



Observatorio de Digitalización
Financiera de Funcas



Barómetro de Innovación Financiera

ÍNDICE

- 1 Prólogo
- 2 Presentación
- 3 Resumen ejecutivo
- 4 Metodología
- 5 Barómetro de Innovación Financiera
 - Demanda
 - Oferta
- 6 Conclusiones
- 7 Funcas y Finnovating
- 8 Contactos



funcas



Barómetro de Innovación Financiera

1

PRÓLOGO

Barómetro de Innovación Financiera



funcas



PRÓLOGO

EVALUACIÓN DEL ESTADO DE LA DEMANDA Y OFERTA EN LA DIGITALIZACIÓN FINANCIERA

Desde el **Observatorio de la Digitalización Financiera de Funcas** (ODF-Funcas) nos complace presentar el Barómetro de Innovación Financiera. ODF-Funcas se estableció en abril de 2017 con el propósito de ser una referencia informativa en materia de digitalización financiera. Cuando ha transcurrido apenas un año, se han publicado ya cuatro informes, decenas de newsletters, baterías de indicadores de seguimiento y previsión y diferentes actos de difusión y presentación de todo estos materiales.

La dificultad que entraña el análisis de la digitalización financiera es la misma que genera interés por este fenómeno, su novedad. Esto hace complicado sistematizar datos y realizar análisis representativos y sólidos. Este ha sido el empeño y, con este propósito, se presenta ahora un **Barómetro de Innovación Financiera**.



El propósito de este barómetro es evaluar, periódicamente, el estado tanto de la demanda como de la oferta de servicios financieros digitales en España.

Emprendemos esta nueva iniciativa con el objetivo de mejorar la comprensión de un fenómeno que, tanto en España como en otros países, está transformando de forma muy significativa la forma en que se prestan los servicios financieros y, con ello, la estructura misma del sistema financiero.

CARLOS OCAÑA PÉREZ DE TUDELA

Director General de Funcas. Responsable ODF-Funcas

PRÓLOGO

LA INNOVACIÓN FINANCIERA EN ESPAÑA EN 10 ÍNDICES

Para Finnovating, consultora especializada en innovación financiera, es un lujo colaborar con Funcas en la creación de este barómetro que nos permite conocer una misma realidad vista desde las dos caras de la misma moneda: los clientes y los directivos del sector financiero. Uno de los grandes retos ha sido conseguir **10 índices** que sean lo más informativos posibles y con un contenido invariable en el tiempo, para poder hacer un análisis comparativo temporal con las próximas ediciones.

La información contenida en el informe ofrece una **visión general de la innovación financiera de las entidades bancarias en España**, además de la demanda actual y la adopción de nuevos productos y servicios financieros ofrecidos tanto por entidades financieras tradicionales como por los nuevos players que aportan valor al sector.



Es curioso que para los que trabajamos en el sector financiero en general el término **FinTech** es archiconocido, pero cuando preguntamos a los clientes, sólo el 14% lo conocen o creen conocerlo. Esto indica que aún queda mucho por hacer en cuanto a la comunicación y desarrollo de este sector. Por otro lado, los clientes empiezan a tener la misma facilidad para cambiarse a un banco tradicional que a un banco puramente digital. Y aunque la mitad de los encuestados no querrían contratar los servicios financieros que demandan con una compañía tecnológica, el 16% y el 14% verían a Amazon y a Google respectivamente, como un potencial proveedor financiero.

Animo a todos a conocer más a fondo el estado de la innovación financiera desde el punto de vista de sus auténticos protagonistas. Bienvenidos al **Barómetro de Innovación Financiera de Funcas y Finnovating**.

RODRIGO GARCÍA DE LA CRUZ
CEO de Finnovating

2

PRESENTACIÓN

Barómetro de Innovación Financiera



funcas



Finnovating

PRESENTACIÓN



La publicación de este Barómetro de Innovación Financiera de ODF-Funcas y Finnovating constituye un importante ingrediente en el objetivo estratégico que tienen este observatorio de convertirse en la **principal referencia informativa pública**, continua e independiente sobre digitalización financiera en España. Son ya varios los estudios que se han realizado desde ODF-Funcas para **analizar la oferta y la demanda de servicios financieros digitales en España**. Pero un barómetro es un servicio informativo que los complementa, de forma sintética y atractiva. La idea es poner periódicamente el **termómetro a la realidad financiera digital** en España, con una serie de indicadores sintéticos, extraídos de la rica información desarrollada en encuestas representativas de clientes y de directivos bancarios con competencias digitales.

La parte de la demanda es una versión reducida –pero con valor sintético y coyuntural– de la gran encuesta sobre los **perfiles digitales del cliente financiero en España** que desarrolla IMOP para ODF-Funcas. La novedad introducida, además de la recurrencia temporal, es el análisis de preguntas sobre intenciones y valoraciones específicas de productos y de cambio. Por lo tanto, se trata de ver hacia dónde va el mercado en una perspectiva temporal de corto y medio plazo.

Por el lado de la oferta, el barómetro se beneficia de la amplia red profesional que mantiene Finnovating a través de LinkedIn y con alta representatividad del mercado directivo bancario digital en España.

PRESENTACIÓN

Tanto para la oferta como para la demanda, este Barómetro de Innovación coadyuva, además, a ofrecer un seguimiento de cómo otros competidores no bancarios en el ámbito financiero digital (nuevos players FinTech en la terminología usada en este barómetro) están penetrando en el mercado. En este punto, el objetivo es ambicioso porque no sólo se intenta analizar esta nueva concurrencia en el ámbito más conocido y más expandido (el de los pagos) sino cómo clientes y bancos esperan (y están dispuestos a aceptar) soluciones digitales en otros ámbitos financieros distintos a los de las actividades de pago.

Consideramos que con el Barómetro de Innovación Financiera se ofrece una herramienta única de seguimiento y que, a medida que vayan apareciendo nuevas ediciones, se podrá aportar, además, una comparación temporal que ofrecerá un ingrediente esencial: la medición de la velocidad a la que cambian las **percepciones y la disposición a ofrecer y adoptar servicios financieros digitales en España**.

Tanto este barómetro, como todos los productos de ODF-Funcas pueden encontrarse en https://www.funcas.es/_obsdigi/ y en la aplicación para smartphone “Funcas Digital” en Apple Store y Google Play.

SANTIAGO CARBÓ VALVERDE
Director Ejecutivo de ODF-Funcas



3 RESUMEN EJECUTIVO



El **Barómetro de Innovación Financiera** (BIF) ha sido elaborado por el equipo del Observatorio de la Digitalización Financieras de Funcas (ODF-Funcas) en colaboración con Finnovating, con el fin de aportar a ese observatorio un seguimiento del **pulso innovador de la digitalización financiera** dentro del territorio español, con especial atención a la innovación bancaria. Siguiendo la aproximación habitual en ODF-Funcas, se adopta una **perspectiva tanto de oferta** – el punto de vista de las propias entidades – **como de demanda** – la visión de los clientes de los servicios financieros –. Los resultados presentados en el informe se basan en datos recogidos de las encuestas realizadas a una importante muestra de la población española sobre su opinión acerca de la innovación financiera y su relación con entidades financieras.

El barómetro consta de **10 índices** que sirven como referencia para obtener conclusiones sobre la innovación financiera en España, considerando distintos escenarios por los que se puede ver afectada la acción innovadora en este mercado, tales como los retos regulatorios, la entrada de nuevos competidores, los hábitos de los clientes o la predisposición a utilizar nuevos productos, entre otros.

La información contenida en el informe ofrece una visión general de la innovación financiera de las entidades bancarias en España, además de la demanda actual y la adopción de nuevos productos y servicios financieros ofrecidos tanto por entidades financieras tradicionales como nuevos players que aportan valor al sector.

Barómetro de Innovación Financiera



funcas



Finnovating

Índices Demanda

Índice I

87,44 %

Vinculación Bancaria



El **87,44%** de la actividad total de los clientes con entidades financieras la realiza con su **entidad principal**.

Índice II

87 %

Percepción de la Innovación Bancaria



El **87%** de los clientes tiene la percepción de que su entidad financiera **cuenta con alternativas a los productos tradicionales**.

Índice III

7,32 /10

Customer Happiness



7,32 es el grado medio de satisfacción general o *Customer Happiness* de los clientes con su **principal entidad financiera**.

Índice IV

55,7 %

Propensión al cambio a un nuevo proveedor financiero



El **55,7%** de los clientes **optaría por un nuevo proveedor financiero** que no fuera una entidad tradicional, siendo **los bancos digitales la primera opción** con el **40,6%**.

Índice V

41 %

Uso de Canales Digitales



El **41%** de los usuarios está dispuestos a **utilizar canales totalmente digitales** para contratar **productos y servicios tradicionales**.

Índices Oferta

Índice VI

52 %

Confianza en el Sector Financiero



El **52%** de los directivos de **banca** encuestados considera que la situación del sector español **dentro de doce meses será mejor que la actual**.

Índice VII

38 %

Reto de la Transformación Digital



La **transformación digital** se posiciona como el **principal reto** al que debe enfrentarse el **Sector Financiero**, con el **38%** de los votos.

Índice VIII

6,03 /10

Grado de Digitalización



Los directivos consideran que **el grado medio de digitalización en el que se encuentran sus entidades es del 6,03 sobre 10**.

Índice IX

7,56 /10

Grado de Regulación



El **grado medio de sobrerregulación del sector financiero**, según sus directivos, **es de 7,56** en una escala en la que 10 sería la máxima puntuación.

