comunicarse con la plataforma de gestión de la nube en tiempo real a través de la Internet móvil. Además de una supervisión eficaz del funcionamiento de los equipos en tiempo real, los servicios pueden incluirse en una lista negra y blanca, y la disponibilidad del servicio puede ajustarse instantáneamente. El mantenimiento a distancia y la actualización en línea también se pueden llevar a cabo mediante la adquisición a distancia, lo que reduce la necesidad de personal in situ y los costos generales de mantenimiento, así como la inteligencia general de la red.

3. Servicios de la nube. Los procesos de negocios y los sistemas de procesamiento se ejecutan en la nube a través de una red segura. El sistema está conectado con el frente de negocios original del banco o con el sistema central de negocios a través de la nube. Los servicios en la nube proporcionan una rica combinación de funciones para negocios innovadores, y pueden ser fácilmente integrados con varios tipos de sistemas de negocios.

²⁴ Consulte <https://www.capgemini.com/ca-en/news/world-fintech-report-2020/>

4. Sensores inteligentes. Se puede instalar una amplia gama de sensores en la terminal inteligente, como GPS, sensores NFC, cámaras de luz estructurada tridimensional, sensores de infrarrojos y cámaras de alta definición. También pueden instalarse lectores biométricos como los escáneres de huellas digitales; estos sensores permiten adquirir información importante "en directo" tal como la identidad del usuario, las licencias y otros documentos, verificación de la identidad y análisis de datos realizados mediante servicios de inteligencia artificial basados en la nube. Lo que antes era posible en una sucursal será posible -y más- en cualquier lugar, en cualquier momento.

UN FUTURO TOTALMENTE DIGITAL: CÓMO FUNCIONARÁN LOS BANCOS EN 2025



Cómo prepararse

Para prepararse para esta revolución, los bancos deberían preguntarse si sus sistemas de banca digital están preparados para lo siguiente:

"Conozca a su cliente" (KYC) y servicios de apertura de cuentas. En la actualidad, las estrategias de incorporación digital de los bancos están abiertas al abuso, ya que CipherTrace informa de que hasta el 50% de las cuentas abiertas en línea ²⁵ son objeto de fraude en los primeros doce meses después de su apertura. Los bancos deberán encontrar medios más potentes –y más rápidos– para verificar la identidad de los clientes. Y esto comienza con la forma en que capturan y se comprometen con los clientes tanto en línea como en el mundo físico.

Servicios de depósito, retiro y remesas de dinero en efectivo. Actualmente, las sucursales de banco se están quedando atrás. En Europa, el número total de sucursales bancarias ha disminuido alrededor del 5,6%, o 10.000 sucursales, sólo en el último año, según el Banco Central Europeo (BCE) ²⁶. Como ya hemos comentado anteriormente, es muy probable que los consumidores de África y América Latina pasen de tener cero relaciones bancarias a realizar sus negocios bancarios únicamente a través del canal móvil. En la actualidad y en el futuro, los clientes buscan combinar los servicios bancarios con otras actividades minoristas. Ya hemos visto cambios drásticos en los servicios de remesas, con la presión de los consumidores para que reduzcan los plazos de liquidación y las comisiones: a medida que los pagos instantáneos se hagan realidad, esta presión se intensificará en todo el mundo. Según los datos de xpressmoney, las remesas pueden representar hasta el 15% del PIB total de algunos de los países africanos más pobres, y las empresas internacionales están dedicando el 40% de todas las inversiones en servicios financieros en África a mejorar la velocidad y reducir el costo de las remesas. ²⁷

Los clientes de pagos de valor añadido (servicios municipales/seguros) buscarán soluciones de un solo clic o pulsar, que les permitan pagar servicios como los impuestos locales y los seguros utilizando una identificación digital verificada. Una vez más, esto va más allá de los débitos directos de las cuentas corrientes y se parece más a un pago omnicanal – en cualquier momento, en cualquier lugar, desde cualquier lugar – en lugar de un débito preseleccionado.

Billetera móvil y pagos, programas de lealtad. Los pagos con billetera móvil son la ola del futuro, y representarán hasta el 35% de todos los tipos de pagos (incluido el efectivo) para 2025, según un estudio reciente del Deutsche Bank (q.v.). A medida que las billeteras se vayan generalizando, los consumidores esperarán ver los pagos en la billetera vinculados a programas de lealtad, tanto del banco como del minorista, que recompensen tanto la actividad en línea como en el mundo físico.

