

Inclusión financiera, eficiencia operativa y seguridad tecnológica, las principales tendencias para la banca en 2025

Madrid, 14 de enero de 2025

El proceso de cierre de sucursales y digitalización de los servicios bancarios evoluciona globalmente. Al mismo tiempo en varios países, como España, el efectivo sigue siendo un medio de pago preferido para muchos usuarios que demandan a sus compañías financieras (y a las administraciones públicas) disponibilidad y acceso.

A lo largo del año se espera una consolidación de esta tendencia, mientras el proceso de transformación digital de la banca sigue su curso.

La compañía [Auriga](#), proveedor de software líder para el sector de la banca y de pagos y experta en el sector, apunta las siguientes tendencias para el sector y, más concretamente, para el segmento de los cajeros automáticos en 2025:

Aumenta la necesidad de cubrir los servicios financieros en la España vaciada:

Actualmente se calcula que 1,6 millones de personas no tiene acceso a una oficina bancaria fija, especialmente en zonas rurales. Garantizar la inclusión financiera sigue siendo un desafío crítico, especialmente en áreas rurales donde el acceso a servicios bancarios es esencial para la cohesión económica y social.

El Banco de España ya ha promovido diversas iniciativas para garantizar el acceso financiero, como la propuesta de ley de que haya al menos un cajero automático por municipio, que sigue en trámite. Iniciativas como Correos Cash están ayudando a paliar esta necesidad, pero todavía no cubren completamente la demanda. Durante 2025 el clamor social y político en este sentido se acrecentará, y para hacerle frente veremos cada vez más acciones por parte de los bancos para la **implementación de formatos de sucursales alternativos** (con servicios telemáticos, por ejemplo) o de **agrupación de cajeros**, en los que varias entidades se unen para ofrecer servicio a través de una única infraestructura ATM.

La sucursal bancaria se reinventa:

Frente a los elevados costes de operación (entre las causas del cierre de sucursales), los bancos han estado explorando formatos alternativos más eficientes. Las nuevas configuraciones, que podrían **incluir sucursales externalizadas con infraestructuras simplificadas**, se orientan al autoservicio y se centran en la venta de productos, complementaria a las operaciones en efectivo. Se trata de un intento de optimizar directamente los costes asociados a un punto de presencia en la calle principal sin la necesidad de una sucursal completamente equipada. Veremos cómo los bancos continuarán experimentando con estos **modelos híbridos** que combinen presencia física con servicios digitales, por ejemplo, servicios a través de videollamada desde kioscos instalados **en las sucursales**.

Externalización de los ATM:

Los cajeros automáticos han jugado un papel clave en el acceso físico a los servicios financieros, incluso en entornos con menos sucursales -según datos del [Banco de España](#), ya en 2023, el 65% de los españoles seguía usando efectivo a diario- y los bancos han comenzado a **externalizar la gestión de cajeros** fuera de sus instalaciones para optimizar costes. La introducción de **cajeros más avanzados**, capaces de realizar reciclaje de efectivo, también promete reducir los costes asociados al transporte y almacenamiento de dinero.

El ATM reciclador se convertirá en la norma:

Los llamados cajeros recicladores permiten hacer mucho más que simplemente ingresar y retirar efectivo. Y es que, la tecnología de reciclaje permite crear ecosistemas locales donde **el dinero circula entre cajeros y usuarios sin necesidad de transportes frecuentes**



y esto puede ser una fuente de ahorro no solo para el propio banco, sino también en el sector retail, por ejemplo. Esta tendencia, que ya hemos visto en otros países de Europa, podría experimentar una gran expansión 2025 en España.

Sigue el proceso de transformación digital:

La tecnología está redefiniendo la gestión del efectivo en la banca. Los bancos están adoptando sistemas basados en inteligencia artificial (IA) y aprendizaje automático para optimizar la distribución de efectivo, pronosticar la demanda y reducir costes operativos. Estas herramientas permiten una gestión más eficiente, minimizando la dependencia de entregas en tránsito y maximizando el reciclaje de efectivo. La tendencia es a incorporar **cada vez más tecnología en las interacciones con el cliente, pero sin perder de vista el contacto humano** para el servicio y la asesoría.

