

**Forbes 10 years**● **SUSCRÍBETE A FORBES PRO**

FORBES TALKS

# Forbes Talks by Coinscrap | La inteligencia artificial, acelerador de la industria financiera


Esta tecnología desempeña un papel fundamental en la transformación de la banca española.

POR V. ALONSO

23 NOVIEMBRE 2023



El encuentro 'La inteligencia artificial, acelerador de la industria financiera' organizado por Forbes en la sede de L'Atelier de Utópica de Madrid contó con la participación de (de izq. a drch.) Rubén Andrés, chief Information Officer de Evo Banco; Álvaro Fernández, director Models & Data en Santander España; Belén Chiloeches, moderadora de Forbes; Israel Rodríguez, director de Innovación de Unicaja Banco; David Conde, CEO de Coinscrap Finance, y Carles Aldeguer, director de Process Engineering de CaixaBank. (Foto: Luis Camacho)

La mejora de la ciberseguridad, la detención del fraude, la personalización de servicios o la mejora de la atención al cliente mediante asistentes virtuales son algunos de los puntos que la inteligencia artificial (IA) está potenciando en el sector bancario español. Y es que la banca está integrando  Privacidad

herramientas de esta tecnología para mejorar su eficiencia, seguridad y toma de decisiones. Las aplicaciones de IA están permitiendo que los bancos trabajen en ofrecer servicios financieros más efectivos y satisfacer las demandas cambiantes de sus clientes en la era digital.



Todo un escenario apasionante que se analizó en el encuentro ‘La inteligencia artificial, acelerador de la industria financiera’ organizado por Forbes el pasado 25 de octubre en la sede de **L’Atelier de Utópica** de Madrid y con la participación de parte del sector bancario español. **Álvaro Fernández**, director Models & Data en **Santander España**; **Rubén Andrés**, chief Information Officer de **Evo Banco**; **Israel Rodríguez**, director de Innovación de **Unicaja Banco**; **Carles Aldeguer**, director de Process Engineering de **CaixaBank**; y **David Conde**, CEO de **Coinscrap Finance**, analizaron el presente y el futuro de la banca ante los retos y oportunidades que trae la inteligencia artificial.

El debate fue moderado por la periodista especializada en Economía Belén Chiloeches. A su pregunta sobre cómo la IA está transformando a la industria financiera, la respuesta fue unánime por parte de todos los participantes: el impacto es claro y esta tecnología está cambiando la manera de hacer banca. Lo podemos ver, por ejemplo, en la automatización de procesos. “Decisiones que siempre hemos hecho con modelos, ahora la IA nos puede ayudar a automatizar”, explicaba Álvaro Fernández, director Models & Data en Santander España. Y es que los bancos están utilizando la IA para automatizar tareas repetitivas y manuales como la gestión de cuentas o la emisión de cheques, lo que permite a las entidades mejorar la eficiencia operativa”. Esperamos que la IA Generativa será el gran disruptor que permita ‘democratizar’ el acceso de las empresas al uso de la Inteligencia Artificial en multitud de casos de uso”, decía Israel Rodríguez, director de Innovación de Unicaja Banco.

En esta mejora de eficiencia, los participantes coincidían en señalar que la IA les está permitiendo conocer más y mejor tanto a clientes, el entorno, como sus propios sistemas; algo que los lleva a tomar mejores decisiones. “La IA generativa nos está dando oportunidades de saltos y cambios muy profundos. Ahora puede haber algo más disruptivo”, apuntaba Carles Aldeguer, director de Process Engineering de CaixaBank.

Para Rubén Andrés, chief Information Officer de Evo Banco, esta potencialidad de la IA en la banca se explica “por la cantidad de datos que genera el sector”, de lo que se nutre esta tecnología para generar algoritmos. La importancia del dato lo tienen muy claro en Coinscrap Finance, una fintech que ayuda a los bancos a enriquecer sus datos. “Llevamos años usando la IA con el machine learning. Ahora lo importante es que la IA generativa encuentre el dato correcto y bien trabajado para que te dé una respuesta correcta”, explicaba su CEO David Conde. Este conocimiento de los datos, “te permite adelantarte y ofrecer al cliente lo que necesita”, señalaba Fernández, de Santander España.