La Inteligencia Artificial (IA) y el Aprendizaje Automático (ML) se aplican a los servicios financieros de consumidores y empresas. En la actualidad, usted puede estar usando IA y ML hasta cierto punto en sus operaciones antifraude. Pero a medida que los consumidores se vuelven más sofisticados y sus expectativas crecen, su plataforma bancaria debería ser capaz de apoyar el aprendizaje automático impulsado por la comprensión del comportamiento de los consumidores, así como la adaptación de los productos y servicios para satisfacer las necesidades de cada cliente.

Adquisición de comerciantes y conciliación. Por último, a medida que aumenten las expectativas de los consumidores, los comerciantes querrán tener acceso a la información sobre las transacciones de los clientes ricos, y a la liquidación de transacciones y la conciliación de cuentas en tiempo casi real. El procesamiento al día siguiente no va a reducirlo, como tampoco lo hará el manejo manual de consultas o los archivos de transacciones con poca información. Tomar cuatro días para liquidar una transferencia de dinero internacional no es una opción: sus plataformas deben estar preparadas para un nuevo mundo de entrega instantánea en cualquier lugar del mundo, tanto para los consumidores como para los comerciantes.

²⁵ Consulte [el informe de Ciphertrace](#)

²⁶ Para acceder al almacén de datos del BCE, visite: <https://sdw.ecb.europa.eu/>

²⁷ Consulte <https://www.xpressmoney.com/blog/industry/africa-remittance-outlook-for-2019/>

2025 – UNA VISIÓN DIGITAL

Qurate Business Intelligence es sólo una de las muchas organizaciones de investigación que predicen que el mercado de la banca digital se duplicará en los próximos cinco años de 3.300 millones de dólares a 7.200 millones de dólares, para una tasa de crecimiento compuesto del 10,47%. Los factores que rodean esta tasa de crecimiento incluyen el impacto de COVID-19 en los pagos, el creciente uso de soluciones blockchain y monedas digitales en los servicios financieros y sobre todo, la demanda de los consumidores de productos bancarios más rápidos y más baratos que puedan ser entregados donde y cuando los consumidores los necesiten.

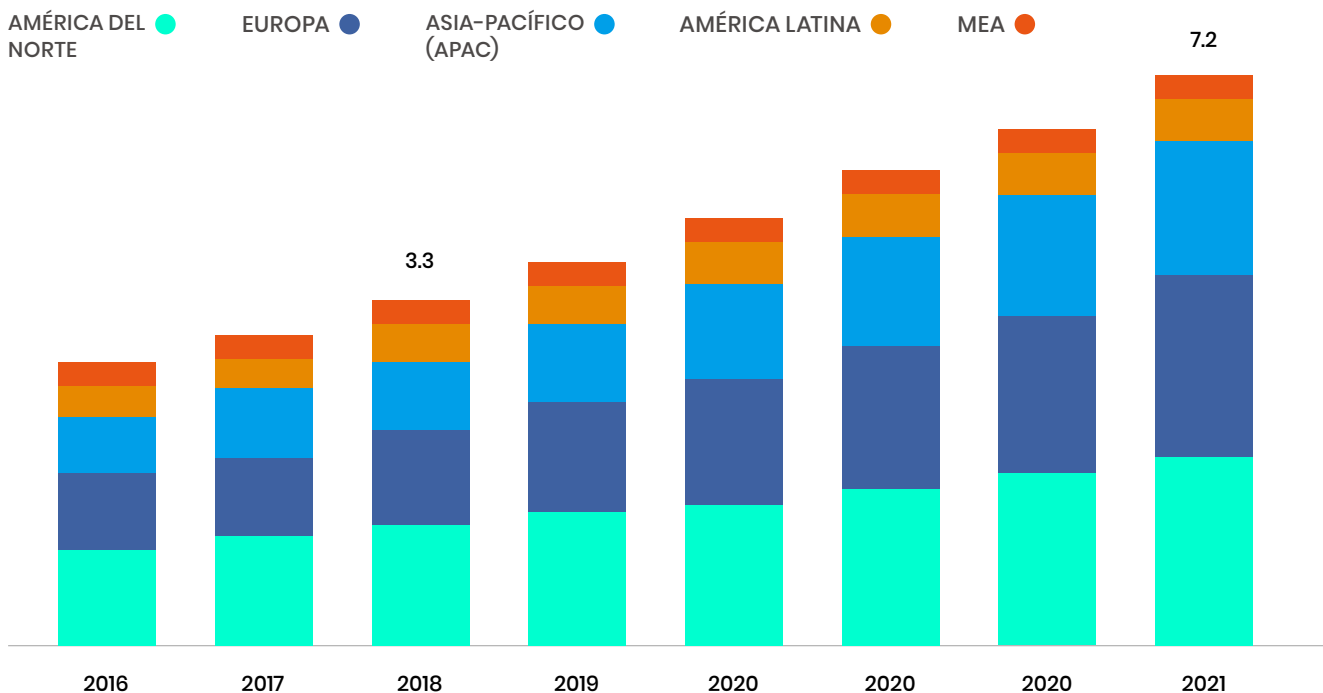
OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"La banca tiene que funcionar cuando y donde la necesite. El mejor consejo y el mejor servicio ocurre en tiempo real, se basa en el comportamiento del cliente, utilizando los principios del Big Data, la movilidad y la ludificación".

