Asociación Española de Banca: 'La competencia siempre es positiva para el cliente'

HelpMyCash: Durante la última década los bancos han cerrado más de 18.000 oficinas en España. ¿Habrá una nueva oleada de cierres en 2018?

José Luis Martínez: A raíz de la crisis, el sistema financiero sufrió una drástica reestructuración con la desaparición de entidades y con el consiguiente cierre de oficinas, un proceso que se realizó de forma no traumática. A esto se suma la digitalización en la actividad financiera, que supone un desafío para los bancos en su objetivo permanente de adaptarse a las demandas de sus clientes, que cada vez se inclinan más por recibir atención por canales digitales.

HMC: ¿En qué punto nos encontramos con respecto a nuestros vecinos europeos en este terreno?

JLM: España registra una mayor densidad de oficinas bancarias que el resto de países europeos, según las estadísticas del BCE. En España hay una sucursal por cada 1.613 habitantes, frente a la media de una sucursal por cada 2.170 habitantes de la zona euro.

HMC: ¿A qué responde el cierre de oficinas? ¿Es la cara amarga de la digitalización?

JLM: El cliente es y será el centro de la estrategia de los bancos y, en ese proceso, las estructuras comerciales se adaptan. Cada vez más clientes quieren complementar la relación con su banco a través de la sucursal con una atención a través de otros canales como los teléfonos móviles o Internet. Pero la digitalización no hace obsoleto el trabajo humano, todo lo contrario. Los empleados son el principal activo de los bancos y su formación para atender al cliente es cada vez mayor.

HMY: ¿La clausura de oficinas está generando un aumento de la exclusión financiera? ¿La banca online es la solución?

JLM: El 92% de la población española vive en municipios con oficinas de al menos dos entidades diferentes. Los bancos de la AEB ofrecen en algunos casos oficinas móviles y asociados comerciales que funcionan como una sucursal, mientras que las tarjetas, los puntos de compra y los cajeros también crecen en España. Al mismo tiempo, cada vez más clientes demandan recibir atención a través de canales digitales y los bancos siempre están dispuestos a facilitarles la formación necesaria para beneficiarse de ella.

HMC: Si la apuesta de la banca por la digitalización continúa, ¿podemos esperar más sinergias entre el sector y las fintech?

Los bancos y estas empresas trabajan juntos para modernizar y hacer más eficiente la operativa financiera con el objetivo de dar una mejor respuesta a las necesidades de los clientes. Por otro lado, si tenemos en cuenta que las Fintech son empresas que utilizan las nuevas tecnologías para prestar servicios financieros, también tenemos que considerar Fintech a los bancos.

HMC: Una de las ventajas de la digitalización es que ha difuminado las fronteras. Durante los últimos años han aparecido nuevos bancos online en España procedentes de otros países de Europa, sobre todo bancos móviles. ¿Este nuevo ecosistema digital favorecerá la competencia y la entrada de nuevos actores en nuestro país?

JLM: La competencia siempre es positiva para el cliente. Los bancos españoles, muchos de ellos internacionales, están preparados para ofrecer el mejor servicio en un mundo tan competitivo como el actual y son más eficientes que sus competidores europeos.

¿El futuro de la banca pasa por la creación de bancos paneuropeos?

La culminación de la Unión bancaria es la creación de entidades europeas. Ahora ya tenemos grandes bancos nacionales con presencia europea e internacional.

HMC: Se ha hablado mucho de las ventajas de la digitalización, ¿pero hay desventajas, más allá de que pueda favorecer el cierre de oficinas?

JLM: La digitalización ofrece sin duda muchas oportunidades a los bancos. Mejora su eficiencia y permite ofrecer nuevos servicios de mayor valor añadido al cliente. No obstante, también exige grandes esfuerzos a los bancos, ya que requiere una elevada inversión a corto plazo.

HMC: Uno de los escollos con los que se encuentran actualmente muchos clientes es que no pueden contratar productos como préstamos o hipotecas por Internet si no son previamente clientes del banco. ¿Es el siguiente paso?

JLM: Las sucursales están evolucionando hacia centros de asesoramiento para proporcionar servicios financieros más complejos a los clientes. Pero son los clientes los que deben decidir la aproximación a su banco. Y más allá de las obligaciones que conlleva la estricta regulación de protección al cliente bancario, este se sigue inclinando por acudir a la sucursal cuando se trata de productos complejos.

Entrevista a José Luis Martínez Campuzano, portavoz de la Asociación Española de Banca