

# La transformación digital alcanzó a la banca empresarial

[Daniel Aguilar Arias de Veritran](#)

La experiencia digital de la banca empresarial aún tiene mucho por hacer

- **La banca empresarial ha quedado relegada en materia de transformación digital.**
- **Las inversiones en innovación fortalecerían su creciente posición en la banca comercial.**
- **Los procesos más eficientes deben venir acompañados por sólidas medidas de ciberseguridad.**

La banca comercial, el segmento de la banca que atiende la cartera corporativa y empresarial, goza de solidez en México. Según el análisis sectorial de la Banca Múltiple en el país, elaborado por HR Ratings, al cierre de 2021, la banca comercial fortaleció su posición financiera tras la pandemia. Sin embargo, en materia de innovación tecnológica aún hay mucho por hacer para que siga creciendo y alcance todo su potencial.

Mientras que la banca *retail*—que la mayoría de nosotros usamos— busca modernizar sus canales digitales día a día, la experiencia digital de la banca empresarial ha sido históricamente relegada, con canales precarios y complejos y una alta concurrencia a las sucursales.

A esto se suma la alta dependencia del oficial bancario en términos de asistencia y la fuerte exigencia de documentación física.

En un mercado hipercompetitivo, es entonces crucial que los bancos acompañen la transformación digital en todos los sectores, así como las nuevas demandas de los clientes del segmento *corporate*.

## Ahora bien, ¿qué puntos deben priorizar?

Por muchas y diversas cuestiones resulta cada vez más eficiente dar de alta a los usuarios de manera virtual, a través de un proceso 100% digital de manera simple y segura.

De esa manera, se aligeran los procedimientos y se acortan los tiempos. Ni hablar de costos y reducción de residuos. Por eso el *onboarding* digital es tan importante. El problema es que el enrolamiento digital es una de las experiencias que genera mayor fricción en la banca empresarial hoy en día.

La simplicidad es la clave de un *onboarding* digital. Si los pasos a seguir son complejos y presentan fallas en la experiencia de usuario, generan una caída ya que éstos abandonan la gestión.

Siguiendo la misma línea, el portal web, que es el canal más utilizado por este segmento, debe proponer procesos ágiles, personalizados y seguros.

Estamos viviendo en la era de la inmediatez, en la que cada vez se valora más el tiempo y los usuarios no quieren esperar demasiado para poder operar con su banco.

Las tareas más recurrentes que se realizan a través de la banca comercial, como el pago a proveedores o a empleados con nómina, suelen ser complicadas. Lo mismo pasa a veces con menús que no son claros.

## **Rápido, simple... y seguro**

Mientras más rápidos y simples sean los procesos, mejor será la experiencia de los clientes; pero también deben ser seguros, porque de nada sirve la rapidez si detrás no está la estructura para que se pueden llevar a cabo las transacciones de forma fiable.

Frente al peligro de ciberataques y teniendo en cuenta los importantes volúmenes de información valiosa que manejan las cuentas comerciales, la seguridad es un diferencial muy valorado por los clientes y una solución que en Veritran consideramos transversal a todo proceso digital.

Otro punto clave es aumentar la autogestión de los clientes, permitiendo que estos realicen una mayor cantidad de acciones 24/7 e incluso asignen permisos a otros usuarios para hacerlo.

Esto implica mayor autonomía para el cliente y menos costos para la banca, porque los procesos podrán realizarse a través de los canales digitales de forma directa y sin necesidad de intermediarios como puede ser el oficial de cuentas o recurrir a la sucursal.

Por último, tener una aplicación móvil como canal complementario es también valorado por los clientes y algo poco desarrollado en un ecosistema financiero empresarial.

Aunque todas las gestiones normalmente se realizan desde la página web del banco, la app mobile permite llevar a cabo tareas simples como consultas básicas de los productos bancarios o realizar acciones rápidas de poca complejidad.

De esa manera, el cliente tendrá en sus manos, literalmente, una herramienta más para operar.

## **La banca empresarial está cambiando**

Debido lógicamente a la menor cantidad de cuentas comerciales que existen en comparación con las cuentas de usuarios finales, pocos bancos veían atractivo asumir el costo que una transformación digital representa.

Sin embargo, el crecimiento del mercado ha llevado a las entidades financieras a repensar la rentabilidad y los beneficios de la digitalización, principalmente en un segmento con necesidades tan específicas como lo es la banca comercial.

De hecho, según Celent, el 57% de los bancos definen a los canales de Business Banking como prioridad de inversión en 2023.

Los procesos burocráticos y engorrosos ya deberían ser cosa del pasado y las entidades financieras más tradicionales deben abrazar la transformación digital si quieren seguir creciendo, sumando y fidelizando más clientes.

En este sentido, existe un gran desafío por delante.

*\* Daniel Aguilar Arias es VP de Desarrollo de Negocios Latam de Veritran.*