

# La banca y la IA conversacional

Cinco formas en que la IA puede impulsar  
el crecimiento.

# Contenido

- 3 Los clientes esperan conversaciones
- 4 Cinco formas en que la IA puede impulsar el crecimiento
- 7 Prácticas recomendadas para implementar una estrategia de IA
- 8 Empiece hoy mismo

Un reciente estudio revela que más de la mitad de los hogares británicos (52%) poseen un dispositivo de asistencia virtual con voz y lo utilizan para realizar tareas básicas del día a día.<sup>1</sup> A medida que estas herramientas se incorporan a la vida cotidiana de las personas, las interfaces de voz con IA conversacional se convertirán en la forma preferida de muchos clientes para interactuar con las empresas, incluidas las instituciones financieras (IF).

## Los clientes esperan conversaciones

Para atraer a estos clientes, las IF tendrán que evolucionar más allá de los sistemas IVR tradicionales. Tendrán que ofrecer una experiencia conversacional coherente, fluida y personalizada para cada cliente en todos los canales, tanto en los canales digitales como la mensajería y el chat, como en los canales de voz.

Dar ese paso será vital para lograrlo y mantenerse a la vanguardia en el mercado. Las instituciones financieras se enfrentan a desafíos paralelos: el aumento de las expectativas digitales de los clientes y la creciente competencia de los operadores exclusivamente digitales y las innovadoras empresas de tecnología financiera (fintechs).

### A esto le añadimos la pandemia

La pandemia de COVID-19 ha echado más leña al fuego al acelerar la adopción de soluciones digitales por parte de los consumidores. Ante el cierre de sucursales y las restricciones, los consumidores ya han establecido nuevos hábitos digitales que se mantendrán durante mucho tiempo después de que se haya controlado el virus. Más de la mitad de los consumidores de servicios financieros afirman que han utilizado más las aplicaciones bancarias digitales desde el comienzo de la pandemia; casi 9 de cada 10 pretenden seguir utilizándolas una vez finalizada la pandemia.<sup>2</sup>

Para mantenerse relevantes y competitivos a medida que cambian los hábitos y las expectativas de los consumidores, las instituciones financieras multinacionales están invirtiendo miles de millones de libras en sus propias infraestructuras de IA conversacional. Para las instituciones más pequeñas, las herramientas de IA de vanguardia de los proveedores de tecnología de interacción con el cliente permiten a las IF locales y regionales competir de igual a igual con las empresas multinacionales.

La IA conversacional ya está aquí y puede implementarse fácilmente en las plataformas IVR existentes aprovechando los datos de los consumidores. Estas soluciones mejoran el servicio de atención al cliente al tiempo que evitan que los agentes realicen tareas rutinarias, aumentando su productividad y reduciendo los costos del centro de contacto. La IA conversacional complementa a los agentes humanos de atención al cliente al analizar rápidamente los datos, detectar tendencias y anticipar lo que los clientes querrán en el futuro, manteniendo a su institución a la vanguardia de la competencia.

## Cinco formas en que la IA puede impulsar el crecimiento.

### 1: Gestión financiera personal

Los bancos online y las aplicaciones de finanzas personales han atraído a millones de usuarios (y miles de millones de dólares) utilizando la IA para ayudar a las personas a administrar su dinero.

Según Business Insider, “los consumidores están ávidos de independencia financiera, y proporcionar la capacidad de gestionar la propia salud financiera es la fuerza que impulsa la adopción de la IA en las finanzas personales. Ya sea ofreciendo orientación financiera las 24 horas, los 7 días de la semana, a través de chatbots alimentados por el procesamiento del lenguaje natural o personalizando los conocimientos sobre las soluciones de gestión integral, la IA es una necesidad para cualquier institución financiera que busque ser un actor principal en el sector.”<sup>3</sup>

---

La IA es una necesidad para cualquier institución financiera que busque ser una de las principales del sector”.

