El Economista
martes, 19 de junio de 2018

ACCESO AL EFECTIVO Y OFICINAS BANCARIAS

José L. Martínez Campuzano
Portavoz de la Asociación Española de Banca

El Banco de España incluye en su última revista de estabilidad financiera un interesante artículo titulado: *Cierre de oficinas bancarias y acceso al efectivo en España*. El proceso de consolidación del sector bancario durante la crisis y la transformación digital que piden los clientes explican el ajuste en el número de oficinas llevado a cabo durante los últimos años. Se trata de un proceso similar al observado en el resto de Europa, con la diferencia de que en España sigue existiendo la mayor densidad de oficinas por habitante entre los principales países de la zona euro. El artículo del supervisor también refleja el enorme esfuerzo realizado por nuestras entidades para reforzar el acceso al efectivo en los pequeños municipios y zonas rurales con oficinas móviles, cajeros y agentes comerciales.

Según una reciente encuesta también del Banco de España, el 53 por ciento de la población prefiere pagar en efectivo, mientras que el 41 por ciento opta por hacerlo a través de una tarjeta de pago. La escasa diferencia en las preferencias entre ambos medios de pago responde a razones de comodidad, de control de gasto y hasta de coste. Los pagos de menor cuantía se siguen materializando en su mayor parte en efectivo. Sin embargo, la creciente digitalización de la sociedad favorece cada vez más el pago a través de móvil y por medios digitales. El 39 por ciento de las operaciones de pago en 2017 fue con tarjeta, por encima del 16 por ciento de las transferencias y del 44 por ciento de domiciliaciones. Aunque en términos de importe, el 73 por ciento de los pagos se materializó el año pasado a través de transferencias, frente al 1 por ciento con tarjetas.

El acceso a efectivo es importante. Pero el acceso a Internet lo es cada vez más. Los clientes demandan una aproximación multicanal a su banco: presencial, remoto o telefónico. La oficina tradicional sigue y seguirá siendo importante, aunque complementada con la mejor oferta móvil y digital que los bancos puedan ofrecer. Esto requiere una elevada inversión en tecnología por parte de las entidades para mejorar el servicio al cliente y acometer su transformación interna. La digitalización es una prioridad para los bancos en su vocación de servir al cliente según sus preferencias. El cliente elige cómo, dónde y cuándo recibe la atención de su banco.

> El cliente demanda un acercamiento multicanal a su banco: presencial, remoto o telefónico

La gran mayoría de la población española se concentra en municipios donde hay más de cinco oficinas bancarias. Solo un 2,7 por ciento de la población española vive en municipios sin oficina bancaria tradicional. Este porcentaje se reduce al 1,96 por ciento si se tienen en cuenta otras medidas de acceso al efectivo alternativas a la oficina física como oficinas móviles, cajeros y agentes comerciales. Esta población vive en zonas rurales alejadas, con problemas de infraestructuras y riesgo de exclusión social. Son las autoridades las que deben asegurar que los servicios básicos lleguen a esta población. Y entre ellos está el acceso a Internet. A través de su creciente digitalización, los bancos aseguran que los servicios financieros lleguen a todos los municipios, por remotos que estén. Invierten también en desarrollar plataformas cada vez más simples y en la formación necesaria para que sus clientes se puedan beneficiar de las muchas ventajas que ofrece la digitalización. Estas ventajas no son muy diferentes a lo que piden los clientes en su vida diaria: facilidad, agilidad, comodidad, transparencia y seguridad.

Los bancos españoles se enfrentan a los mismos desafíos que el resto de las entidades financieras europeas: la rentabilidad, la regulación y la transformación digital. El primer reto y el último están relacionados, puesto que la rentabilidad es clave para seguir mejorando la eficiencia en la prestación de servicios y productos que quieren los clientes. Los cambios llevados a cabo en la regulación durante la última década se han enfocado en reforzar la protección del cliente. La protección y satisfacción del cliente son de esta forma la base del negocio de los bancos.