Los datos como fuente de riqueza, también para el banco:

Un cajero automático puede generar 150.000 puntos de datos al día, así que imaginemos la dimensión y el volumen cuando multiplicamos esto por toda la red. Hoy en día, gran parte de estos datos se recopilan y luego se almacenan, pero podrían usarse para **generar información sobre la experiencia del cliente y el control de costes**. Los bancos y los operadores de cajeros automáticos independientes deben tomarse más en serio la forma en que pueden extraer información útil y accionable de sus flotas de cajeros automáticos información, y aplicarla en áreas como la gestión de la experiencia del cliente, el fraude, la lucha contra el blanqueo de dinero y la ciberseguridad y, de hecho, puede ser un arma importante para garantizar que las redes de cajeros automáticos sean financieramente sostenibles en 2025.

Los neobancos consolidan su llegada al mundo físico:

En los últimos años ya hemos visto algunos ejemplos de neobancos, dominadores del ámbito digital, que abrían puntos de atención físicos. 2025 podría ser el año en que veamos aumentar esta tendencia y consolidar su papel en el ecosistema financiero, pero lo harán de una manera muy poco tradicional, con **servicios físicos estratégicamente integrados** en comunidades locales o soluciones de entrada y salida de efectivo a través de aplicaciones y agencias distribuidas. También se prevé su llegada masiva al espacio de puntos de venta (POS), difuminando así los límites entre los puntos de venta electrónicos (EPOS) y los POS tradicionales.

Ciberseguridad en el entorno de los cajeros automáticos:

La evolución del cibercrimen representa un desafío constante para los bancos. Con el avance de tecnologías como los códigos QR para transacciones en cajeros, el riesgo de ataques como el "QRishing" (phishing mediante códigos QR) se intensifica. Los bancos están adoptando estrategias de confianza cero para proteger a los usuarios y las redes de cajeros con medidas que incluyen la sensibilización sobre riesgos, el uso de códigos QR dinámicos y la implementación de sistemas avanzados de detección de amenazas. Asimismo, la ciberseguridad se extiende a la lucha contra el malware en cajeros. Y, teniendo en cuenta que nuevas muestras de malware pueden estar circulando hasta dos años hasta que se descubren, no puede excluirse la probabilidad de que aparezca "nuevo" malware para cajeros automáticos en 2025.

Cajeros en ubicaciones estratégicas y con servicios avanzados:

La reducción de sucursales bancarias está reconfigurando las **ubicaciones de cajeros automáticos hacia zonas de mayor tránsito, como centros comerciales y estaciones de transporte**.

Este patrón, observado en otros mercados europeos, se espera que se acelere en España. Se trata de una evolución que busca alinear la red de cajeros con las necesidades cambiantes de los consumidores, ofreciendo conveniencia y reduciendo la dependencia de las sucursales tradicionales.

“ *El futuro de la banca en España está marcado por la adaptación a un entorno cambiante, donde la inclusión financiera, la eficiencia operativa y la seguridad tecnológica son prioridades. La transición hacia soluciones híbridas que combinen presencia física estratégica con servicios digitales avanzados es fundamental para garantizar la sostenibilidad del sector*”

*afirma Ángel Arenillas,
Country Manager de Auriga para España
y Portugal*

Acerca de Auriga

Auriga es un proveedor líder de software y soluciones tecnológicas para la banca y el sector de pagos, y especialista en soluciones omnicanal innovadoras para la banca y otras instituciones financieras. Sus soluciones, desplegadas en más del 74 % de los cajeros automáticos de Italia, se basan en una moderna arquitectura tecnológica, y mejoran el time-to-market para nuevos servicios mientras al mismo tiempo que reducen los costes y protegen los dispositivos críticos de ciberataques, logrando una ventaja competitiva a largo plazo. Auriga es una compañía global, con presencia en Italia, Reino Unido, España, Bélgica, Polonia y México, y está expandiéndose en Europa occidental y oriental, Latinoamérica y Asia-Pacífico.

Más información sobre Auriga:
<https://www.aurigaspa.com/es/>

Para más información:

Jesús Martínez - jesus.martinez@alephcom.es
Esther Gago - esther.gago@alephcom.es
Aleph Comunicación - Tel.: 91 386 69 99

Alison Correa
Communika
acorrea@communika.com.mx

Contacto Auriga:

Antonella Comes
Chief Marketing Officer
antonella.comes@aurigaspa.com