

# DIGITALIZACIÓN: AL SERVICIO DEL CLIENTE

José Luis Martínez Campuzano

“Los consumidores ante la revolución digital de las finanzas”. Encuentro organizado por ADICAE

20 noviembre 2019

## CONTEXTO ACTUAL

El cambio tecnológico abre una feroz competencia entre los bancos y los nuevos entrantes, donde el éxito estará determinado por la capacidad de cada participante de responder con mayor eficacia a la demanda de los clientes. La finalidad última es seguir ofreciendo el mejor servicio al cliente.

Este cambio de paradigma afecta a:



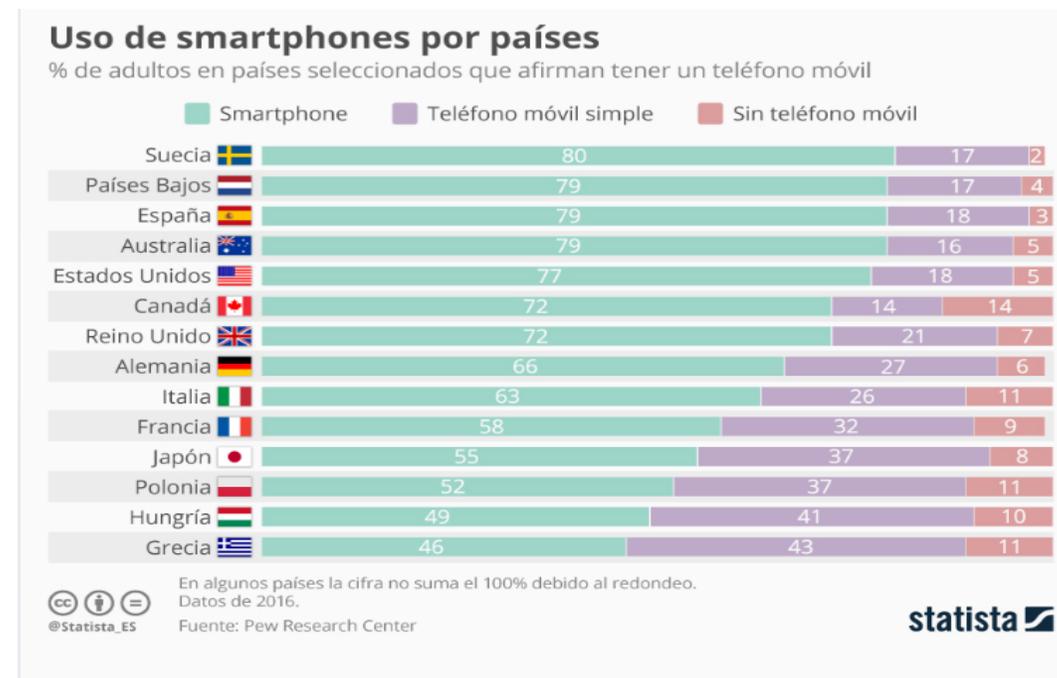
# 1. LA DIGITALIZACIÓN, PROCESO IMPARABLE

- El 97% de la sociedad española tiene móvil, más del 80% un smartphone, un 87% utiliza habitualmente internet.
- En un mundo cada vez más interconectado, tener un smartphone conlleva enormes beneficios y puede mejorar nuestra calidad de vida.
- El 90% de la nueva generación digital se relaciona con su banco exclusivamente online



