

# Oriol Ros: “Los milenial son el cliente con el que los bancos sueñan”

Por

[Braulio Palacios / bpalacios@republica.gt](mailto:bpalacios@republica.gt)

11 diciembre, 2019



La banca es un sector que innova en forma constante. En sus procesos **ha incorporado tecnologías**, aunque aún tiene retos por vencer por los [milenial](#) y alianzas que consumar con las *fintechs*. Sobre esto, conversamos con [Oriol Ros, director de desarrollo corporativo de Latinia](#).

**Latinia** es un fabricante de *software* especializado en el desarrollo de productos de [infraestructura para notificaciones financieras multicanal](#) (mensajería móvil, correo electrónico, redes sociales, push) y generación de comunicaciones contextuales.

## ¿Qué hace que los bancos siempre estén en la búsqueda de innovar?

– Siempre han innovado, a su manera. Durante años han conservado el monopolio del dinero, pero **la tecnología está disruptcionando la industria de los servicios financieros**, igual que lo hizo con otros. La banca, que podía permitirse el lujo de no estar en la cúspide de las [industrias más innovadoras](#), ahora sí siente esa obligación.

La llegada de nuevos jugadores, más ágiles, más rápidos en ese terreno, pero sobre todo, más sensibles a la interacción con el cliente, como [Amazon](#) o Facebook, obligan a la banca a liderar de nuevo estos procesos, y para ello **debe apoyarse en las *fintechs***.

**Sin saberlo, muchos usamos la Inteligencia Artificial (IA) en la banca. ¿Cómo nos ayuda esta tecnología?**

– Hay una parte de cara al cliente, como pueden ser los *chatbots* y demás servicios de atención al cliente, robotizados. Sin duda **serán el recurso a utilizar en ese tipo de interacciones** para poder dedicar a las personas a tareas de mayor valor añadido.

Hay una más invisible, que ayuda al [banco](#) a ser más eficiente enrolando clientes, autorizando productos y servicios a partir del **análisis del cliente y sus semejantes**, como la concesión de préstamos analizando su potencial morosidad, o personalizando cualquier oferta a un cliente.

No solo no hay dos clientes iguales. **No hay dos momentos iguales en la vida financiera de un cliente.** Por la mañana mis finanzas pueden ser muy distintas de por la tarde. Esa complejidad solo puede resolverse a través de herramientas como la [IA](#).

**¿Los cambios de generación son el principal reto para que los bancos continúen innovando?**

– Sin duda. Los [milenial](#), sin desmerecer al resto, son ese ansiado *target* (público objetivo) con el que todos los bancos sueñan. **El cambio de aproximación a ellos nada tiene que ver con los *targets* anteriores**, a los que la banca vivía de empujar productos a través de un canal de distribución física, sus oficinas.

El **milenial** prefiere ir al dentista antes que acercarse a la oficina más cercana. Efectivamente las oficinas le suenan a neolítico, son claramente un público que vive de y en lo digital. No conciben otra forma de operar con su entidad.

Para el millennial sus datos son la nueva moneda de intercambio con sus proveedores. Si perfilándose bien Amazon da de lleno con sus gustos y necesidades, **¿por qué Amazon no puede ser su banco?**

El milenial considera una [buena App](#) algo muy socializable entre los suyos, una mala App, o una mala experiencia con ésta, un motivo para dejar a su banco. **No hay vida más allá de la App**, y pagarían por ella, no por un *overdraft*. Esto les resulta ofensivo.

**¿Qué otras tecnologías han incorporado los bancos para mejorar la experiencia de los usuarios?**

– La banca tiene un problema de relación con el cliente, por haber abandonado este público durante años, años en los que las compañías tecnológicas, desde las **GAF**A (**Google, Amazon, Facebook o Apple**) han perfeccionado el conocimiento del cliente.

Ahora, lógicamente, piensan en desplegar esos activos en los servicios financieros. Pero hay algo que no debemos olvidar: **La banca sigue siendo el principal almacén de confianza del cliente**, pues allí deposita tanto su dinero como sus datos.

La banca puede tener una crisis reputacional, pero no el sistema financiero, y más después de las filtraciones de datos en los casos de [Cambridge Analytica](#). La batalla por

el cliente se juega en el front-line, donde los GAFAs son maestros, pero **la banca contará con poderosos aliados, las *fintechs*.**

**¿Qué tendencias de tecnología podríamos esperar para 2020?**

Más que hablar de tecnologías como [\*blockchain\*](#) o la AI, hay que pensar en donde estas aplicarán, para qué exactamente deben ser utilizadas con un único fin, **volver a enamorar al cliente.**