

La banca tiene la oportunidad de aprovechar el conocimiento del cliente, adoptar tecnologías avanzadas y una estrategia integral de canales para favorecer las interacciones digitales a través de múltiples canales.

# Confianza digital e Inteligencia de datos, pilares de la estrategia de fidelización de la banca

Enero, 2023

**Escrito por:** Wendy Martínez, Analista, Soluciones Empresariales, IDC México y Rocío Aguilar, Analista, Infraestructura Empresarial de IDC México.

## I. Un entorno más complejo y la necesidad de acercarse al cliente

En América Latina, el sector financiero se enfrenta a diversos desafíos que hacen necesario una transformación digital más acelerada y cercana al usuario de servicios financieros, desde su papel social en que la banca se convierte en un elemento esencial en la recuperación de la economía; la aversión de empresas y personas al riesgo por créditos en un panorama de incertidumbre y turbulencia (conflictos bélicos, alza en inflación y tasas de interés<sup>1</sup>, inestabilidad económica y pandemia); los horizontes de inversiones son más cortos (que van de los tres meses a un año) y se buscan activos de menor riesgo; e incluso observamos un aumento de la cartera vencida: en México, a principios de 2022, se incrementó hasta 57% la cartera vencida, siendo la industria manufacturera (15%) y comercio (14.2%) los más afectados<sup>2</sup>.

En respuesta a estos factores, 30% de las empresas financieras en México definen como prioridad el desarrollo y la gestión de aplicaciones móviles para consolidar experiencias híbridas en ambientes seguros y 26% consideran primordial la ciberseguridad. Esto se puede ver reflejado con las cinco principales iniciativas del negocio en este sector, concentrándose en la experiencia del cliente y de los empleados, mejores y nuevos productos, así como el cumplimiento regulatorio.

## EN UNA MIRADA

### LO QUE ES IMPORTANTE

- » Las prioridades tecnológicas del sector bancario:
  1. Infraestructura resiliente.
  2. Confianza digital.
  3. Perfilamiento del cliente.
- » La banca está invirtiendo en soluciones para atender los requerimientos de clientes con experiencias personalizadas y confiables. En el período 2022-2024 se espera un crecimiento de inversión en Inteligencia Artificial en recomendaciones en proceso de ventas; y 31% en asistentes digitales. En México, las inversiones en ciberseguridad alcanzan los 22,145 millones de pesos, de los cuales una gran porción es en servicios de seguridad (11,130 millones de pesos).
- » El cambio de la banca conectada hacia la banca acelerada, cuya misión es centrarse en la creación de infraestructuras de tecnología empresarial, soportar el cumplimiento normativo y mejorar la gestión de riesgos, monetizar los datos a través de la TI digital y volver a atraer a una base de clientes que es más móvil y exige experiencias mejoradas.

<sup>1</sup>En México, la inflación alcanzó 8.5% en octubre, 2022 y la tasa de interés interbancaria creció 10% al mes de noviembre de 2022. Fuentes: INPC, INEGI, BANXICO.

<sup>2</sup> Fuente: Banxico, Banca Comercial, Crédito por la principal actividad del acreditado, Cartera Vencida - (CF766), 2022.

De acuerdo con un estudio realizado por IDC<sup>3</sup>, las principales razones por las que el sector financiero en México invierte en TI, son las siguientes:

- » Adquisición y retención de clientes (34.3%).
- » Desarrollo de nuevos y mejores productos y servicios (32%).
- » Impulso a la productividad y eficiencia (31%).
- » Atracción y retención de empleados (28%).
- » Cumplimiento y protección de datos personales (21%).

“El objetivo esencial de la adopción de nueva tecnología es potencializar el valor de los datos y trasladarlo hacia el usuario final de los servicios financieros, mejorando e igualando así, su experiencia alrededor de todo el sistema, en los múltiples canales de atención.”

—Wendy Martínez, IDC México

Como ejemplo de estas iniciativas, encontramos el fortalecimiento de canales digitales para habilitar nuevas operaciones en línea, la creación de nuevos modelos de negocio y fuentes de ingresos digitales, adopción de carteras digitales (eWallets) y nuevas formas de enrolamiento de clientes desde dispositivos y aplicaciones móviles, donde las Fintech<sup>4</sup> tienen un rol importante, además de las alianzas estratégicas entre la banca y otras verticales, tales como el comercio, empresas de importación y exportación, puntos de premiación o descuento y reembolsos, entre otros.

