Publicado en Madrid el 21/12/2022

# [Cognizant muestra las tendencias que presenta el sector de la banca para 2023](http://www.notasdeprensa.es)

## La subida de los tipos de interés y de los precios están teniendo un impacto significativo en la vida cotidiana. Aunque no se vislumbra el final inmediato de una recesión, los bancos que se tomen más en serio la responsabilidad social, la educación financiera y el compromiso personalizado con el cliente, descubrirán que se abren muchas oportunidades

 Daniel Meere, Head of BFS Consulting, GGM de Cognizant, sugiere nueve tendencias que se vislumbran en el sector de la banca. En su opinión, "la confianza es la palabra clave para la transición a una nueva existencia en la que el banco ocupa un lugar mucho más importante en la vida de la gente. Hace 30 años, hablábamos con el director del banco con la gorra en la mano. Hoy, los papeles se han invertido. Los bancos deben darse cuenta de que tienen que estar en el lado de la oferta y la solución consiste en tecnología, procesos más inteligentes y un mejor uso de las personas". Y añade "Los modelos operativos que no permiten a las empresas responder rápidamente al cambio, un pobre historial de innovación y los esfuerzos incompletos para modernizar el núcleo de sus operaciones reflejan y agravan las deficiencias en las áreas cruciales de talento, ESG, así como la adopción de tecnología. Es necesario avanzar en todos estos frentes para garantizar que el sector esté preparado para el futuro. Los bancos que quieran esforzarse en los próximos meses y años no deben olvidar que, en última instancia, se trata de la personalización y de convertirse en algo más que un banco: un socio fiable y de confianza que ayude a estar seguros en línea y a tomar mejores decisiones". Las 9 tendencias de la banca según Cognizant:1.- Educación financiera mediante conocimientos y análisis: Será necesario ayudar a los clientes a tener una mejor visión de sus propias finanzas, con consejos sobre qué opciones son las más inteligentes. Para los bancos con ambiciones de crecimiento, esto se ha convertido en un factor imprescindible. Los clientes esperan poder ver con antelación un análisis de sus pautas de gasto. Los bancos tienen la oportunidad de ofrecer a sus clientes información sobre cómo ayudarles a tomar decisiones financieras más inteligentes y dónde pueden reducir o modificar sus gastos para obtener mejores resultados económicos y de sostenibilidad. Además, Internet y las redes sociales están llenos de anuncios con tentadoras ofertas de oportunidades de inversión "sin riesgo" que prometen un rápido rendimiento de la inversión. Sin embargo, los clientes bancarios que participan en estrategias de inversión arriesgadas pueden ser una oportunidad para que los bancos aumenten la concienciación de los clientes compartiendo información sobre inversiones más seguras, cómo mantenerse a salvo en Internet y una mejor comprensión de los distintos productos financieros. Al mismo tiempo, muchos clientes echan de menos el contacto con un asesor en el que sientan que pueden confiar. Las entidades financieras deberían tomarse esto en serio. Ofrecer información sólida y útil, así como herramientas de aprendizaje. 2.- Sostenibilidad: Las empresas se enfrentan a requisitos más estrictos en materia de información ESG, y los bancos deben considerar que es su responsabilidad compartir datos que se ajusten a los requisitos de divulgación sostenible. Estos pueden optar por recompensar a los clientes que demuestren que controlan su propio gasto financiero y, por ejemplo, que adquieren productos de empresas que hacen gran hincapié en la sostenibilidad y se abastecen de productos en consecuencia. Los clientes también valoran la oportunidad de hacer un seguimiento de su propio gasto en relación con sus objetivos de responsabilidad social. 3.- Datos que protegen a los clientes: Hoy en día, se comparten grandes cantidades de datos con quienes prestan servicios gratuitos a través de apps. La cuestión es si será posible obtener el consentimiento de los clientes para compartir datos en mayor medida, lo que permite al banco ofrecer productos y servicios más personalizados. Corresponde cada vez más a los bancos demostrar el valor añadido que supone para los clientes permitirles conocer más a sus clientes. El propósito debe ser, naturalmente, que los bancos puedan proteger a sus clientes contra sorpresas financieras esperadas e inesperadas, o que puedan proporcionar acceso a servicios más inteligentes y baratos.  4.