

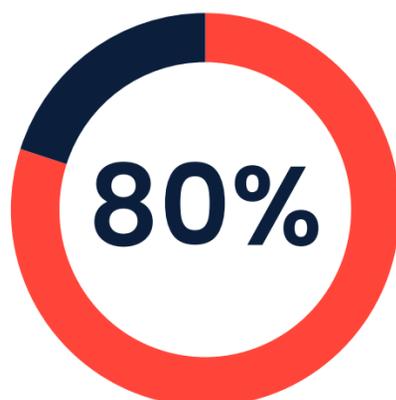
DATA-DRIVEN BIOMETRICS

Mejoras y personalización de la CX

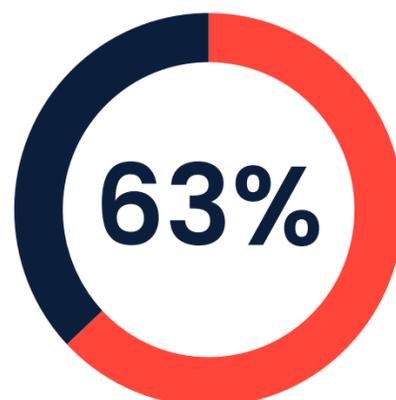
El concepto de **CX impulsado por datos biométricos** (CX Biometric-Data-Driven) se refiere a la utilización de **tecnologías de reconocimiento facial, autenticación conductual y análisis de biomarcadores fisiológicos** para mejorar la interacción con los clientes. Este enfoque no solo optimiza la seguridad y la autenticación en diversos sectores, sino que también permite la **personalización en tiempo real de productos y servicios**, aumentando la satisfacción y fidelización del cliente.



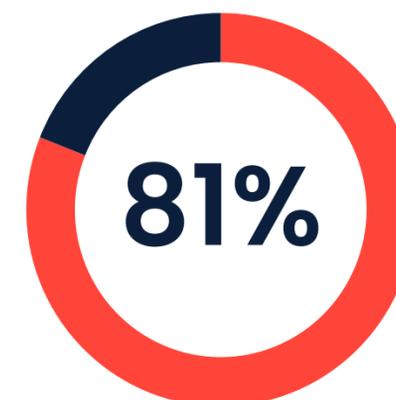
PANORAMA ACTUAL



De los consumidores señalan la rapidez del servicio como uno de los elementos más importantes para valorar una experiencia como positiva



De los consumidores están dispuestos a compartir sus datos biométricos si reciben experiencias hiperpersonalizadas



De los consumidores consideran que la biometría es el método más seguro para verificar la identidad

65%

De los consumidores
están familiarizados
con el uso de la
biometría

45%

De los usuarios
siente preocupación
por la privacidad de
sus datos
biométricos

LA AUTENTICACIÓN CONDUCTUAL ALLANA EL CAMINO HACIA LA PERSONALIZACIÓN

Para la biometría basada en datos se utilizan cinco categorías de información: identificación, uso, comportamiento, datos demográficos y eventos de vida

- Se trata de tecnologías probadas y maduras con altos niveles de seguridad, que analizan **hasta 127 parámetros biométricos dinámicos**.
- **Los millennials y la generación Z** son los principales segmentos que demandan soluciones que combinen seguridad biométrica con experiencias altamente personalizadas.
- En **adultos mayores**, las **tasas de aceptación** de este tipo de tecnologías rondan el **68%**.

CASOS DE IMPLEMENTACIÓN

BBVA implementó un modelo de **ventas y onboarding digitales basado en biometría facial** y también permitió el alta digital de jóvenes menores de 17 años, con **tasas de adopción del 70%**

ENDESA adoptó biometría de voz para **autenticar clientes en solo 3 segundos**, aumentando la **satisfacción en un 20%** y reduciendo costos operativos.

Mutua Madrileña implementó autenticación biométrica en atención telefónica, optimizando su servicio eliminando preguntas de seguridad y **reduciendo un 95% el tiempo de verificación con biometría vocal.**

MasterCard implementó **Biometric Checkout Program**, un programa de pagos sin contacto con biometría facial y de iris, con pilotos en **Brasil, Polonia y Uruguay** para **agilizar transacciones sin tarjetas físicas.**



NEXT STEPS

1

Estudiar los diferentes **proveedores** de soluciones y servicios relacionados con la biometría disponibles en el mercado.

2

Identificar las necesidades específicas de la compañía para aplicar la nueva tecnología y una posible estrategia de despliegue.

3

Estudiar la viabilidad de poner en marcha una **prueba piloto en un caso de uso** determinado para validar la eficacia.