



NUEVAS FRONTERAS DE LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA:
LA IRRUPCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL
RESUMEN EJECUTIVO

the-cocktail analysis
A VML COMPANY

 funcas

Resumen ejecutivo

Claves

- **Estudio.** Impacto de la **digitalización en la experiencia** del cliente bancario y cómo la **irrupción de la inteligencia artificial** afecta a dicha **experiencia**.
 - El **canal digital impulsa la satisfacción del cliente** al tiempo que le proporciona **control y autonomía**.
 - **El uso de la IA** despierta ciertos **recelos en el cliente bancario**.
 - **Existe una discordancia entre la percepción de los clientes** sobre el grado de uso que las entidades hacen **de la IA y la adopción real**.
 - **Se observa una preferencia por usar la IA** como una herramienta **para mejorar la seguridad**, pero **no** para la **toma de decisiones autónomas**.
 - **La receptividad hacia el uso de la IA varía** en función del **tipo de cliente bancario**.
-

Superada una primera etapa en el proceso de digitalización bancaria, donde la mayor parte de los usuarios ya han adoptado el canal digital para relacionarse con su entidad y para realizar actividades financieras, ahora toca centrarse en **cómo la irrupción de la inteligencia artificial revitaliza la transformación tecnológica del sector bancario**. El desafío actual para las entidades reside en comprender en profundidad el **impacto de la digitalización en la experiencia del cliente en el sector bancario** y en **qué medida** la principal expresión de nuevos horizontes en digitalización (**la inteligencia artificial**) puede **cambiar esa experiencia**.

Esta investigación, basada en una muestra representativa de la población bancarizada residente en España de entre 18 y 75 años, evidencia que:

- ❖ El **canal digital** impulsa la **satisfacción del cliente**, al tiempo que **proporciona control y autonomía**: los clientes perciben el canal digital como una herramienta que les otorga mayor control y autonomía sobre sus finanzas.

❖ El **canal digital es** el aspecto de la **relación con las entidades bancarias** con **mejor valoración**.

❖ La **IA** como herramienta de profundización en la digitalización de la **experiencia** de cliente **despierta ciertos recelos**.

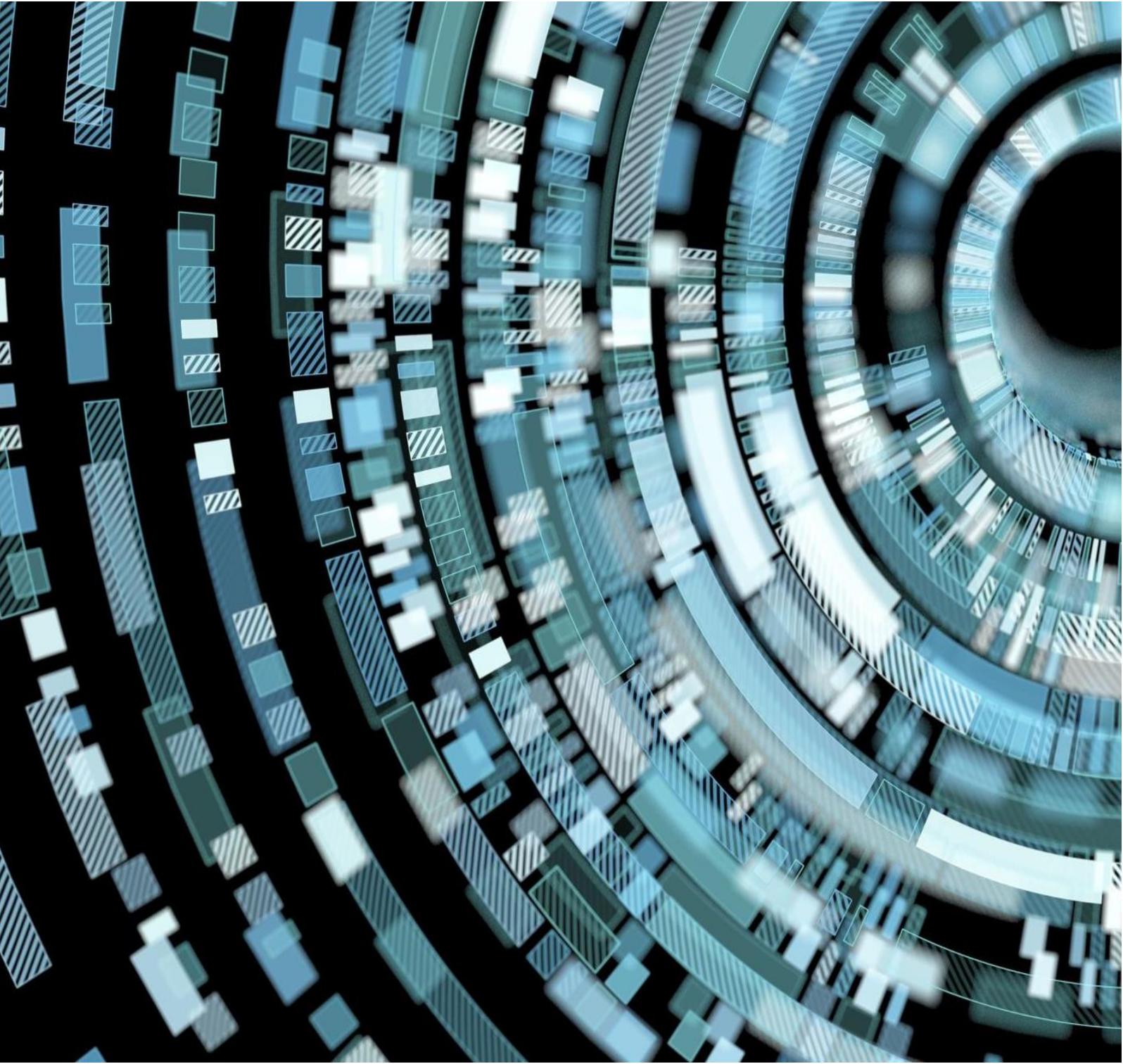
❖ Existe una **brecha entre la percepción del uso de la IA** por parte de las **entidades financieras** y la **experiencia real de los clientes**. Un porcentaje significativo de clientes cree que su banco utiliza IA, pero solo una minoría afirma haberla experimentado de forma consciente.

❖ Existe una **preferencia por usar la IA** como una **herramienta en seguridad y cierta resistencia a que la IA tome decisiones autónomas en temas estrictamente financieros**. Los clientes muestran una clara preferencia por la aplicación de la IA en la detección de fraudes y medidas de seguridad. La posibilidad de que la IA se use en la toma de decisiones financieras no está bien valorada por los clientes de momento.

❖ **La receptividad hacia el uso de la IA varía en función del tipo de cliente**. Los clientes con mayores niveles de actividad financiera, más productos y mayor interacción con los bancos son más receptivos a la implementación de la IA en el ámbito bancario.

En resumen, mientras que el canal digital ha revolucionado la relación cliente-banco y se ha convertido en un aspecto indispensable, la **adopción de nuevas tecnologías como la IA sigue enfrentando desafíos** relacionados con la **confianza y el control del cliente sobre sus finanzas**.

Finalmente, el informe también aborda otras cuestiones como la responsabilidad social corporativa (RSC) en la construcción de la satisfacción, el uso del efectivo o las tenencias de criptomonedas.



the-cocktail analysis
A VML COMPANY

 funcas