### **Inversiones tecnológicas del sector como respuesta a las nuevas necesidades de los clientes**

Aun cuando los usuarios de servicios financieros siguen utilizando formas tradicionales de pago (tarjeta de débito o crédito) para sus compras en línea; la adopción de los métodos de pago alternativo, como *eWallet*, sigue a la alza<sup>5</sup> desde la pandemia como opción para disminuir los intentos de fraude (ejemplo: clonación, usurpación de identidad), además de evitar el contacto en el punto de venta a través de biométricos, encriptación, *Near Field Communication* (NFC), QR, ciencia de datos, entre otros. También las empresas y personas se han beneficiado con el uso de las transferencias bancarias, como la opción preferida para compartir recursos, evitando el pago de comisiones a los bancos o las Fintech por el uso de una terminal bancaria.

Con respecto a las monedas digitales, éstas siguen vigentes a pesar de los detractores y de su baja transaccionalidad en comparación con los medios tradicionales (7 transacciones por segundo en comparación con 24 mil transacciones por segundo de Visa<sup>6</sup>). Actualmente, se están buscando alternativas para mejorar la utilidad del bitcoin, a través de tecnologías complementarias o de soporte a la cadena de bloques (*Blockchain*).

Lo anterior deja claro que el sector financiero se enfrenta a un entorno más complejo, con más participantes en la cadena de valor para sus clientes, al mismo tiempo que necesita acercarse más al usuario con mejores experiencias en un entorno de confianza digital, definiendo tres prioridades tecnológicas del sector bancario:

- » Infraestructura resiliente— en México, se reportaron más de 5,531 millones de transacciones y transferencias en 2021, con un aumento de 3.9% sobre el año anterior<sup>7</sup>. Ante este escenario, IDC pronostica para el país un

<sup>3</sup> Fuente: IDC. *IT Investment Trends 2022, March 2022*.

<sup>4</sup> Hasta septiembre 2022, en México se ha autorizado 37 Instituciones Financieras (ITF), las cuales operan bajo el amparo de la Ley Fintech. Fuente: Condusef, octubre 2022- ¿Qué servicios pueden ofrecer las Fintech autorizadas en México?

<sup>5</sup> Fuente: Asociación Mexicana de Venta Online, A.C. 2022.

<sup>6</sup> Fuente: *Expansión, Economía dinero, 2021*.

<sup>7</sup> Fuente: Banxico, *Informe anual sobre las infraestructuras de los mercados financieros, 2021*.

incremento de 44% en inversiones en soluciones de almacenamiento (con una importante participación de hiperconvergencia); de 9.8% en Servers x86 y 41% en IaaS.

- » **Confianza digital**— Durante el primer trimestre de 2022 se suscitaron 80 mil millones de ciberdelitos en México<sup>8</sup>, por lo que el 46%<sup>9</sup> de las organizaciones mexicanas consideran a la ciberseguridad como la principal iniciativa tecnológica. IDC estima un crecimiento en 2023 de 15.5% en inversiones tecnologías de la información (TI) de ciberseguridad en el sector bancario nacional hacia el 2025: crecerá la inversión en *Endpoint Security Software* (24.7%); en *Governance, Risk and Compliance (GRC)* y *Forensics* (12.9%); en Identidad y software de *Digital Trust* (13.9%), así como también en software de seguridad de información y datos (3.1%)<sup>10</sup>.
- » **Perfilamiento del cliente**— 34% de los usuarios en México han utilizado servicios financieros de proveedores sin sucursales; 42% modificaron sus hábitos de pago en México y 38% se encuentran en el rango de edad de 35 a 44 años<sup>11</sup>. La banca está invirtiendo en soluciones para atender los requerimientos de clientes con experiencias personalizadas y confiables. En México, para el período 2022-2024 se espera un crecimiento del 33% en la inversión en tecnologías como Inteligencia Artificial. Asimismo, la modernización y gestión de datos de los Data Lakes y Data Warehouses supondrá un crecimiento mundial del 18% (CAGR en el período 2022-2027)<sup>12</sup> con el objetivo de soportar una serie de cargas analíticas que ayuden al aprovechamiento de información sobre el cliente para lograr recomendaciones en procesos de ventas de nuevos o adicionales servicios financieros; y 31%, en asistentes digitales<sup>13</sup>.

En México, las inversiones en ciberseguridad alcanzan los 22.1 miles de millones de pesos (mmdp), de los cuales una gran porción es en servicios de seguridad (11.1 mmdp), seguido de software de seguridad (6.7 mmdp) y *appliances* de seguridad (4.2 mmdp). Es importante mencionar que el sector financiero, sigue tomando la delantera con respecto a otras industrias respecto a este tipo de inversiones.

Por todo esto, la banca debe recuperar e impulsar su capacidad innovadora a través de la inteligencia de datos y confianza digital y también procurar una infraestructura resiliente que le permita contar con una cartera de productos y soluciones financieras altamente efectivas y adecuadas a las necesidades de cada cliente, para ir de la banca conectada hacia la banca acelerada del futuro.