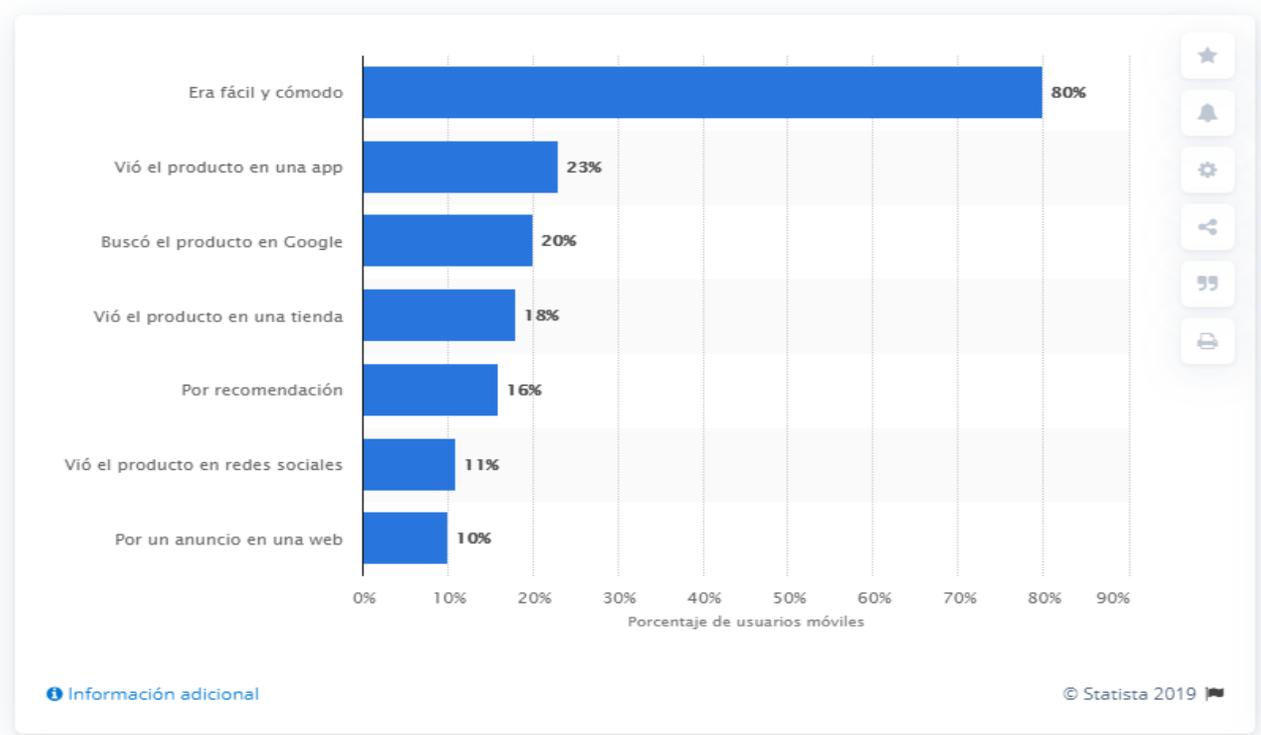
Above: Newzoo projects 3.8 billion smartphone users by 2021.

Image Credit: Newzoo



## 2. INTERNET, HERRAMIENTA UNIVERSAL

- Internet nos permite consultar y acceder a servicios privados y públicos, buscar información y comunicarnos. Todo de forma simple y rápida.
- Es importante que nadie se quede al margen de este proceso imparable y de las enormes oportunidades que conlleva. También es relevante que todos identifiquemos y asumamos los retos en términos de seguridad que supone la digitalización.



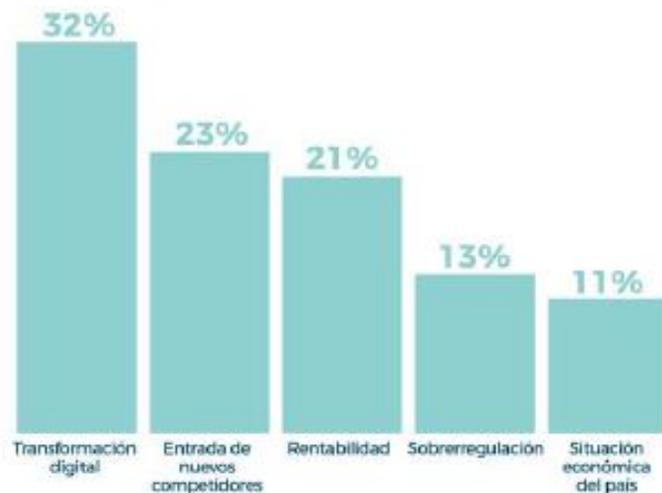
- Los cambios tecnológicos llevan a los bancos a convertirse en compañías cuyas decisiones se encuentran determinadas por los datos, de forma que pueden ofrecer servicios y productos adaptados a las necesidades específicas de sus clientes.