— BRETT KING, CEO, Moven

MERCADO DE PLATAFORMAS BANCARIAS DIGITALES

Por región, 2016–2025 (en miles de millones de dólares)



Fuente: PCM Research

El impacto del COVID-19

"Los impulsores de la banca digital se han intensificado desde la crisis del COVID-19".

El impacto del COVID-19 en la economía mundial es grave y de gran alcance. Los factores a los que nos hemos referido como impulsores de la banca digital se han intensificado, desde el comienzo de la crisis. Por ejemplo, el uso de las billeteras digitales, que vemos como el principal impulsor de las futuras relaciones de la banca digital, ha explotado desde el inicio de la crisis en marzo. Las descargas de aplicaciones para billeteras en el Reino Unido aumentaron en 200.000 cada día, a medida que los consumidores se acostumbraron a acceder a los servicios bancarios y a pagar con su móvil. Cabe destacar el hecho de que las descargas de aplicaciones bancarias en el Reino Unido aumentaron un 5% entre los mayores de 55 años, tradicionalmente el segmento con mayor resistencia a la banca digital. A nivel mundial, Cap Gemini confirma esta tendencia, informando que el uso de billeteras digitales ha aumentado en un 65% entre los mayores de 65 años; mientras que en Suecia, el grupo de mayores de 55 años ha utilizado la solución de pago móvil del país en un 50% más desde el comienzo de la crisis. En América Latina, la penetración de las billeteras móviles alcanzó alrededor del 8% el año pasado, según eMarketer. Para 2023, eMarketer prevé que esta penetración se duplicará con creces hasta el 17,2%.²⁸

A medida que el impacto inicial del virus retrocede, el mundo se enfrenta ahora a una enorme recesión económica. Se prevé que el PIB sólo en los Estados Unidos haya caído más de la mitad en el segundo trimestre de 2020, según la Reserva Federal de Atlanta en junio de 2020.²⁹ En Asia, el Banco Mundial predice³⁰ que el crecimiento caerá a -5% en los mercados más afectados, siendo China la menos afectada al desacelerarse al 1% de crecimiento para 2020. A medida que la economía mundial se recupere, estará más centrada en los negocios en línea que antes, y veremos un intenso enfoque en la banca digital.

EL ECOSISTEMA DE LA BANCA DIGITAL

Los gigantes de la tecnología como **Google** y **Amazon** están ganando hasta el

50% de los
1,35 BILLONES

de dólares en ingresos de **servicios financieros de los EE.UU.** de los bancos tradicionales.

Fuente: Business Insider

Para **2021** los **presupuestos de TI** de los bancos mundiales **aumentarán a**

297.000 MILLONES DE DÓLARES

35% de todos los ingresos de los bancos podrían estar en riesgo por los competidores más expertos en tecnología tan pronto como el año 2020

Se espera que la **banca móvil** crezca a una **TASA DE CRECIMIENTO COMPUESTO ANUAL (TCCA) de 2,83%** entre **2019 y 2024**

Sin embargo, en primer lugar, la economía mundial tendrá que hacer frente a la mayor recesión que ha enfrentado en 200 años. Para los bancos, esto significará ahorrar costos y reducir el número de sucursales físicas ineficientes, acelerando el paso a lo digital que, como lo hemos demostrado, ha estado en desarrollo durante mucho tiempo. La necesidad de realizar ahorros de costos y hacer más eficientes los presupuestos de TI creará nuevas oportunidades para los mostradores digitales y los puntos de venta bancarios.

