

# 7 de cada 10 directivos financieros creen que la banca ha sabido adaptarse al reto digital

- Lo que más demandan los clientes a sus entidades financieras es poder operar digitalmente y disfrutar de una buena experiencia en sus webs y apps
- Los medios de pago más relevantes son, por este orden, la tarjeta física, las transferencias, el efectivo, los pagos desde cuenta, las *wallets* y Bizum

**Madrid, 23 de julio de 2021**–. El 75% de los directivos del sector financiero español cree que los bancos de nuestro país han sido capaces de adaptarse al reto digital que planteó la irrupción de la pandemia de Covid-19. Un 45% considera que esta adaptación se ha hecho “rápidamente”, mientras que un 30% cree que se está haciendo “poco a poco”.

Esta es una de las conclusiones del [informe “Evolución de los servicios financieros como respuesta a la pandemia y la nueva realidad”](#), elaborado por el **Observatorio de la Digitalización Financiera Funcas-KPMG**. Este observatorio analiza desde 2017 la actuación y el impacto de los nuevos actores en los procesos bancarios tradicionales.

El informe también concluye que las entidades financieras ya estaban en cierto modo preparadas para la transición digital y que la pandemia fue un acelerador de algunas tendencias y desafíos que el sector ya había empezado a afrontar.

Como explica Francisco Uría, responsable global de banca y mercados de capital de KPMG y socio responsable del sector financiero de KPMG en España, “este informe -igual que el trabajo de campo que lo fundamenta- se realizó en buena parte antes del estallido de la pandemia para ser completado después. No cabe duda de que antes de la Covid-19 las entidades financieras ya eran conscientes de la necesidad de completar su transformación digital, de la importancia de cumplir con los criterios ASG/ESG o de la relevancia de tratar los datos de los clientes para ser capaces de adaptar los productos a sus necesidades y preferencias. No obstante, la pandemia, como se demuestra en el informe, ha acelerado estas tendencias, de modo que los cambios que iban a producirse están teniendo lugar ya ante nuestros ojos. Creo que el trabajo que ahora se publica ilustra bien esta fuerte aceleración de esas tendencias que ya estaban presentes”.

Prueba de la capacidad de adaptación de las entidades financieras es la implantación de nuevas tecnologías durante los últimos 12 meses. Las más extendidas son los chatbots, incorporados por un 40% de las entidades consultadas, y el *onboarding* -o proceso de incorporación- totalmente digital para sus nuevos clientes, implantado por un 29% de los

encuestados. Ambas tecnologías fueron clave en un contexto de confinamiento y restricciones de movilidad.

En opinión de Carlos Ocaña, director general de Funcas, “existe un buen ajuste entre necesidades de demanda de tecnología y oferta por parte de las entidades financieras. En todo caso, la tecnología está penetrando de forma muy distinta en la demanda en función de variables como la edad o el nivel de ingresos. El cliente demanda cada vez un servicio más personalizado y adaptado, con un corto periodo de respuesta y, para una proporción creciente, con un amplio componente digital”.

Un claro indicador de la importancia que tiene la oferta digital para los usuarios de banca es que, según los encuestados, lo que más demandan ahora sus clientes es la posibilidad de realizar sus gestiones digitalmente (16% de respuestas) y tener una “experiencia memorable” en sus aplicaciones y webs (15%). En línea con esas prioridades, la atención física es uno de los aspectos menos demandados, con sólo un 4% de votos.

En cuanto a los medios de pago, el informe constata que están experimentando un proceso de cambio. Aunque el efectivo sigue siendo el medio más utilizado en nuestro país (y en toda la Unión Europea), su uso decrece. Y lo hace, en opinión del 66% de los consultados, por la mayor “comodidad” que ofrecen otros medios. Por orden de importancia, los medios más relevantes para los directivos financieros son la tarjeta física (27%), las transferencias (21%), el efectivo (15%), los pagos desde cuenta (13%), las *wallets* -también conocidas como carteras digitales o billeteras electrónicas- (11%) y Bizum (11%).

Respecto a la relación de las entidades con la tecnología, un 76% de los encuestados asegura que su estrategia principal en este ámbito pasa por aumentar la inversión en el desarrollo tecnológico propio en el futuro. Esto permitirá a las entidades adaptar su implantación a sus necesidades particulares y, a la vez, reducir la dependencia de proveedores externos. No obstante, la asociación con terceros también aparece como un elemento clave (16%) para poder acceder a ciertas tecnologías específicas en las que las entidades financieras no tienen un papel dominante.

Por último, los objetivos de desarrollo sostenible se consolidan como un elemento cada vez más relevante para las entidades financieras. De todos ellos, los prioritarios para los encuestados son la acción por el clima y la igualdad de género. Por otro lado, aunque se han producido avances, sólo un 30% de los encuestados asegura que su cartera de inversión cumple con los criterios ESG de manera mayoritaria.

Este estudio se ha elaborado mediante encuestas realizada entre directivos del sector financiero (bancos, neobancos, FinTech, BigTech y startups) en enero y junio de 2021 con el objetivo de profundizar en el análisis del impacto de la pandemia y la nueva realidad digital en el sector financiero.