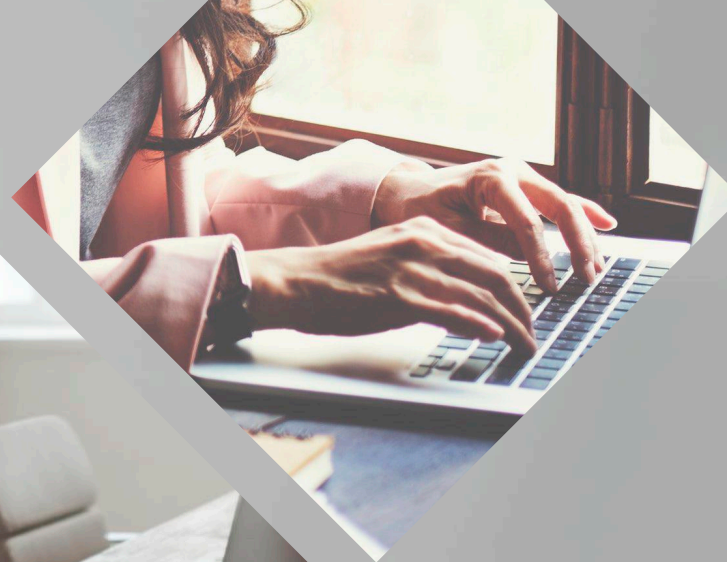
Índice X

5,89 /10

Impacto de los Nuevos Competidores



Los directivos encuestados consideran que **el grado de amenaza de los nuevos competidores del sector financiero** es del **5,89** sobre 10.



METODOLOGÍA

DEMANDA Y OFERTA

Esta sección ofrece una comparativa de la evolución de perfiles innovadores de entidades financieras y de usuarios de servicios financieros, para la que se han generado 10 índices basados en preguntas realizadas a los agentes a ambos lados del mercado.

4

METODOLOGÍA

DEMANDA Y OFERTA

Con el fin de presentar unos resultados sencillos, sintéticos e inteligibles que aporten una visión general sobre el sector financiero, se ha dividido la muestra de encuestados en **dos bloques**, aunando la opinión de **ambos lados del proceso de innovación financiera**: la oferta y la demanda de servicios financieros.

La recogida de los datos de las encuestas se ha llevado a cabo mediante dos medios distintos: la difusión de un cuestionario online a través de la red social profesional LinkedIn y mediante una encuesta telefónica realizada por la empresa IMOP Insights.



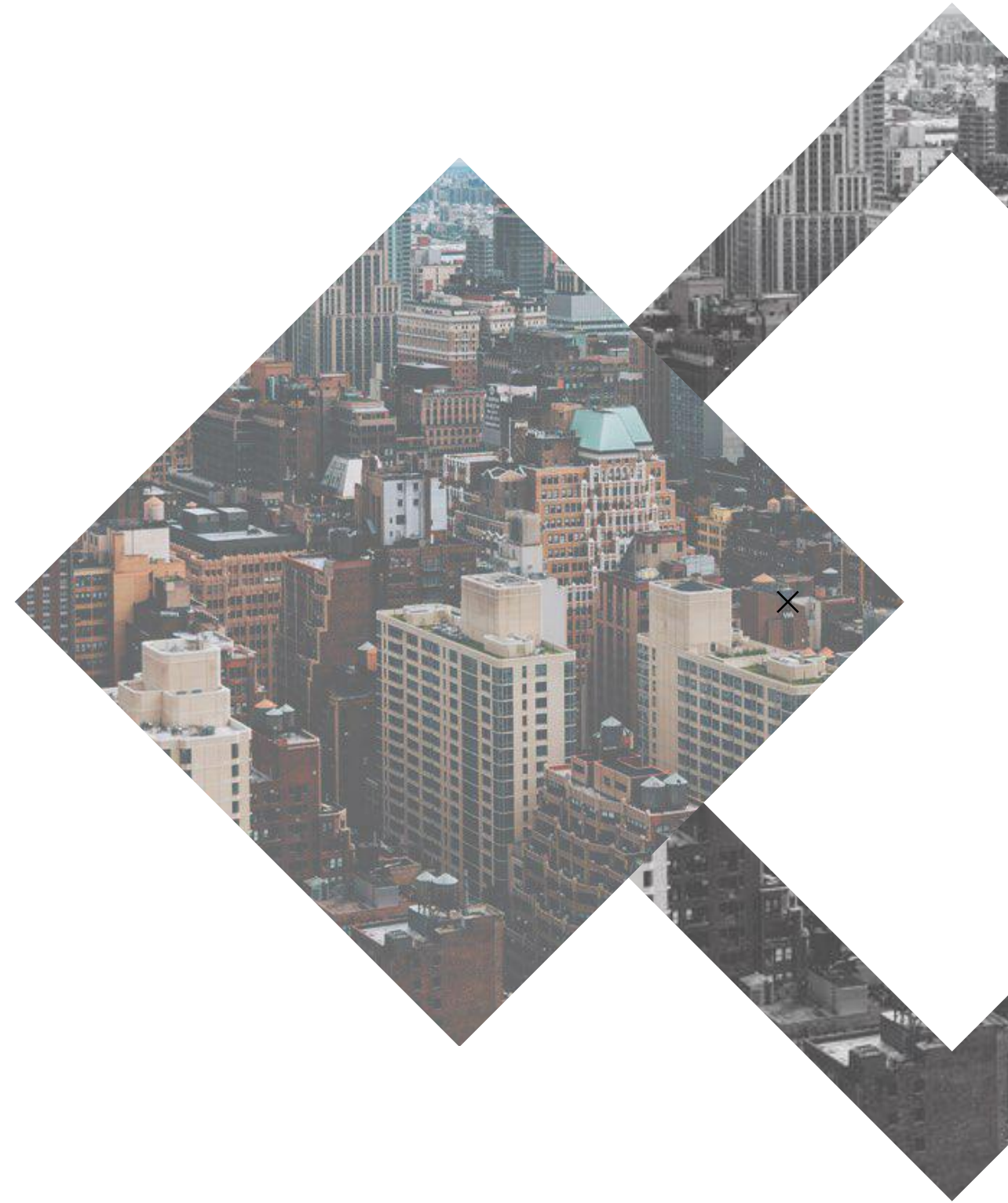
Demanda

La encuesta a la **demanda** se apoya en una muestra de 2.000 encuestados de 18 a 70 años, siendo un 57% de los mismos varones y un 43% mujeres. Se realizaron 15 preguntas para la caracterización demográfica y las preferencias respecto a usos digitales financieros y sus perspectivas.

Con el fin de minimizar posibles errores de campo y ajustar los datos al universo, se han sometido los datos a un equilibrado, a partir de las siguientes matrices:

- Comunidad de residencia
- Sexo x Edad
- Tamaño de población

VER MÁS





Oferta

La base de datos para aproximar **el panorama actual de innovación financiera de los bancos españoles** procede de un cuestionario digital, a través de redes sociales.

Las respuestas y aportaciones finalmente incluidas en el informe proceden de **ejecutivos de entidades bancarias** en el territorio nacional peninsular e insular. La muestra está compuesta por más de 200 directivos. Del total del número de respuestas de la oferta, el 75% de los encuestados son directivos varones y el 25% mujeres.

El espacio temporal en el que la encuesta ha estado activa y se ha trabajado sobre la misma se extiende desde noviembre de 2017 hasta enero de 2018.

VER MÁS



Demanda & Oferta

LOS 10 ÍNDICES DEL BARÓMETRO

Con el fin de poder realizar una **comparativa en el tiempo sobre la evolución de los perfiles digitales e innovadores** de la oferta (entidades financieras) y de la demanda (usuarios de servicios financieros), se han generado 10 índices basados en las preguntas realizadas a los agentes a ambos lados del mercado. Como premisa, se pretende aislar la opinión en un determinado momento del tiempo, como en todo barómetro, tratando de recluir (y, en algunos casos, identificar) la influencia de factores externos. Al tratarse esta de la primera edición del barómetro, no existe una referencia previa de comparación pero ese será un objetivo que enriquecerá el análisis en próximas ediciones.

Cinco de los índices recogen la opinión desde el punto de vista de la oferta (ejecutivos de las entidades financieras que operan en el mercado español) y los otros cinco reportan la visión y expectativas de los clientes de entidades financieras (parte de la demanda). Los resultados obtenidos de estos últimos hacen referencia al nivel de satisfacción obtenido de las entidades financieras con las que operan, de los productos y servicios ofrecidas por estos, así como su grado de vinculación con una entidad en particular y su inclinación o disposición a utilizar nuevos productos o establecer nuevas relaciones cliente-entidad.

La relación de índices es la siguiente:

-  i. Vinculación bancaria
-  ii. Percepción de la innovación bancaria
-  iii. Customer Happiness
-  iv. Propensión al cambio a un nuevo proveedor financiero
-  v. Uso de canales digitales
-  vi. Confianza en el sector financiero
-  vii. Retos del sector financiero
-  viii. Digitalización del sector financiero
-  ix. Impacto regulatorio
-  x. Impacto nuevos competidores

Índices

*El resultado de cada uno de estos índices se obtiene a partir de los promedios de respuesta de las encuestas.



Vinculación Bancaria

INDICE I - DEMANDA

El Índice “**Vinculación bancaria**” se puede interpretar como el **grado de vinculación de un cliente con su entidad financiera principal**. Por lo tanto, aproxima la fidelidad que mantiene el cliente con su banco principal.



Percepción de Innovación

INDICE II - DEMANDA

El Índice “**Percepción de la innovación bancaria**” hace referencia a la valoración que tienen los clientes sobre la **innovación en los productos financieros** incluidos por su entidad bancaria.



Customer Happiness

INDICE III - DEMANDA

El **grado de satisfacción general de los clientes** con la entidad financiera habitual se mide a través del índice **Customer Happiness**.