## II. La transformación hacia la Banca del Futuro

IDC define como misión digital de la banca acelerada: el centrarse en la creación de infraestructuras de tecnología empresarial, soportar el cumplimiento normativo y mejorar la gestión de riesgos, monetizar los datos a través de la TI digital y volver a atraer a una base de clientes más ágil y que exige experiencias mejoradas<sup>14</sup>.

<sup>8</sup> Fuente: *Forbes*, México registra 80,000 millones de intentos de ciberataques en 2022.

<sup>9</sup> Fuente: *IDC Worldwide Security Spending Guide*, *IDC Worldwide Banking IT Spending Guide*.

<sup>10</sup> Fuentes: *IDC. IT-Related Services Tracker*, 2H2021. | *IDC. Software & Cloud Tracker*, 2H2021. | *IDC. Security Appliances Tracker*, 1Q2022.

<sup>11</sup> Fuente: *Panorama de Inclusión Financiera 2021* (cnbv.gob.mx).

<sup>12</sup> Fuente: *IDC Future Scope: Worldwide Data and Content Technologies 2023 Predictions*

<sup>13</sup> Fuente: *IDC Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide*, 2022.

<sup>14</sup> Fuente: *IDC Financial Insights: Worldwide Banking Digital Strategies*.

Dicha misión cuenta con seis prioridades estratégicas para la banca del futuro, que a su vez están respaldadas por programas e iniciativas integradas en las líneas de negocio, con el objetivo de conducir a la innovación de la industria:

1. Eficiencia y agilidad operacional— fortalecimiento a las capacidades de reaccionar e innovar a través de la optimización y automatización de las cargas de trabajo, el empoderamiento de la fuerza de trabajo digital y el impulso de las prácticas de DevOps y DevSecOps para acelerar la entrega de nuevos productos y servicios financieros.
2. Banca abierta— implementación de la infraestructura de conectividad en un ecosistema que abarca distintas industrias, modelos de innovación constante, habilitación de las APIs y la monetización de los datos, que permita a los bancos construir la conectividad y el flujo abierto de datos entre los participantes del ecosistema para evolucionar hacia el *Open Finance*, facilitando a su vez la integración de otros participantes como los proveedores de datos y servicios.
3. Sostenibilidad<sup>15</sup>—A través de la adopción de las finanzas verdes, disminución de emisión de gases de efecto invernadero, la gestión de riesgos, implementación de iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) e iniciativas de empresa comprometida socialmente.
4. Infraestructura resiliente— la necesidad de tener resiliencia ante ataques ha puesto el ojo en las estrategias de seguridad con inversiones enfocadas a la modernización de plataformas flexibles, escalables y resilientes, la gestión de ambientes híbridos, *Zero Trust*, APIs de virtualización, *Infrastructure as Code* y la estrategia centrada en datos.
5. Confianza digital y gobernanza— cumplimiento regulatorio de disposiciones locales e internacionales, gestión de identidad del cliente, prevención de riesgos y fraudes, ciberseguridad avanzada. Para ello, los gobiernos deberán adaptar sus regulaciones para adecuarlas al contexto digital actual.
6. Compromiso y Experiencia con el cliente (*Customer Engagement*<sup>16</sup> and *Customer Experience*<sup>17</sup>)— integración y optimización de canales asistidos, el desarrollo de canales digitales, *Customer Intelligence*, Innovación de productos y personalización de soluciones, productos, servicios, ofertas, entre otros.

### **Datos y confianza digital para construir la jornada de compromiso e hiperpersonalización para el cliente**

En el presente documento nos enfocaremos en la prioridad estratégica “Compromiso con el Cliente” (*Customer Engagement*) debido a que es clave para la banca acelerada, que busca alinear mejor los productos y servicios con los estilos de vida, necesidades y preferencias del usuario final, ya sea un consumidor minorista, un cliente de pequeña empresa o gran corporación.

Aunado a ello, existe la necesidad de alinear socios externos que pueden agregar valor y mejorar la experiencia del cliente a través de la implementación de una serie de tecnologías y estrategias de canal para mantenerse al día con las interacciones digitales; además de ampliar aún más su alcance con el Internet de las cosas (IoT), inteligencia artificial (IA) y las tecnologías cognitivas, así como el uso de API abiertas que están conectadas a datos internos y externos. Bajo este escenario, es ineludible ubicar a la banca como un receptor de datos sobre el cliente, que se deben de aprovechar para la implementación de la hiperpersonalización en aras de mejorar la experiencia del usuario, como ejemplos tenemos: la eliminación de secciones con poco tráfico por parte del cliente en una página web, el envío de notificaciones en la aplicación

<sup>15</sup> Búsqueda de un avance social y económico que asegure a los seres humanos una vida sana y productiva, pero que no comprometa la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Fuente: BBVA, “¿Cuál es la diferencia entre sustentabilidad y sostenibilidad?”, 2022.

