

# banca digital

**INVERSIÓN**  
© finanzas.com

## HOLA, BANCO: ¿QUÉ SALDO TENGO EN MI CUENTA?



ENTREVISTA

**MATEO RODRÍGUEZ-BRAUN**

DIRECTOR DE PRODUCTOS DE OPENBANK

«Es necesario que la banca avance con rapidez en innovación»



EL **BIG DATA** TAMBIÉN  
LE AYUDA A USTED



Ganarle a la realidad

Eso es innovar



Anticiparse. Ir por delante. No conformarse.

En CaixaBank llevamos más de cien años impulsando grandes cambios. Observando la realidad e intentando mejorarla en cada cosa que hacemos. Día a día. Eso nos ha llevado a ser reconocidos como uno de los bancos más innovadores del mundo.



# HOLA, BANCO: ¿QUÉ SALDO TENGO EN MI CUENTA?

La próxima revolución digital pasa por los asistentes de voz, una tecnología que nos permitirá «hablar» con las máquinas. Y los bancos no quieren quedarse atrás. Evo Banco ya tiene su propio asistente, mientras el resto de entidades avanza en esta dirección.

**María Gómez Silva**  
(Coordinadora del suplemento de Banca digital)

## SE LLAMAN SIRI, ALEXA O CORTANA Y SON CAPACES

de hablar, pero detrás de estos nombres femeninos no hay ninguna mujer. Son asistentes de voz, un tipo de soluciones de software promovidas por los gigantes tecnológicos mundiales (Apple, Amazon o Microsoft, entre otros) y capaces de procesar órdenes verbales a través de altavoces inteligentes o el teléfono móvil. Muchos expertos vaticinan que esta modalidad de inteligencia artificial va a protagonizar la próxima revolución digital (como ya ocurrió en su momento con los smartphones) y los bancos no quieren quedarse atrás en este nuevo paradigma. De hecho, se espera que el uso de chatbots y asistentes virtuales sea una de las palancas más importantes empleadas este año por el área de marketing de los bancos, según explica Fernando Rivero, consejero delegado de Ditrendia, la consultora que elabora anualmente el Informe Tendencias de Marketing para Entidades Financieras y Aseguradoras.

Y parece que la clientela está preparada para ello, al menos en los países más desarrollados. Eso se desprende de un reciente informe de Capgemini realizado el pasado otoño con consumidores de Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Alemania, que arrojaba que el

51 por ciento de los consumidores tienen asistentes de voz y, de ellos, el 28 por ciento realiza pagos y envía dinero a través de este sistema. Pero, además, este estudio vaticina que la tendencia va a ir en rápido aumento pues el 31 por ciento de los consumidores usará asistentes de voz en lugar de visitar una tienda o una oficina bancaria en el plazo de tres años. Para entonces, los asistentes por voz serán la forma dominante de consumo y los compradores se gastarán hasta un 500 por ciento más que ahora por esta vía.

Un estudio de Business Insider Intelligence llega a conclusiones parecidas sobre la adopción futura de esta interfaz, al aseverar que el uso de los pagos por voz se cuadruplicará hasta 2022 hasta alcanzar el 31 por ciento de los adultos estadounidenses (nada menos que 81 millones de consumidores).

Por último, otro análisis de Juniper Research asevera que los altavoces inteligentes estarán presentes en alrededor de 70 millones de viviendas en Estados Unidos en 2022, lo que supone un 55 por ciento de los hogares del país.

En ese contexto, no es de extrañar que los bancos quieran darse prisa por adoptar el uso de estas tecnologías aunque ha sido una entidad de pequeño tamaño

40%

DE LOS  
CONSUMIDORES  
USARÁ  
ASISTENTES DE  
VOZ EN LUGAR  
DE ACUDIR A  
UNA WEB O UNA  
APP MÓVIL

31%

DE LOS  
CONSUMIDORES  
USARÁ UN  
ASISTENTE DE  
VOZ EN LUGAR  
DE VISITAR UNA  
TIENDA FÍSICA O  
UNA OFICINA  
BANCARIA EN EL  
PLAZO DE 3  
AÑOS

Fuente: Estudio de Capgemini  
realizado en otoño de 2017 con  
consumidores de Estados Unidos,  
Reino Unido, Francia y Alemania.