²⁸ Consulte <https://www.emarketer.com/content/latin-america-mobile-payment-users-2019>

²⁹ Consulte <https://www.frbatlanta.org/cqer/research/gdpnow>

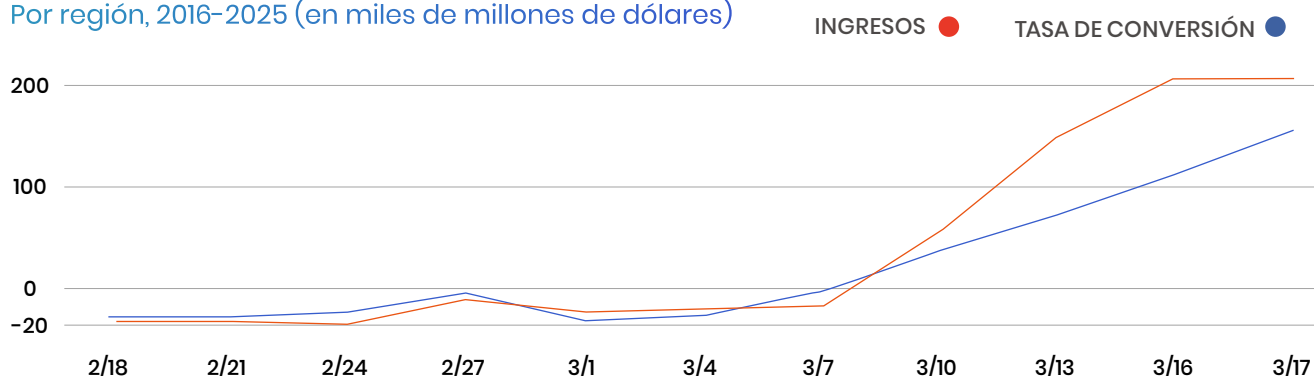
³⁰ Consulte <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33477>

En línea es la nueva normalidad

Como resultado de COVID-19, la banca digital está ahora conectada con el comportamiento de los consumidores. Según CapGemini (q.v.), la banca digital es utilizada de alguna manera por el 60% de la población bancaria del mundo, y sólo el 22% de los consumidores de los EE.UU. tienen la intención de volver a las sucursales físicas después de COVID. El comercio electrónico también se ha disparado, con la empresa canadiense de seguridad de pagos en línea PaySafe estimando que el 22% de todos los consumidores mundiales probaron el comercio electrónico por primera vez en los tres meses hasta junio de 2020.³¹

LOS INGRESOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO AUMENTARON MÁS DEL 200% EN LA PRIMERA SEMANA DE COVID-19

Por región, 2016-2025 (en miles de millones de dólares)



Fuente: Big Commerce Research

A medida que el comercio electrónico se integre en el comportamiento de los consumidores, los usuarios se acostumbrarán a realizar más operaciones bancarias a través de canales en línea y móviles. Los servicios bancarios digitales se convertirán gradualmente en un importante punto de crecimiento de las operaciones bancarias. A nivel mundial, la adopción de FinTechs está mucho más extendida en Asia y en las economías en desarrollo, en comparación con los países occidentales -como demuestran los datos del Global FinTech Adoption Index 2019 de E&Y-:³²

ADOPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE TECNOLOGÍA FINANCIERA ENTRE LOS USUARIOS DE INTERNET EN ALGUNOS PAÍSES, MARZO DE 2019

% de encuestados en cada grupo

China	87%	Chile	66%
India	87%	Brasil	64%
Rusia	82%	Alemania	64%
Sudáfrica	82%	Suecia	64%
Colombia	76%	Suiza	64%
Perú	75%	Australia	58%
Países Bajos	73%	España	56%
México	72%	Italia	51%
Irlanda	71%	Canadá	50%
Reino Unido	71%	Estados Unidos	46%
Argentina	67%	Bélgica y Luxemburgo	42%
Singapur	67%	Francia	35%
Corea del Sur	67%	Japón	34%
En todo el mundo	64%		