Propensión al Cambio

INDICE IV - DEMANDA

“**Propensión al cambio a un nuevo proveedor financiero**” refleja la **aceptación de los nuevos proveedores financieros**, tales como BigTech, FinTech o Neobanks, por parte de los clientes, y su disposición a sustituir a su proveedor financiero actual por alguno de ellos.

Índices

*El resultado de cada uno de estos índices se obtiene a partir de los promedios de respuesta de las encuestas.



Uso de Canales Digitales

ÍNDICE V - DEMANDA

El último de los índices de la demanda, **“Uso de canales digitales”**, es un indicador sobre la **adopción de las herramientas y canales digitales financieros** en la vida cotidiana de las personas para contratar productos y servicios tradicionales.



Confianza y Retos

ÍNDICE VI y VII - OFERTA

El índice **“Confianza en el sector financiero”** representa la visión de los ejecutivos de banca minorista referente a las **expectativas del sector** en un horizonte temporal de 12 meses. Atendiendo al mismo espacio de tiempo, el **Índice VII “Retos del sector financiero”**, trata de reflejar los mayores **desafíos a los que debe hacer frente el sector bancario** según la opinión de los directivos bancarios.



Digitalización

ÍNDICE VIII - OFERTA

Para medir el **grado de inmersión digital** en el que se encuentran las entidades financieras se ha creado el **índice VIII “Digitalización del sector financiero”**.



Regulación y Competidores

ÍNDICE IX y X - OFERTA

Los últimos dos índices de la oferta atañen al **impacto que tiene la regulación y la entrada de nuevos competidores** para las entidades financieras tradicionales según la visión general de las propias entidades. Estos índices se han definido como **“Impacto regulatorio”** e **“Impacto nuevos competidores”**.

BARÓMETRO DE INNOVACIÓN FINANCIERA: Demanda

5

Índice I: Vinculación Bancaria

ENCUESTA A LA DEMANDA

El 80% de los usuarios españoles realizan más del 75% de sus operaciones financieras con una única entidad, considerándose esta como su entidad principal. Asimismo, un 92% de los clientes operan más de la mitad de las veces con la misma entidad financiera.

Estos resultados denotan que **existe una vinculación importante del cliente español medio con su entidad financiera principal**. Apenas un 8% de los españoles “acuden” a una entidad no principal más de la mitad de las veces que acuden a un banco.

En cuanto al número de entidades (incluyendo la principal) con las que un cliente trabaja, el resultado se sitúa entre 1 – 2 entidades. Concretamente 1,7 es el número medio de entidades con las que un cliente tiene relación.

El 13,4% los clientes que declaran tener relación con tres entidades o más.

Índice I 87,44% Vinculación Bancaria



El **87,44%** de la actividad total de los clientes con entidades financieras la realiza con su **entidad principal**.

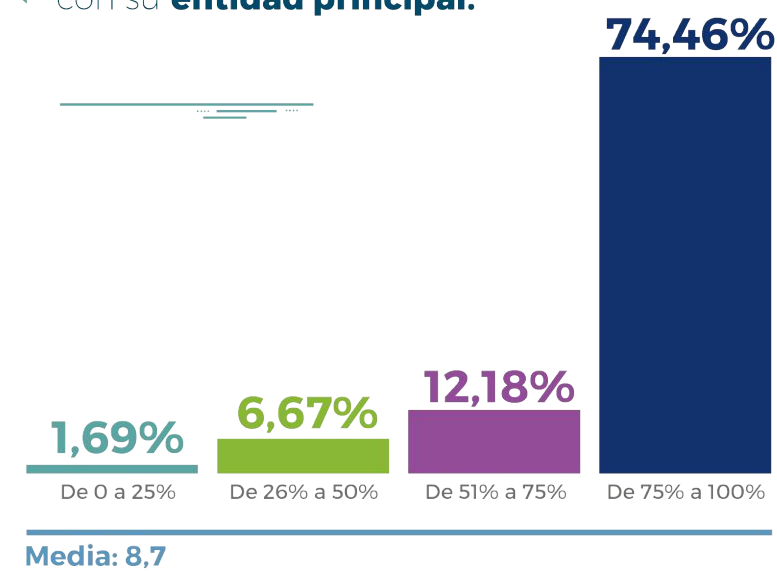


Gráfico 1. Actividad bancaria con la entidad principal

“¿Con cuántas entidades financieras trabajas?”.

- El **47,1%** de los clientes trabaja con una única entidad bancaria.
- El **38,8%** de los clientes trabaja con dos entidades.
- El **10,8%** de los clientes trabaja con tres entidades
- El **2,6%** de los clientes trabaja con cuatro entidades

Índice II: Percepción de la Innovación Bancaria

ENCUESTA A LA DEMANDA

Índice II
87%
Percepción de la
Innovación Bancaria



El **87%** de los clientes tiene la percepción de que su entidad financiera **cuenta con alternativas a los productos tradicionales**.

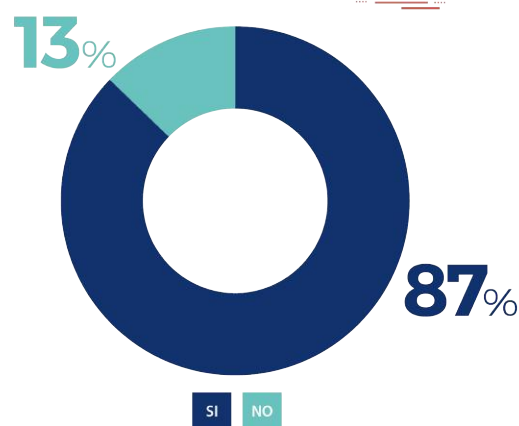


Gráfico 2. Percepción de la innovación bancaria

TOP 5
INNOVACIONES
BANCARIAS

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1 Banca Online | 4 Banca a distancia |
| 2 App del banco | 5 Pagos Online |
| 3 Pagos con el móvil | |

La mayoría de los clientes españoles de entidades financieras es consciente o percibe la **inclusión de nuevos productos financieros no tradicionales** por parte de la entidad financiera con la que trabajan de forma habitual. El 10% no tiene conocimiento de si su entidad ofrece alternativas a los productos tradicionales. Y únicamente un 3% de los clientes consideran que su entidad no ha incluido productos alternativos a los tradicionales.

Preguntados por las innovaciones incorporadas por las entidades financieras durante los últimos años que facilitan la vida del cliente (innovación al servicio del cliente), los encuestados señalan la **Banca Online, las App móviles de los bancos, y los pagos con móvil** (tales como Bizum, Yopago o Apple Pay) como las **innovaciones más destacadas**. Las mejoras en los cajeros y los pagos online cierran el top 5 de las recientes incorporaciones innovadoras que facilitan la vida del cliente.

Destaca cómo las aplicaciones y operaciones bancarias basadas en móviles constituyen gran parte de las innovaciones basadas en tecnología más apreciadas por los usuarios. **El uso del móvil como herramienta de trabajo y de consultas personales cada vez es mayor**, pudiendo percibirse en el hecho de superar al ordenador como el primer dispositivo de acceso a Internet en España. Cada vez más, los usuarios comienzan a considerar como “normal” realizar operaciones bancarias desde cualquier dispositivo.

Índice III: *Customer Happiness*

ENCUESTA A LA DEMANDA

En base a las respuestas expresadas por los propios clientes, el grado de satisfacción general con la entidad financiera habitual (medido a través del Índice Customer Happiness) es 7,3, en una escala en la que 10 es “muy satisfecho” y 0 “nada satisfecho”.

La valoración más repetida es 8, en un 29% de los casos. Tres cuartos de los clientes valoran con al menos un notable (7 o más) la relación con su entidad financiera habitual.

Son una minoría las personas que suspenden a su entidad en Customer Happiness; únicamente un 7%. Resulta llamativo como las respuestas obtenidas para el informe deducen una **mejora en la relación cliente - entidad** en comparación a los años de la crisis financiera y los años posteriores próximos.

El **alto grado de satisfacción de los clientes con su entidad principal** tiene cierta correlación con los resultados obtenidos del Índice I: Vinculación Bancaria. Una buena valoración de la entidad principal va ligada con una falta de necesidad en trabajar con nuevas entidades, aumentando, en consecuencia, el grado de vinculación con la entidad principal.

Índice III
7,32 /10
Customer Happiness



7,32 es el grado medio de satisfacción general o **Customer Happiness** de los clientes con su **principal entidad financiera**.

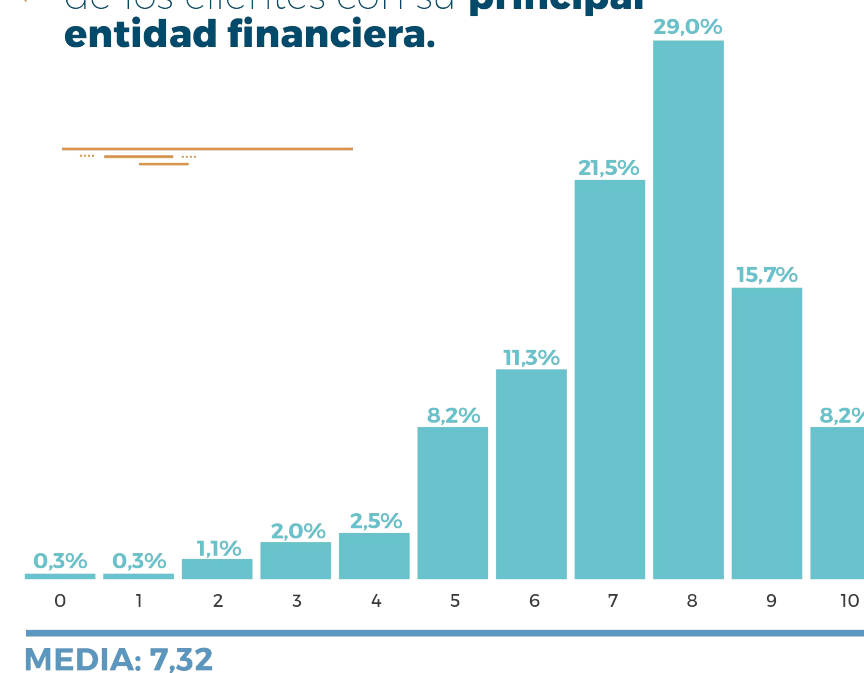


Gráfico 3. Grado de satisfacción de los clientes con su entidad financiera principal

Índice III: Customer Happiness

ENCUESTA A LA DEMANDA

La intención de buscar nuevas alternativas de productos bancarios en otras entidades por parte de los clientes se encuentra en niveles muy bajos, afianzando el buen estado de las relaciones entre cliente - entidad bancaria principal. En concordancia con lo expuesto anteriormente, sólo el 14% de los clientes afirman tener la intención de buscar nuevas alternativas de productos en entidades distintas a su entidad principal.

