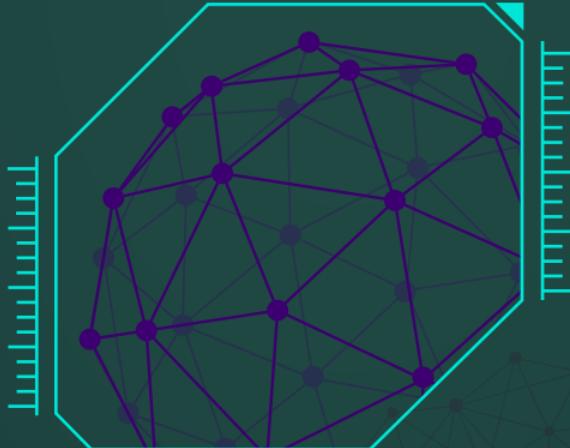


Biometría
Fintechgración

CÁPSULA



AUTENTICACIÓN: DESBLOQUEANDO EL POTENCIAL
BANCARIO EN UN MUNDO HIPERCONECTADO





NADA MÁS INTENSO QUE
EL TERROR DE PERDER
LA IDENTIDAD



ALEJANDRA
PIZARNIK

Biometría

CÁPSULA 2

HOY EN DÍA, LOS USUARIOS REALIZAN
MÁS DE LA MITAD DE SUS OPERACIONES
BANCARIAS POR MEDIO DE
CANALES DIGITALES¹,



Y SE ESTIMA QUE, EN EL TRANSCURSO
DEL AÑO 2018, EL MUNDO LLEGARÁ A 2.000
MILLONES DE USUARIOS DE BANCA MÓVIL



(ALREDEDOR DEL 40% DE LA
POBLACIÓN ADULTA GLOBALMENTE)²

1- Bain & Company, 2014. Customer Loyalty in Retail Banking: Global Edition. Disponible en <http://www.bain.com/publications/articles/customer-loyalty-in-retail-banking-2014-global.aspx>

2- Juniper, 2018. Futureproofing digital banking.



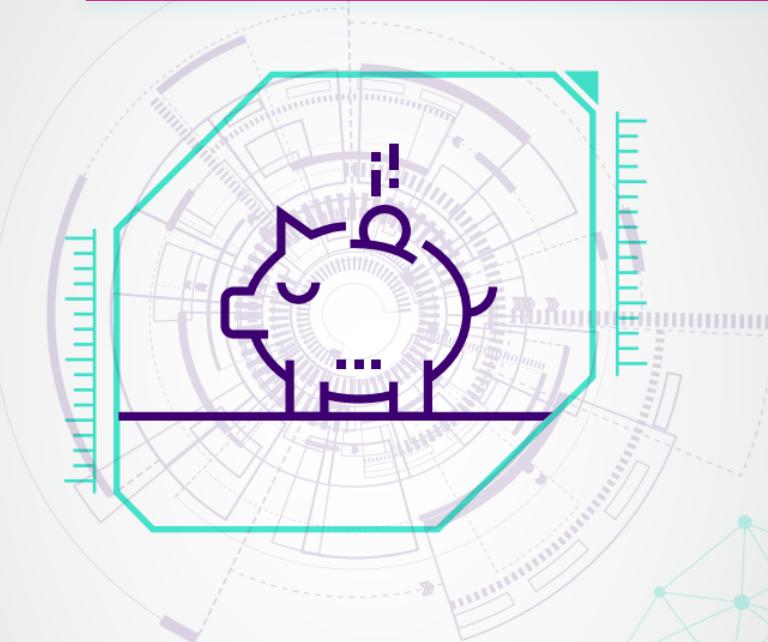
SE TRATA DE UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA LOS BANCOS SI SE CONSIDERA QUE CADA **INTERACCIÓN DE LOS USUARIOS CON UN ASESOR TELEFÓNICO O UN CAJERO LE CUESTA AL BANCO EN PROMEDIO USD\$4,**



FRENTE A \$10 CENTAVOS DE DÓLAR CUANDO LA INTERACCIÓN ES HECHA A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES³.

