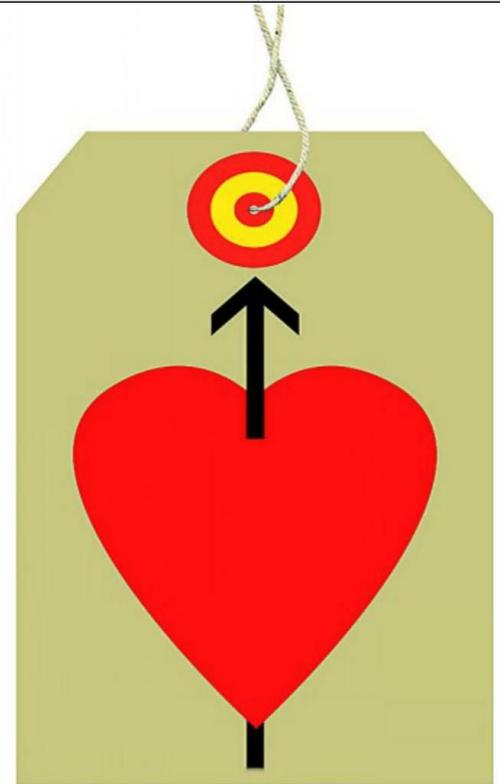


El avance digital probablemente transformará la industria financiera dentro de un proceso del que desconocemos su final. Sin duda, es importante verlo en positivo. Pero tampoco nos engañemos: mal gestionada puede resultar una importante inversión difícil de financiar vía precios



José Luis
MARTÍNEZ CAMPUZANO

Portavoz de la Asociación
Española de Banca



Barrio

COMPROMISO CON EL CLIENTE

El título refleja fielmente mi percepción sobre el proceso de digitalización dentro del sector financiero: responder a la demanda de los clientes. Son los clientes los que piden nuevos servicios digitales, también más rapidez en los servicios tradicionales y más claridad y facilidad para comparar entre productos ofertados. Dicho esto, aunque es cierto que el avance digital anticipa, y mucho, la futura demanda de los clientes, exige cuantiosa inversión por parte de las entidades financieras. Una inversión que debe contemplarse como una oportunidad, aunque también plantea riesgos.

Sí, muchas son las voces que consideran la digitalización como una gran oportunidad para los bancos. Piensan, entre otros temas, en el ahorro de costes y la mayor eficiencia que conlleva el desarrollo digital. Y es cierto. Aunque solo de forma parcial. La digitalización en mi opinión va más allá de la eficiencia que se pueda conseguir en términos de menores costes. Como decía antes, permite ofrecer nuevos servicios que el cliente valora de forma muy positiva. Buenos servicios a un precio razonable. El avance digital probablemente transformará la industria financiera dentro de un proceso del que desconocemos su final. Sin duda, es importante verlo en

positivo. Pero tampoco nos engañemos: mal gestionada puede resultar una importante inversión difícil de financiar vía precios. Y tampoco debemos olvidarnos de que hoy por hoy más del 80% del negocio bancario sigue siendo tradicional.

El foco en el cliente es fundamental. Siempre lo es en el caso del negocio bancario. Y la digitalización ofrece nuevos canales de aproximarse al cliente, como el móvil e internet. Pero el proceso de digitalización no debería contemplarse sólo como la traslación al mundo digital del negocio financiero tradicional. No es un objetivo en sí mismo. De esta forma, una entidad con problemas de viabilidad no debería ver la digitalización como la solución. Pero sí podría contemplarla como parte de ella. Puede ayudar a implementar una estrategia de transformación a medio y largo plazo, un verdadero cambio de modelo, en un complejo entorno regulatorio y muy competitivo, con limitados crecimientos esperados en el margen de intereses. No debemos olvidarnos de esto último, pues es un escenario que ha venido para quedarse.

En este nuevo desarrollo digital, la seguridad es fundamental. El negocio de los bancos se apoya en la confianza mutua entre el cliente y su entidad que teje

TODO VA MÁS ALLÁ DE LA EFICIENCIA QUE SE PUEDA CONSEGUIR EN TÉRMINOS DE MENORES COSTES

UNA ENTIDAD CON PROBLEMAS DE VIABILIDAD NO DEBERÍA VER LA DIGITALIZACIÓN COMO SOLUCIÓN

EL MEJOR SERVICIO AL CLIENTE ES LO QUE PRIMA EN LA TRANSFORMACIÓN GLOBAL BANCARIA

una relación de largo plazo. Y las encuestas muestran que el cliente en España tiene una elevada confianza en su entidad. Es importante que la inicial aproximación digital no deteriore esta confianza. Como dije al principio, las entidades financieras deben acompañar al cliente en su demanda de nuevos servicios digitales. Es más, deben anticiparse a esa futura demanda. En este camino apenas iniciado, el cliente debe mantener intacta la seguridad en la relación con su banco. Para lograrlo, los bancos tienen a su favor el propio avance tecnológico.

Para terminar, hay algo que no debemos pasar de largo. Me refiero al desarrollo del «talento digital» dentro de las entidades financieras. Quizás el mayor reto dentro de este proceso de transformación de calado al que se enfrenta el sector. No es sólo que el management esté convencido de la necesidad de emprenderlo. Además es necesario disponer del personal adecuado para llevarlo a cabo y la tecnología precisa para implementarlo. Un verdadero cambio cultural dentro de las entidades, que se añade a los cambios en términos de cultura corporativa y social que están acometiendo. Sin duda, una transformación interna de carácter global que las entidades están abordando para dar el mejor servicio al cliente.