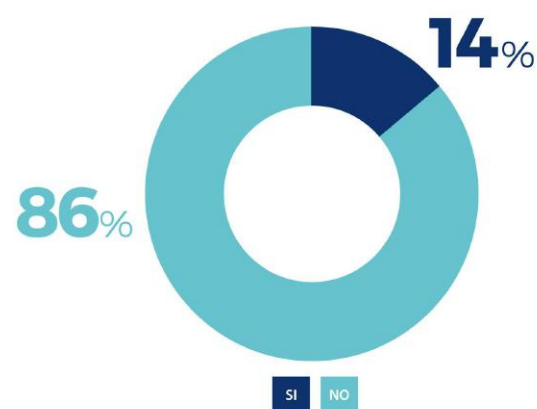


Gráfico 4. Intención de buscar nuevas alternativas de productos bancarios en otras entidades en los próximos 12 meses

Ante una situación hipotética en la que un producto de interés se encuentra disponible en una entidad distinta de la principal, existen tres posibles respuestas de los clientes, y a su vez tres perfiles de clientes (pasivo, activo y reactivo). Ante la pregunta “¿Estaría dispuesto a empezar a trabajar con otra entidad si algún producto bancario que le ofreciesen tuviese interés para usted?” aparecen clientes españoles con los tres perfiles en función de su respuesta (ver gráfico 5)

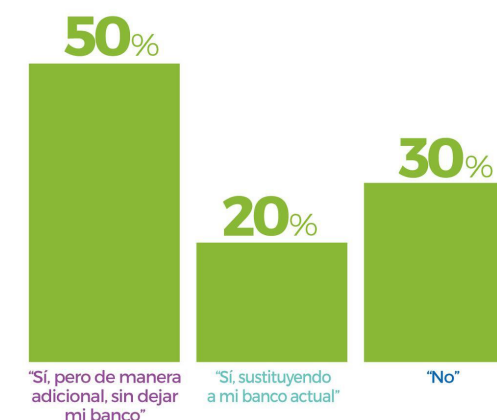


Gráfico 5. Grado de fidelidad del cliente con su entidad principal

La mitad de los clientes estarían dispuestos a trabajar con una nueva entidad, pero de manera adicional, sin dejar de trabajar con su banco principal, teniendo un perfil de cliente “reactivo”. Por el contrario, un 20% de los clientes se perfilan como “activos”, considerando la posibilidad de sustituir a su banco actual por uno nuevo que le ofrezca productos de su interés. Este tipo de cliente tiene un perfil menos fiel, y por lo tanto, su grado de vinculación con la entidad principal generalmente es menor.

Por último, un 30% de los clientes se resignarían a abandonar su banco actual o rechazarían trabajar de forma complementaria con un nuevo banco en caso de encontrar un producto financiero de su interés que se ofreciese en una entidad ajena a su entidad principal.

Índice IV: Propensión al Cambio a un Nuevo Proveedor Financiero

ENCUESTA A LA DEMANDA

Índice IV
55,7%
Propensión al cambio a un nuevo proveedor financiero



El **55,7%** de los clientes **optaría por un nuevo proveedor financiero** que no fuera una entidad tradicional, siendo **los bancos digitales la primera opción** con el **40,6%**.

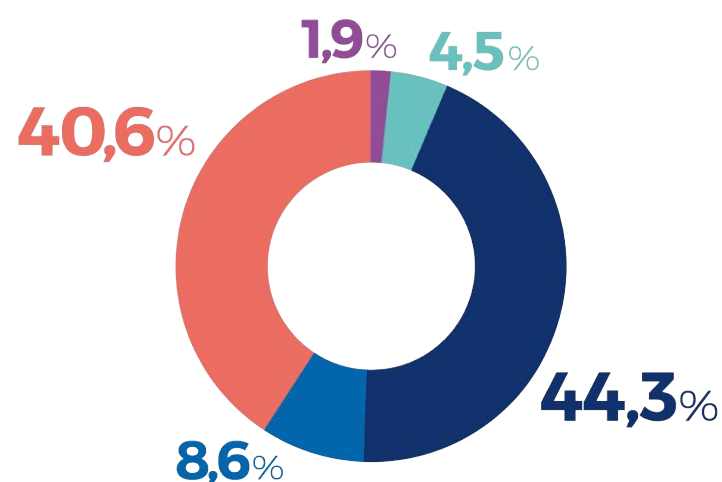


Gráfico 6. Propensión a la utilización de nuevos proveedores financieros

Uno de los principales retos de los bancos tradicionales actualmente es hacer frente a la entrada de nuevos competidores, proponiendo, la mayoría de ellos, soluciones innovadoras basadas en tecnología. Estos nuevos “players” pretenden irrumpir el sector, aprovechando las carencias de los bancos tradicionales, con la prestación de servicios financieros a menores costes.

El principal valor añadido que presentan los nuevos proveedores financieros es su diligencia a la hora de crear nuevos productos financieros personalizados a bajo coste.

Entre estos nuevos proveedores financieros podemos encontrar distintos tipos de empresas: FinTech (generalmente hace referencia a aquellas Startups que se apalancan en la tecnología con el propósito de ofrecer servicios concretos de las finanzas de forma más ágil y barata), bancos digitales, compañías de telecomunicaciones y grandes compañías tecnológicas, también conocidas como “BigTech” (donde incluiríamos empresas como Google, Amazon o Facebook).

En lo que respecta a la demanda, la acogida de estos nuevos proveedores por parte de los clientes españoles aún es reducida. Así lo muestran los datos recogidos para el informe, que están en consonancia con los análisis que viene realizando ODF-Funcas.

Índice IV: Propensión al Cambio a un Nuevo Proveedor Financiero

ENCUESTA A LA DEMANDA

Los nuevos bancos digitales (o Neobanks) serían la primera opción para los clientes como proveedor financiero en reemplazo de los bancos tradicionales. Las FinTech serían la segunda opción para servir de proveedor financiero, después de los bancos tradicionales y los nuevos bancos digitales. Finalmente, con un porcentaje similar a la aceptación de las FinTech como proveedores financieros se encontrarían las grandes compañías de telecomunicación y tecnología (agrupados en “Otros”).

Sin embargo, el término FinTech (explicado anteriormente) es un desconocido entre la mayor parte de la población que habita dentro del territorio español: el 86% de las personas no conocen, conceptualmente, lo que es una empresa Fintech.

Siguiendo el hilo conductor del Índice sobre propensión a la utilización de nuevos proveedores financieros, se pregunta a los clientes entre cuales de las siguientes empresas (ver gráfico 7) optarían para abrir una cuenta corriente.

El 50% no consideraría abrir una cuenta corriente con ninguna de las opciones posibles.

Entre las grandes compañías tecnológicas propuestas en la encuesta, Amazon, Google y Apple son las más elegidas como nuevos proveedores de productos financieros básicos tales como una cuenta corriente. Uber, Facebook y Netflix obtienen valores “residuales” en términos de porcentaje de votaciones.