<sup>16</sup> Se enfoca en cómo es la interacción directa marca-cliente.

<sup>17</sup> Describe la impresión particular del cliente hacia la relación y/o trato que tuvo con la marca.

en tiempo real sobre recomendaciones y promociones de servicios financieros o dar un consejo acertado para el cliente sobre sus finanzas.

El objetivo principal es entregar servicios diferenciados y con alto valor agregado, teniendo siempre en mente la mejor experiencia al usuario, al mismo tiempo que eliminar las barreras de comunicación con clientes, socios de negocio y empleados, proporcionando mejores herramientas para relacionarse con el cliente y responder con productos y servicios avanzados tales como:

- » Innovación de productos y servicios—asistidos por personal “móvil” en sucursal y ofertas personalizadas con alertas inteligentes.
- » Canales digitales— plataformas de *Customer Experience*, autoservicio digital, autoservicio y mercadotecnia contextualizada, banca conversacional.
- » Inteligencia sobre el cliente (*Customer Intelligence*)— Ofertas digitales personalizadas, retroalimentación en tiempo real, servicios diseñador para clientes corporativos.

La tabla 1 ejemplifica algunos de estos casos de uso donde se aprovecha la inteligencia de los datos junto con la tecnología, especialmente los aceleradores de innovación<sup>18</sup>, para resolver los principales desafíos<sup>19</sup> de implementar *Customer Engagement* en la banca y asegurar la misma experiencia tanto en el canal de atención de la banca tradicional como en el de la banca digital: la coordinación de diversos participantes y sus funciones, el compromiso con el cliente en tiempo real, la alineación de múltiples métricas centradas en el cliente, creación de jornadas del cliente cohesivas y la innovación en experiencias empáticas.

Tabla 1: **Customer Engagement: Canales de atención. Casos de uso.**

Caso de uso	Banca Tradicional	Capa Tecnológica	Banca Digital	Capa Tecnológica	Tendencia de adopción
<b>Atención directa /personalizada</b>	Equipar con capacidades móviles al personal de sucursal, logrando un personal “móvil” en sucursal que interactúe a través de múltiples dispositivos en un mismo punto de atención, buscando el servicio que más se adapte a sus clientes.	Aplicaciones de comunicaciones unificadas, Wi-Fi para usuarios, herramientas de colaboración, trackeo, e identidad. Sistemas automatizados para la sucursal (ATM, kioscos).	Habilitar el autoservicio digital para proporcionar a los clientes experiencias móviles y en línea con capacidades de autenticación y marketing contextualizado.	Chats y agentes virtuales, biométricos, servicios de localización, APIs para administrar fuentes de datos.	La omnicanalidad es clave. Al 2023, se estima un crecimiento de 29% en plataformas de Contact Center, del cual más del 55% <sup>a</sup> ya son desplegadas en la nube y enfocadas hacia agentes virtuales.

<sup>18</sup> Aceleradores de Innovación: Inteligencia Artificial, Robótica, Internet de las Cosas, Realidad Aumentada/Virtual, Sistemas Cognitivos, Impresión 3D y Seguridad de Próxima Generación.

<sup>19</sup> Fuente: Fuente: IDC FoCC and Future of Trust Survey, 2020.

<p><b>Experiencias contextualizadas</b></p>	<p>Creación de experiencias interactivas con retroalimentación en tiempo real, a través de las cuales se pueda aprender para futuras interacciones.</p>	<p>Herramientas de gestión, Enterprise mobility (aplicaciones, seguridad de datos, device management), y reconocimiento de audio y video. Mensajería SMS</p>	<p>Implementar banca conversacional con habilidades integradas de analítica y cognitiva que pueda retomar la conversación sin perder la continuidad desde distintos canales.</p>	<p>Herramientas de cognitiva, entrega móvil y en línea de contenido, controles de seguridad y agentes de servicio con inteligencia artificial.</p>	<p>El principal uso de IA en el sector financiero mexicano está enfocado a <i>Agentes de Servicio al cliente</i>, adoptado por 27% de las empresas del sector en 2022<sup>b</sup>.</p>
<p><b>Ofertas hiperpersonalizadas</b></p>	<p>Diseñar programas interactivos de marketing con capacidades específicas para aprovechar el conocimiento acumulado y crear ofertas de valor hiperpersonalizadas a las cuales se puede dar seguimiento en sucursal con servicios de asesoramiento.</p>	<p>Analíticos avanzados, señalización de marketing digital, tecnología de retroalimentación en tiempo real, herramientas de soporte inteligente</p>	<p>Incorporación de ciclos constantes de innovación y la incorporación de tecnología emergente para crear alertas efectivas y oportunas a cada cliente a través de mensajes integrados a las aplicaciones de banca móvil.</p>	<p>Soluciones de Big Data y Analítica avanzada, herramientas de procesamiento de lenguaje natural, Movilidad, IA, RPA, analítica y blockchain.</p>	<p>Bancos que han implementado en el mundo la hiperpersonalización aumentaron la tasa de clics (CTR) en un 50%, para 2023 en México y la proporción de clics para clientes potenciales en un 150%.<sup>c</sup></p>

