



Evolución de los servicios financieros como respuesta a la pandemia y la nueva realidad

**Observatorio de la Digitalización
Financiera FUNCAS - KPMG**

Avance de resultados -
Abril de 2021

—
kpmg.es

Desde el Observatorio de la Digitalización Financiera Funcas-KPMG (creado en 2017), queremos ser la principal referencia informativa y analítica en España sobre cuestiones relacionadas con cambios de disrupción tecnológica en el sector bancario y en los medios de pago. Por ello, en enero de 2021 lanzamos una encuesta a los principales *players* del Sector Financiero español para analizar el impacto de la pandemia y obtener una visión de la nueva realidad en el Sector Financiero.

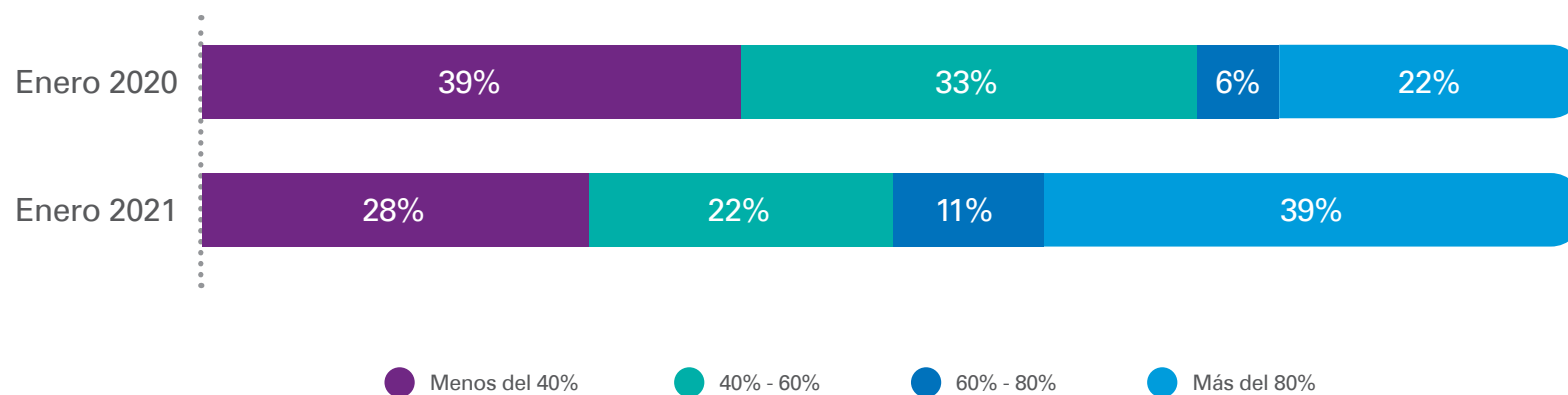
Esta encuesta tiene como objetivo valorar el impacto disruptivo que ha supuesto

la COVID-19 en el Sector Financiero, acelerando y catalizando el proceso de la digitalización. Los efectos que la COVID-19 ha provocado en la sociedad española suponen una revolución en todos los ámbitos. Por ello, queremos evaluar cómo los comportamientos que inicialmente se identificaron como temporales están evolucionando hacia un carácter estructural y permanente.

A continuación, detallamos algunas de las principales conclusiones extraídas de la encuesta en relación al estudio que hemos realizado desde FUNCAS y KPMG.

Nos encontramos en un entorno bancario en el cual la tecnología es cada vez más protagonista y donde las Fintech están irrumpiendo. El consumidor le toma el relevo al producto y se convierte en el centro de atención. Tiene una mayor capacidad de acceder a los mercados y, por lo tanto, el modelo de comercialización de las entidades debe ajustarse a sus nuevas necesidades. El cliente demanda cada vez un producto más personalizado y adaptado, con un corto periodo de respuesta y con carácter digital.

