

Autenticación e identidad digital: más biometría y menos contraseñas

La digitalización de las relaciones bancarias impone el reto a las entidades financieras de garantizar la identidad de quién accede a la banca electrónica. A medida que la biometría gana terreno en diversos ámbitos de nuestra vida - por ejemplo, para desbloquear nuestro móvil o portátil-, los clientes bancarios prefieren estas técnicas a otras más tradicionales como son las contraseñas.



Recientes estudios apuntan a que los consumidores prefieren una experiencia de usuario que sea cómoda y segura, aunque un mayor porcentaje prefiere la seguridad a la comodidad.¹ A medida que las entidades financieras buscan crear

experiencias de autenticación más seguras y convenientes, tecnologías como la biométrica ayudan de una forma muy eficaz a cumplir con las expectativas de los consumidores.



Los clientes consideran que la autenticación con contraseña presenta algunas deficiencias. Esto está alimentando la demanda de mejores soluciones. Algunas encuestas en Estados Unidos apuntan a que muchas personas están dispuestas a renunciar a las contraseñas y pasar a usar tecnologías basadas en la biometría². Un 61% de los encuestados prefiere otra forma de identificarse distinta a las contraseñas. El 58% de los afirma

¹ The future of authentication in financial services: Finding the balance between security and convenience. PYMNTS. Junio 2022. <https://www.pymnts.com/study/the-future-of-authentication-in-financial-services-digital-banking-authentication-security-convenience/>

² Ditching Passwords Could Unlock a \$59 Billion Biometrics Market. PYMNTS. 3 noviembre 2022. <https://www.pymnts.com/digital-identity/2022/ditching-passwords-could-unlock-a-59-billion-biometrics-market/>

que la autenticación biométrica es más rápida y conveniente que las contraseñas. La mayor parte de los consumidores prefiere opciones como el reconocimiento de voz y el escaneo de huellas dactilares. Además de mejorar el grado de seguridad, el uso de la biometría también tiene un impacto positivo sobre el grado de satisfacción y confianza de los clientes con su entidad bancaria.



Los competidores tecnológicos saben que el futuro pasa por la biometría. De ahí la creación de una alianza, conocida como FIDO³, con la que Google, Amazon y PayPal buscan avanzar hacia un sistema de autenticación sin contraseñas. El uso de métodos más avanzados puede hacer que la industria de la biometría crezca aún más en el futuro. Se estima que podría alcanzar un valor cercano a los 136.000 millones de dólares en 2031.

³ FIDO Alliance.

<https://fidoalliance.org/overview/>