³- Bain & Company, 2016. Customer Loyalty in Retail Banking. Disponible en <http://www.bain.com/publications/articles/customer-loyalty-in-retail-banking-2016.aspx>

**DE ESTA MANERA,
EN EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN LAS
INSTITUCIONES FINANCIERAS TIENEN LA
OPORTUNIDAD DE SEGUIR BAJANDO COSTOS**



**(DEBIDO A UNA MENOR DEPENDENCIA DE LAS
SUCURSALES FÍSICAS) Y OFRECER NUEVOS
PRODUCTOS (COMO CRÉDITOS TOTALMENTE EN LÍNEA).**



SIN EMBARGO, A MEDIDA QUE LOS USUARIOS
SE ACOSTUMBRAN A LA TECNOLOGÍA,



**LA INDUSTRIA FINANCIERA
EXPERIMENTA NUEVOS DESAFÍOS:**



OMNICANALIDAD



SE REFIERE A LA POSIBILIDAD DE INTERACTUAR DE MANERA FLUIDA Y CONSISTENTE A TRAVÉS DE CUALQUIER CANAL⁴.



EL RETO ES ASEGURAR QUE LA CALIDAD DE **LOS SERVICIOS Y LA INFORMACIÓN PRESENTADA** NO DEPENDAN DEL CANAL UTILIZADO.

4- IBM, 2014. Omnichannel Banking.

Disponible en https://www-935.ibm.com/services/multimedia/Omnichannel_banking.pdf

SEGURIDAD DIGITAL



**LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD DEBEN
MANTENERSE ALERTA PARA
CONTRARRESTAR CUALQUIER AMENAZA.**

LEGITIMIDAD DE LAS INTERACCIONES



UN SISTEMA DE AUTENTICACIÓN ÚTIL HOY EN DÍA DEBE ASEGURAR QUE LA PERSONA SEA EL LEGÍTIMO USUARIO, YA SEA DE FORMA PRESENCIAL O EN LÍNEA.

ES ASÍ COMO LOS BANCOS TIENEN EL
RETO DE SIMPLIFICAR EL ACERCAMIENTO
DE LOS USUARIOS A SUS CANALES



MIENTRAS GARANTIZAN LA
SEGURIDAD DE SUS FINANZAS.



DE NO LOGRARLO, LOS CLIENTES
TENDRÍAN MOTIVOS PARA SEGUIR
USANDO SUCURSALES FÍSICAS



O PODRÍAN SENTIRSE INSATISFECHOS
Y NUNCA ESTABLECER UNA RELACIÓN
DURADERA CON SU PROVEEDOR FINANCIERO.

A MEDIDA QUE LAS INTERACCIONES SE VUELVEN DIGITALES, EL CIBERESPACIO SE VUELVE UNA MINA DE ORO PARA LOS ATACANTES.

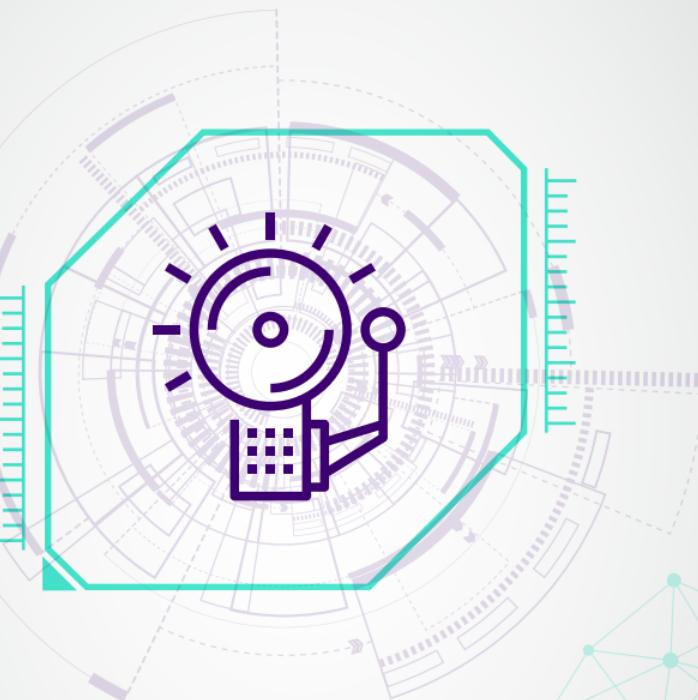


EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS, SE HAN PERDIDO USD\$112.000 MILLONES EN EL MUNDO POR ROBOS DE IDENTIDAD. ESTO EQUIVALE A UNA PÉRDIDA DE USD\$35.600 CADA MINUTO.

5- IBM Security, 2018. Future of Identity Study.