Fuentes: <sup>a</sup>IDC Tracker Software, 2021H2, <sup>b</sup>IDC, Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide, 2022H2, <sup>d</sup>IDC Perspective: Redefining User Experience: Evolving Requirements and the Role of Data in Driving Real-Time Hyper-Personalized Engagement

Desde luego, este entorno de *Customer Engagement*, enfocado en la hiperpersonalización, requiere de un equilibrio entre los datos y la privacidad de los mismos para cumplir con leyes y regulaciones, además de aumentar la transparencia con los clientes sobre el uso de su información, verificar la política de privacidad del software implementado y utilizar tecnologías de soporte (Basado en AI/ML) para gestionar, identificar, mapear y eliminar datos de forma segura, reduciendo riesgos en la responsabilidad legal y financiera, en tanto se sigue desarrollando la confianza digital. Las organizaciones de la banca no deben perder de vista que 41 % de las empresas en todo el mundo<sup>20</sup> colocan las iniciativas de confianza y privacidad del cliente como una de sus tres iniciativas de *Customer Experience* prioritarias.

En este sentido, IDC estima que, para 2024<sup>21</sup>, la privacidad se redefinirá como el "valor de los datos", así los proveedores construirán y ofrecerán servicios que incrementarán la lealtad y confianza de los usuarios finales. Dicha oferta estará basada en su información personal y de comportamiento de compra que los mismos clientes estarían dispuestos a compartir con la institución financiera a cambio de beneficios significativos como la atención y ofertas comerciales hiperpersonalizadas. En México, las empresas señalan que las principales razones de implementar una estrategia centrada en seguridad son precisamente la necesidad de mejorar la experiencia del cliente (51.6% de respuestas en la encuesta de IDC<sup>22</sup>), la digitalización de la infraestructura (47.1%) y el fortalecimiento de los canales digitales (41.9%). De ahí que las inversiones en ciberseguridad se centran en la seguridad de datos (85% ya implementada o en implementación), las soluciones de prevención de fraudes (79%) y la protección de redes empresariales (76%).

<sup>20</sup> Fuente: IDC Perspective June 2022: Redefining User Experience: Evolving Requirements and the Role of Data in Driving Real-Time Hyper-Personalized.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Fuente: IDC Latin America Cybersecurity Report, 2021. Datos para México.

Lo anterior ejemplifica tanto la situación actual, como los desafíos para implementar *Customer Engagement* basada en la hiperpersonalización, ya que se vuelve necesario satisfacer nuevas necesidades, garantizar la seguridad de la información, brindar escalabilidad en sus operaciones y gestionar la resiliencia en su infraestructura.

### **Los beneficios de Customer Engagement enfocado a datos y la Confianza Digital**

Como se había mencionado anteriormente, la implementación de *Customer Engagement* brinda beneficios a las entidades financieras con factores asociados a la inteligencia y a la disponibilidad de la información que tienen los empleados, permitiéndoles así enfocar sus esfuerzos en el trato al cliente basado en una cultura de digitalización. Al mismo tiempo, esto impacta de forma directa al usuario final con factores asociados al compromiso y acompañamiento integral en la utilización de los productos y soluciones financieras.

“La rápida transformación de las necesidades de los clientes ha generado retos tecnológicos que demandan la continua integración y modernización que garanticen la experiencia personalizada, integral y segura.”

—Rocío Aguilar, IDC México

El impacto de TI dentro de las operaciones de la banca puede verse reflejada, por ejemplo, en las técnicas de diseño de la experiencia del usuario utilizadas tanto en el inicio y en la incorporación de ventas, como en la cobranza y a la recuperación de cartera. Así mismo, los centros de contacto pueden integrarse a las estrategias de cobranza renovadas, especialmente porque siguen siendo el canal más eficiente para esta labor. Para algunos bancos que externalizan la cobranza, la posibilidad de mejorar significativamente sus tasas, es mediante la ampliación de las capacidades analíticas y de IA/ML existentes. Sin duda, muchos bancos seguirán externalizando su cobranza con el apoyo de las agencias de terceros. En este aspecto, la tecnología puede resolver la necesidad de acceso a la información en tiempo real sobre las cuentas de morosos, así como los informes de gestión y la nube pueden garantizar la escalabilidad y confiabilidad de los servicios de TI.