### 3. LA DIGITALIZACIÓN, DESAFÍO PARA LOS BANCOS

- Forma parte del entorno de la banca, refuerza la competencia, también desde nuevos entrantes, con cada vez más clientes pidiendo conectividad total, inmediatez, flexibilidad, agilidad, transparencia y seguridad.
- Los bancos responden a la creciente demanda de comunicación digital al mismo tiempo que siguen ofreciendo el mejor servicio posible a aquellos clientes que no optan por la banca online o no lo hacen exclusivamente.

La transformación digital se posiciona como el principal reto al que debe enfrentarse el sector financiero, según el **32%** de los directivos.



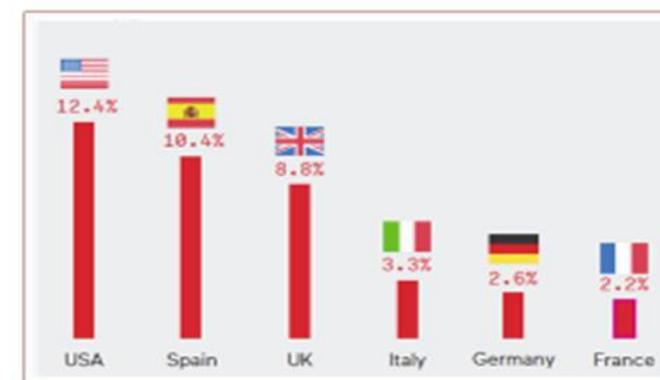
#### USO DE APPS

BANCO DE ESPAÑA  
Eurosystem

Usuarios que utilizan apps bancarias



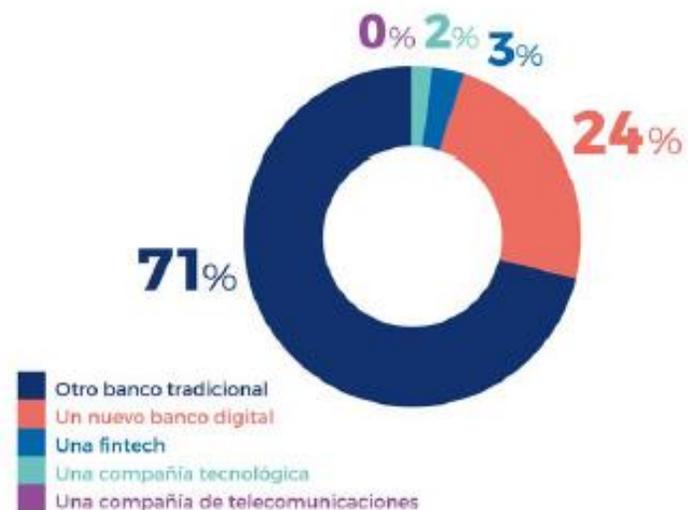
Usuarios que utilizan apps fintech



## 4. MAYOR COMPETENCIA EXTERNA

- Asimismo, el sector tendrá que competir no sólo con aquellos proveedores que surjan internamente, sino también con los que se vayan añadiendo desde otros ámbitos. En particular, los agrupados bajo el acrónimo GAFa (representativo de las grandes tecnológicas digitales: Google, Apple, Facebook y Amazon) podrían aprovechar sus capacidades diferenciales para poder ganar cuota de mercado, incluso en entornos donde la rentabilidad se mantenga relativamente baja.

El **28,94%** de los clientes optaría por un nuevo proveedor financiero que no fuera una entidad bancaria tradicional.



