



ARTÍCULO DE OPINIÓN

¿QUÉ SERÁ DE LOS BANCOS EN 2021?

A medida que nos embarcamos en un nuevo año, es de esperar que 2020 se convierta en un recuerdo lejano pero aleccionador, es hora de dar un paso atrás, considerar las lecciones aprendidas y observar las tendencias que probablemente surgirán en el sector bancario en el próximo año. Para mantenerse relevantes y diferenciarse en la era digital actual, los bancos deberán demostrar una comprensión sólida del panorama actual y estar alineados con los hábitos y expectativas cambiantes de los clientes.

La pandemia provocada por el COVID-19 puede haber acelerado las tendencias que ya estaban en juego, aún no está claro si continuarán al mismo ritmo, pero sí que serán aquellos que evolucionen rápidamente los que saldrán adelante y podrán mantenerse en la primera línea.

Más que nunca, no se trata solo de una ventaja competitiva, sino que, para algunos, puede ser una cuestión de supervivencia. Algunas de las tendencias para este 2021 serán:

1. Compartir infraestructura de cajeros automáticos

El uso compartido de infraestructura de cajeros automáticos es una tendencia activa que ya viene gestándose en algunos mercados del mundo como una de las respuestas a los desafíos de poseer ATMs y sucursales que hagan que la banca sea más accesible y competitiva. En Bélgica, por ejemplo, en 2021 se implementará una iniciativa conocida como Batopin, una red de cajeros automáticos neutrales para los bancos en una única plataforma de software, sin comisión por banco.

Gracias a las características que ofrecen los cajeros automáticos neutrales, los bancos podrán garantizar el acceso continuo al efectivo a sus clientes sin la carga de los costos que pueden generar los canales y ponerse a la vanguardia frente a sus nuevos competidores. Mediante la agrupación, el panorama de la industria está cambiando y los costos de los bancos se están reduciendo.

Otros enfoques están generando valor con la adopción creciente de tecnologías basadas en la nube, que eliminan la necesidad de depender de una infraestructura *on premise*, habilidades y servicios masivos en las instalaciones.





El modelo de negocio de cajeros automáticos agrupados ofrece muchos beneficios y, a medida que avanzan las discusiones en diferentes mercados, los bancos y los implementadores de ATMs observan con interés el progreso logrado en distintos lugares del mundo, al considerar los próximos pasos. Para su aplicación global es necesario que haya más casos de uso que demuestren que este modelo puede reducir los costos al tiempo que mantiene el acceso y mejora la experiencia del cliente.

2. Cash Back

Es imprescindible que los bancos sigan ofreciendo a los usuarios el acceso a su dinero 24x7 a pesar de la paulatina pérdida de cajeros automáticos. Un estudio realizado por la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban) señala que a partir del año 2015 la operación de los ATMs detuvo la tendencia creciente que la precedió en años anteriores. Entre 2018 y 2019 la variación interanual en la cantidad de ATMs fue del orden de 8%.

En este escenario, ofrecer reembolsos en efectivo en retails de todos los tamaños podría ayudar a revertir las reducciones no deseadas en la accesibilidad del efectivo en comunidades remotas y rurales, particularmente.

Un ejemplo del sistema *Cash Back* bien aplicado en Latinoamérica se ve en Argentina, donde existen 18 mil puntos de extracción de dinero a través de supermercados, estaciones de servicio, farmacias y otras cadenas comerciales.

Dicho esto, es importante evitar trasladar la carga a las pequeñas empresas, que ya están bajo su propia presión debido a los cambios en los comportamientos de los consumidores por la pandemia. Los beneficios para el minorista deberían ser conseguir una mayor afluencia y menores costos en el manejo de efectivo. Por el contrario, las pequeñas tiendas llenas de consumidores que solo desean tener acceso al efectivo, y por el cual el minorista no puede cobrar, es un resultado que no ayudará a revivir las comunidades.

3. Sucursales de próxima generación

Si bien las tasas de cierre de sucursales bancarias y las pérdidas de cajeros automáticos siguen acelerándose, aún no hemos alcanzado el pico. Se prevé que habrá una disminución continua en la penetración de las sucursales durante los próximos cuatro años.

En esta línea, Felaban reportó que en el año 2019, los 571 bancos de América Latina reportaron 68.873 sucursales bancarias, esta cifra es 0.3% inferior a la reportada en 2018.