En cuanto a nuevos productos y servicios, la banca puede encontrar nuevas fuentes de ingresos y diferenciación considerando que las instituciones financieras pueden agregar valor a sus transacciones, más allá de la oferta tradicional, desde nuevas estrategias de afiliación u onboarding del cliente, la monetización de préstamos en línea, contratación de nuevos productos o servicios desde dispositivos móviles, entre otros.

Desde luego, la seguridad centrada en el cliente permite construir la Confianza Digital, que comprende la gestión de riesgo, la ética y el cumplimiento tanto regulatorio como de la privacidad. También es importante tomar en cuenta que este tipo de confianza es demandada no solo por el usuario del servicio financiero, sino por los terceros que participan en la cadena de valor, desde otras instituciones financieras, las Fintech, aseguradoras, empresas de comercio, salud, manufactura (exportadoras e importadoras), entre otros. Por último, el enfoque en *customer engagement* permitirá a la banca no perder de vista que medir y rastrear el progreso de la sostenibilidad, particularmente en la dimensión social, será esencial para los proveedores y socios de su ecosistema, desde fabricantes, importadores y exportadores, y aseguradoras hasta empresas de comercio.

### **III. Una mirada al futuro de la banca**

La aceleración de la digitalización y los factores socioeconómicos están impactando la agenda del sector, por lo que las expectativas de inversión alrededor de gestión del riesgo, la ciberseguridad, el cumplimiento, la resiliencia operativa y la

productividad siguen siendo elevadas, soportadas en tecnologías como automatización, inteligencia y aprendizaje automático.

IDC también observa que ha ganado impulso la innovación del ecosistema bancario para transformar los modelos de negocio en torno a la aparición de cualquier cosa como servicio (XaaS) y los servicios de datos, impulsados por la demanda de un intercambio de información más dinámico y abierto para alimentar el potencial de un entorno conectado. Esto implica centrarse en la creación y el fomento de alianzas en ecosistemas y una rica cartera de servicios. Para ello, la tecnología siempre será un elemento facilitador para el acceso seguro a la información, la privacidad de los datos y la habilidad para realizar transacciones de forma segura al mismo ritmo que se proveen servicios en formas flexibles.

Se deberá de lograr un sistema flexible y ubicuo, acorde a las demandas del consumidor de cualquier tipo y alineado a las estrategias de innovación, la monetización de APIs y datos, basados en una infraestructura de conectividad simplificada, preparándose al futuro que IDC predice<sup>23</sup>:

- » Al 2024, 20 % de los bancos corporativos en México ofrecerán la conciliación como un servicio, basado en la solicitud de pago, facturación electrónica y pagos en tiempo real, lo que generará nuevas fuentes de ingresos en la conciliación de pagos.
- » Al 2025, 25% la banca mexicana ya habrá implementado tecnologías de mejora de la privacidad para permitir nuevos escenarios de cómputo multipartita confiables en el modelado de IA/ML, análisis de negocios e implementaciones en la nube.
- » El sector bancario continuará adoptando herramientas de gestión de riesgos empresariales, con análisis predictivos para mitigar la incertidumbre y hacia 2026, el impacto de estas soluciones se verá reflejado en el 50% de este sector a nivel mundial, mejorando el aprovisionamiento estratégico basado en riesgos, la resiliencia y la gestión del negocio.
- » Al 2026, 35% de los ingresos bancarios corporativos globales se obtendrán a través de compromisos de colaboración como finanzas integradas, banca como servicio e integración de aplicaciones empresariales (clientes corporativos que integran servicios financieros como palanca clave de monetización).

También, IDC considera que, para fines de 2023<sup>24</sup>, el mayor uso de análisis, inteligencia artificial y ML en las cobranzas mejorará las tasas de eficiencia de cobranza en al menos 25%, aunado a brindar más datos sobre el perfil del usuario, convirtiéndose en posibles prospectos de ventas con productos y servicios personalizados. Esto se debe a que cada vez hay un mayor análisis en las primeras etapas del ciclo de vida de los préstamos y los bancos, por lo que ahora las organizaciones bancarias están preparadas para usar el poder de los análisis y las lecciones aprendidas en otras partes de la cadena de valor.

<sup>23</sup> Fuente: IDC FutureScape: Worldwide Corporate Banking 2023 Predictions.

<sup>24</sup> Fuente: IDC FutureScape: Worldwide Digital Lending 2023 Predictions.



#### IV. Oferta de valor Kyndryl - Microsoft

Kyndryl es una empresa mundial de tecnología con más de 90,000 profesionales calificados que operan en más de 100 países; diseña, construye, administra y moderniza sistemas tecnológicos de misión crítica para sus clientes. Bajo su compromiso con el cumplimiento y la mejora continua de los sistemas vitales de la economía digital, la empresa co-crea soluciones que ayudan a las organizaciones a alcanzar su máximo potencial.