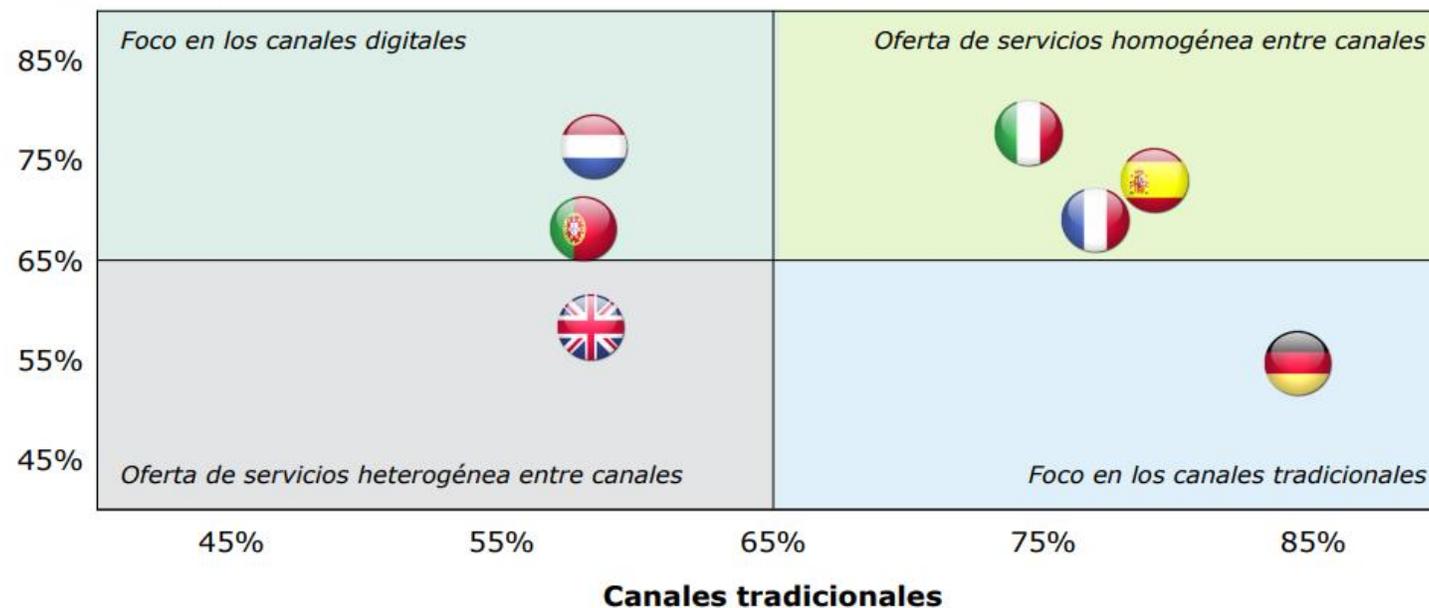
- Estas empresas de nueva creación empiezan con la ventaja de no tener que mantener una red física de distribución y la fuerte regulación a que está sometida la banca. Los bancos, a pesar de esto, compiten bien y siguen siendo preferidos por los clientes.

## 5. LA OFERTA DE SERVICIOS FINANCIEROS EN ESPAÑA: GENERALIZADA, AMPLIA Y ACCESIBLE

- Los bancos españoles son los que más servicios ofrecen en Europa.
- La accesibilidad a los servicios bancarios a través de distintos canales es superior a la del resto de los competidores europeos.

Porcentaje de servicios ofrecidos por canales digitales vs canales tradicionales en distintos países europeos (%)

### Canales digitales



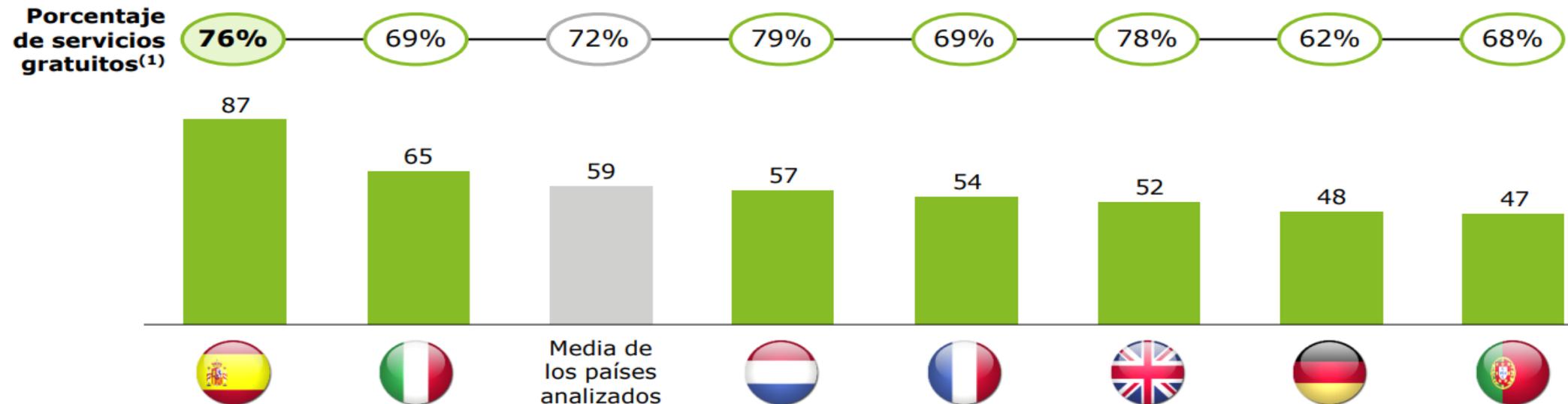
Nota: Canales digitales incluye banca online y móvil. Canales tradicionales incluye oficina y call center.  
Fuente: análisis Monitor Deloitte