— Alicia Phaneuf, Business Insider

---

### 2: Ofertas personalizadas

Los minoristas utilizan la IA para acompañar las compras de los clientes y predecir qué tipo de ofertas podrían aceptar. Sin embargo, más allá de las compras, los consumidores esperan cada vez más que las empresas aprovechen todos los datos que tienen sobre ellos para ayudarles a tomar mejores decisiones de manera proactiva. Las instituciones financieras pueden utilizar sus conocimientos exclusivos sobre los clientes para realizar ventas cruzadas y ventas adicionales de productos y servicios.

**Standard Chartered Bank**, por ejemplo, ha desarrollado recomendaciones de productos a medida para sus clientes utilizando algoritmos de machine learning y procesamiento de lenguaje natural para analizar textos generados durante las transacciones.

Piense en los océanos de datos que las instituciones financieras generan a partir de millones de interacciones de los clientes en múltiples dispositivos. La IA puede integrar y analizar todos esos datos para crear una visión completa de cada cliente, lo que permite al banco anticipar las necesidades de cada cliente y crear una oferta personalizada basada en comportamientos individuales.

### 3: Servicio al cliente

Los clientes esperan comodidad. Ya sea a través de sus portátiles por la mañana, sus dispositivos móviles por la tarde o a través de Alexa por la noche, esperan que sus instituciones financieras respondan de manera consistente en todas las plataformas. De hecho, estas instituciones están liderando la adopción de aplicaciones de voz en plataformas de terceros, como Alexa, Cortana y Google Home.

Organizaciones a nivel mundial, como Monzo<sup>4</sup> en el Reino Unido, Capital One en los EE. UU., y WestPac y National Bank en Australia, permiten a los clientes verificar el saldo de su cuenta, realizar un seguimiento de los gastos y pagar sus facturas con un solo comando

---

**2**  
MILLONES de conversaciones al año  
gestionadas por el AV de Swedbank

---

de voz en Alexa.

La plataforma de IA adecuada también puede ayudar a eliminar las barreras institucionales, proporcionando una asistencia al cliente fluida en todos los canales las 24 horas del día. Por ejemplo, “Nina”, el asistente virtual inteligente de Swedbank, de Nuance, responde a las preguntas de los clientes en una plataforma de chat online. Nina también puede transferir llamadas más complejas a miembros del personal.

En un mes promedio, el asistente virtual gestiona más de 30.000 conversaciones y ayuda a Swedbank a resolver 2 millones de sus 3,6 millones de llamadas anuales de forma completamente automatizada. También está demostrando ser valioso para los clientes: la combinación del asistente virtual del banco y la plataforma de chat en vivo tiene una puntuación de satisfacción del 85%.

El agente digital de la aseguradora USAA en la aplicación utiliza una interfaz conversacional para responder a las preguntas y guiar a los clientes hacia el contenido o las funciones pertinentes. Dicho asistente ayuda a los clientes a encontrar la función P2P de la aplicación o a ver rápidamente todas sus transacciones recientes.

Las avanzadas plataformas de IA conversacional de hoy en día permiten a las instituciones financieras ofrecer asistencia personalizada y proactiva a través del asistente automático, utilizando datos históricos y en tiempo real de los clientes para reconocer a las personas y predecir sus posibles necesidades. Por ejemplo, si Jenny siempre paga la factura de su tarjeta de crédito el mismo día cada mes, cuando llame al IVR o inicie sesión en el dispositivo móvil ese día, el AV simplemente puede decir: "Hola Jenny, ¿le gustaría pagar la factura de su tarjeta de crédito hoy?"

#### Swedbank y la asistencia virtual

Swedbank, una de las mayores instituciones financieras de Europa y uno de los principales innovadores en materia de experiencia del cliente, implementó un asistente virtual automatizado (AV) en su aplicación y en su sitio web que responde a las preguntas de los clientes simulando una conversación humana. preguntas son respondidas con éxito por el AV de Swedishbank.

8  
DE CADA  
10

preguntas son respondidas con éxito por el AV de Swedishbank

#### 4: Asesoramiento en materia de inversión

Los corredores de descuentos y los gestores de activos online han estado utilizando la IA durante años para gestionar carteras de inversión a una fracción del costo de los gestores de carteras humanas.