³¹ Consultar [el blog de desarrollo](#)

³² Fuente: <https://middleeast-business.com/the-state-of-digital-banking-in-2020/>

Reubicando el banco

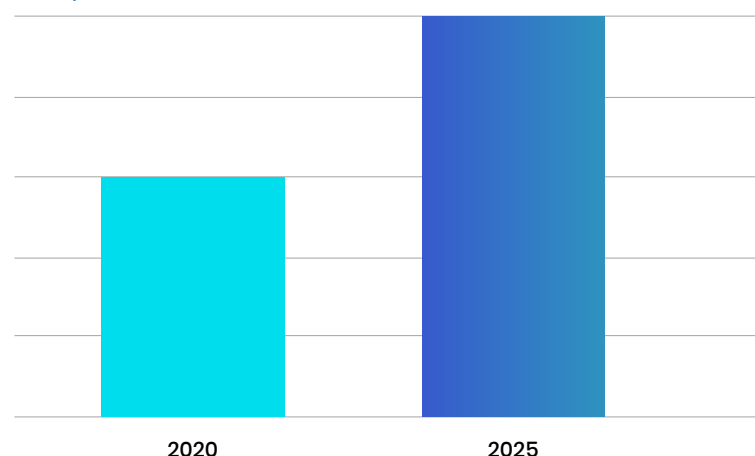
Por último, y a pesar de la crisis actual, ya se están adoptando medidas para que los países acorten sus cadenas de suministro y mejoren la supervisión de sus instituciones financieras.³³ Como resultado del COVID, los países prestarán más atención a su independencia económica y a sus fronteras nacionales. Parte de este cambio significará que la supervisión nacional y la gestión local de las instituciones financieras serán objeto de un mayor escrutinio. Creemos que es probable que esto conduzca a un aumento de la inversión local en tecnologías financieras, y que el desarrollo de la banca digital sea alentado por los gobiernos, para mejorar la competitividad nacional y obtener beneficios económicos.

Blockchain y las monedas digitales -otros impulsores-

La creciente adopción de las blockchains y monedas digitales será un factor adicional en el crecimiento de la banca digital. Transparency Market Research publicó nuevos datos en marzo de 2020, en los que se predice que el mercado mundial de criptomonedas alcanzará los 6.700 millones de dólares a finales de 2025,³⁴ cifra que representa un crecimiento compuesto de alrededor del 30% anual en el decenio 2016-2025, con un crecimiento del 8,3% anual entre 2020 y 2025.

CRECIMIENTO DE LA MONEDA DIGITAL, 2020-2025

Resumen del mercado – Tasa de crecimiento compuesto anual (TCCA) 8.3%



OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"El blockchain tiene el potencial de aportar un gran valor en los servicios financieros, desde la financiación del comercio hasta los pagos y la liquidación de valores".

— John McLean, CTO Global Blockchain Systems, IBM

Fuente: Mordor Intelligence

A medida que las monedas digitales crecen en popularidad, los usuarios buscarán soluciones de banca digital que hagan las conversiones entre las monedas fiduciarias y las monedas digitales más rápidas, fáciles y baratas. Del mismo modo, el actual crecimiento de las soluciones de blockchain relacionadas con los servicios financieros mejorará aún más la velocidad y la eficiencia de los productos de la banca digital, especialmente en ámbitos como las transferencias internacionales de dinero y las compras de inversiones, en los que los largos plazos de liquidación han sido durante mucho tiempo una fuente de frustración para los consumidores. En un estudio de 2019, McKinsey³⁵ estimó que la aplicación de blockchains a los pagos transfronterizos podría ahorrar a los bancos 4.000 millones de dólares al año y acelerar los tiempos de liquidación para los consumidores significativamente.

³³ Consulte <https://www.pwc.com/us/en/library/covid-19/supply-chain.html>

³⁴ Consulte: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/cryptocurrency-market>

³⁵ Consulte: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/blockchain-and-retail-banking-making-the-conexión>

Los beneficios de la banca digital en 2025

Para 2025, esperamos que las soluciones de banca digital predominen en todo el mundo. Los bancos habrán revolucionado sus estrategias de captación de clientes y mejorado la satisfacción de los mismos, al tiempo que reducirán los costos generales tanto para los propios bancos como para sus clientes.

