



Soluciones de Validación de Identidad Digital acelerarán desarrollo de banca electrónica: IDC

Soluciones de Validación de Identidad Digital acelerarán desarrollo de banca electrónica: IDC

- *En México, menos de la mitad de las personas mayores de 18 años cuenta con servicios bancarios, mientras que casi 9 de cada 10 tienen acceso a un teléfono inteligente.*
- *Los sistemas de validación de identidad digital, como los biométricos, pueden facilitar el reconocimiento de las personas para la contratación de servicios financieros en el país, considera IDC.*
- *Además, esas soluciones ayudan a reducir costos a las entidades financieras, mejorar la seguridad contra los fraudes en línea, cumplir con la norma regulatoria e incrementar la satisfacción de los clientes.*

Ciudad de México a 09 de julio de 2019.- En México, la bancarización de la población es baja y la penetración de teléfonos inteligentes es muy alta, por lo que la contratación digital de servicios financieros mediante la validación de la identidad electrónica se convierte en un elemento clave para el crecimiento de los servicios financieros, considera Salvador Trejo, Enterprise Senior Consultant para México de la principal firma de consultoría del mercado de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), IDC.

La Asociación de Bancos de México (ABM), con base en datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Banco de México (Banxico), refieren que al cierre del 2018 se registraron 46.7 millones de usuarios de banca por Internet y 24.8 millones de contratos para transferencias a través del celular; mientras que la penetración de teléfonos inteligentes es de 86%, destaca el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2018.

“Los servicios financieros deberían aprovechar esta base instalada para crecer la penetración de sus servicios, mejorar la relación con sus clientes y desarrollar nuevos servicios como parte de su estrategia de transformación digital”, destacó el especialista.

Si bien el sector financiero es uno de los principales inversionistas en soluciones de TIC en el país, los bancos han concentrado el uso de las herramientas biométricas para el acceso a las

instituciones, pero no para los servicios bancarios, donde se mantiene el uso de contraseñas y token para realizar transacciones.

Ahora bien, para responder a las demandas de inmediatez y personalización de las nuevas generaciones sin aumentar los costos operativos, las instituciones bancarias están recurriendo a una estrategia de canales digitales. Prueba de ello es el importante crecimiento de clientes que interactúan por este medio, sobre todo a través del teléfono celular, el cual, de acuerdo con los propios bancos ha crecido 42% en México durante 2018 y será el medio por el cual se podrá lograr una mayor bancarización en los siguientes años.

En agosto de 2017, la CNBV publicó en el Diario Oficial de la Federación una serie de cambios a la Circular Única de Bancos que buscan combatir el robo de identidad dentro del sector bancario. Estos cambios incorporan y regulan el uso de datos biométricos (huella dactilar, principalmente) para la autenticación de los usuarios de la banca. Para mantener abiertas las puertas a la innovación, la regulación contempla la posibilidad de autorizar, tanto para las contrataciones presenciales como las remotas, otros esquemas de autenticación biométrica que pudieran surgir en el futuro, tales como el reconocimiento de iris o la voz. Es importante señalar que los bancos ya en 2019 deben estar dando cumplimiento a estas medidas.

En un estudio realizado por IDC y patrocinado por Mitek durante el primer trimestre de 2019 sobre la Validación de la Identidad Digital con bancos, se muestra que 2 de cada 3 empresas prefieren tener procesos de back office (entrega manual y escaneo de documentos) para la apertura remota de productos y servicios financieros, y solo 23% de los entrevistados indicaron que cuentan con un proceso realmente automatizado.

Fuente: IDC

El analista de IDC explica que algunas de las causas por las cuales estas soluciones no han incrementado su uso, es porque los directivos financieros consideran que estos sistemas no han alcanzado un punto de madurez suficiente para ser implementados de manera ágil en los procesos existentes en las instituciones.

Sin embargo, Salvador Trejo menciona que una implementación eficiente de los sistemas de validación de identidad digital podría generar nuevas y mejores experiencias para los usuarios a medida que interactúan virtualmente con los bancos, los proveedores de servicios y su comunidad.

“El aprovechamiento de esas tecnologías facilitaría la relación con los servicios financieros al ofrecer a los usuarios una forma segura e instantánea de verificar la identidad digital con quien quieran y cuando quieran, mejorando y acelerando el proceso de identificación del solicitante, para establecer una nueva cuenta bancaria, préstamo o cuenta de servicio de pago”, destaca.

Para las instituciones, ayudaría además a la disminución de fraudes online, al reducir parte de las transacciones ilegales de pago y robo de identidad. Adicionalmente, obtendrían una ventaja competitiva al incrementar la satisfacción de sus clientes y cumplir con la normatividad del sector, que obliga a las entidades financieras a incrementar sus medidas de seguridad para proteger al usuario y fomentar la inclusión financiera, que invariablemente derivará en el aumento de clientes potenciales.

“La identidad digital financiera debe facilitar las tareas de captación, gestión e interacción de los servicios digitales financieros que demanda el mercado en la actualidad. La banca debe establecer los mecanismos oportunos que garanticen dicha identidad y servir a un doble propósito. Por un lado, cumplir el estricto marco regulatorio al que la banca está sometido y por otro crear nuevas experiencias de usuario fáciles, naturales y dinámicas”, enfatiza el especialista.

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 y www.idclatin.com.

Síguenos en LinkedIn como: <https://www.linkedin.com/company/IDC-Latin-America>

Contacto para medios:

- **ACS - Paola Gutiérrez** - pgutierrez@acsmex.com
- **ACS - Javier Carreto** - jcarreto@acsmex.com
- **IDC LA - Dulce Enríquez Y.** - Tel. 5010 1440 - denriquez@idc.com
- **IDC LA - Silvia Ortíz** - Tel. 5010 1485 - smortiz@idc.com

About IDC

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at www.idc.com.

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

For more information contact:

Dulce Enriquez (denriquez)
denriquez@idc.com
5550101440
Silvia Maria Ortiz (smortiz)
smortiz@idc.com
5550101485