la que ha tomado la delantera en España. Se trata de Evo Banco (cuyo dueño es el fondo de inversión estadounidense Apollo), que presentó recientemente en Madrid su asistente bancario de voz. Estará activo para los clientes tras su presentación oficial durante Google Next en mayo, fecha a partir de la cual irá completando todas sus funcionalidades. En concreto, la intención de Evo es que el asistente pueda atender consultas sobre servicios bancarios, ofrecer información personalizada sobre posiciones, saldos y movimientos y realizar transacciones como transferencias. Pero también pretende enriquecer la herramienta poco a poco para que sea capaz de ofrecer asesoramiento financiero, proyecciones de movimientos futuros o metas de ahorro, entre otras funciones.

Más allá del asistente de Evo Banco, muchas otras entidades tienen experiencias pioneras en este campo, tal y como relata Fernando Rivero. Por ejemplo, la filial británica del banco Santander permite pagar con la voz desde su aplicación móvil, en un piloto que está llevando a cabo con algunos clientes.

Aquí en España, CaixaBank ha creado un asistente virtual para sus empleados capaz de acceder de forma inmediata a grandes volúmenes de información, inte-

ractuar con los usuarios utilizando el lenguaje natural y aprender a partir de la experiencia. En todo caso, Rivero anticipa que «los bancos se irán animando a incorporar más servicios de banca por voz a medida que se vaya generalizando en España el uso de los altavoces inteligentes» como Amazon Echo, Google Home, Apple Homepod o Movistar Home, que incluyen micrófono y altavoz para poder «conversar» con el asistente.

Como paso previo, muchos bancos han puesto en marcha entornos de conversación escritos, para poder «hablar» con el banco a través de chat. A nivel técnico, estas tecnologías se denominan «chatbox» y son un tipo de programas de software que responden a través de mensajes de texto ante preguntas como: «¿qué saldo tengo en mi cuenta?». En la esfera nacional hay varios ejemplos de esto. Para empezar, está el chatbot de BBVA, que permite acceder a la operativa básica, como la consulta del saldo disponible, el número de IBAN o la ubicación de los cajeros más cercanos. También sirve para el envío de dinero desde Facebook Messenger y Telegram. Además, BBVA también permite enviar dinero a través de Siri. Basta con indicar el nombre del contacto al que se desea enviar efectivo y la cantidad. Entonces, el dispositivo se encarga de realizar la operación de forma segura, sin necesidad de acceder a la app de banca móvil de la entidad.

### CONVERSAR CON EL BANCO A TRAVÉS DE CHAT

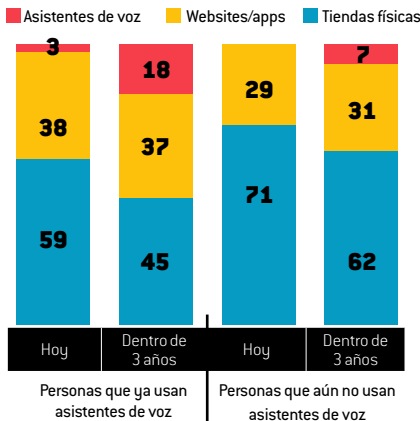
Asimismo, ImaginBank, el banco totalmente móvil de CaixaBank para el segmento de los milenials, también tiene una herramienta de este tipo. El chatbot de ImaginBank se llama Botferta y está disponible a través de Facebook Messenger. En este caso, está centrado en facilitar información y asistencia en relación a un programa de descuentos en ocio y compras en España. Para ello, el cliente puede realizar consultas mediante men-▶