Incorporación simplificada

Utilizando terminales remotas equipadas con sensores, los bancos pueden facilitar la incorporación a los clientes, así como a los empleados, a través de un proceso totalmente móvil que es habilitado por tecnologías avanzadas. Por ejemplo, al abrir una nueva cuenta, se pide a un solicitante que proporcione una gran cantidad de documentos, como pruebas de identificación, prueba de empleo, dirección. Con la ayuda de las tecnologías modernas, es posible permitir que sus clientes carguen estos documentos utilizando su teléfono inteligente, y los datos extraídos pueden ser procesados y actualizados automáticamente en los sistemas del banco, ahorrando tiempo y reduciendo la complejidad. Los documentos de identidad pueden ser verificados mediante sofisticadas tecnologías de detección en terminales independientes y confirmados a través de una comunicación súper rápida 5G en la nube.

Servicio completo de banca 24/7 –desde cualquier lugar–

"Los clientes de la banca digital tienen el doble de probabilidades de comprar nuevos productos financieros de sus bancos digitales que los clientes no digitales". – Backbase

Más allá de los cajeros automáticos siempre abiertos y del acceso a la información de las cuentas y las operaciones de transferencia simples a través de la banca por Internet, los clientes podrán acceder a una amplia gama de servicios financieros las 24 horas del día, los 7 días de la semana, sin necesidad de hacer largas filas. La banca digital a través de aplicaciones móviles hace que sea conveniente realizar operaciones bancarias en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que aumenta significativamente la experiencia del cliente. El auge de la banca digital también mejorará el servicio al cliente con la introducción de canales de asistencia al cliente en tiempo real, como el chat en vivo y la navegación conjunta, que es muy eficaz para la resolución de consultas.

Con la aplicación de mejores técnicas de inteligencia artificial y de aprendizaje automático, será posible analizar rápidamente los datos de los clientes solicitantes de hipotecas, así como su comportamiento financiero en el pasado, para determinar la probabilidad de impago y decidir el destino de su solicitud de forma instantánea. Asimismo, las inversiones se comprarán, y se confirmará la liquidación, en tiempo casi real –desde cualquier lugar–. Las investigaciones de Backbase ³⁶ han demostrado que los clientes con un alto grado de participación digital tienen el doble de probabilidades que los clientes no digitales de adquirir nuevos productos financieros de su banco digital, y que poseen 4,4 productos de su banco digital en promedio, en comparación con 2,7 productos para clientes no digitales.

Ahorro de costes

La introducción de la automatización en diversos procesos puede reducir los costos y racionalizar los procesos operativos para ofrecer más valor a los clientes. La digitalización también reduce los gastos generales y los gastos de personal, que se pueden trasladar a los clientes en forma de comisiones reducidas. Algo tan sencillo como intercambiar los extractos de papel por extractos electrónicos puede ahorrar tiempo, dinero y también cuidar el medio ambiente. La investigación de Backbase citada en la página anterior también afirma que los costos de incorporación por cliente pueden reducirse de 300 dólares/cliente en promedio a menos de 100 dólares, lo que representaría un ahorro de costos de más de 10 millones de dólares por año para un banco que adquiere 52.000 nuevos clientes, y esto es sólo en un área de operaciones.

³⁶ Consulte: https://www.fintechfutures.com/files/2018/10/Backbase_The-ROI-of-Omni-channel_Whitepaper-2.pdf

Mayor personalización

Los clientes no quieren ser tratados como números, sin embargo esperan servicios personalizados que puede lograrse mediante la recopilación y el análisis de datos utilizando la inteligencia predictiva y otros algoritmos de aprendizaje automático, que apuntan a las operaciones bancarias digitales del usuario. Con los nuevos avances en el campo del procesamiento del lenguaje natural (PNL), los asistentes digitales también podrán ocuparse de tareas más complicadas en el futuro, como la renovación del seguro del automóvil. Según el Boston Consulting Group, la próxima oleada de lo que se conoce como "hiperpersonalización" añadirá un 10% a los ingresos de los bancos que gestionen este proceso con éxito. ³⁸

HECHO CLAVE – En una encuesta de PwC, ³⁷ el 90% de los banqueros dijo que la necesidad de reducir los costos hizo de las nuevas tecnologías una prioridad – pero sólo el 27% sentía que su banco estaba haciendo lo suficiente en la actualidad.