## Más personalización

Los participantes en esta cita coincidieron en destacar el papel clave que juega la IA en la gestión de datos ya que resulta fundamental para la toma de decisiones estratégicas, la gestión de riesgos y la personalización de servicios financieros. De hecho, Conde hablaba de la hiperpersonalización. Es decir, de usar los datos para mejorar la experiencia del cliente. “Los datos bien utilizados de cada cliente te permiten ofrecer el producto o servicio adecuado, en el momento y forma adecuado”. Una idea que también secundaba Rodríguez, de Unicaja Banco, al considerar que la IA tiene que hacer a los bancos más cercanos al cliente. “Tenemos la oportunidad de convertir al banco en algo más humano, con un trato cercano, hablando en el lenguaje de cada cliente”, afirmaba. En esta línea, desde CaixaBank ponían el foco en la importancia de la simplicidad. “La tecnología si no es simple, no llega”, decía Aldeguer, para quien también es clave la microsegmentación, el ir cliente a cliente para mejorar las relaciones. Toda una personalización de la mano de la IA, que permite prácticamente tener “un banquero digital por cliente”, como aseguraban desde Evo Banco.

## El cliente, en el centro

La mejora de la experiencia de cliente es otro de los beneficios de la IA que destacaban estos expertos en banca. Los chatbots o asistentes virtuales han permitido más inclusión y mejorar la cercanía respondiendo de forma rápida a preguntas y dudas; una herramienta que cada vez más entidades ponen al servicio de sus clientes.

A la pregunta de si la IA puede ayudar a ofrecer nuevos productos financieros, la respuesta también fue unánime: los productos bancarios son estables y el cambio de paradigma llega por la vía del servicio. Como decían desde CaixaBank, “los servicios financieros están cubiertos; cambia la inmediatez y la personalización de los mismos”. Por ejemplo, hacer un préstamo o un pago de manera inmediata.

En este cambio de paradigma, “los bancos podrán darte un asesoramiento, por ejemplo, sobre dónde echar gasolina viendo tus movimientos de gasto y tu localización”, explicaba Conde. Una idea en la que también coincidía Rodríguez, de Unicaja Banco, al señalar que la IA generativa “es una oportunidad para que todos tengamos nuestro propio asesor financiero individual, disponible 24x7, que nos hable en un lenguaje natural y cercano y dando lugar a una banca digital realmente inclusiva”. Algo que para Aldeguer, de CaixaBank, aún está lejos. “Ahora tenemos que dar todas las herramientas para los asesores para ir ajustando los modelos”.

Otro de los beneficios que puede aportar esta tecnología es la inclusividad, ya que rompe la brecha digital para personas mayores y con alguna discapacidad. “Con la IA se podrá hablar en una interfaz de manera cercana”, decía Rodríguez. Gracias a la biometría de voz, donde ésta es la contraseña del cliente, se pueden agilizar trámites como firmar transacciones. “Es algo muy positivo para que los clientes no tengan que memorizar tantas contraseñas y también para el banco, que gana en eficiencia”, explicaba Andrés.

Ante este escenario la periodista Belén Chiloeches planteaba la cuestión de si la tecnología puede deshumanizar el trato con el cliente. Desde Conscrap Finance, aseguraban que la IA cambiará el funcionamiento de las oficinas, pero no las va a eliminar; y todo gracias al dato. “El canal va a ser diferente en función de lo que el cliente necesite; y el procesamiento de datos nos va a permitir una atención personalizada”, aseguraba Conde. Por su parte, Fernández, de Santander España, afirmaba que la banca seguirá siendo un negocio de personas. “Se les liberará de los trabajos repetitivos para darles otras herramientas para que estén más cerca del cliente, pero necesitamos a las personas”.

Garantizar la seguridad y privacidad de los datos es una de las principales preocupaciones del sector y cómo la IA puede ayudar en esta tarea es todo un reto. “La colaboración entre bancos será esencial para hacer frente a las amenazas”, explicaba Aldeguer. También la IA ayuda a anticiparse a que el fraude ocurra, como apuntaban desde Coinscrap. Y es que al final, todo lleva, según Andrés de Evo Banco, a mejorar la experiencia del cliente.

Con vistas a un futuro, los participantes ven a la banca como un sector sólido gracias al aporte de la IA. “Más personalización, asesoramiento y un contacto más humano seguirán siendo un punto diferencial para salvaguardar esa confianza que tenemos que seguir vendiendo”, afirmaba Aldeguer, de CaixaBank. En 20 años Conscrap Finance visualiza a una banca de servicio que cubra las necesidades de la gente. A juicio de Evo Banco, los productos tendrán un coste más bajo y se potenciará la banca de servicio. Un futuro en el que Fernández, de Santander España, ve un sector que va a mejorar la experiencia del cliente en tiempo real, siendo “más eficiente, trabajando con procesos más sencillos y robotizados”, mejorando un servicio apoyado en una buena explotación de los datos. En definitiva, como concluía Rodríguez, de Unicaja Banco, “seguiremos siendo un sector estratégico, más accesible, inclusivo y humano”.