

¿Por qué seguimos hablando de identidad digital?

Sobre el evento:

Mitek ha organizado un evento en el que expertos de diversos sectores han debatido sobre cómo afrontar un escenario donde todo cambia, desde los hábitos del consumidor y los perfiles de consumidores, hasta las tecnologías a nuestro alcance. Ha contado con la participación de Santiago Caballero, Business Unit Director 3x4x en Oney; James Brodhurst, Head of Identity and Fraud Practice en Experian; Manuel Paredes, CEO en StratPlus; y Mariona Campmany, Digital Identity and Innovation Lead en Mitek Systems; y con Pipo Serrano, periodista especializado en Radio, Televisión y Periodismo Digital, y Director de estrategia y contenidos digitales en Broadcaster, como moderador.

Hot topics:

Identidad digital

Nueva economía digital

Confianza online

Questions & Answers | resumen

¿Por qué seguimos hablando de identidad digital? Es decir, ¿qué es realmente la identidad digital y cómo se extiende más allá de una simple identificación online?

La identidad digital es un concepto complejo con diferentes significados, y que ha cobrado especial importancia tras la inesperada e intensa aceleración digital provocada por la pandemia. Es mucho más que la reputación online o la actividad en redes sociales. La información que hay en internet puede dar una imagen más o menos completa de cómo es la persona, pero la clave es comprobar, por ejemplo, si esta persona quiere solicitar un crédito, quién es. Es decir, la verificación de la identidad digital en el entorno online es esencial para crear una relación de confianza entre el usuario y la empresa.

Por este motivo, es importante seguir hablando de identidad digital, ya que esta acaba de empezar a definirse, no solo qué es, sino cómo se debe usar y cómo debe evolucionar. Por una parte, está la vertiente práctica: La tecnología entorno a la identidad digital evoluciona porque las personas, la sociedad, lo demandan en su día a día. Por otra, hay que ver cómo evoluciona la parte personal, es decir, cómo la persona quiere sentirse identificada digitalmente el día de mañana. Se podría decir que seguimos hablando de identidad digital porque estamos desarrollando una economía digital, y esta es la que va a mover todo lo que tenga que ver con identidad, interacción y conocimiento del cliente.

La identidad digital, ¿será en un futuro como la entendemos ahora, o cambiará, y hacia dónde?

Al ser un concepto en evolución, que se está redefiniendo, no es posible predecir con exactitud hacia dónde nos llevará la identidad digital. Lo que sí está claro es que la digitalización es imparable. En sí, la identidad digital es como la transformación digital, un proceso que no está terminado, y no se sabe dónde terminará, pero que es inevitable en el nuevo escenario digital. Un aspecto importante en este proceso es que esta digitalización no incluya solo al Primer Mundo, sino que tenga en cuenta que actualmente hay millones de personas en el mundo que no tienen acceso a internet. Sin embargo, la digitalización a nivel mundial tiene que ir de la mano de iniciativas gubernamentales y legislativas, solo así se conseguirá que la identidad sea un derecho universal. La evolución se producirá en diferentes aspectos, para abarcar toda la realidad física y digital: omnicanalidad, biometría, audiometría, fin de las contraseñas...

¿Ha habido un mayor uso o adopción de nuevas tecnologías, como la biometría?

Lo primero que las empresas deben valorar en la adopción de nuevas tecnologías es la conveniencia del cliente. A veces se intenta que el cliente adopte tecnologías o procesos que no son modas pasajeras, pero que tampoco les son útiles. Hay que evitar generalizar y tener muy claro a quién se dirigen. Además, se debe tener en cuenta que hay una cierta predisposición de miedo al cambio. En este sentido, la pandemia ha “empujado” a los usuarios a adoptar más canales digitales, lo que ha permitido que prueben servicios nuevos. Por otra parte, especialmente en relación a sus finanzas, el usuario quiere que el entorno sea seguro, y en este sentido los pagos en internet, gracias a las nuevas normativas y procesos de verificación, se perciben como cada vez más seguros. Así, aunque hay canales o tecnologías que muchos usuarios han adoptado por una imposición estructural como la pandemia, los conservan porque los perciben como positivos.

Preocupaciones manifestadas

“la verificación de identidad de la identidad en el entorno online es indispensable para crear confianza y operar tranquilamente en el mundo digital”

“en la nueva economía digital estamos todavía aprendiendo a conocer a nuestros clientes”

“hay que entender el marco estratégico de la empresa antes de ver qué queremos digitalizar”

“la aceleración digital durante la pandemia ha sido forzada, por lo que no en todos los casos se ha hecho una buena adopción y uso de la identidad digital”

“el auge del fraude de identidad y robo de información en internet ha sido espeluznante”

“uno de los mayores retos es cómo educamos a la sociedad y transmitimos esta confianza en la tecnología”

“es difícil encontrar el punto medio de un proceso que genere satisfacción, y no frustración, en el usuario”

“la seguridad es incómoda por defecto, hay que encontrar el equilibrio para que el usuario pueda operar de forma segura, pero a la vez cómoda”

Cómo puede ayudar Mitek

Un sistema de verificación de la identidad inteligente, con algoritmos de comparación biométrica y prueba de vida, para asegurar que la identificación presentada pertenece a su legítimo propietario.

