



La banca sumará seis millones de clientes digitales en España en los próximos cinco años

- **El uso de la banca digital en nuestro país se sitúa en el 70% de la población, por encima de la media europea (60%), y se espera que alcance el 85% en 2027**
- **Tres de cada cuatro contrataciones de productos financieros serán online**
- **El elevado nivel de digitalización responde a los nuevos hábitos de consumo, la competencia y cooperación con las BigTech y FinTech y los cambios regulatorios de los últimos años**

MADRID, **04/10/2023** | El uso de la banca digital en España ha aumentado un 30% desde la pandemia, situándose ya en el 70% de la población, porcentaje superior a la media europea (60%) y solo por detrás de los países nórdicos (92%). En los próximos cinco años, el sector espera lograr un porcentaje cercano al 85%, es decir, añadir unos seis millones de clientes adicionales a la banca digital. Así lo recoge el informe [“La digitalización como eje de transformación bancaria”](#), presentado hoy en el marco del **Observatorio de la Digitalización Financiera (ODF) Funcas-KPMG**, iniciativa que desde 2017 analiza la actuación, impacto y tendencias de la digitalización y de los nuevos actores en los procesos bancarios tradicionales y sus principales implicaciones.

Avanzar en la transformación digital sigue siendo la prioridad estratégica para las entidades financieras (58%), seguido de mitigar los efectos de la inflación en el negocio (53%) y de la atracción y fidelización del talento (49%). De hecho, impulsar la digitalización y nuevas herramientas tecnológicas es una prioridad en la inversión este año para el 67% de las entidades.

Carlos Ocaña, director general de Funcas, ha señalado que “los grandes esfuerzos de digitalización del sector bancario español le han posicionado en una situación privilegiada para afrontar los retos venideros”. También ha destacado “la importancia que tienen la gestión del talento digital y su atracción por parte de la banca para aprovechar bien los cambios tecnológicos en un entorno macroeconómico y financiero aún muy desafiante”.

Por su parte, Francisco Uría, socio responsable global de Banca de KPMG, ha afirmado que “los avances en la digitalización de la actividad económica registrados en la pandemia no solo se han consolidado sino que han ganado en ambición al sumarse el uso de un abanico de nuevas herramientas y tecnologías disponibles, a las que viene a sumarse ahora la inteligencia artificial generativa, todo lo que debería traducirse en una mayor eficiencia de las entidades y sobre todo en un aumento de la calidad y personalización de los productos y servicios ofrecidos a sus clientes”.

El informe subraya que existen nichos de población, especialmente las generaciones de edades más avanzadas, que no se prevé que adopten este tipo de servicios, o lo hagan de forma parcial. Por ello, es necesario seguir ofreciendo alternativas tradicionales centradas en el trato personal y el cara a cara y simplificar las tareas más básicas para favorecer la digitalización de estos segmentos en lo posible.

El incremento del uso de la banca online ha estado acompañado de un aumento de las contrataciones de productos de manera puramente digital. La tasa de contratación digital de productos financieros se situó en 2022 en el 50% en los grandes bancos españoles, con algunos de los más digitalizados superando incluso el 70%. Se espera alcanzar el 75% de media en los próximos cinco años, lo que implica que tres de cada cuatro operaciones serán digitales. Sin embargo, por las comentadas características de la población española, la omnicanalidad (acceso por múltiples vías) se mantiene como una ventaja competitiva en el sector.

El porcentaje de operaciones de pagos digitales se ha duplicado en tres años. El efectivo sigue siendo el medio de pago dominante con el 65% de las operaciones totales, pero las e-wallets o carteras digitales alcanzan ya el 30% de las transacciones de comercio electrónico.

Las causas que han propiciado la alta digitalización del sector financiero se han abordado en una mesa redonda en la que han participado Santiago Carbó, director ejecutivo del ODF, Luis Javier Blas, director de Medios de CaixaBank, Pablo Ruiz Correa, director de Innovación de Banco Cooperativo Español (Grupo Caja Rural), y Eduardo Pérez Toribio, director general de Revolut Bank UAB Sucursal en España. En su opinión, esta evolución responde a los cambios en los hábitos de consumo, la competencia de las BigTech y FinTech, la optimización del modelo operativo de las entidades y los cambios regulatorios ocurridos en los últimos años.

El impacto de la pandemia ha modificado hábitos de consumo y formas de pago, muchos de los cuales se han instaurado definitivamente en la sociedad. Destaca la aparición de nuevos métodos de pago, productos como el Buy Now Pay Later (BNPL), que se espera que crezca un 157% hasta 2027, y que en España ya dicen utilizar el 15% de los compradores principalmente para la compra de bienes de un importe significativo. También es destacable la presencia de Bizum, que cuenta con más de 22 millones de usuarios en España y aglutinó 762 millones de operaciones por más de 40.000 millones de euros en 2022.

Las entidades bancarias 100% digitales (neobancos) han alcanzado una cuota de mercado del 30%, con un crecimiento de más de un 60% en apenas tres años. Este aumento se debe a que proporcionan a los clientes niveles superiores de digitalización y experiencia de usuario. El mantenimiento y crecimiento de la cuota de mercado de estas entidades dependerá de la capacidad de estas de generar beneficios y de ofrecer un portafolio completo de servicios financieros a sus clientes.

Con todo este camino ya recorrido, la banca española se encuentra ahora con el reto de hacer frente a las nuevas tendencias surgidas para continuar avanzando en el camino de la digitalización. Estos retos incluyen: Integrar la Inteligencia Artificial y el Machine Learning a sus sistemas y su oferta de servicios, potenciar la ciberseguridad para proteger tanto la operatividad y reputación de las entidades como los datos de los consumidores, y adaptarse a los nuevos entornos normativos y regulatorios que surjan a raíz de la evolución de estas tecnologías.