

ARTÍCULO DE OPINIÓN

THE #NEXTGENBANK

# Omnicanalidad, ¿cómo puede impulsar la inclusión financiera?



¿Están las infraestructuras bancarias preparadas para la integración a las nuevas tecnologías? ¿Podrán ofrecer servicios genuinamente omnicanales e inclusivos? Estas interrogantes saltan a la vista ahora que estamos experimentando una nueva normalidad después del Covid-19.

En la actualidad las entidades financieras tienen el reto impostergable de brindar a los usuarios -cada vez más exigentes- una experiencia híbrida, que combine lo físico con lo virtual, a fin de cubrir sus necesidades. Tal es el concepto de 'Phygital', una estrategia de atención al público a través de la colaboración entre la banca tradicional y la digital.

Dicha tendencia debe venir de la mano de la inclusión financiera sin distinción. Y es que, para hablar de la digitalización de la banca, es clave

que la experiencia 'Figital' -como también se le conoce en español- abarque a todas las personas independientemente de su edad y conocimientos tecnológicos.

Según el Global Findex del Banco Mundial, una encuesta de alrededor de 150.000 hogares en 140 países, el porcentaje de población adulta con una cuenta bancaria ha pasado de un promedio mundial del 51% en 2011 al 69% en 2017 (la medición más reciente), dentro de lo cual América Latina presenta un 55%.

Sin embargo, de acuerdo con el mencionado reporte, en Latinoamérica se estima que existen aproximadamente 360 millones de adultos no bancarizados. Y, aunque no se especifican los grupos etáricos, es de prever que los adultos mayores robustecen en gran parte la estadística.

Por ello, urge también políticas de educación financiera universal, debido a que las innovaciones más recientes emplean todo tipo de avances como la voz, Inteligencia Artificial, realidad aumentada, hiperpersonalización y

videollamadas, entre otros. El manejo de estas debiera ser fácil y rápido para todas las generaciones, no solo para las más jóvenes, ya que la idea es que todos los ciudadanos puedan acceder a productos y servicios financieros por igual.



## La vigencia de la banca física

En este contexto la banca física juega un papel clave para avanzar en la inclusión financiera y social en nuestra región, por lo que es fundamental que las sucursales aprovechen la tecnología como un puente que vincule a la población con la oferta de servicios y productos financieros. Entonces, las agencias deben reforzar el enfoque omnicanal, que incluya a todas las personas en el entorno físico de la sucursal y en lo digital.

Para mejorar la seguridad de los cajeros automáticos y la experiencia del cliente en el autoservicio bancario digital es básico empezar por la infraestructura. Por ejemplo, el canal ATM ha permanecido aislado por mucho tiempo. De igual modo, la introducción de nuevas tecnologías, la integración con otros puntos de contacto como la telefonía móvil y las sucursales; y la flexibilidad para aplicar nuevas funcionalidades siguen encontrando una serie de obstáculos.

También es necesario apoyar estrategias innovadoras como las sucursales híbridas o la agrupación de cajeros automáticos. La flexibilidad y la eficiencia solo se logran cuando las tecnologías modernas pueden aprovecharse plenamente. Lo plausible es que cada vez más instituciones financieras se están dando cuenta de esto al iniciar procesos de modernización y optimización.

Finalmente, los bancos deben centrarse en ofrecer a sus usuarios experiencias físicas, retroalimentación y acciones que puedan encontrar eco en todos los puntos de atención virtual. La clave es que ambas dimensiones no compitan, sino que más bien se complementen y fortalezcan entre sí con el objetivo de crear una oferta eficiente y segura, en la cual el gran ganador es el cliente.





Auriga Latin America, S.de R.L.de C.V.  
Córdoba 83 Colonia Roma, 06700, Ciudad de México, México  
mexicocity@aurigaspa.com

THE # NEXTGENBANK

[www.aurigaspa.com](http://www.aurigaspa.com)