Disponible en <https://www.ibm.com/account/reg/us-en/signup?formid=urx-30345>

ASIMISMO, SEGÚN LA COMISIÓN
FEDERAL DE COMERCIO DE
LOS ESTADOS UNIDOS,



» HAY UNA NUEVA VÍCTIMA DE ROBO
DE IDENTIDAD CADA 3 SEGUNDOS⁶.

6- Biometrics Research Group, Inc., 2016. Biometrics & Banking.



POR ELLO, LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD
DEBEN FORTALECERSE Y ESTAR
ACORDES AL PANORAMA DIGITAL.



LINTERNA

LA PRIORIDAD SERÁ PREVENIR LA
SUPLANTACIÓN DE IDENTIDAD Y EL USO
INDEBIDO DE LAS CREDENCIALES.





**HOY EN DÍA, LOS ESFUERZOS DE LOS
BANCOS Y DEMÁS INSTITUCIONES
PARA REDUCIR LA FRICTION
Y EL FRAUDE A TRAVÉS DE SUS CANALES**



SE MANIFIESTA EN UN CAMBIO DE ACTITUD
FRENTE A LOS MECANISMOS DE IDENTIFICACIÓN.



AL ENFOCAR SUS ENERGÍAS HACIA LOS SISTEMAS BIOMÉTRICOS AUTOMATIZADOS,



**TIENEN LA OPORTUNIDAD DE ENFRENTAR
VARIOS DE LOS RETOS DIGITALES
Y APROVECHAR LOS BENEFICIOS
DE ESTA TECNOLOGÍA:**



CONVENIENCIA



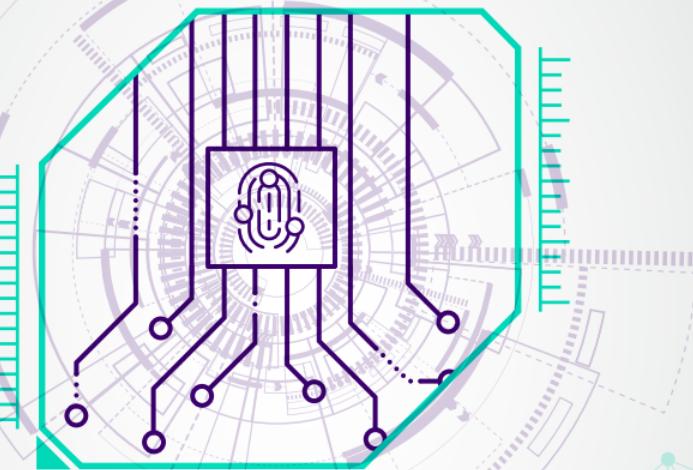
**LOS CONSUMIDORES AHORA TIENEN
MÁS OPCIONES QUE NUNCA PARA
LIBERAR ESPACIO EN SUS BOLSILLOS.**

TRAZABILIDAD



» LA TECNOLOGÍA BIOMÉTRICA LES FACILITA
A LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS IDENTIFICAR
A LAS PERSONAS EN MORA Y, POR EJEMPLO,
DENEGARLES FUTUROS PRÉSTAMOS.

DINAMISMO



DESDE QUE LOS DATOS BIOMÉTRICOS ESTÉN VINCULADOS A UNA CUENTA BANCARIA, EXISTE TANTO LA POSIBILIDAD DE AUTENTICAR COMO DE FACILITAR TRANSACCIONES.



SEGÚN BARCLAYSCARD, EL TIEMPO AHORRADO POR COMPRA USANDO BIOMETRÍA LLEGARÍA A SER MAYOR QUE AL PAGAR CON TARJETAS CONTACTLESS.



HASTA AHORA, LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS SISTEMAS BIOMÉTRICOS NO SE HA DADO EN SU TOTALIDAD DEBIDO A LOS COSTOS QUE IMPLICAN PARA LOS COMERCIANTES



Y POR LAS PREOCUPACIONES QUE AÚN TIENEN LOS CONSUMIDORES SOBRE LA PROTECCIÓN DE SU INFORMACIÓN.

SIN EMBARGO, CON EL SURGIMIENTO
DEL MÓVIL COMO CANAL
BANCARIO PREDOMINANTE



Y DE ESTRATEGIAS BANCARIAS QUE PLANTEAN EL
USO DE DISPOSITIVOS VESTIBLES (WEARABLES),

SE ESPERA QUE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS
EL DESPLIEGUE DE ESTOS SISTEMAS TOME
MUCHO MAYOR PROTAGONISMO.



