

Empresas & Finanzas

Telefónica impulsa los servicios de banca en sus principales mercados

Lanza una 'app' financiera en Alemania que se suma a las de Brasil y España

Antonio Lorenzo MADRID.

Telefónica ha reforzado sus servicios financieros de forma relevante en tres de sus cuatro principales mercados. El próximo movimiento en esta dirección se producirá el próximo jueves, 29 de octubre, fecha en la que filial alemana lanzará una aplicación para banca, de la mano de ComDirect, la marca para Internet de Commerzbank. Esta iniciativa se produce después de consolidar su propuesta de Movistar Money en España, con más de 30.000 préstamos concedidos a través de la enseña Movistar Money, con un importe de 84 millones de euros. Estas iniciativas se suman a la reciente irrupción de Telefónica con Vivo Money en Brasil, país donde la teleco ya ofrece créditos al consumo para sus clientes de móviles de postpago. Telefónica fue pionera con la propuesta O2 Money en el Reino Unido, lanzada en 2012, en colaboración con NatWest y Barclays, con un servicio que cerró 18 meses después por las dificultades del mercado.

En el caso de Alemania, Telefónica ha creado una aplicación móvil gratuita que incluye un asistente financiero destinado para el público alemán. Se trata de una herramienta que permite a los usuarios "hacer un seguimiento sencillo, rápido y seguro" de información como saldo en tiempo real, últimos movimientos y pago con tarjetas. El modelo desarrollado en el mercado germano, denominado O2 Money, va dirigido tanto a clientes como no clientes del operador, y surge del interés de los usuarios de gestionar sus depósitos y economía doméstica a través del móvil.

Entre las funcionalidades de la aplicación 'O2 Money' destaca su capacidad para agrega cuentas de terceros, incorporando un progra-



Una usuaria paga a través del 'smartphone'. EE

Al 'O2 Money' alemán se añade al 'Movistar Money' español y el 'Vivo Money' brasileño

ma de bonus basado en el interés generado por los depósitos de los contratantes. En el caso de los clientes de O2 que tengan una cuenta en Comdirect tendrán un 2%, y para los clientes de O2 que integren su cuenta en la aplicación 'O2 Money' será de un 1%", según fuentes de la operadora de telecomunicaciones. Con todo lo anterior, O2 Money se

convierte en el actor principal de un ecosistema de servicios digitales para los clientes de O2, en el que también está el contenido televisivo, 'la nube O2' o el programa para clientes 'O2 Priority'.

En función del éxito de la aplicación financiera para el mercado alemán, el grupo podría considerar su posterior implantación en otros países, incluidos España.

Sector en alza

Las tendencias del mercado confirman que la banca ha encontrado en el sector de telecomunicaciones al socio perfecto para acelerar su transformación digital. Al mismo tiempo, los principales operadores de telefonía del mundo se han anima-

do a explorar los servicios financieros como vía de crecimiento y diversificación de sus ingresos. Son tal para cual, una vez que el *smartphone* se ha convertido en el medio de pago de mayor pujanza del momento. De hecho, un reciente estudio de Bitkom "Digital Finance 2019" apunta que la banca digital a través del móvil está siendo cada vez más importante entre las generaciones más jóvenes en Alemania. En concreto, el 63% de las personas entre 16 y 29 años y el 54% de la población con una edad entre los 20 y los 49 años utiliza sus móviles para las transacciones bancarias. Además, el 65% de los usuarios de la banca online también utilizan aplicaciones financieras.

La firma alicantina '1millionBot' crea el primer 'chatbot' sobre el Quijote

La inteligencia artificial ayuda a desentrañar la novela

elEconomista MADRID.

La startup alicantina 1MillionBot, dedicada a la Inteligencia Artificial (IA) con especialidad en Procesamiento del Lenguaje Natural, ha creado el primer chat virtual sobre Don Quijote de la Mancha. Se trata de Dulcinea, (cruce de Dulcinea y las siglas de Inteligencia Artificial, IA), un asistente que ayudará a los lectores a resolver sus dudas sobre palabras, expresiones, referencias o nombres desconocidos de la genial novela de Cervantes.

El original proyecto de One Million Bot ha sido seleccionado por el Ministerio de Cultura, dentro de su programa para la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas mediante proyectos digitales y tecnológicos destinada a desarrollar un chatbot (asistente virtual basado en Inteligencia Artificial) para leer la primera parte del Quijote. "Cómo se llamaba realmente don Quijote, qué es una adarga, quién fue Roldán, el encantado, cómo se hacen unos buenos duelos y quebrantos, qué significa "dávivas quebrantan peñas"... Si alguien lo sabe, ¡ésa es sin duda Dulcinea!", explican en la empresa.

Entre las virtudes del chatbot, sus creadores destacan que su contenido se basa en una información ampliamente documentada, a partir de la bibliografía de referencia sobre el Quijote, ediciones anotadas y los diccionarios canónicos. Además es una "atractiva herramienta cultural y educativa que presta atención permanente y puede integrarse de forma eficiente en la web, redes sociales y herramientas de comunicación", añaden

El Internet de las Cosas, la nueva tecnología más utilizada

Casi el 17% de las empresas española lo practica, según el INE

Agencias MADRID.

Un 16,8% de las empresas españolas utilizó en el primer trimestre de 2020 el Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), lo que la convierte en la nueva tecnología

más empleada por las compañías, según la Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). El estudio del INE señala que en los tres primeros meses de 2020, tras el IoT, se situaron los robots industriales o de servicios, usados por un 8,9% de empresas con conexión a Internet, y el análisis de grandes fuentes de datos (Big Data), empleado por un 8,5% de las com-

pañías. Por sectores, la nueva tecnología más utilizada en la Industria fueron los robots, ya que el 19,3% de las empresas de este sector los usan, mientras que en Construcción y Servicios predominó el Internet de las Cosas (IoT), utilizado por un 11,8% y 18,4% de las empresas, respectivamente.

Por otro lado, un 64,7% de los empleados en empresas con diez o más trabajadores usó ordenadores con fines empresariales en el pri-

mer trimestre de 2020, porcentaje superior al 60,4% del primer trimestre de 2019, mientras que un 57,1% utilizó ordenadores con conexión a Internet, por encima del 53,5% de hace un año. El INE señala que un 98,2% de las empresas españolas contaba con conexión a Internet y, de estas, el 63,0% usó medios sociales, lo que supone 10,1 puntos porcentuales más que hace un año, siendo así la característica que más ha aumentado en un año

En esta línea, también se incrementó el porcentaje de compañías que usan la firma digital, hasta el 84,3%, 3,7 puntos más que hace un año. Los porcentajes de empresas que disponían de web y que compraron servicios en la nube se mantuvo respecto al primer trimestre de 2019, con un 78,1% y 28,2%, respectivamente. Asimismo, el INE señala que el porcentaje de empresas con mujeres especialistas TIC bajó del 7,4% al 5,9%.