- El modelo de negocio basado en plataformas: Cuando el banco se convierte en el punto central entre el cliente y el proveedor de servicios a terceros, se crea un nuevo modelo atractivo para todos. Con el banco como mercado, se garantiza a los clientes un mejor día a día financiero, los proveedores acceden a un segmento atractivo y la entidad financiera obtiene nuevos modelos de ingresos. Un ejemplo relevante es que un proveedor de servicios debe pagar para acceder a la plataforma del banco, y quizás también una parte de los beneficios. Esto aumenta el incentivo de la entidad para que la gente se conecte a su plataforma, y los clientes estén expuestos a una oferta más amplia y potencialmente más atractiva de servicios que normalmente comprarían en otro sitio. 5.- Servicios financieros más sencillos e inteligentes: Constantemente surgen nuevos proveedores con préstamos más inteligentes y nuevos modelos de financiación. También surgirán nuevas oportunidades con Open Finance, que es un modelo de intercambio de datos que permite a los usuarios compartir sus datos financieros con terceros. Así, los datos sobre la vida financiera de los clientes pueden constituir la base de ofertas basadas en el historial financiero del individuo, lo que beneficiará a los pagadores seguros a lo largo del tiempo. Para los particulares, por ejemplo, esto puede significar un tipo de interés más bajo basado en un comportamiento financiero sólido. Para las empresas, los descubiertos pueden ser más baratos o de más fácil acceso, mejorando así la tesorería. Los bancos deben actuar ahora sobre estas oportunidades antes de que los nuevos actores saquen provecho de los datos que los bancos han recopilado sobre sus propios clientes a lo largo del tiempo. 6.- Pasar a interacciones orientadas al cliente: Como en todos los demás sectores, la banca debe ofrecer constantemente más con menos. Las tareas en los servicios de back-end se automatizarán y garantizarán que las personas puedan pasar a desempeñar funciones más orientadas al cliente. El cumplimiento y la gestión de riesgos, por ejemplo, es una área en la que los procesos se estandarizarán cada vez más y se resolverán más rápidamente con algoritmos, lo que a su vez inspira una mayor confianza de los reguladores en que las políticas se están supervisando a través de sistemas, no solo de personas. 7.- Acceso al talento digital: Con las empresas de todos los sectores luchando por encontrar a los trabajadores que necesitan, y el atractivo de los bancos, gestores de activos e intermediarios financieros para los profesionales de alto nivel todavía afectado por la reputación dejadas por la crisis financiera mundial, la atracción y retención de talento son retos importantes para el sector. Subsanar las deficiencias del sector en cuanto a su impacto medioambiental, así como en materia de diversidad e inclusión, contribuiría en cierta medida a aumentar su atractivo para los jóvenes talentos motivados, pero no bastaría por sí solo. Los bancos también se preguntan si deben aumentar su experiencia digital internamente o si es mejor externalizar el desarrollo tecnológico a socios externos. Lo que será cada vez más importante para los bancos son los expertos internos en análisis de datos para manejar las percepciones y analizar patrones, el principal diferenciador de los servicios bancarios en el futuro. 8.- Nuevos tipos de competencia: Los bancos han experimentado la competencia de nuevos actores durante muchos años, pero pocos de los nuevos proveedores han logrado hacerse con una gran cuota de mercado. Lo que tienen en común las nuevas FinTech son unos servicios más frescos y unas experiencias de usuario más sencillas e intuitivas; es esta agilidad a la que aspiran los operadores más tradicionales. La verdadera conmoción se producirá cuando los gigantes de las plataformas de California o de los grandes mercados asiáticos se hagan con la cuota de mercado de los servicios financieros. 9.- El banco como casa de software: No es inconcebible que los bancos más innovadores puedan ganar dinero con su investigación y desarrollo. Los nuevos servicios y soluciones técnicas pueden ser de gran valor para otros bancos, y el acceso a nuevas funciones inteligentes puede convertirse fácilmente en servicios que se vendan a otros. Sin embargo, esta oportunidad conlleva la carga adicional para los bancos de actuar como custodios de la identidad y los datos de sus clientes.

**Datos de contacto:**

María Guijarro

622836702

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/cognizant-muestra-las-tendencias-que-presenta](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Finanzas Telecomunicaciones Seguros Innovación Tecnológica



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)