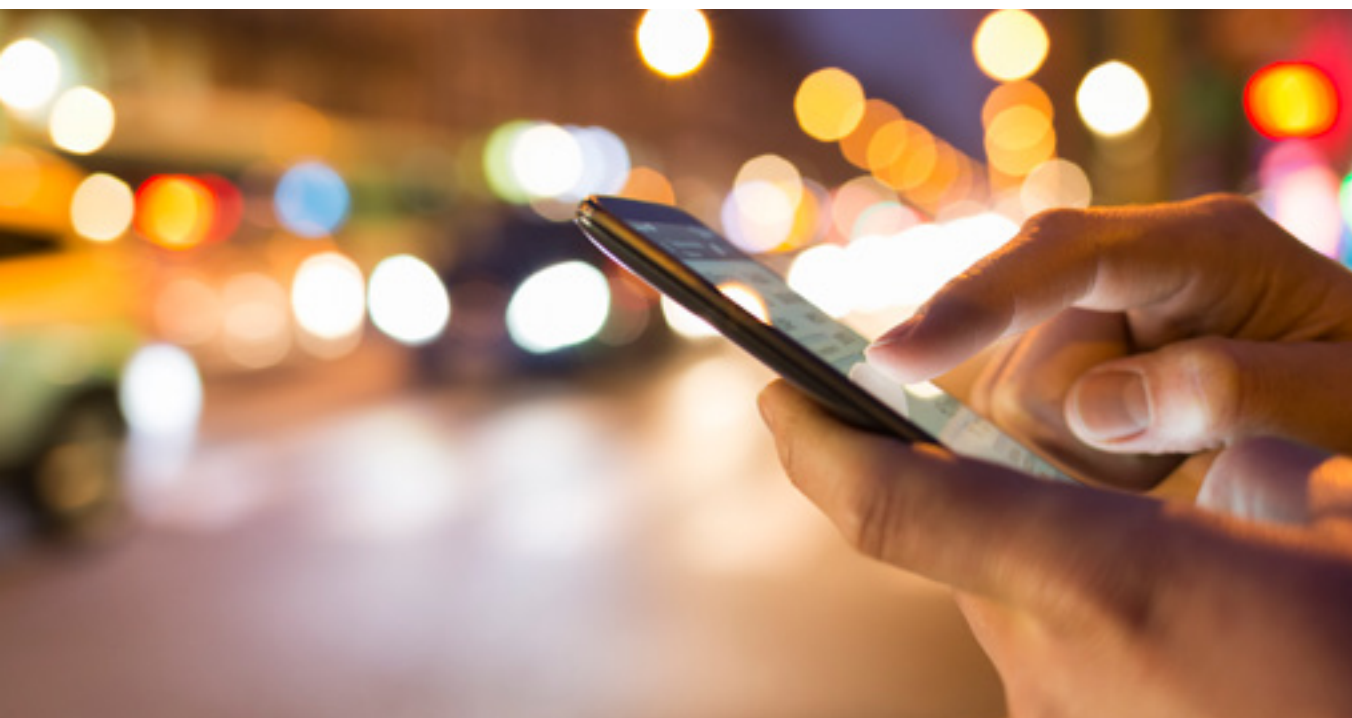
¿Qué porcentaje representan sus clientes digitales sobre el total de la base de clientes?



Evolución del porcentaje de encuestados en cada uno de los rangos de volumen de clientes digitales sobre la base total de clientes

Durante 2020 se ha incrementado el porcentaje de clientes online sobre la base total de clientes de las entidades financieras. En enero de 2020 solo el 28% de los encuestados tenía más del 60% de su base de clientes digitalizada. Este porcentaje ha alcanzado el 50% en enero de 2021, lo que ha supuesto un incremento significativo en solo un año, por el efecto catalizador de la pandemia.

Asimismo, la contratación de productos y las transacciones digitales han aumentado en el último año, gracias al incremento de los clientes digitales.



Francisco Uría

Banking & Capital Markets Global Head
Socio responsable del Sector Financiero en España cree que

“El fuerte incremento de clientes y operaciones digitales se debe principalmente a la penetración digital en el sector más senior de la población, segmento menos digitalizado hasta el momento.”



Respecto a los medios de pago, los avances tecnológicos han impulsado soluciones más seguras y con una mejor experiencia de usuario. Dichas tecnologías aumentan la seguridad y la confianza en los clientes. Éstos se han convertido en un elemento relevante para todas las entidades debido a la gran cantidad de datos que se obtienen de cada operación.

¿Cuál es el medio de pago dominante para sus clientes?



Evolución de la relevancia de los diferentes medios de pago

Los encuestados indican que antes de la pandemia los medios de pago dominantes eran el efectivo, la tarjeta física y las transferencias. Durante la pandemia dominaron el pago con tarjeta y las transferencias. Por último, en el medio plazo, se espera que la tarjeta y las transferencias sigan siendo los medios dominantes, perdiendo relevancia en favor de otros como las wallets (Google / Apple Pay, etc.) y Bizum.

Según los encuestados, efectivo, tarjeta física y transferencias pierden relevancia tras el impacto de la pandemia, en especial el efectivo. Sin embargo, los medios de pago wallets y Bizum muestran la tendencia contraria, ganando relevancia.

