



EL RETO

Carlos Vides, subgerente de Banca Moderna de Banco Industrial, el primer banco de Guatemala, hacía tiempo que le daba vueltas a la idea de “cómo masificar un servicio tan exitoso como las alertas del banco” y **seguir mejorando la experiencia de usuario de sus clientes** “aprovechando las capacidades de los nuevos formatos de notificaciones presentes en el mercado”.

El objetivo de la incorporación del canal *push* se convirtió en estratégico para Vides: “Enviar notificaciones *push* puede parecer un ejercicio simple, pero gestionar un canal para la prestación de un servicio de notificaciones financieras con garantías es algo más complejo”, rumiaba Vides.



“Como banco más grande en Guatemala, el tema de la comunicación a nuestros clientes es sumamente sensible e importante, y garantizar su continuidad es un tema que tiene la más alta prioridad”

La adopción de nuevos canales siempre supone un reto para los departamentos de tecnología de una entidad financiera. Adaptar la lógica de negocio de sus aplicaciones actuales a la lógica tecnológica de un nuevo canal implica la adaptación a un nuevo entorno, cambiante y evolutivo en la medida que los canales aumentan sus prestaciones.

La **absoluta trazabilidad del canal** devolvía a manos de Banco Industrial el control y la iniciativa sobre las medidas a tomar en caso de detectar si un mensaje no había sido recibido o leído por el cliente, que para según qué servicios, suponía un plus respecto al actual sistema de notificaciones, basado sólo en mensajería de texto. Había que buscar esa excelencia, pensaba Vides.



BI era además un cliente maduro y con un volumen significativo ya de comunicaciones SMS, por lo que el **reto de la migración** de parte de ese tráfico al nuevo canal (o a nuevos proveedores dentro de este), sin tener que alterar ni modificar procesos, no dejaba de ser importante.

EL PARTNER

Vides ya conocía a Latinia. El fabricante de software tenía ya una presencia significativa entre los principales bancos de la región y gozaba de una excelente reputación como fabricante. Estaba claro el qué (mejorar la experiencia de usuario que el banco ya tenía con la mensajería de texto y escalar los canales digitales del banco), pero había que decidir el cómo, y, llegado el caso, el con quién, e incluso plantearse la opción de que el banco se realizase el desarrollo de forma interna, pues **trabajar e integrar con un tercero en remoto no dejaba de ser otro reto para el banco**, ‘para cualquier banco’, pensaba Vides.

“Necesitábamos un aliado de negocios de clase mundial, que pudiera cubrir las necesidades que teníamos, de allí que la decisión fue sencilla al elegir a Latinia, dada la experiencia, los clientes de referencia y escalabilidad de su plataforma”

Latinia tenía realmente avanzado el concepto de las notificaciones *push*. El **valor de un especialista** mejoraría además el servicio, a medida que avanzasen las actualizaciones del producto, asegurándose siempre así las últimas funcionalidades del canal.

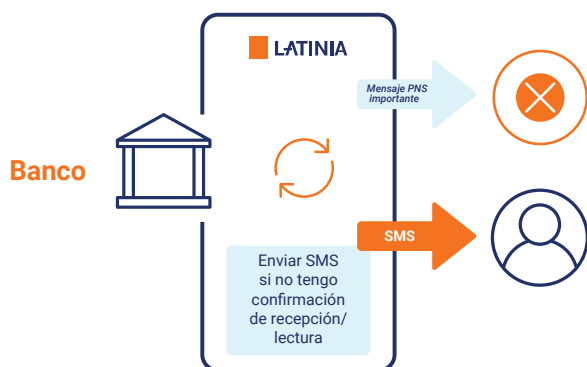
Caso de éxito



Vides valoraba especialmente todo lo relativo a inteligencia de negocio del canal, a que este brindase las mayores **posibilidades de personalización del servicio** en cuanto a prioridad, ventana horaria, trazabilidad, etc, "hay que dar las máximas opciones de escoger al cliente, que sienta que tiene el control", así como el exhaustivo seguimiento de la calidad de servicio prestado por parte del banco (gestión de estados, políticas de reconexión, redirección a proveedor alternativo, etc.).



Por ejemplo, ¿qué pasa si el cliente no tiene un plan de datos o momentáneamente está sin cobertura de éstos? ¿llegarían las *push*? También aquí Latinia tenía contemplada la contingencia; *switch* de canal, y lo que se enviaba por *push*, si se detectaba incapacidad en la entrega, o simplemente retraso en su lectura o si ésta se consideraba crítica, pasaba a mensaje de texto. **Porque no se trata de enviar mensajes, sino de prestar un servicio.**



LA IMPLEMENTACIÓN

Tomada la decisión de trabajar con Latinia, dos eran los retos que preocupaban al banco: hacer transparente adaptación de los nuevos canales de notificaciones a sus aplicaciones ya existentes, y no menos importante, trabajar remotamente con los equipos de Latinia y cumplir los hitos del calendario según planificado.



Se empezó por migrar su actual sistema de alertas transaccionales basadas en mensajería SMS, BI Móvil, que debía adaptarse al nuevo canal *push*, así como la distribución de token de la banca en línea, servicio crítico dentro de la corporación, y dejar para una 2ª fase el servicio de bloqueo de tarjetas de crédito vía notificaciones de dos vías.

"Unos de los retos más importantes que creímos que íbamos a tener era el tema de una instalación y un soporte 100% en remoto, puesto que habíamos tenido experiencias en el pasado donde los procesos de instalación remota habían fracasado. Sin embargo, todo el proceso de implementación fue acompañado vía remota y el proceso de integración, instalación, certificación e implementación fue un éxito."

El banco priorizó un **despliegue on-premise de la infraestructura** de Latinia por un tema de *compliance*, dejando abierta la **opción a modelos híbridos de explotación**, con la comodidad que ofrece el *roadmap* de Latinia, según fuesen cambiando sus actuales necesidades, así como los requerimientos en términos de seguridad.