De hecho, más de 420.000 individuos en el Reino Unido utilizan robots asesores para administrar sus

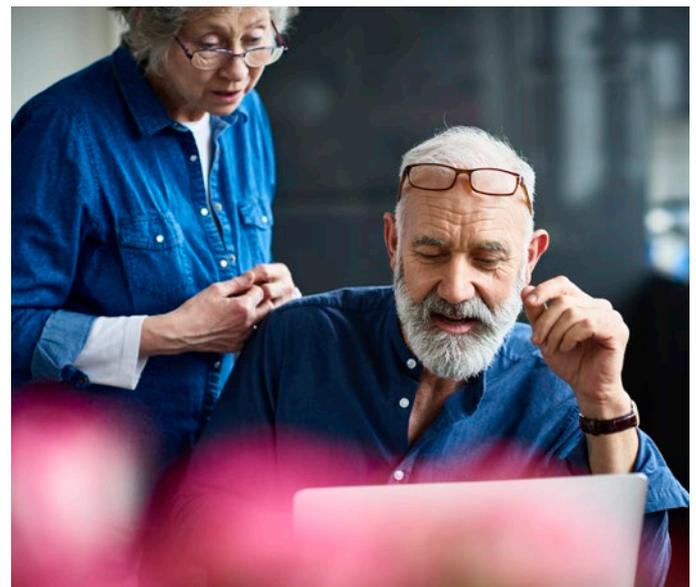
activos, y se espera que esta cifra aumente a 500.000 para 2025.<sup>5</sup> Y un estudio de Forbes Insights reveló que un porcentaje abrumador (82%) de los inversores de alto poder adquisitivo estaban interesados en utilizar la IA para administrar su patrimonio, y dos tercios de los encuestados (67%) desean que sus gestores de patrimonio incorporen opciones de IA de inmediato.<sup>6</sup>

En respuesta a esta creciente demanda, Barclays ha lanzado su propia plataforma de asesoría automatizada impulsada por IA. Con el nombre "Barclays Plan & Invest", el servicio del banco es accesible en la web y en la aplicación, y ofrece a los clientes fondos activos y pasivos a través de una cartera gestionada y un plan de inversión personalizado.<sup>7</sup>

Resultados del estudio Forbes Insights:

El 82% de los inversores de alto poder adquisitivo están interesados en el uso de la IA para la gestión de su patrimonio

El 67% de los encuestados desea que sus gestores patrimoniales incorporen opciones de IA inmediatamente



## 5: Autenticación y detección de fraudes

Atrás quedaron los días en que la mayoría de las interacciones financieras se realizaban de forma presencial. La pandemia del COVID-19 ha acelerado una tendencia de larga data que se aleja de la banca física hasta el punto de que McKinsey estima que el porcentaje de necesidades bancarias básicas que se gestionan en las sucursales podría llegar a ser tan bajo como el 5%.<sup>8</sup> A medida que los consumidores se trasladan o se ven obligados a utilizar los canales digitales, su creciente demanda de acceso digital a los servicios financieros plantea un riesgo de seguridad importante para las instituciones.

Para mitigar esos riesgos y mejorar el cumplimiento, las principales instituciones financieras están recurriendo a la IA. Los algoritmos de biometría de voz más recientes pueden autenticar a los clientes en cuestión de segundos durante el curso de su conversación normal con un agente, mientras navegan por un IVR, o a partir del sonido de su repetición de una simple frase de contraseña vocal.

Por ejemplo, Barclays implementó la biometría de voz de Nuance para autenticar a los usuarios sin interrumpir el flujo de la llamada. Durante los primeros segundos de una llamada con un agente, la biometría de voz de Nuance verifica la voz del cliente con la huella de voz que previamente registró con Barclays.

Una vez verificada, el sistema CRM de Barclays carga la información de gestión de cuentas del cliente de forma instantánea. Barclays informó una reducción del 90% en las quejas sobre su servicio de seguridad desde la implementación de la biometría de voz.

Otra importante institución financiera trabajó con Nuance para implementar la autenticación biométrica de voz pasiva en su IVR, verificando a las personas que llaman de forma más rápida y segura que con PIN, contraseñas y frases secretas. Ahora, la entidad sabe exactamente quién llama y para qué lo hace, incluso antes de que se le comunique con un agente. Con más de 6,5 millones de clientes inscritos y una tasa de éxito de la autenticación del 77% en el IVR, los clientes reciben un servicio más rápido y el tiempo medio de gestión de las llamadas se ha reducido a solo 22 segundos.