**EL 51 POR CIENTO DE LOS CONSUMIDORES TIENE UN ASISTENTE DE VOZ EN ESTADOS UNIDOS, SEGÚN CAPGEMINI**

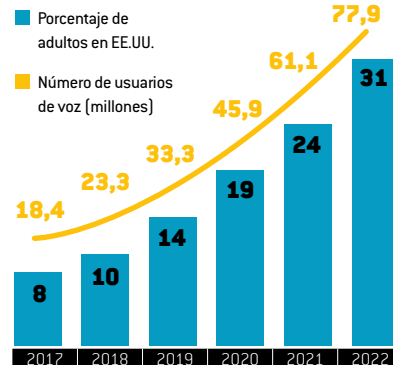


## CAMBIA EL MODO DE CONSUMIR

Datos en porcentaje

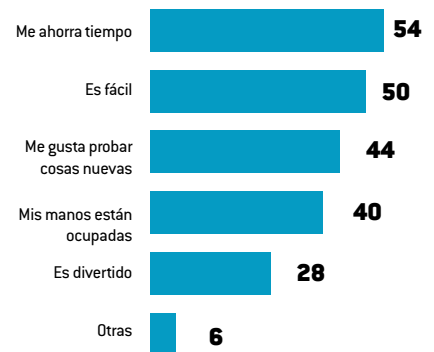


## ADOPCIÓN DE LOS PAGOS POR VOZ EN ESTADOS UNIDOS



## RAZONES DE LOS USUARIOS PARA EMPLEAR PAGOS POR VOZ

Datos en porcentaje



Fuente: Estudio de Capgemini.

sajes escritos o mensajes de voz y conocer las ofertas que existen en un determinado ámbito o lugar. El robot le contesta mostrándole la selección que más se ajusta a lo que pide utilizando un lenguaje cercano y ameno.

Mark Taylor, responsable de experiencia digital de clientes de Capgemini, destaca la oportunidad que supone la adopción de este tipo de innovaciones: «Los asistentes de voz van a revolucionar por completo la manera en que interaccionan las marcas y los consumidores. Lo que hace que los asistentes de voz sean tan excitantes es que se van a introducir por completo en nuestras vidas, ofreciendo simplicidad y una interacción enriquecida con los consumidores que no se había experimentado antes. Las marcas que sean capaces de capitalizar el gran apetito de los consumidores por los asistentes de voz no solo construirán una relación más próxima con los consumidores sino que crearán significativas oportunidades de crecimiento para ellos mismos».

### EL PERFIL DE USUARIOS

Rivero añade que este tipo de innovaciones van a servir para acercar la banca a los clientes más jóvenes: «Rapidez y comodidad es lo que brindan los chatbots y los asistentes virtuales de la banca a sus clientes y es una oportunidad por parte de la banca de ofrecer una experiencia de cliente positiva y acercarse al colectivo más joven de clientes para afianzar su relación», relata.

Si bien, el estudio de Capgemini sobre el perfil de los usuarios afirma que los asistentes por voz son más populares entre personas con una franja de edad de entre 33 a 45 años, bastante superior a la de los millennials. En cuanto a los ingresos (otro de los puntos que más interés genera en los bancos), el estudio revela que

uno de cada cinco usuarios (el 17 por ciento) tiene unos ingresos por hogar por encima de los 100.000 dólares anuales antes de impuestos.

En todo caso, los bancos se van a encontrar con una fuerte competencia en este área por parte de las compañías tecnológicas, que ya han integrado el pago por voz en sus asistentes virtuales (es así en el caso de Google, Apple y Amazon). La pelea por imponerse es dura y parece que el altavoz de Amazon es el que más cuota está ganando (la consultora eMarketer prevé que un 70 por ciento de los consumidores usarán Echo de Amazon en 2017, dejando solo un 24 por ciento del mercado para Google Home); aunque la plataforma que más confianza genera entre los usuarios es Siri de Apple, con un 29 por ciento de los encuestados en un estudio de BI Intelligence.

Pero, ¿cómo consiguen «hablar» los chatbox o los asistentes virtuales? Rivero lo explica: «La conjunción de varias tecnologías disponibles actualmente como la inteligencia artificial, el almacenamiento en la nube, el manejo de grandes volúmenes de información (big data), el procesamiento de voz natural (PNL) y el aprendizaje automático (machine learning), son las que permiten que nos entiendan cuando hablamos y vayan aprendiendo cuanto más lo utilizamos, permitiendo dar un mejor servicio a los clientes».

Así las cosas, parece que cada día está más cerca el futuro imaginado por películas como 'Her', en el que el protagonista se enamora de su asistente virtual. Por eso, no se extrañen si se sorprenden hablando con un artefacto dentro de unos pocos meses y diciendo «Siri, quiero comprar este producto». No estarán locos. Es el progreso. ■

## EL USO DE LOS ASISTENTES DE VOZ POR PARTE DE LOS BANCOS PUEDE SERVIRLES PARA ATRAER A CLIENTES MÁS JÓVENES