Automatización del proceso

McKinsey informa ³⁹ que los bancos pueden automatizar hasta un tercio de sus procesos, a través de implementaciones de tecnología inteligente que reducen los costos, ya han dado un paso en esta dirección con su plataforma de automatización basada en datos, COIN. Chase's Coin funciona con una red privada de nubes y utiliza documentos complicados. JP Morgan informa que la plataforma sólo tarda unos segundos en terminar tareas repetitivas que antes tardaban hasta 360.000 horas en completarse.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"La personalización a escala es un enfoque del siglo XXI sobre lo que la banca ha perdido: la capacidad de conocer verdaderamente a los clientes, anticipar sus necesidades y fomentar una lealtad que puede durar toda la vida".

– Boston Consulting Group.

³⁷ Consulte: <https://www.afme.eu/News/Press-Releases/Details/gfma-and-pwc-identify-global-technology-and-innovation-trends-and-challenges-for-investment-banks>

³⁸ Consulte: <https://www.bcg.com/publications/2019/what-does-personalization-banking-really-mean.aspx>

³⁹ Consulte: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-transformative-power-of-automation-in-banking>

Prepare su banco para el futuro digital

Un informe de PwC, The Future Shape of Banking, ha predicho que el banco tal y como lo conocemos hoy en día podría haber desaparecido para el año 2025 ⁴⁰. A pesar de ello, hay amplias pruebas de que los bancos de América del Norte y Europa todavía no han emprendido los cambios fundamentales necesarios para equipar su banco para la era digital revolucionando no sólo sus canales de clientes, sino también sus planteamientos en materia de hardware y software.

OBSERVACIÓN DE LOS EXPERTOS

"Los avances tecnológicos desafiarán los modelos de negocio de los bancos y el cambio fundamental es inevitable".

— Miles Kennedy, socio de servicios financieros en PwC

LAS ETAPAS DEL DESARROLLO DE LA BANCA DIGITAL

Visión general de la progresión digital



Fuente: Celent, inc.

Si muchos bancos del Medio Oriente, Asia y África están avanzando hacia la cuarta etapa de adopción digital -"Digital Avanzado"- en el modelo anterior, entonces estimamos que los bancos más avanzados de Europa y América del Norte se encuentran entre la etapa dos ("Adopción Digital") y la etapa tres ("Digital Básico"). Para mantener su competitividad y sobrevivir a la actual etapa revolucionaria de desarrollo de la banca digital, los bancos occidentales deberían acelerar su paso a lo digital invirtiendo en la infraestructura adecuada para el futuro digital.

⁴⁰ Consulte: <https://www.pwc.com/im/en/publications/assets/pwc-the-future-shape-of-banking-v4.pdf>