Santiago Carbó

Director de Estudios Financieros de Funcas y director ejecutivo del Observatorio de Digitalización Financiera de Funcas, cree que

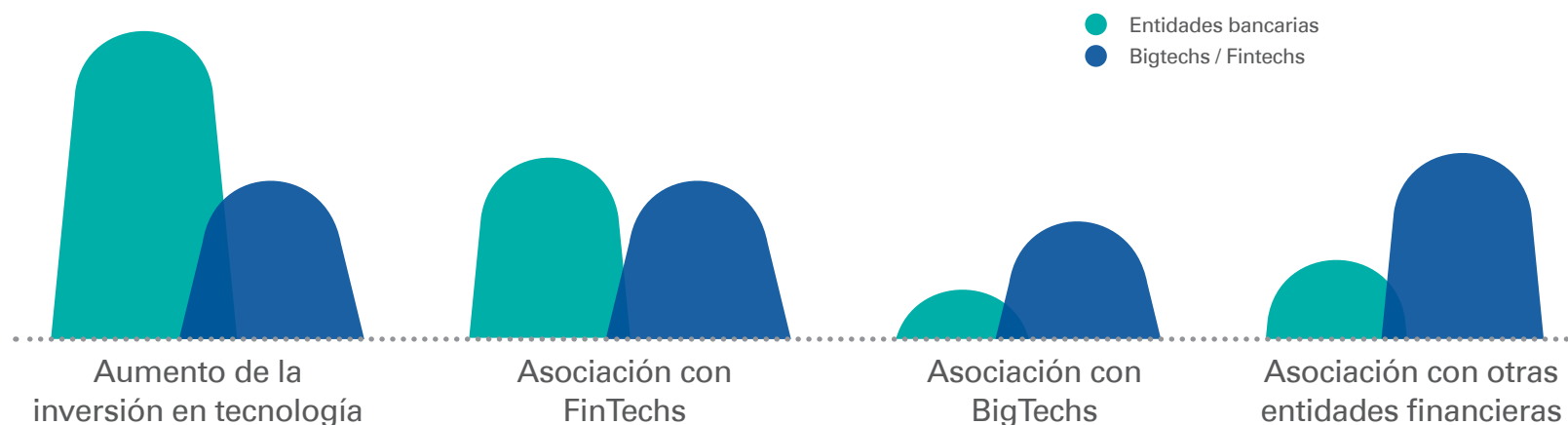
“La pandemia ha hecho que el pago sin contacto avance en un año lo que lo hubiera hecho en cinco, asentando el cambio digital.”



Aunque durante los primeros meses de la pandemia el confinamiento propició el uso de medios de pago online y limitó el pago en efectivo, ha sido la comodidad el principal motivo de la consolidación de la reducción del efectivo.

Asimismo, la aparición de nuevos players como las Fintechs y las Bigtechs está provocando un cambio en el *statu quo* de las entidades bancarias. Su carácter digital, accesibilidad y bajas comisiones son algunos de los elementos que están propiciando que estos gigantes tecnológicos hayan alimentado el nivel de exigencia por parte del consumidor, ya que tiene más información a golpe de *click*. Esto ha provocado que los bancos españoles tengan que invertir en tecnología o buscar alianzas para cubrir las nuevas necesidades de los clientes con el objetivo de seguir ofreciendo productos y servicios competitivos.

¿Qué estrategias tiene en mente su entidad en los próximos años?



Los datos sugieren que las entidades bancarias apuestan de manera clara por los desarrollos propios en tecnología, aunque dejan la puerta abierta a posibles colaboraciones con Fintechs y otras entidades financieras. Sin embargo, las Fintechs aunque también apuestan por el desarrollo propio de la tecnología, están más abiertas a posibles colaboraciones. Al ser nativas digitales cuentan con una estructura tecnológica más versátil, lo que facilita las alianzas.



Santiago Carbó

Director de Estudios Financieros de Funcas y director ejecutivo del Observatorio de Digitalización Financiera de Funcas, considera que

“Para entrar en el negocio financiero, las BigTech siguen prefiriendo aliarse con bancos, porque estas entidades tienen más experiencia en materia financiera y porque llevan años lidiando con la abundante regulación.”



Las entidades bancarias están invirtiendo mucho en tecnología. No obstante, la colaboración con otras empresas y entidades para encontrar soluciones de mercado eficientes y eficaces de cara a los consumidores será lo diferencial.

Los resultados de la encuesta están en línea con las tendencias de mercado del Sector Financiero donde el cliente digital tiene cada vez más peso sobre el tradicional, busca una experiencia de usuario rápida, ágil, cómoda y segura. Por otra parte, las entidades buscan alianzas que permitan generar efectos de escala necesarios para competir en el mercado.



© 2021 KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.