LOS BANCOS DEBEN APROVECHAR SU POSICIÓN COMO LAS INSTITUCIONES MÁS CONFIABLES EN LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS BIOMÉTRICOS DE LOS USUARIOS,



DE TAL MANERA QUE SE CONSOLIDEN COMO LÍDERES EN LOS SERVICIOS DE AUTENTICACIÓN Y COMO LOS FACILITADORES DE MEDIOS DE PAGO.



ES IMPORTANTE RECONOCER ADEMÁS
QUE LA ENTRADA DE LOS GIGANTES
DIGITALES COMO AMAZON, APPLE Y
ALIBABA EN EL ÁMBITO FINANCIERO



» TRAERÁ UN NIVEL DE COMPETENCIA
MUCHO MÁS ALTO PARA LOS BANCOS.

» SEGÚN UN REPORTE
DE BAIN & COMPANY,



MÁS DE UNA CUARTA PARTE DE ESTADOUNIDENSES
ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR ASISTENTES DE
VOZ COMO ALEXA, SIRI O CORTANA PARA REALIZAR
SUS **ACTIVIDADES BANCARIAS DIARIAS**⁷.

7- Bain & Company, 2017. Evolving the Customer Experience in Banking: 'Alexa, Move My Bank Accounts to ...'. Disponible en <http://www.bain.com/publications/articles/evolving-the-customer-experience-in-banking.aspx>

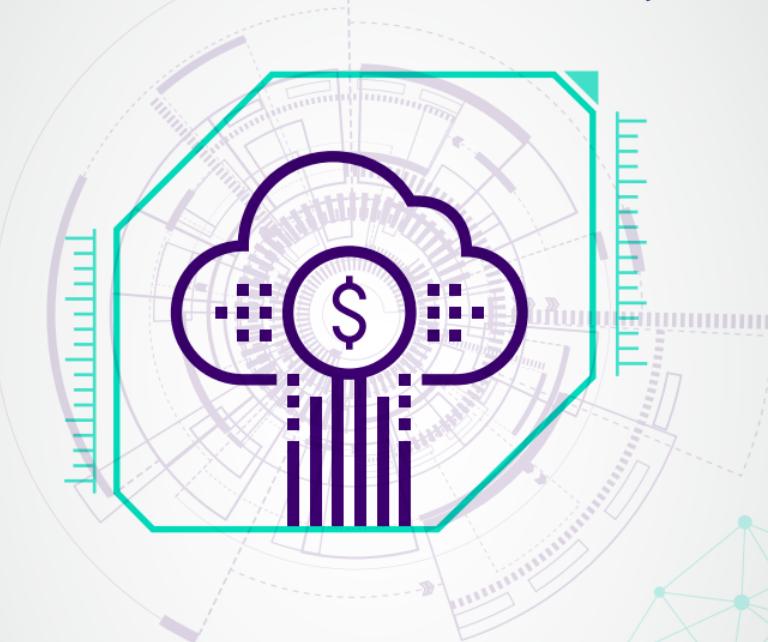
ASIMISMO, BAIN & COMPANY DESCUBRIÓ
QUE EN CHINA HUBO UN MENOR USO MÓVIL
PARA LAS INTERACCIONES BANCARIAS
RUTINARIAS EN EL AÑO 2016,



PUES LOS CONSUMIDORES UTILIZABAN CON MAYOR FRECUENCIA PLATAFORMAS NO BANCARIAS QUE CONSIDERAN MÁS CONVENIENTES Y PRÁCTICAS COMO WECHAT Y ALIPAY PARA PAGOS, AHORROS Y OTRAS TRANSACCIONES FINANCIERAS.



PUESTO QUE LOS USUARIOS ESTÁN CADA VEZ MÁS ABIERTOS A COMPRAR PRODUCTOS FINANCIEROS DE EMPRESAS DIGITALES Y LA EXPERIENCIA DEL USUARIO HA MOSTRADO SER MAYOR EN ESTAS,



LOS BANCOS DEBEN ENFOCARSE PRINCIPALMENTE EN EL RELACIONAMIENTO CON SUS CLIENTES Y EN BAJAR SIGNIFICATIVAMENTE SUS COSTOS.



"La disruptión del sistema financiero no va a suceder, está sucediendo"

Bienvenidos a la Fintechgración



Nuestros Aliados