## 6. LA OFERTA DE SERVICIOS FINANCIEROS EN ESPAÑA: COMPETITIVA

- Tres de cada cuatro servicios financieros ofrecidos por los bancos son gratuitos. El resto, a través de diferentes canales, es a precios mucho menores que los de nuestros competidores europeos.

**Número de servicios gratuitos en cada país (#)**



(1): Sobre el total de servicios ofrecidos en cada país; un servicio se considera gratuito si más de la mitad de los bancos analizados de ese país lo ofrecen por coste 0€  
Fuente: análisis Monitor Deloitte

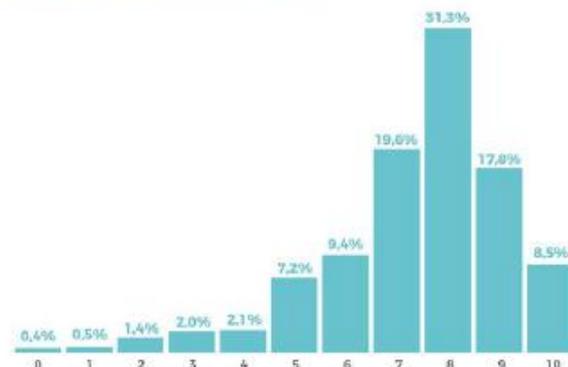


## 7. LA DIGITALIZACIÓN REFUERZA LA CONFIANZA

- La competencia siempre es sana, y la digitalización y los cambios regulatorios favorecen la entrada de nuevas compañías en el suministro de productos y servicios bancarios.
- Un 93,8 % de los clientes aprueban a su entidad financiera, una cuarta parte califica la relación con un sobresaliente.



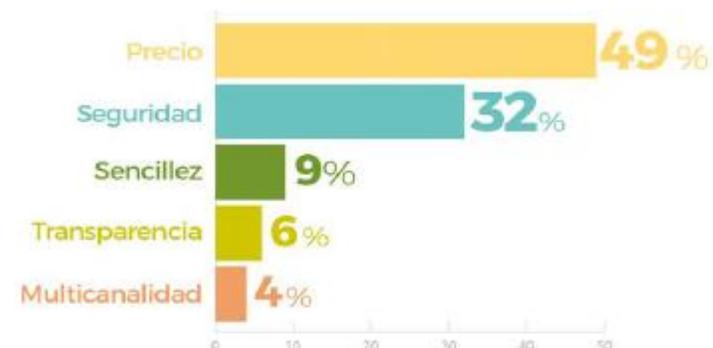
**7,42** es el grado medio de satisfacción general o *Customer Happiness* de los clientes con su entidad financiera principal.



Media: 7,42

- El precio y la seguridad son las cualidades más valoradas de una entidad financiera.
- La seguridad y protección de los datos personales y financieros de sus clientes, siempre ha sido una prioridad para los bancos.

Cualidades más valoradas de una entidad financiera.



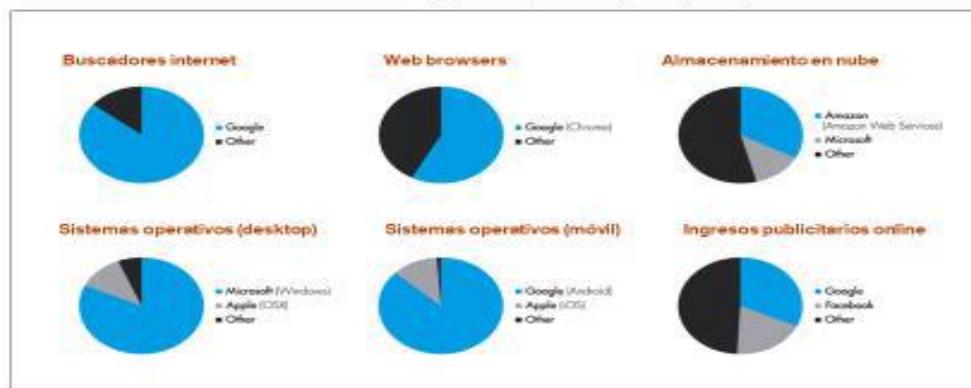
## 8. LA DIGITALIZACIÓN PLANTEA RETOS A LAS AUTORIDADES