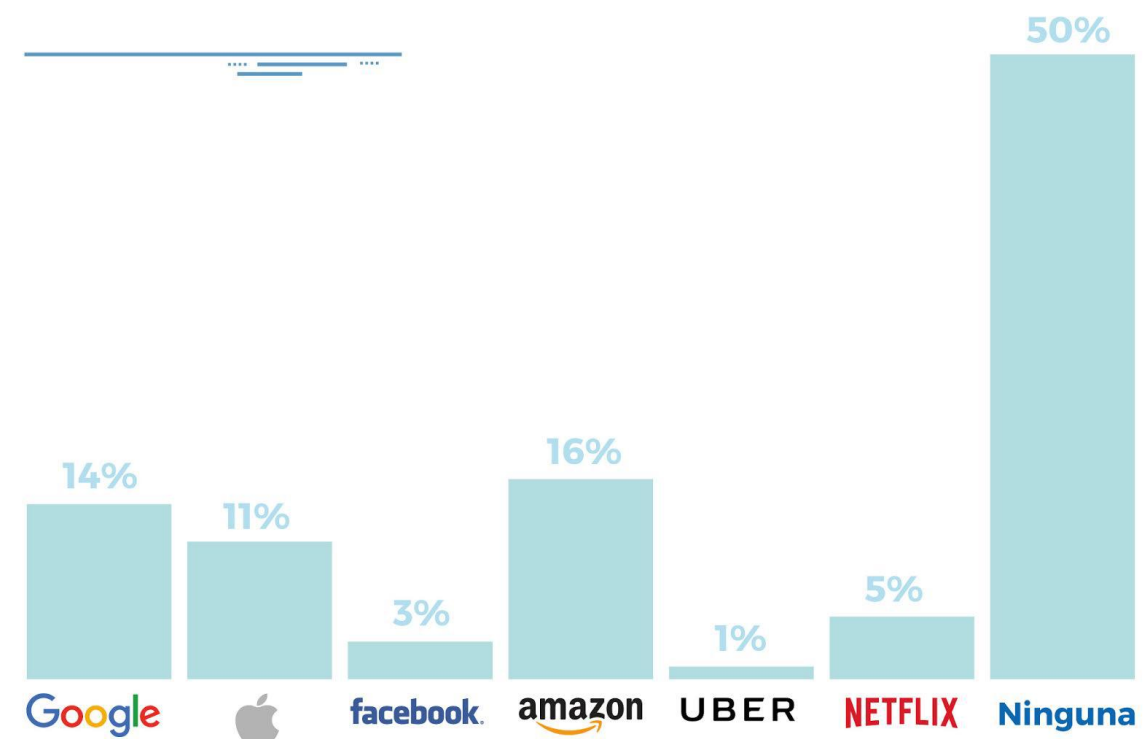


Gráfico 7. Aceptación de nuevos proveedores financieros

Índice V: Uso de Canales Digitales

ENCUESTA A LA DEMANDA

Gracias al crecimiento masivo en el uso del móvil se han creado nuevos canales digitales que pretenden brindar a los clientes servicios financieros de forma más flexible y ágil. La implementación de los medios digitales en la vida cotidiana de las personas ha supuesto un cambio importante en los hábitos de consumo de la sociedad.

A pesar de que la sociedad española sigue aferrándose al uso del dinero efectivo como primer método de pago, empieza a verse cierta adopción de nuevos canales no presenciales como apps móviles por parte de algunos clientes de forma complementaria o incluso sustitutiva.

Con el fin de medir la interacción de la innovación financiera con la demanda se ha llevado a cabo un diagnóstico basado en distintos escenarios donde se presenta la oportunidad de acceder a operaciones financieras tradicionales a través de medios digitales. Este indicador nos permitirá realizar una **evaluación del afianzamiento de la tecnología en la sociedad** en el momento actual y poner en marcha un análisis comparativo de la evolución temporal.

Índice V

41%

Uso de Canales Digitales



El **41%** de los usuarios está dispuesto a **utilizar canales totalmente digitales** para contratar **productos y servicios tradicionales**.

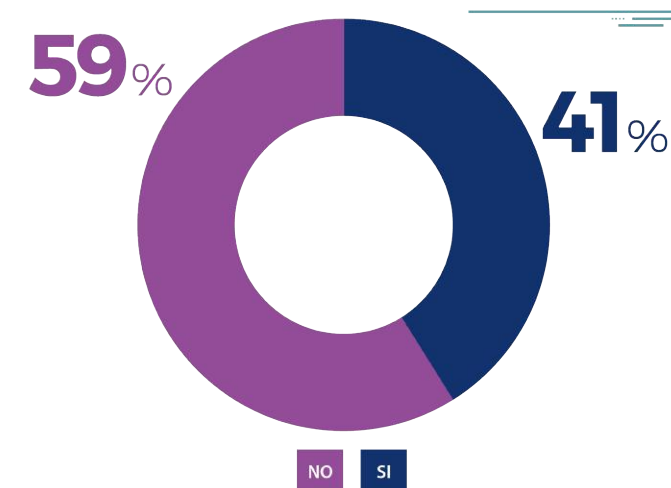


Gráfico 8. Propensión al uso de nuevos canales digitales

Índice V: Uso de Canales Digitales

ENCUESTA A LA DEMANDA

En aras de la digitalización financiera cada vez es posible contratar un mayor número de productos bancarios a través de canales digitales. Pero, ¿están dispuestos los clientes a buscar financiación, alquilar o comprar una vivienda a través de canales totalmente digitales? Según se desprende de los resultados obtenidos para este informe, **el 41% de los usuarios están dispuestos a utilizar canales totalmente digitales para contratar productos y servicios tradicionales.**

Aludiendo al Índice II, donde se valoraban las aplicaciones móviles como una de las innovaciones más destacadas incorporadas por las entidades bancarias, se quiere conocer la implementación del uso real del móvil en operaciones financieras. Según los datos extraídos en el barómetro, **solo un 32% de los usuarios han utilizado una app móvil para pagos en los últimos 12 meses.** Así, un 30% de los clientes aseguran haber transferido dinero entre particulares a través del móvil.

Cabe destacar que dentro de las posibles funciones que los usuarios pueden realizar a través de las Apps móviles los pagos a través del móvil representan el primer motivo de uso.

A pesar de que el nivel de adopción de estos métodos de pago alternativos aún es reducido, no hay duda de que gracias a las facilidades que ofrecen estas soluciones en términos de conectividad constante e inmediata, existirá un tránsito continuo (ya apreciable) hacia este tipo de canales, comenzando como métodos complementarios para acabar siendo un producto sustitutivo. El principal factor que influirá en la transformación hacia estos canales digitales será la seguridad y la confianza transmitida a los clientes. Las entidades financieras son conscientes de las nuevas necesidades del consumidor y por ello tratan de crear servicios que satisfagan la demanda, cada vez más exigente, de sus clientes.

BARÓMETRO DE INNOVACIÓN FINANCIERA: Oferta

5

Índice VI: Confianza en el Sector Financiero

ENCUESTA A LA OFERTA

Los índices de la oferta consideran la opinión de los directos del sector bancario respecto a la innovación financiera en España. Para poder generar los índices de la oferta para el “Barómetro de Innovación Financiera”, Finnovating ha elaborado y difundido un

Índice VI
52%
Confianza en el
Sector Financiero



El **52%** de los directivos de **banca** encuestados considera que la situación del sector español **dentro de doce meses será mejor que la actual.**

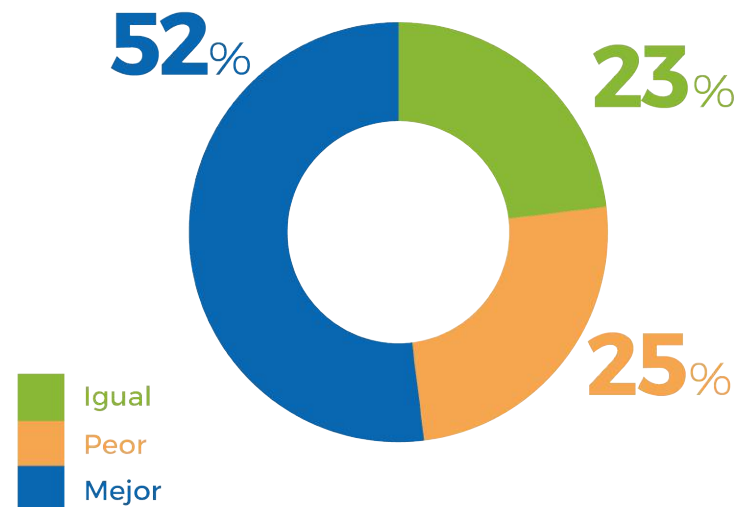


Gráfico 9. Situación del sector financiero dentro de 1 año

cuestionario con preguntas concisas y relevantes entre directivos de entidades bancarias presentes en el territorio nacional peninsular e insular. Esta encuesta ha sido distribuida a través de LinkedIn obteniendo una muestra con más de 200 respuestas.

En términos generales, **los directivos coinciden en la dificultad que presenta la escena financiera actual**, presentándose numerosos retos en combinación con cierta incertidumbre. Las opiniones confluyen al asumir un **cambio sustancial del modelo de negocio actual de las entidades financieras** a causa de la disrupción tecnológica.

El Índice “Confianza en el Sector Financiero” representa la visión de los ejecutivos de banca minorista encuestados (bloque de la oferta) referente a las expectativas del sector en un horizonte temporal de 12 meses.

Las posibles respuestas ante la pregunta “¿Cómo ves la situación del sector financiero dentro de un año?” son “Mejor que hoy” (visión optimista), “Igual que hoy” (visión neutra), y “Peor que hoy” (visión pesimista). Los resultados obtenidos de dicha pregunta ofrecen, en líneas generales, una expectativa positiva (ver gráfico 9); **El 52% de los directivos de banca consideran que la situación del sector español dentro de 12 meses será mejor**, mientras el 25% apuntan a un empeoramiento de la situación. El 23% restante consideran que la situación del sector será similar a la actual.

Los resultados obtenidos son coherentes con la mejora económica experimentada durante los últimos años. No obstante, los encuestados señalan que los resultados se pueden ver afectados por la incertidumbre que rodea la escena financiera actual, considerando posibles riesgos macro y microeconómicos.

Índice VII: Retos del Sector Financiero

ENCUESTA A LA OFERTA

La mayoría de las entidades financieras consideran **la transformación digital como el principal reto al que debe hacer frente el sector financiero**. Esto denota la alta importancia de la innovación como herramienta clave para poder superar los retos actuales del sector. Por lo tanto, aquellas entidades que se encuentren inmersas en un proceso de digitalización más avanzado mantendrán una ventaja competitiva. La digitalización está transformando el modelo de negocio del sector financiero y así lo consideran la mayoría de los directores de estas entidades.

Adicionalmente, al evolucionar el sector hacia una vertiente más tecnológica, se abre una puerta a nuevos competidores cuya base es principalmente tecnología, tales como Bigtech, FinTech o empresas de telecomunicación. El principal valor añadido de estas empresas tecnológicas es la agilidad y la reducción de costes a través de la automatización y desintermediación de los procesos. La entrada de nuevos competidores se percibe como el segundo de los desafíos al que hacer frente según los directivos bancarios.