Su historia, capacidades, patentes y recursos, junto a su conocimiento, experiencia y entendimiento en la industria de Servicios Financieros (FSS), convierten a Kyndryl en un potencial socio tecnológico. Kyndryl ofrece un amplio ecosistema de socios tecnológicos, de nube, sistemas y procesos que le permite participar en el mercado de servicios de transformación, buscando anticipar y responder a las necesidades del mercado en una industria tan dinámica y cambiante.

Por su parte, Microsoft cuenta los conocimientos del mercado y el panorama competitivo. Posiciona su propuesta de valor basada en: otorgar experiencias diferenciadas a sus clientes, una adecuada administración del riesgo las organizaciones, y *expertise* necesario para combatir los delitos financieros, así como el empoderamiento de los empleados a través de la automatización, la colaboración y las comunicaciones. Su oferta Microsoft Cloud for Financial Services reúne capacidades específicas de banca propia con seguridad multicapa y cobertura de cumplimiento integral.

La asociación estratégica de estas compañías ayuda a que organizaciones de todo el mundo cumplan las nuevas exigencias del consumidor final, a través de la implementación de proyectos tecnológicos alineados a los objetivos estratégicos de las organizaciones. Juntos han desarrollado una cartera integrada de soluciones diseñadas para atender las necesidades del negocio, principalmente en lo siguiente:

1. Experiencia diferenciada: la digitalización a través de la adopción acelerada de servicios nativos en la nube, y el hecho de contar con una sólida infraestructura de datos, permite a las instituciones financieras desplegar la IA a escala con ayuda de modelados de datos.
2. Los objetivos empresariales mediante modernización y la innovación: modernizando áreas de negocio críticas, como la banca central y los pagos, así como mejorando la eficiencia de los activos, ampliando las capacidades del mainframe moderno para impulsar el crecimiento de los ingresos, la simplicidad y la reducción de costos.
3. Operaciones seguras y resilientes: garantizando la seguridad, confidencialidad, integridad, la disponibilidad, y resiliencia de los sistemas y datos críticos de la empresa independientemente del tamaño y la complejidad.
4. Fuerza de trabajo del banco del futuro: los servicios de *managed services* ayudan a estas instituciones a delegar dichos procesos a sus aliados tecnológicos, mientras ellos invierten el tiempo en procesos que representan el Core de su modelo de negocios.

La propuesta de esta alianza es lograr maximizar el poder de los datos en una infraestructura moderna, sin dejar de lado la alta protección y seguridad de la información. Su misión conjunta es convertirse en socios clave para el desarrollo y

transformación de sus clientes a través de la combinación de su experiencia en el despliegue de servicios especializados en Infraestructura de TI y el aprovisionamiento de una plataforma de nube sólida.

### Desafíos

El sector financiero ha vivido una transformación importante en los últimos años. Hoy, los límites de la industria se están difuminando con los neobancos<sup>25</sup> y el *open banking*, además de la integración vertical con otras industrias, como el *retail*<sup>26</sup>, generando un modelo de negocio integral donde la misma institución comercializa los productos, genera la venta, el crédito y extiende su alcance hacia los servicios como aseguradoras. La alianza Kyndryl-Microsoft debe ser capaz de posicionarse como una oferta integral con una solución unificada, capaz de brindar respuesta al dinamismo de las necesidades del mercado. Para ello, es menester fortalecer su posicionamiento no sólo como proveedores de soluciones de software y plataforma de nube, sino como un socio estratégico de servicio, cuyas soluciones implican un cambio con impacto positivo en la estrategia de las organizaciones.

## V. Conclusión

El panorama complejo y el rol de la banca para la recuperación hace imperativo concentrarse en la experiencia del cliente y de los empleados, con mejores y nuevos productos, aprovechando la riqueza de los datos para implementar la eficiencia operacional y de infraestructura en un entorno de confianza y cumplimiento regulatorio que responda a las tendencias (banca abierta, sostenibilidad) y necesidades financieras de personas y empresas, en que existen cada vez más participantes en la cadena de valor. Por lo que de hoy y hacia delante, sin confianza digital, una cultura organizacional basada en datos y procesos optimizados y sustentables, no se lograrán los resultados deseados de la banca del futuro. Por lo que se requiere una infraestructura resiliente y sostenible, el desarrollo de la confianza digital para todos los participantes en su ecosistema y el perfilamiento del cliente.

Al respecto, IDC hace recomendación de realizar una evaluación de la madurez digital dentro del proceso de Compromiso con el Cliente para revelar oportunidades de optimización, integración y automatización, además de desbloquear funcionalidades no utilizadas dentro de los sistemas existentes. También, la organización debe comprender el potencial de la automatización y su capacidad para volverse más inteligente con el paso del tiempo, aprovechando las capacidades cognitivas e invirtiendo en servicios en plataformas, análisis avanzados y automatización.