Mientras continúan los cierres de sucursales bancarias y los proveedores alternativos construyen sus propuestas, la única forma de mitigar y administrar esto es considerar modelos nuevos, ajustados y ágiles. La sucursal bancaria de próxima generación debe tener un costo operativo más bajo, ser más inteligente, más pequeña y automatizada. A su vez es importante que brinde un servicio completo y que esté disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana para asegurar su pertenencia en la comunidad.

Si se adopta este modelo, en el futuro también es posible que veamos sucursales compartidas.

Algunos bancos ya comenzaron con esta transformación, en varios lugares de Latinoamérica el Santander Río generó sucursales con espacios para Co-Working que se comparten con una cafetería, ellos lo llaman el "Work Café". El paso de compartir el ambiente con una empresa comercial y brindar opciones como WIFI, genera un aumento en el interés del público bancario por concurrir a la sucursal.

4. La IA sigue prosperando

La inteligencia artificial (IA) seguirá siendo una inversión empresarial clave a medida que las instituciones financieras busquen ampliaciones de la tecnología. En 2021 se espera que la continua y lenta adopción de la IA realice procesos repetibles y predecibles.

En la actualidad la encontramos en uso para proporcionar predicciones de efectivo y para pronosticar cuándo y dónde se necesita dinero, por eso las herramientas predictivas son rentables en cuanto a tiempo y costo. Pero, también, se pueden utilizar para el mantenimiento preventivo de equipos, facilitando la programación de llamadas de ingeniería antes de una falla, mejorando la disponibilidad y reduciendo costos.

Además, podremos comenzar a ver la aplicación de inteligencia artificial para conocer el estado de ánimo de las personas mediante reconocimiento facial. Esto podría permitir a los bancos determinar cómo dirigirse al cliente, qué servicios deben promover y cuándo.

5. ¿Qué sigue para la banca telefónica?

A lo largo de los años, la experiencia bancaria ha cambiado gracias a la adopción de tecnologías diseñadas para reducir costos y aumentar la eficiencia. De hecho, la consecuencia no deseada ha sido que se han vuelto cada vez más impersonales.

Hace más de 50 años los cajeros automáticos nos sacaban de la sucursal y luego, la banca telefónica proporcionaba a los clientes una interacción remota. Más recientemente, Internet y la banca móvil permiten que algunos usuarios nunca se involucren en persona con su banco y la distancia entre el proveedor y el cliente puede resultar lejana. Como consecuencia, esta falta de contacto humano ha reducido la lealtad del cliente.

Por lo tanto -como siempre- el recorrido del cliente no se puede descuidar y para esto los bancos necesitan contar con una buena combinación de canales. No es suficiente ofrecer solo una plataforma digital, ya que puede ser susceptible a interrupciones y fallas de TI. Y aquí es donde la banca telefónica sigue demostrando ser un salvavidas y un respaldo importante, sin esta los clientes podrían perder sus derechos.

En conclusión, los bancos deberán evaluar cada canal y ver el valor que ofrecen a sus clientes. Los más antiguos, como la banca telefónica, no deberían ser los primeros en desaparecer y, al contrario, podrían revivir junto con la banca por video en el nuevo modelo de sucursales de 24 horas.

De hecho, a medida que la banca en línea da paso a la banca móvil, se podría argumentar que este es el canal que podría comenzar a desaparecer antes. La elección del canal variará según la generación, la demografía y otros factores, pero sigue siendo fundamental que existan diferentes opciones y que siempre haya una alternativa confiable disponible.

6 - Sucursal y cajero automático, matrimonio o divorcio

La infraestructura de cajeros automáticos heredados necesita una actualización, ya que sin ella el canal no podrá modernizarse ni desempeñar un papel en la próxima generación de canales de distribución. Es probable que se acelere la automatización de todas las funciones de los cajeros mediante tecnologías de autoservicio, respaldadas por la banca por video y la telebanca.

Durante el 2021 se tratará de facilitarle la vida a los consumidores, ya que ellos son quienes deciden por sí mismos cómo quieren interactuar de forma segura con sus bancos. Es por eso, que cada recorrido del cliente debería poder personalizarse. Mientras, uno de los problemas que continuará será el acceso al efectivo, pero las partes interesadas deberán trabajar más duro que nunca para encontrar soluciones viables dado el impacto de COVID-19 en todas las industrias.





Auriga Latin America, S.de R.L.de C.V.
Rio Pánuco 108, Cuauhtémoc, 06500,
Ciudad de México, México
www.aurigaspa.com
mexicocity@aurigaspa.com