Tal y cómo se desprende del gráfico, la rentabilidad se presenta como el tercer reto según el 20% de los directores financieros. **Encontrar vías de mejorar la rentabilidad es uno de los desafíos más inmediatos del sector**, en un entorno presionado por los bajos tipos de interés y el aumento de la exigencia regulatoria en materia de solvencia y de protección del inversor.

Índice VII 38% Reto de la Transformación Digital



La **transformación digital** se posiciona como el **principal reto** al que debe enfrentarse el **Sector Financiero**, con el **38%** de los votos.

Principales retos para el sector financiero

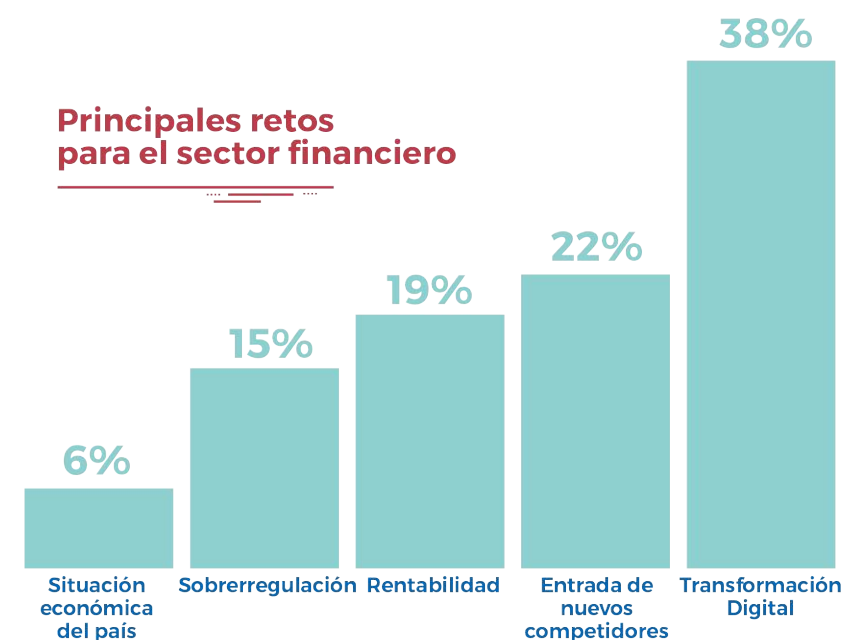


Gráfico 10. Principales retos del sector financiero

Índice VII: Retos del Sector Financiero

ENCUESTA A LA OFERTA

La sobrerregulación y la situación económica del país quedan relegados como cuarta y quinta preocupación para las entidades financieras con un 15% y un 6% respectivamente. La posible concurrencia de inestabilidad económica, por lo tanto, parece ser un problema de segundo rango para los directivos en la actualidad. Resulta llamativo el considerable decremento en la preocupación de las entidades financieras en referencia a la situación económica del país, contrastando notablemente con los años posteriores a la crisis financiera.

Seguidamente se presentan las diferentes actuaciones, según los encuestados del bloque de la oferta, que se podrían tomar para hacer frente a estos retos. Estas actuaciones o ventajas competitivas han sido definidas como **“palancas competitivas”**. Las **palancas competitivas** son las herramientas o cambios organizativos en los que deben apoyarse las empresas para superar estos retos y que pueden aportarles una mayor competitividad. La “transformación cultural de los empleados” destaca como la solución que puede tener una mayor aportación para mantener una ventaja competitiva en el sector financiero. Así lo reflejan el 36% de los encuestados, al considerar **la transformación cultural de los empleados como la palanca competitiva de mayor valor**. El énfasis puesto por parte de los ejecutivos en la figura de los empleados como principal palanca de fuerza competitiva refuerza la importancia del factor humano en un mundo cada vez más digitalizado. Con el fin de poder ser más competitivos se debe articular una transformación a lo largo de toda la estructura organizativa, avalando aquellos modelos de negocio capaces de actuar con diligencia. La “digitalización tecnológica” aparece como la segunda solución que puede tener una mayor aportación para mantener la ventaja competitiva o ser más competitivo en el sector. La implementación de la tecnología se debe basar en el conocimiento de la misma para poder implantar sus posibles aplicaciones paulatinamente. La importancia de esta palanca es acorde con el momento de disrupción tecnológica en el que nos encontramos. El desarrollo de un “mayor número de productos y canales digitales” que satisfagan la demanda de unos clientes cada vez más empoderados supone la tercera de las soluciones de mayor valor. Por último, en cuarto lugar, se encontraría la “mejora de la eficiencia” de la entidad (véase gráfico 11).

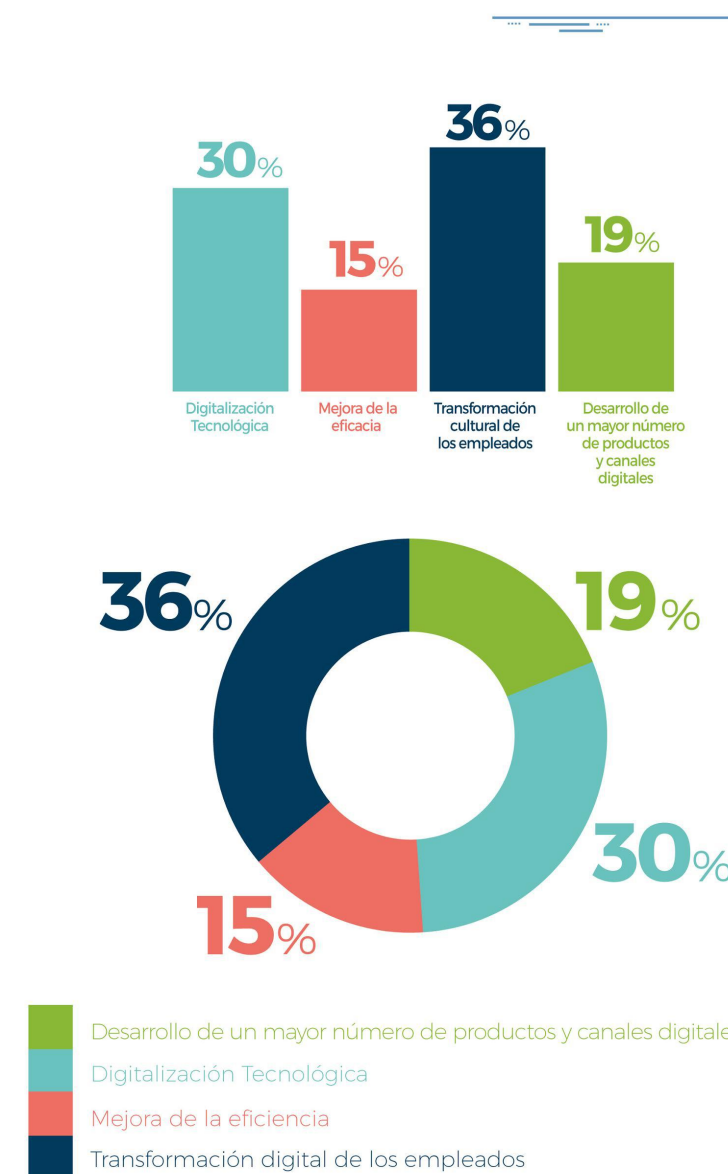


Gráfico 11. Principales palancas competitivas

Índice VIII: Digitalización del Sector Financiero

ENCUESTA A LA OFERTA

Índice VIII
6,03 /10
 Grado de Digitalización



Los directivos consideran que **el grado medio de digitalización en el que se encuentran sus entidades es del 6,03 sobre 10.**

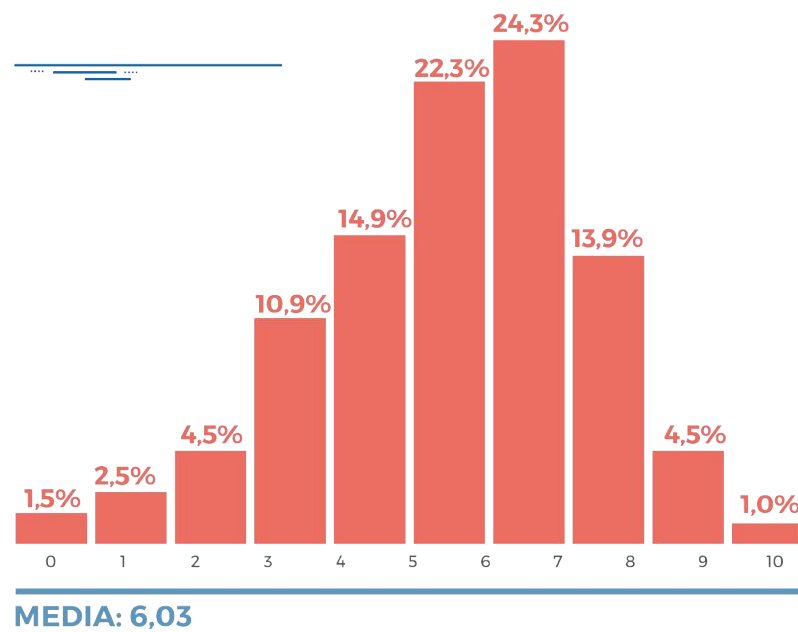


Gráfico 12. Digitalización financiera de las entidades

El Índice “Digitalización del sector financiero” pretende medir el **grado de inmersión digital** en el que se encuentran las entidades financieras que operan en el territorio geográfico español.

De media, el estado de la digitalización de las entidades españolas según los propios directivos es de 6,03, siendo 10 el grado de digitalización más alto y 1 el más bajo. El valor más repetido por los participantes de la encuesta es de 7. Sin embargo, no muchas personas consideran que el grado de digitalización de la entidad en la que trabajan sea muy alto (9-10): únicamente un 5,5%. No obstante, son pocas aquellas entidades que suspenden en digitalización: un 19% han obtenido una valoración por debajo del 5.