Una aproximación por capas a la verificación de documentos que combina automatización inteligente con la experiencia de agentes forenses, para garantizar la verificación de la identidad del consumidor.

¿Por qué seguimos hablando de identidad digital?

Sobre el evento:

Mitek ha organizado un evento en el que expertos de diversos sectores han debatido sobre cómo afrontar un escenario donde todo cambia, desde los hábitos del consumidor y los perfiles de consumidores, hasta las tecnologías a nuestro alcance. Ha contado con la participación de Santiago Caballero, Business Unit Director 3x4x en Oney; James Brodhurst, Head of Identity and Fraud Practice en Experian; Manuel Paredes, CEO en StratPlus; y Mariona Campmany, Digital Identity and Innovation Lead en Mitek Systems; y con Pipo Serrano, periodista especializado en Radio, Televisión y Periodismo Digital, y Director de estrategia y contenidos digitales en Broadcaster, como moderador.

Hot topics:

Identidad digital

Nueva economía digital

Confianza online

Questions & Answers | resumen

El usuario no tiene por qué tener un elevado conocimiento de las tecnologías que utiliza, pero sí el suficiente para confiar en ellas. En sí, el objetivo es que utilice las tecnologías, que interactúe con ellas, y que tenga una experiencia alineada con sus necesidades. En este sentido, la biometría permite una interacción más cómoda y segura.

En el caso los grupos generacionales, el proceso de captación de información tiene que adaptarse a cada grupo, para que la experiencia de usuario sea óptima. Esto aplica también en segmentos de edad más mayores, que en general están menos digitalizados: Con una buena experiencia, adoptarán procesos digitales que les sean útiles. En este caso, el acompañamiento y la educación en el uso de la tecnología serán elementos clave para su adopción.

Otro factor a tener en cuenta es que no toda la digitalización es para todo el mundo. Lo primero es tener claro cuál es nuestro negocio, hacia dónde se mueve la industria y a qué segmento queremos dar servicio —babyboomers, millennials, generación X..., es decir, cuál es nuestro marco estratégico, y luego adaptarnos digitalmente en aquellos aspectos necesarios, sobre todo para evitar las «modas digitales». La economía digital es una realidad, pero se debe abordar de forma estructurada y ordenada.

En una sociedad donde la identidad digital sea de uso común, ¿quiénes serían los dueños de esta identidad?

Hoy en día, los usuarios ceden información a las entidades sin reflexionar demasiado, por lo que las personas no tienen un control absoluto sobre sus datos. Sin embargo, hay tecnologías que permiten que sea el usuario quién posea y controle estos datos, como el blockchain. El objetivo debería ser ir hacia un entorno en el que el usuario tenga control absoluto sobre su identidad, sobre cómo se identifica, qué información proporciona... Aunque hay regulaciones que intentan que esto sea así, a la práctica todavía no es una realidad.

Los usuarios cada vez perciben que la identidad digital y la seguridad son conceptos mucho más holísticos, que no dependen de un único factor, sino de la combinación de varios. Gracias a esto, se puede avanzar hacia tecnologías más innovadoras y seguras, como la biometría, que permitan ganar en seguridad y comodidad.

**Conecta con
Xavier y Mariona
en LinkedIn**



Xavier Codo
Vice President, Managing Director, Iberia & Latam



Mariona Campmany
Digital Identity and Innovation Lead

Preocupaciones manifestadas

“la verificación de identidad de la identidad en el entorno online es indispensable para crear confianza y operar tranquilamente en el mundo digital”

“en la nueva economía digital estamos todavía aprendiendo a conocer a nuestros clientes”

“hay que entender el marco estratégico de la empresa antes de ver qué queremos digitalizar”

“la aceleración digital durante la pandemia ha sido forzada, por lo que no en todos los casos se ha hecho una buena adopción y uso de la identidad digital”

“el auge del fraude de identidad y robo de información en internet ha sido espeluznante”

“uno de los mayores retos es cómo educamos a la sociedad y transmitimos esta confianza en la tecnología”

“es difícil encontrar el punto medio de un proceso que genere satisfacción, y no frustración, en el usuario”

“la seguridad es incómoda por defecto, hay que encontrar el equilibrio para que el usuario pueda operar de forma segura, pero a la vez cómoda”

Cómo puede ayudar Mitek

Un sistema de verificación de la identidad inteligente, con algoritmos de comparación biométrica y prueba de vida, para asegurar que la identificación presentada pertenece a su legítimo propietario.

Una aproximación por capas a la verificación de documentos que combina automatización inteligente con la experiencia de agentes forenses, para garantizar la verificación de la identidad del consumidor.