



Hace 10 años se hacían más operaciones por ventanilla que online, hoy el servicio ha dado un giro de 180 grados. Gran variedad de transacciones se hacen por Internet.

Paso digital Los beneficios de la transformación

La transformación digital es un proceso de transformación cultural que cada vez más está siendo adoptado no solo por la banca, sino por empresas de diversos sectores, afirma Mariano Zegarra, socio líder de Advisory de KPMG en el Perú.

"Los principales beneficios son mayor agilidad y tiempo de respuesta, así como una experiencia mejorada del cliente, lo que les permite a las empresas ganar participación e incrementar los márgenes de ganancia", sostiene el especialista.

Zegarra precisa que el uso de la tecnología no genera por sí misma una transformación.

"La tecnología es probablemente el menos importante de los factores claves de éxito de una transformación digital. Mucho más importante es romper paradigmas sobre temor al fracaso, cambio cultural e incorporación de talento digital en todos los estamentos de la organización, y en especial, en los directorios de las empresas", refiere.

UNA REVOLUCIÓN DIGITAL

La transformación de la banca

Cambios. Los bancos suman 'big data', analítica, inteligencia artificial y otras tecnologías para mejorar la experiencia de sus clientes.

En línea con la revolución tecnológica que vive el sector financiero a nivel global, los bancos peruanos avanzan a paso firme con sus procesos de transformación digital para no quedarse atrás en un mercado competitivo, donde el cliente exige más canales de atención y rapidez en el servicio.

Mariano Zegarra, socio líder de Advisory de KPMG en el Perú, afirma que dos factores están impulsando la transformación digital de la banca peruana. El primero es la aparición global de las 'fintech'—una industria que emplea la tecnología para mejorar las actividades financieras—que está quitando participación a las entidades financieras; y el segundo elemento está asociado a la preocupación por una posible incursión de bancos globales, con ofertas más ágiles y modernas.

"Los bancos peruanos están aprendiendo a trabajar mediante modelos de nego-

cios de ecosistemas y mucho más horizontales que en el pasado. Algunos otros están optando por lanzar sus bancos digitales con una marca diferente a la actual", dice Zegarra.

¿Y qué tecnologías están incorporando? En términos generales, la banca local está usando tecnologías como 'big data' y analítica, 'cloud' y movilidad. Asimismo, algunas entidades también están apostando por tecnologías más avanzadas y ya están probando el 'machine learning', inteligencia artificial y 'blockchain'.

En opinión de Zegarra, la transformación digital de los bancos locales apunta principalmente a mejorar la experiencia de sus clientes y ofrecer productos con valor agregado. Esto, para ganar participación de mercado y tener una mejor rentabilidad.

EJEMPLOS CLAROS
Uno de los bancos que está apostando con fuerza por la transformación digital es el BBVA Continental, que ha



El perfil de consumo de los nuevos clientes de la banca prefiere el canal online para informarse y comprar.

construido un ecosistema de soluciones digitales que permiten un alto grado de customización para que los productos, plataformas y canales de atención del banco se adapten a las necesidades y preferencias de los clientes.

"Estamos trabajando con foco 'customer centric', con plataformas como 'salesforce' para 'marketing cloud' y gestión comercial; productos que facilitan la vida del cliente desde cualquier lugar como pagos NFC, contratación de tarjetas y préstamos desde nuestra banca por Internet y banca móvil, con un motor de evaluación online", señala a **Día1** Susana Reátegui, gerente de Soluciones Digitales del BBVA Continental.

Añade que están desarrollando productos de asesoramiento financiero como

50%
de las transacciones del BanBif se hace por canales digitales

El banco ya empezó a usar modelos colaborativos como 'hackatones', datatones, 'partnerships' con 'fintechs' y modelos de startup para afianzar su transformación digital.

BBVA Manager y 'pocket' de ahorro, así como BBVA Wallet, que fue la primera billetera electrónica del país.

Para implementar todo esto, la entidad financiera está aplicando tecnologías como 'big data', analítica e inteligencia artificial. "En el 2007, el 47% de las transacciones se realizaba en las ventanillas y en el 2016 esa cifra disminuyó a 7%, siendo hoy los canales principales de atención los cajeros automáticos, la banca por Internet y la banca móvil. Es decir, ahora tenemos un cliente omnicanal", destaca Reátegui.

En el caso del BanBif, su vicepresidente de Estrategia e Innovación, Hernán Berenguel, señala que han desarrollado un modelo denominado BanBif Reinventa para impulsar la innovación al interior de la organización.

"Como transformación digital, estamos trabajando en dos frentes: automatización y robotización de procesos internos, y nuestro 'road map' de la experiencia digital", afirma el ejecutivo.

Así, la entidad financiera apunta a que todos sus productos de banca personal se puedan contratar online desde el 2019.

"Tenemos un par de productos realmente innovadores que se lanzarán también durante el 2019. Vienen novedades en pagos y ahorros", adelanta Berenguel.

Otro banco que está im-

plementando una transformación digital es Interbank, que desde el 2015 ha triplicado sus inversiones en la incorporación de nuevas tecnologías.

"Sabemos que la tecnología es un elemento clave en esta transformación. Nuestra visión estratégica abarca brindar una mejor experiencia a los clientes, ser un banco inteligente gracias a la transformación y el talento", dice Ivana Osoreo, gerente central de Estrategia y Transformación Retail de Interbank.

La ejecutiva asevera que Interbank está enfocándose en la nube y en la construcción de microservicios y APIs (paquetes de software) para ofrecer "una mejor propuesta de valor". "Nuestro objetivo es consolidar capacidades digitales para habilitar el 100% de nuestras operaciones en el canal digital, tanto para personas como para empresas", remarca.

Los resultados que vienen obteniendo son favorables, pues más del 60% de las nuevas cuentas de ahorro que se han abierto se hicieron por la vía digital.

"Hoy ya el 95% de las operaciones de Interbank se pueden realizar en plataformas digitales. Nuestros clientes pueden acceder a nuevos funcionalidades, que mejoran su experiencia de acercarse al banco sin tener que trasladarse a una tienda financiera", concluye Osoreo.