Haciendo referencia a la visión de la demanda en el Índice II (Percepción de la Innovación Bancaria), parte de esta digitalización de las entidades se ha visto externalizada y los resultados, en cierta medida, han sido observados por los propios usuarios, que afirman encontrar productos “innovadores” en sus entidades habituales (el 87% de los clientes tiene la percepción de que su entidad financiera cuenta con alternativas a los productos tradicionales). No obstante, el proceso de digitalización debe hacerse efectivo tanto externa como internamente. La digitalización interna atañe a la implementación de la tecnología en los procesos internos de la organización.

Índice IX: Impacto Regulatorio

ENCUESTA A LA OFERTA

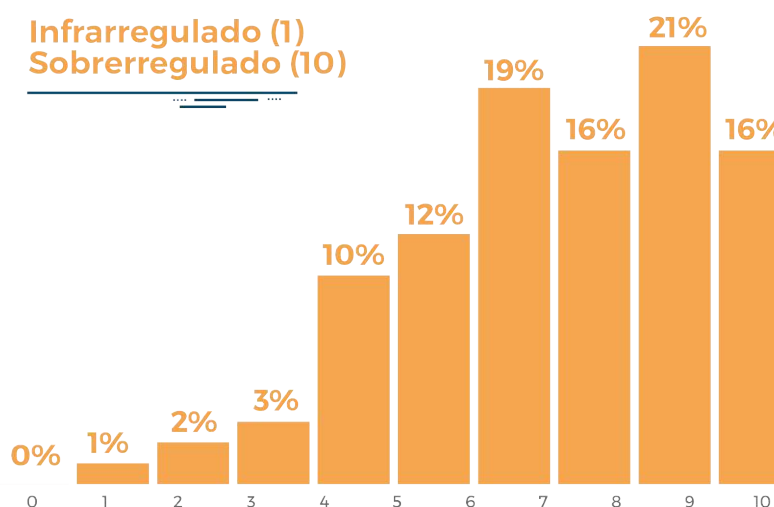
El marco regulatorio post-crisis es más exigente y esto se ha dejado notar entre las entidades financieras. Así lo aprecian los propios directivos: el 37% de los encuestados consideran que el sector financiero se encuentra sobrerregulado (representado por los valores 9 y 10 de las votaciones), y un 35% consideran que se encuentra sobrerregulado (7 - 8). Por el contrario, solo un 3% consideran que esta infrarregulado (1 - 3). Un 25% de los directivos financieros consideran que el nivel de regulación del sector es adecuado, es decir, no se encuentra ni sobrerregulado ni infrarregulado.

El aumento de la regulación puede ralentizar el proceso de innovación de un sector o de un país, al crear cierta incertidumbre en aquellas innovaciones que no se encuentran sujetas a ninguna regulación existente en el momento de su aparición.

Índice IX
7,56/10
Grado de Regulación



El grado medio de regulación del sector financiero, según sus directivos, es de 7,56 en una escala en la que 10 sería la máxima puntuación.



MEDIA: 7,56

Gráfico 13. Grado de regulación del sector financiero

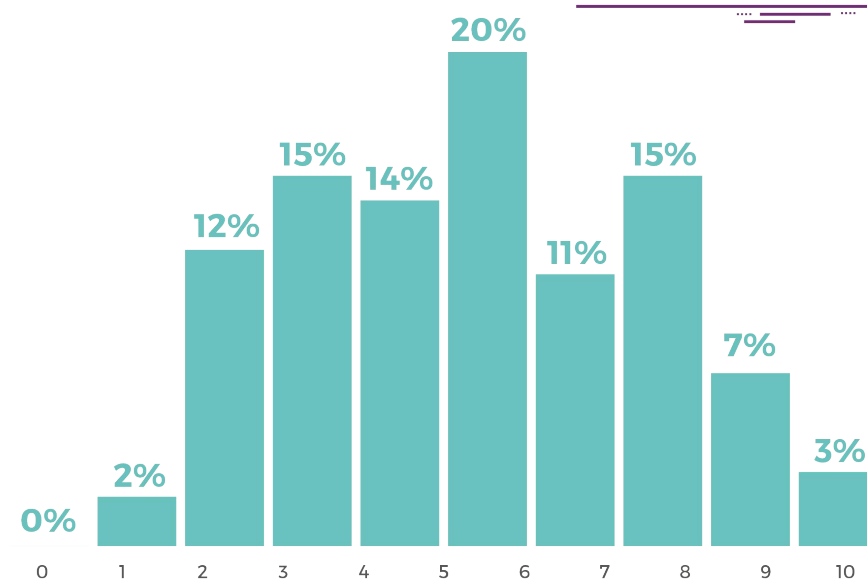
Índice X: Impacto Nuevos Competidores

ENCUESTA A LA OFERTA

Índice X
5,89/10
Impacto de los
Nuevos Competidores



Los directivos encuestados consideran que **el grado de amenaza de los nuevos competidores del sector financiero** es del **5,89** sobre 10.



MEDIA: 5,89

Gráfico 14. Impacto de nuevos competidores

Cada vez es mayor el número de empresas que compiten en este sector ofreciendo ciertos servicios financieros. Los nuevos players que entran en el mercado financiero pueden ser startups recién creadas o empresas cuya actividad principal es ajena al sector financiero, tales como BigTech o empresas de telecomunicación.

Algunas de estos competidores están aprovechando esta oportunidad y están consiguiendo ser una alternativa real del modelo de negocio bancario tradicional gracias a la oferta de **productos y servicios focalizados** y muy personalizados, a la vez que recurren a una usabilidad sencilla y cómoda para el cliente. Conviene subrayar que la entrada de nuevos competidores es el segundo reto que más preocupan a los directivos de las entidades financieras (véase Índice VII: Retos del sector financiero).

Preguntados por el impacto de los nuevos competidores del sector financiero, la mayoría de los directivos de la banca española considera que aún no representan una gran amenaza pero sí un reto a tener en cuenta y cuya presencia no se debe obviar. Así, calificando 10 como un impacto muy alto y 1 como un impacto muy bajo, la media obtenida de la muestra de 5,89. Por lo tanto, observando el gráfico, podemos afirmar que el impacto de los nuevos competidores no alcanza valores extremos, es decir, los nuevos modelos de negocio surgidos a partir de las tecnologías emergentes suponen una alternativa real, pero su impacto no es todavía muy considerable.

Índice X: Impacto Nuevos Competidores

ENCUESTA A LA OFERTA

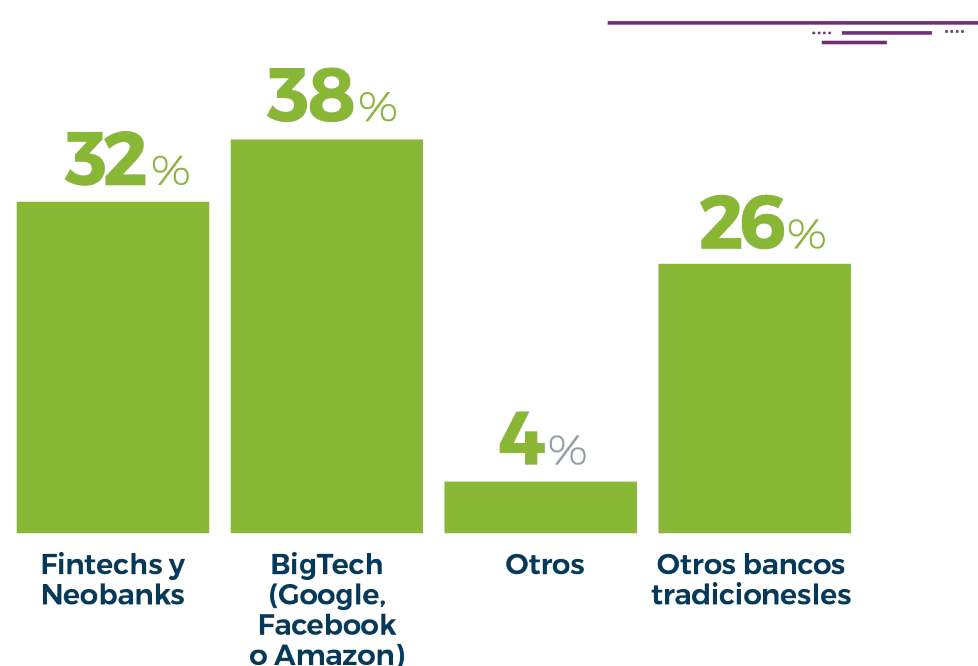


Gráfico 15. Principales competidores financieros

Sin embargo, las declaraciones de los directivos respecto a su competencia en vistas a un año sugieren un aumento de la competencia de la banca tradicional con este tipo de nuevos competidores, en particular, respecto a la competencia con las BigTech y las FinTech. Según revelan los propios directivos, **estos nuevos modelos de negocio están disfrutando de un gran crecimiento**, y podrían superar a los bancos tradicionales como principales competidores en el sector financiero dentro de un año.

Las BigTech (entre las que destacan Google, Facebook, Apple o Amazon) **se posicionan como los principales competidores de los bancos tradicionales a un año vista**, según el 38% de los ejecutivos bancarios. En segundo lugar, se encuentran las Fintech y los Neobanks, que pretenden aprovechar la tecnología móvil para ofrecer productos microsegmentados. En tercer lugar, se encuentran los bancos tradicionales; lo que sugieren que los directivos son conscientes de que todos los operadores realizarán cambios hacia la digitalización.

Por las razones que se acaban de señalar, la innovación debe ser una de las metas que las entidades financieras deben marcarse para el futuro más próximo. Ante los retos que se presentan, existe una necesidad real de transformación para las entidades financieras, si quieren seguir manteniendo una cuota de mercado relevante.

