


Los bancos como catalizadores de la innovación

 escriturapublica.es/los-bancos-como-catalizadores-de-la-innovacion-por-strongjose-luis-martinez-campuzano-strong

5 de junio de 2024

ENTRE MAGNITUDES



JOSÉ LUIS MARTÍNEZ CAMPUZANO,
portavoz de la Asociación Española de Banca

“Un 88% de los españoles utiliza los canales digitales de su banco al menos una vez a la semana”

Los bancos de la AEB contrataron a más de 12.600 personas durante 2023, 1.800 para su actividad en España. Esta mejora en el empleo entre nuestras entidades es posible por la recuperación de la rentabilidad, que permite adaptar las capacidades a la demanda de los clientes, que cada vez más piden una atención a través de canales remotos.

Esto explica que busquen a la hora de ampliar su plantilla el talento relacionado con el mundo de la tecnología, los datos y la sostenibilidad. Entre otros, perfiles *Stem* en áreas de Riesgos, Tecnología, Canales Digitales y Gestión del Dato, y perfiles de clara orientación comercial. Además de analistas financieros (cuantitativos y regulatorios), especialistas en datos, digitalización y tecnología (arquitectura y seguridad). Pero, por encima de todo, la mayoría de los bancos buscan incorporar perfiles con habilidades relacionales y de servicio al cliente.

El FMI concluye en un reciente informe *How Pandemic Accelerated Digital Transformation in Advanced Economies* que la digitalización fue clave durante la pandemia para proteger la productividad. Y de hecho lo será en el futuro para seguir creciendo de forma sólida. La digitalización, como cualquier otra innovación pasada, nos ha ayudado a avanzar, a superar problemas y a mejorar nuestra calidad de vida.

Así la transformación digital que experimenta la sociedad es un proceso inexorable, cambiando la forma en que nos relacionamos y accedemos a servicios privados y públicos. En el caso de los bancos, los clientes buscan en su oferta lo mismo que tienen

en su día a día: rapidez, transparencia, competencia y seguridad. Y las 24 horas al día, los siete días de la semana, desde cualquier lugar. Todo esto lo obtienen a través de canales digitales, ampliando de esta forma la oferta de productos y servicios presenciales.

Según los resultados de una reciente encuesta de Sigma Dos, un 88% de los españoles utiliza los canales digitales de su banco al menos una vez a la semana. Desde la consulta de saldos, compras *online* o la operativa a través de *bizum*, son un buen reflejo del cambio de preferencias del cliente al relacionarse con su entidad. Y con confianza: un 84% se siente seguro al operar en banca digital.

Otras encuestas validan estos resultados y los generalizan por edades. Según Metroscopia, un 69% de los mayores de 65 años afirma no haber visitado una oficina en el último mes frente al 48% en 2021. Y de acuerdo con Inmark, más del 90% de los mayores trasladan un “muy alto grado de satisfacción” con la banca móvil y la banca por internet.

De esta forma los bancos se adaptan a las preferencias de sus clientes e incluso se anticipan a los cambios que se puedan producir. La capacidad innovadora del sector bancario está en su ADN, actuando en la mayoría de los casos como catalizadores de la innovación para otros sectores de la economía. Campeones en la digitalización de los servicios financieros a nivel europeo según Deloitte, los bancos españoles lo demuestran por ejemplo al liderar la oferta en los pagos inmediatos. No solo constituyen ya la mitad de las transferencias procesadas frente al 15% en Europa, sino que también permiten desarrollar innovadoras soluciones de pago a través de móvil y otros dispositivos. Es el caso de *bizum*.

El éxito de *bizum* lo es también de todos, puesto que demuestra cómo el aprendizaje y la experiencia son fundamentales para sacar lo mejor de la innovación. Para aprovechar todo su potencial hace falta un esfuerzo de adaptación de cada individuo, diferente en cada caso, lo que hace fundamental fomentar la capacitación digital de la ciudadanía y mejorar la conectividad. Esta transformación digital en que vivimos inmersos, al igual que la transición ecológica, son las dos grandes apuestas de futuro de Europa, a las que se destina una parte importante de sus fondos europeos.

La capacidad de adaptación y la digitalización de los bancos puede ser un buen referente para las autoridades europeas. En un contexto internacional tan complejo como el actual, es fundamental que Europa fije una estrategia donde la inversión en capital humano, innovación y tecnología y la descarbonización, refuercen la competitividad y mejoren la productividad llevando a un mayor y mejor crecimiento económico.

El sector bancario es clave dentro de esta estrategia europea. Y para que cumpla de forma eficiente su labor las autoridades deben asegurar que los bancos sean competitivos, beneficiando a las empresas y ciudadanos, con una regulación y supervisión adecuada a su capacidad de proporcionar la financiación que se precisa. Es

importante que la regulación del sector sea más simple y consistente con el objetivo perseguido, que no es otro que reducir los riesgos potenciales sin limitar la capacidad de dar financiación. Es relevante que se alcance el mercado único, dentro de él la unión bancaria, desarrollando con ello un mercado de capitales común.

También evitar medidas nacionales que conlleven distorsiones en la competencia a nivel europeo, amenacen la necesaria fortaleza del sector y al final supongan restricciones a su capacidad de financiación.

El servicio al cliente es una prioridad para los bancos en los procesos de digitalización que debe ser compatible con la eficiencia operativa. Tras los procesos de ajuste de la red comercial llevados a cabo en la última década, en un contexto de baja rentabilidad ante la excepcionalidad de tipos de interés negativos, los bancos están preparados y dispuestos para seguir acompañando a sus clientes y propiciar con su actividad la prosperidad económica.