Muchas instituciones financieras también están implementando la biometría de comportamiento en sus aplicaciones web y móviles para proteger a sus clientes mediante la detección de actividades sospechosas. La biometría de comportamiento lo hace analizando la forma en que una persona interactúa con su dispositivo,

como la velocidad a la que escribe, el tiempo que pulsa las teclas, las pausas que hace, cómo utiliza el mouse, sus movimientos de deslizamiento y otros factores.

Pero los mayores beneficios provienen de la combinación de tecnologías. Al aprovechar tanto la biometría de voz como la de comportamiento con otros detectores de fraude, las instituciones financieras pueden autenticar sin inconvenientes a sus clientes cuando se mueven entre canales, al tiempo que dificultan el acceso de los defraudadores y detienen las tácticas de fraude de última generación, como los ataques de voz sintética y reproducción.

### NatWest Group y la biometría

NatWest Group utiliza la tecnología de biometría de voz Nuance para detectar rápidamente los intentos de fraude que llegan a su centro de llamadas e interrumpir las actividades de delincuencia en todos sus canales de interacción con el cliente.

La solución Nuance permite que el banco adopte un enfoque holístico para la detección y prevención de fraudes. Al combinar los datos biométricos de voz de Nuance con información de otras herramientas de detección de actividades delictivas, NatWest ha descubierto que los defraudadores en el canal de voz también cometen muchos fraudes en los canales digitales. Gracias a ese conocimiento, el banco ha sido capaz de identificar e interrumpir actividades de la delincuencia organizada para proteger a sus clientes y ayudar a las fuerzas de orden.

“Aunque esta iniciativa no tiene como único objetivo reducir las pérdidas, esperábamos ahorrar un monto razonable de dinero, y ya hemos superado esa expectativa”, afirma Jason Costain, Director de Estrategia contra Fraudes y Gestión de Relaciones de NatWest Group.

---

“El ROI de la herramienta es probablemente muy superior al 300%, por lo que la recuperación de la inversión en tecnología ha sido muy impresionante”.

— Jason Costain, Director de Estrategia contra Fraude y Gestión de Relaciones de NatWest Group

---

## Prácticas recomendadas para implementar una estrategia de IA

### Diseñar una vez, definir por canal, implementar en todas la plataforma

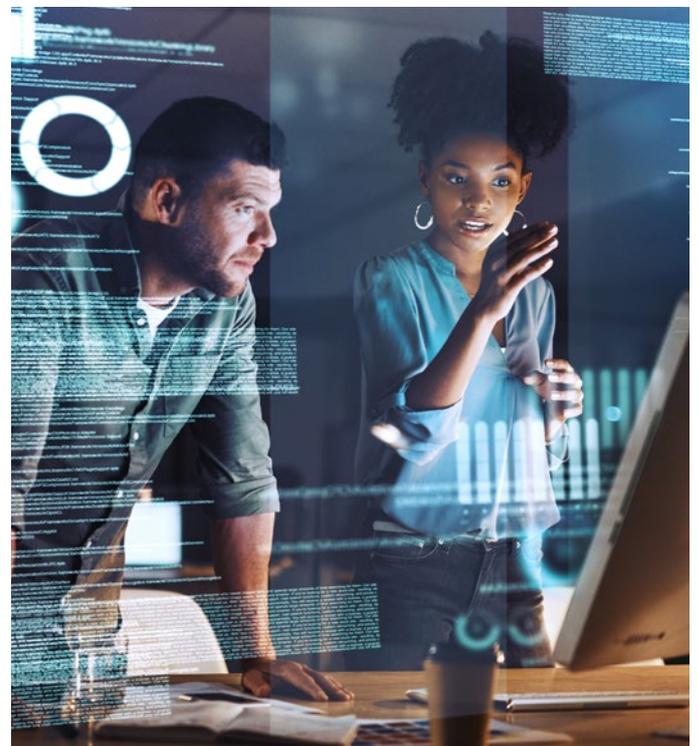
- **Diseñar una vez, definir por canal, implementar en todas la plataforma:** no se puede simplemente implementar experiencias idénticas en cada canal, porque todos tienen capacidades diferentes. Por lo tanto, el sistema debe proporcionar una experiencia consistente pero apropiada para el canal en todos los modos de interacción con el cliente, como sitio web, aplicaciones móviles y teléfono.
- **Escribir la aplicación e implementarla en todos los canales:** elija una plataforma que le permita escribir una aplicación de IA conversacional una vez para el AV o IVR y luego ajústela rápidamente a otros canales, en lugar de tener que reelaborar todo el diseño para cada uno.