2018
OFERTA
DEMANDA



6

CONCLUSIONES

Barómetro de Innovación Financiera



funcas

Finnovating



CONCLUSIONES

LA INNOVACIÓN FINANCIERA EN ESPAÑA EN 10 ÍNDICES

Los españoles **son fieles a su banco principal**: de media, el 90% de la actividad financiera se realiza con una misma entidad. No obstante, más de la mitad de los usuarios tienen alguna relación financiera con más de una entidad. Aunque siempre **nos gusta contar con alternativas**, puesto que el 53% trabaja con más de una, según indica el índice I (Vinculación bancaria). Esto es algo que las entidades financieras conocen muy bien, de ahí, que la maximizar la vinculación de los clientes sea una de sus principales prioridades.

Según el **índice II (Percepción de la innovación bancaria)**, el 87% de los clientes de las entidades financieras españolas tienen la percepción de que cuentan con productos alternativos a los tradicionales. De hecho, la mayor innovación valorada por los clientes es la banca online y la app móvil, lo que demuestra su **apetito por los canales digitales**.

El **índice III (Customer Happiness)** muestra que los ciudadanos españoles valoran con un notable alto su relación con las entidades financieras. No obstante, la mitad de los clientes estarían dispuestos a trabajar de forma conjunta con otro banco en caso de ofrecerles algún producto novedoso, aunque hay un 30% que dejaría de trabajar con su principal entidad.

Si tuviésemos que cambiar de proveedor financiero más allá de un banco tradicional, ¿A quién preferiríamos? ¿Una FinTech, un banco digital, una de las grandes compañías tecnológicas o una compañía de telecomunicaciones? Un 40% consideraría a los **bancos digitales o Neobanks como la primera opción cómo proveedor financiero en reemplazo de los bancos tradicionales**.

CONCLUSIONES

LA INNOVACIÓN FINANCIERA EN ESPAÑA EN 10 ÍNDICES

Si hace años nos costaba contratar servicios por internet, en especial productos financieros, esto ha cambiado y seguirá cambiando. La predisposición a contratar productos y servicios tradicionales por canales digitales es superior al 40%. En cualquier caso, aún queda mucho por hacer: sólo un tercio de los clientes han utilizado la app móvil del banco para realizar un pago en el último año. ¿Cómo es posible teniendo el mejor parque de TPVs y siendo uno de los países con mayor penetración de smartphones? Habrá que esperar al próximo barómetro para ver cómo el **índice V (Uso de canales digitales)** nos muestra la **velocidad de digitalización de los españoles**.

En cuanto a las perspectivas, el 52% de **los directivos de la banca ven al sector financiero mejor dentro de 12 meses** que hoy, y un 23% igual, lo que muestra la buena evolución del sector.

¿Qué preocupa a los directivos de la banca? Lo que más destaca es **el proceso de digitalización e innovación de las entidades**, seguido de los nuevos competidores, como muestra el índice VII (retos del sector financiero). Entre las **palancas reales de competitividad del sector** la digitalización es central, y requiere la transformación cultural de los empleados, siendo esta la solución que mayor ventaja competitiva aporta, según la encuesta.

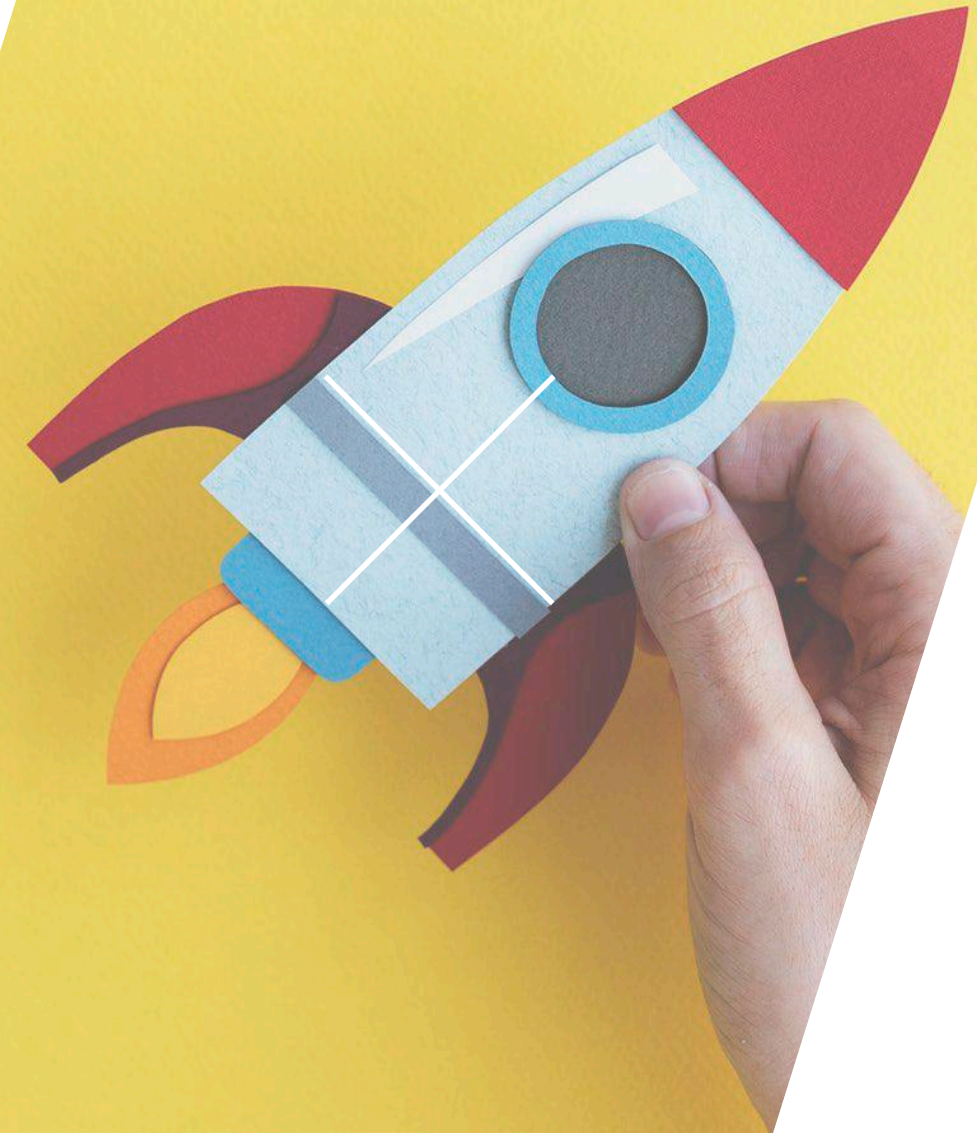
Los directivos son conscientes del reto de la digitalización y de la necesidad de adaptarse al entorno cambiante pero, ¿en qué punto nos encontramos en este proceso? **¿Cómo de digitalizadas están nuestras entidades financieras?** Según sus directivos, su valoración es de apenas un 6. Si bien un 80% de los directivos bancarios aprueban a su entidad financiera, solo un 5% le dan sobresaliente. Hay mucho aún por hacer desde su punto de vista.

CONCLUSIONES

LA INNOVACIÓN FINANCIERA EN ESPAÑA EN 10 ÍNDICES

Una de las principales consecuencias de la crisis financiera vivida años atrás ha sido el tsunami regulatorio que parece que aún no terminado de llegar. El sentir de los directivos es que el **sector está fuertemente regulado**; según indica el índice IX (Impacto Regulatorio), el 60% de los directivos le daba un grado de “sobreregulación” al sector entre 7 y 10, siendo la escala de 1 a 10.

El último índice (**Impacto nuevos competidores**) nos hace reflexionar sobre el impacto que tendrán los nuevos competidores del sector financiero. Si bien los directivos de las entidades consideran que actualmente el impacto de estos nuevos competidores aún no es destacable (5,89 en impacto en el sector), prevén que dentro de un año se enfrenten a ellos de forma más directa. Las BigTech (entre las que destacan Google, Facebook, Apple o Amazon) se posicionan como los principales competidores de los bancos tradicionales a un año vista, dejando en segundo lugar a las FinTech y los NeoBanks. Y no es hasta el tercer lugar, donde encontraremos a los bancos tradicionales, lo que pone de manifiesto la **preocupación por un entorno mucho más competitivo**.



7 FUNCAS Y FINNOVATING

Funcas es un think tank dedicado a la **investigación económica y social**. Forma parte de la Obra Social de CECA.

Es una institución de carácter privado, sin ánimo de lucro, creada y financiada por la **CECA** dentro de su **Obra Social** y es particularmente activa en la **promoción de estudios, indicadores e investigaciones económicas y sociales**, y en su difusión.

Entre el amplio número de actividades de **Funcas** se incluye el **Observatorio de la Digitalización Financiera (ODF-FUNCAS)**.

Finnovating es la consultora estratégica líder en innovación disruptiva, especializada en el desarrollo de ecosistemas **FinTech, InsurTech, PropTech y RegTech**. **Finnovating** potencia nuevos modelos de negocio a través de la transformación digital.

El portfolio de servicios que ofrece Finnovating en este área varía desde la definición de la **estrategia corporativa de alto nivel** y la **divulgación de informes** de actualidad a través de su Observatorio hasta el desarrollo de **planes de consultoría estratégica** apalancándose en la tecnología.



8 CONTACTOS



ODF-Funcas

Santiago Carbó
scarbo@funcas.es
+34 91 5962919
http://www.funcas.es/_obsdigi_/

Finnovating

Rodrigo García de la Cruz
rodrigo.garciadelacruz@finnovating.com
www.finnovating.com

Barómetro de Innovación Financiera