Se recomienda buscar la flexibilidad en los modelos comerciales y la construcción de acuerdos para pasar de costos fijos a costos variables de TI que eviten el riesgo inherente de tecnologías y procesos ineficientes y ayudan a tomar decisiones más rápidas sobre cuáles son las iniciativas de transformación más estratégicas. Desde luego, es importante contar con la participación y compromiso de los líderes de la organización, considerando que es una de las fortalezas para lograr el compromiso de transformación cultural y digital a largo plazo.

Finalmente, hay que apoyarse en proveedores de servicios que sean capaces de asumir un rol de socios de transformación, capaces de aportar el impulso digital, los servicios de valor agregado y la experiencia en el sector para transformar los modelos operativos.

<sup>25</sup> Neobancos o neobanking refiere a entidades financieras que ofrecen servicios de intermediación bancaria de manera 100% digital.

<sup>26</sup> Sector Retail comprende empresas que proveen de bienes y servicios en comercio físico y en línea.

## Acerca de los analistas



**Wendy Martínez, Analista, Soluciones Empresariales, IDC México**

Analista de Software para IDC México y responsable de los programas semestrales de investigación de Software y Cloud, específicamente Cloud como PaaS y SaaS.

Participa activamente en proyectos de consultoría, los cuales están encaminados a entender de una manera más precisa las necesidades tecnológicas del sector empresarial mexicano en materia de software y Cloud.



**Rocío Aguilar, Analista, Infraestructura Empresarial, IDC México**

Responsable de los programas de Infraestructura empresarial (Servidores, Almacenamiento e IaaS). Participa en diversos proyectos de consultoría que le han permitido desarrollar un amplio conocimiento de las principales tendencias de adopción tecnológica en materia de Infraestructura de TI en el sector empresarial mexicano. Es Maestra en Economía, orientada a Economía de la Tecnología, por la Universidad Nacional Autónoma de México, ha participado en investigaciones y publicaciones académicas internacionales sobre la transformación digital, futuro del trabajo y conectividad.

### MENSAJE DEL PATROCINADOR

El objetivo principal de la alianza Kyndryl Microsoft es ayudar a nuestros clientes durante su viaje hacia la transformación digital para impulsar una continua innovación a escala. El desarrollo de una estrategia basada en el conocimiento del mercado y herramientas de negocio es el eje central para generar alianzas y relaciones de largo plazo. Hacemos uso de los recursos, conocimientos, personas, ecosistemas y herramientas, a través de una cartera integrada de soluciones de experiencia omnicanal, con servicios que ayudan a maximizar el alto potencial de los datos generados, pero sin descuidar la seguridad de estos; satisfaciendo así las necesidades del negocio, cumpliendo con sus expectativas y la de sus consumidores.

Para conocer más de esta alianza, soluciones y casos de éxito visite:

<https://www.kyndryl.com/mx/es/about-us/alliances/microsoft>



El contenido del presente documento toma referencia de estudios de IDC publicados en [www.idc.com](http://www.idc.com).

**IDC México**

Manuel Ávila Camacho No.32 - 1102  
11000 Ciudad de México

Tel. (52) 55 5010 1400

Twitter: @IDCLatin

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

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

**Acerca de IDC**

International Data Corporation (IDC) es la principal firma mundial de inteligencia de mercado, servicios de consultoría, y eventos para los mercados de Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Tecnología de Consumo.

Con más de 1,100 analistas alrededor del mundo, IDC provee experiencia mundial, regional y local sobre las tendencias y oportunidades en tecnología e industria en 110 países.

El análisis y conocimiento de IDC ayuda a los profesionales de TI, ejecutivos de negocios y la comunidad de inversión, a tomar decisiones fundamentadas sobre tecnología y a alcanzar los objetivos clave de negocio.

Fundada en 1964, IDC es una subsidiaria de IDG, la empresa líder en medios de tecnología, investigación y eventos.

Para conocer más acerca de IDC, por favor visita [www.idc.com](http://www.idc.com) y [www.idclatin.com](http://www.idclatin.com)

Síguenos en Twitter como @IDCLatin / @IDC

**Aviso de Derechos de Autor**

Todos los estudios de IDC son Derechos Reservados © de IDC, 2019. Todos los derechos reservados. Todos los materiales de IDC están licenciados bajo autorización de IDC y el uso o publicación de los estudios de IDC de ninguna manera indican el respaldo de IDC respecto de los productos o estrategias del patrocinador.

Copyright © 2023 IDC. Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio o forma, sin la autorización expresa y por escrito de su titular.