### Mantener el contexto durante la interacción con el cliente

- **Visión holística:** para satisfacer las expectativas de los clientes en materia de comodidad y coherencia, mantenga una visión holística de su información, sus necesidades y sus preferencias basada en interacciones anteriores.
- **Plataforma de seguridad integral y flexible:** utilice factores de autenticación flexibles, como biometría de voz, para que los clientes se autenticquen una vez y pasar sin problemas de un canal a otro sin tener que volver a autenticarse. Y busque una plataforma de seguridad biométrica unificada que combine modalidades de voz, comportamiento y conversación con detección del entorno y anti-spoofing para reducir sus propios costos y proporcionar una solución integrada y omnicanal.

### Optimizar la trayectoria del cliente con informes y análisis

- **¡No se limite a mantenerse, mejore!** – Utilice la analítica predictiva y el machine learning para medir el desempeño omnicanal y cumplir los objetivos empresariales.
- **>Satisfaga las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes:** – desarrolle su programa de interacción con clientes basado en IA para satisfacer las expectativas siempre cambiantes de dichos clientes y aborde de manera proactiva sus problemas para ahorrarles tiempo y mejorar su experiencia.



## Empiece hoy mismo

En un mundo en el que la experiencia del cliente es la mayor fuente de ventaja competitiva, la IA conversacional se está convirtiendo rápidamente en un imperativo empresarial para las instituciones financieras al ayudarles a ofrecer mejores experiencias que aumenten la satisfacción y la fidelidad, reduzcan los costos e impulsen el crecimiento.

Nuance ayuda a los principales bancos e instituciones financieras de todo el mundo a utilizar la capacidad de la IA conversacional en su beneficio. Juntos, revolucionamos la experiencia de sus clientes permitiéndoles interactuar cuando, donde y como lo deseen: A través de cualquier canal, cualquier dispositivo y en cualquier momento.

### MÁS INFORMACIÓN

Si desea ofrecer experiencias que hagan más fácil y satisfactorio hacer negocios con su institución (al tiempo que reduce su costo de servicio), póngase en contacto con uno de nuestros expertos en IA conversacional en [CXexperts@nuance.com](mailto:CXexperts@nuance.com).

1 <https://www.digitaltveurope.com/2021/06/08/voice-assistants-in-more-than-half-of-uk-homes/>

2 <https://www.bai.org/research/bai-banking-outlook/>

3 <https://www.businessinsider.com/ai-in-finance>

4 <https://www.wired.co.uk/article/monzo-if-this-then-that-integration-ifttt-bank>

5 <https://digitalintheround.com/robo-advisor-statistics/>

6 "La IA y el gestor de patrimonio moderno: Cómo la inteligencia artificial

está creando una experiencia de inversión personalizada", Forbes Insights, 2018.

7 <https://www.fintechfutures.com/2020/07/barclays-launches-robo-advisor-for-5k-investments-with-scalable/> and <https://www.barclays.co.uk/investments/plan-and-invest/>

8 "Reforma de la banca minorista ante la nueva normalidad", McKinsey, 2020



### Acerca de Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) es una empresa pionera en tecnología con liderazgo en el mercado de IA conversacional e inteligencia de ambiente. Nuance, un socio de servicio completo en el que confía el 77% de los hospitales de EE. UU. y el 85% de las empresas de la lista Fortune 100 en todo el mundo, crea soluciones intuitivas que amplían la capacidad de las personas para ayudar a los demás.