- Protección del cliente, una competencia sana y estabilidad financiera son las tres prioridades para las autoridades que marca el BIS ante la entrada de los nuevos grandes competidores de los bancos.
- Las normas deben ser iguales para todos los que realizan la misma actividad, con los mismos riesgos, sin penalizar a la banca con una regulación adicional que le impida competir en igualdad de condiciones para ofrecer el mejor servicio al cliente. No existe un terreno de juego nivelado.

### DOMINIO DE LAS BIGTECH

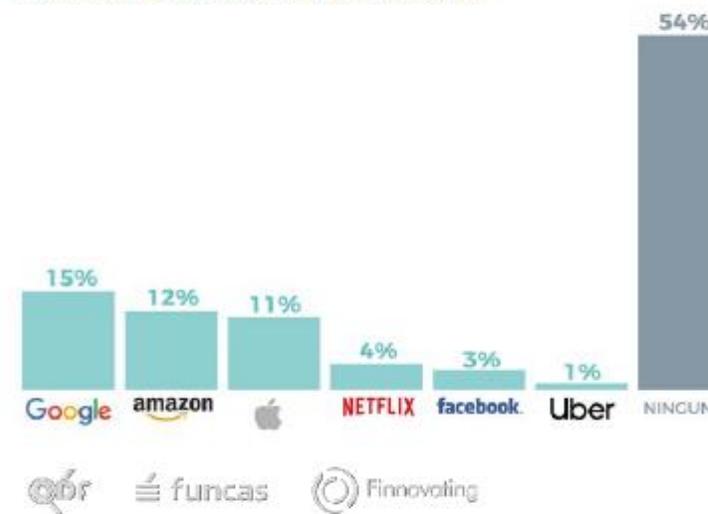
BANCO DE ESPAÑA  
Dato Sistema

Cuotas de mercado globales por compañía (2017)



Fuentes: Synergy Research, CNBC, Statista (Bloomberg, Gartner, StatCounter, eMarketer)

Preferencias de nuevos proveedores financieros



## REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA EN LA BANCA: EL SIGNO DE NUESTROS TIEMPOS

- La estrategia digital de los bancos responde a la propia transformación digital de la sociedad.
- Los bancos españoles son proveedores universales de servicio, con soluciones personalizadas basadas en la estrecha y estable relación con sus clientes.
- La innovación y la capacidad de adaptación están en el ADN de los bancos, siempre en beneficio del cliente.
- Nuestras entidades están a la cabeza de la transformación digital del sector en Europa y destacan también en los servicios a través de canales tradicionales.
  - España es el cuarto país de Europa con más cajeros y el segundo con más oficinas.
  - Solo el 2,7 % de la población no tiene oficina, pero la población más grande apenas dista 3 km de otra oficina.
  - A la cabeza de Europa en número de cajeros por cada 10.000 habitantes.
- Los bancos están sometidos a una regulación estricta y a una supervisión exigente, pero esto no es igual para otros proveedores de servicios bancarios. Hay que corregir esta situación por el bien del consumidor.
- Es imprescindible que las autoridades asuman sus propios retos a un mundo tan dinámico y cambiante.
- La labor de la banca es fundamental para el desarrollo económico.

## EXPERTCLICK, ESCUELA DIGITAL PARA MAYORES DE ZONAS RURALES

- Iniciativa conjunta de AEB y la Fundación Cibervoluntarios desarrollada en municipios de zonas rurales de ocho comunidades autónomas con el objetivo de que nuestros mayores se puedan beneficiar de las ventajas que brinda la digitalización para mejorar su calidad de vida: nunca es demasiado tarde para aprender a manejarse mejor en la era digital (<https://expertclick.org/>).



