

## El uso de la realidad virtual en el sector bancario

La digitalización está llevando al sector bancario a incorporar tecnologías destinadas a mejorar la experiencia de los clientes. La realidad virtual permite generar un entorno de interacción digital particularmente atractivo en este contexto.



La realidad virtual se configura como el conjunto de técnicas informáticas que permiten crear imágenes y espacios simulados en los que una persona, mediante un dispositivo visual, tiene la sensación de estar y poder desenvolverse dentro de ellos. Se espera que el valor de negocio que genere esta tecnología crezca un 700% globalmente hasta 2022, cuando llegará a alcanzar los 27.000 millones de dólares<sup>1</sup>.



En el sector bancario, la realidad virtual podría significar un cambio en la forma en la que bancos y clientes interactúan. En especial, en las relaciones entre entidades financieras y los segmentos más jóvenes de población, que son, en gran medida, nativos digitales.

Se estima que las oficinas bancarias podrían virtualizarse, permitiendo a los clientes realizar sus operaciones bancarias en un entorno similar al real pero con menores costes. Además, se está trabajando para desarrollar aplicaciones de realidad virtual que representen los servicios bancarios en 3D, con aplicaciones asequibles para casi cualquier cliente. Esta opción comprende, por ejemplo, el desarrollo de *apps* de visualización de los principales

<sup>1</sup> Forecast augmented (AR) and virtual reality (VR) market size worldwide from 2016 to 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/591181/global-augmented-virtual-reality-market-size/>

datos bancarios y de opciones de ahorro e inversión con gráficos en 3D. Incorporan representaciones virtuales de datos como la evolución prevista de inversiones o de modalidades de crédito a diferentes plazos, entre otras, que podrían ayudar a los clientes a comprender mejor su situación financiera. Además, en la medida en que la realidad virtual permite ofrecer una visión 3D de espacios físicos, el sector percibe su potencial para impulsar la venta de inmuebles.



Grandes entidades bancarias como BNP Paribas, Citigroup y Wells Fargo ya han puesto en marcha proyectos de esta naturaleza. Las empresas tecnológicas también comienzan a ofrecer estos servicios y podrían colaborar con la banca en este segmento. Entre otras, aplicaciones de empresas como Oculus Rift (Facebook), Morpheus (Sony), Samsung Gear o HTC ya están siendo progresivamente incorporadas por la banca.