NOTAS Y REFERENCIAS

- ¹ "Bank 3.0", by Brett King: <https://www.amazon.ca/Bank-3-0-Banking-Somewhere-Something/dp/1118589637>
- ² Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2017/07/banking-unbanked.html>
- ³ CapGemini, Banking Is Essential, but what about Banks? <https://www.capgemini.com/2019/06/banking-is-essential-but-what-about-banks/>
- ⁴ Deloitte, Digital Banking Benchmark Study: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/financial-services/Banking/lu-digital-banking-benchmark.pdf>
- ⁵ ABA study here: <https://bankingjournal.aba.com/2017/09/aba-survey-two-thirds-of-americans-use-digital-banking-channels-most-often/>
- ⁶ McKinsey study relating to Asia, please see: <https://www.mckinsey.com/-/media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/pdf/2014%20digital%20banking%20in%20asia%20-%20winning%20approaches%20in%20a%20new%20generation%20of%20financial%20services.ashx#:~:text=About%2040%20percent%20of%20Asian,become%201.7%20billion%20by%202020.>
- ⁷ Deutsche Bank, January 2020: The Future of Payments II: Moving to Digital - https://www.dbresearch.com/PROD/RPS_EN-PROD/PROD000000000504508/The_Future_of_Payments_-_Part_II_Moving_to_Digital.pdf
- ⁸ Full report from Mastercard here: https://newsroom.mastercard.com/latin-america/files/2020/04/AMI_2020_Mastercard_Digital_Banking_in_Latin_America_Best_Practices_English1.pdf
- ⁹ World Bank: <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/Research/GlobalIndex/PDF/N2Unbanked.pdf>
- ¹⁰ PCM's Digital and Card Payments Yearbooks, available at: www.paymentyearbooks.com
- ¹¹ <https://www.cashmatters.org/blog/swedish-government-expected-to-pass-law-requiring-all-banks-to-handle-cash/>
- ¹² Cardtronics study is available here: <https://securecdn.pymnts.com/wp-content/uploads/2019/02/The-Global-Cash-Index-Middle-East-And-South-Africa-Analysis-January-2018.pdf>
- ¹³ <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-uk-to-reach-e200-billion-in-2019/>
- ¹⁴ <https://www.americanbanker.com/news/coronavirus-throws-digital-banking-into-the-crucible>
- ¹⁵ <https://ibsintelligence.com/ibs-journal/ibs-news/nets-data-reveals-a-rise-in-contactless-payments-in-the-nordics-amidst-covid-19/>
- ¹⁶ <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/how-asia-is-reinventing-banking-for-the-digital-age>
- ¹⁷ https://www.mckinsey.com/-/media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/capitalizing%20on%20asias%20digital%20banking%20boom/digital_banking_in_asia_what_do_consumers_really_want.ashx
- ¹⁸ <https://www.ft.com/content/0788d906-1a7b-11ea-97df-cc63de1d73f4>
- ¹⁹ <https://www.the-star.co.ke/business/2020-04-29-m-pesa-data-raises-safaricom-revenue-to-sh251-billion/>
- ²⁰ <https://www.paymentcardsandmobile.com/the-future-of-us-mobile-payments/>
- ²¹ <https://www.emarketer.com/content/global-mobile-payment-users-2019>
- ²² <https://newsroom.accenture.com/news/banks-have-a-380-billion-market-opportunity-in-financial-inclusion-accenture-and-care-international-uk-study-find.htm>
- ²³ <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/the-worlds-unbanked-in-6-charts>
- ²⁴ <https://www.capgemini.com/ca-en/news/world-fintech-report-2020/>
- ²⁵ Report from Ciphertrace here: <https://www.businesswire.com/news/home/20200211005769/en/CipherTrace-Research-Finds-Insider-Frauds-Skyrocketed-2019>
- ²⁶ For access to the ECB's data warehouse, please visit: <https://sdw.ecb.europa.eu/>
- ²⁷ <https://www.xpressmoney.com/blog/industry/africa-remittance-outlook-for-2019/>
- ²⁸ <https://www.emarketer.com/content/latin-america-mobile-payment-users-2019>
- ²⁹ <https://www.frbatlanta.org/cqer/research/gdpnow>
- ³⁰ <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33477>
- ³¹ Developing blog: <https://www.paysafe.com/blog/how-covid-19-is-impacting-consumer-payment-preferences/>
- ³² <https://middleeast-business.com/the-state-of-digital-banking-in-2020/>
- ³³ For a full discussion of this issue, please see: <https://www.pwc.com/us/en/library/covid-19/supply-chain.html>
- ³⁴ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/cryptocurrency-market>
- ³⁵ <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/blockchain-and-retail-banking-making-the-connection>
- ³⁶ https://www.fintechfutures.com/files/2018/10/Backbase_The-ROI-of-Omni-channel_Whitepaper-2.pdf
- ³⁷ <https://www.afme.eu/News/Press-Releases/Details/gfma-and-pwc-identify-global-technology-and-innovation-trends-and-challenges-for-investment-banks>
- ³⁸ <https://www.bcg.com/publications/2019/what-does-personalization-banking-really-mean.aspx>
- ³⁹ <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-transformative-power-of-automation-in-banking>
- ⁴⁰ <https://www.pwc.com/im/en/publications/assets/pwc-the-future-shape-of-banking-v4.pdf>

Como pioneros de la próxima generación de terminales financieras inteligentes y sistemas bancarios digitales, Wiseasy ayuda a los bancos, las empresas de pago electrónico y otras instituciones financieras a lograr una cobertura de red comercial de bajo costo y el desarrollo de sistemas comerciales móviles basados en Internet mediante nuestras tecnologías y productos innovadores.

Creemos que Fintech no sólo puede ofrecer comodidad al público, sino también mejorar la vida de las personas mediante un mejor acceso a los servicios financieros. El posibilitar la revolución de la banca digital es nuestra pasión.