

UNA OPORTUNIDAD PARA TODOS EN BANCA



**J. L. Martínez
Campuzano**

Portavoz de la Asociación Española de Banca

La digitalización en la prestación de servicios financieros no es una moda o una corriente más o menos efímera. Cada vez más, los clientes piden a su banco lo mismo que demandan en otras facetas de su vida diaria: comodidad, rapidez, simplicidad, transparencia y precios atractivos. Y todo ello sin descuidar dos aspectos fundamentales como la seguridad en la custodia de su dinero y de sus datos personales y financieros. Cuando la tecnología lo permite, las herramientas digitales ayudan a los bancos a seguir dando el mejor servicio a sus clientes, anticipándose a sus futuros deseos. La velocidad de vértigo que domina la transformación digital de la sociedad impone a los bancos la estrategia de aprender y reaccionar para ofrecer soluciones inmediatas a un cliente cada vez más exigente.

La experiencia del cliente es por tanto la clave. Él marca el proceso y los tiempos en la

digitalización de la oferta bancaria, lo que conlleva un cambio cultural dentro de las entidades financieras. Los bancos combinan en estos momentos la relación presencial con el cliente y la oferta de herramientas digitales sencillas para acceder a productos y servicios. Los empleados bancarios seguirán siendo el principal activo de las entidades al mantener la relación presencial con los clientes y asesorarles sobre cuestiones específicas o de mayor complejidad. Su formación, actitud y compromiso hacia ellos seguirán definiendo la forma de trabajar en banca, como siempre. Porque aunque sea de forma remota, la digitalización ofrece oportunidades de mayor interacción con el consumidor, con un público más extenso, a través de un servicio inmediato y eficaz.

Los bancos parten con ventaja en el reto que la digitalización supone para todos, porque la innovación y la capacidad de adaptación están

en su ADN. Desde siempre han sabido aprovechar el avance tecnológico mejorar su oferta de servicios y productos financieros. Pero en la nueva era digital, la transformación en la que estamos todos inmersos conlleva una mayor competencia en la actividad bancaria

desde entidades que no son bancos. Esto no supondría ningún problema si se realizara en igualdad de condiciones desde el punto de vista regulatorio, pero no es así. Las autoridades deben ser conscientes de que hay que garantizar la igualdad de oportunidades entre los diferentes actores que ofrecen el mismo servicio no solo por la necesaria competencia, sino por el bien del cliente y de la estabilidad financiera.

La capacidad de adaptación es otra de las características intrínsecas de los bancos, que explica por qué le dan tanta importancia a la colaboración con las nuevas fintech, pequeñas empresas que aplican la tecnología a la

prestación de servicios financieros. Su habilidad para adaptarse a los nuevos tiempos ha quedado también acreditada en el actual escenario de tipos de interés negativos, cuya permanencia en el tiempo (sin que sean normales, respondiendo a la excepcionalidad del escenario actual de baja inflación) obliga a encontrar modelos de rentabilidad estables. Los continuos cambios regulatorios también han puesto a prueba la adaptación de los bancos. Pero ellos no son los únicos que han de transformarse. Es necesario que las autoridades garanticen que la regulación no se convierta en un obstáculo para la innovación que demanda de forma creciente la sociedad.

Nadie debe quedar excluido de las oportunidades que conlleva la digitalización. La despoblación y envejecimiento en zonas rurales exigen a las autoridades tomar medidas que garanticen la mejor conexión a internet y la formación necesaria sobre el uso de los servicios digitales a nuestros mayores. Desde la AEB hemos desarrollado *Expertclick*, para llevar la formación digital a nuestros mayores en zonas rurales de toda España. Es importante que no nos quedemos solos en este empeño.

Lograr una
satisfactoria
experiencia del
cliente es clave para
el sector financiero