



Los desafíos de la nueva era digital

LA SOCIEDAD AVANZA a pasos agigantados hacia un mundo nuevo dominado por la tecnología. La digitalización, entendida como la penetración de internet en nuestras vidas, es una parte fundamental de este proceso porque afecta a nuestra forma de pensar y actuar. Este proceso de innovación no tiene precedentes en nuestra historia. Pocos son los escépticos que cuestionan los beneficios de la revolución digital, que contribuye al crecimiento económico al romper las barreras entre actividades y ampliar el abanico de posibilidades para las empresas.

Es difícil concebir una economía y una sociedad digitalizada sin que lidere el cambio el sector financiero, acostumbrado a adaptarse e incluso a adelantarse a los nuevos tiempos. Los clientes de banca demandan agilidad, eficacia, facilidad, sencillez y seguridad en sus operaciones financieras. Lo mismo que

piden en el resto de las facetas de su vida. Una sociedad cada vez más habituada al uso de medios móviles supone un impulso natural para la transformación del sector financiero, que ha convertido la digitalización del negocio en su prioridad.

La innovación financiera beneficia al cliente, al darle acceso a una gama más amplia de productos y servicios, al facilitar la comparación entre entidades y al reducir costes en un entorno de seguridad garantizada por los bancos. Esto puede explicar el crecimiento exponencial de los clientes digitales.

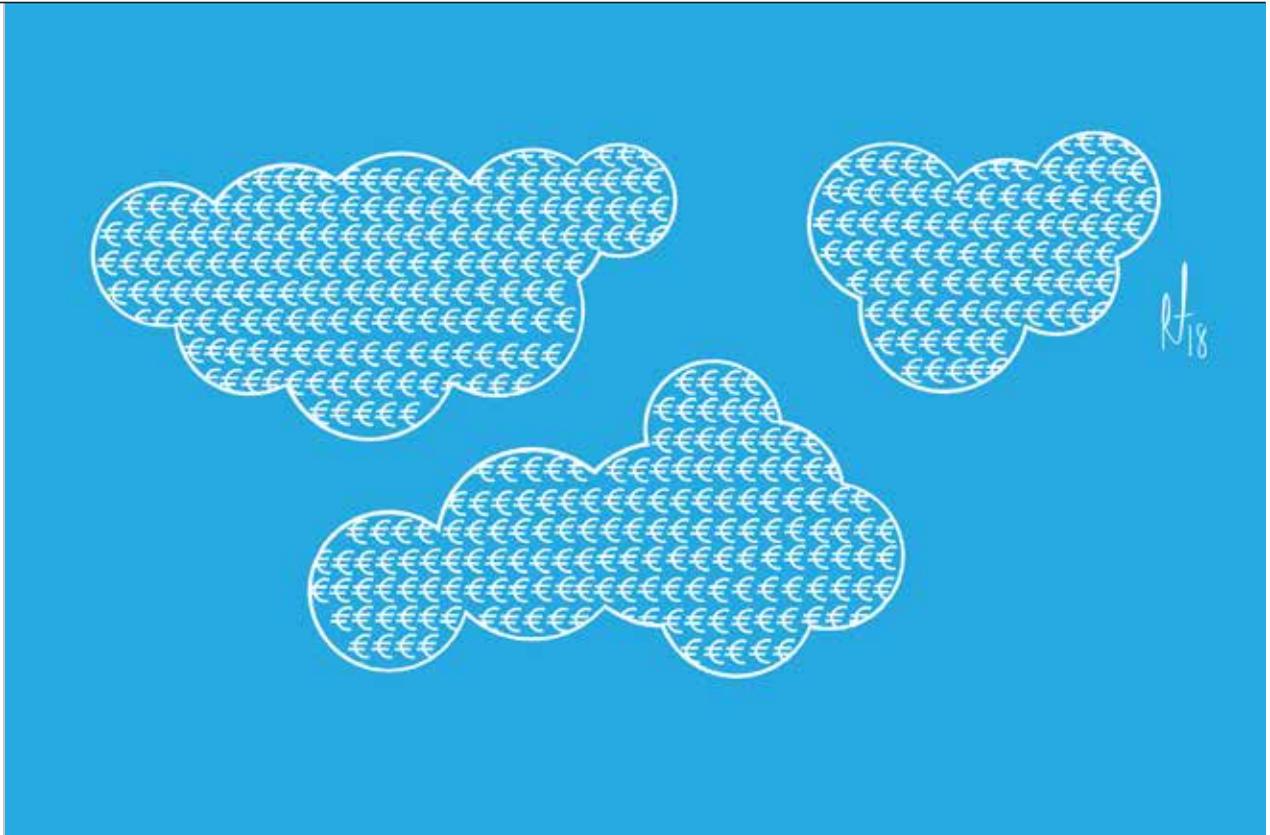
Las estadísticas más recientes apuntan a que en España el 92% de los clientes bancarios es usuario habitual de internet, el 85% tiene móvil y el 68% consulta sus saldos por internet. Mejorar el acceso a servicios digitales, abiertos, transparentes y competitivos facilita la gestión de ingresos y del ahorro y limita los riesgos asumidos. De

acuerdo con el último informe del Banco Mundial, la digitalización contribuye de forma importante a la inclusión financiera y favorece el emprendimiento.

En la actualidad, solo el 37% de los clientes bancarios acude a su oficina cada mes. Los bancos buscan el equilibrio entre la creciente demanda de servicios financieros digitales y seguir proporcionando el mejor servicio posible para los clientes analógicos bajo un esquema multicanal. Las entidades se adaptan a las preferencias de sus clientes, que, en definitiva, son su razón de ser.

Tomar conciencia

El debate sobre el nivel óptimo de oficinas físicas en España no tiene sentido si no consideramos el resto de las medidas tomadas por los bancos para mejorar la ya elevada inclusión financiera -que alcanza al 98% de la población-,



como los agentes comerciales, los cajeros automáticos y las oficinas móviles. La digitalización de los servicios financieros es una de las mejores herramientas para integrar a aquellos que corren el riesgo de quedar excluidos por razones de distribución geográfica. Por eso es imprescindible que las autoridades tomen conciencia de la necesidad de extender la conexión a internet en España para garantizar el acceso a los servicios financieros a todos los ciudadanos.

No se puede contemplar una mejora en la inclusión financiera de forma efectiva sin avanzar en paralelo en la educación financiera de la sociedad. Los bancos ya realizan importantes esfuerzos para ayudar a las personas a manejar su dinero, tanto de los jóvenes, que han nacido en la era digital, como de los mayores, que tienen dificultades para beneficiarse de las ventajas de las nuevas tecnologías.

Pero para que este enorme esfuerzo que realizan los bancos tenga éxito, hace falta la colaboración de toda la sociedad, de las autoridades, del mundo académico y de las propias familias. La educación financiera es clave para avanzar en la inclusión financiera, así como para la protección del consumidor y la estabilidad financiera.

La digitalización no debe poner en cuestión la relación de confianza con el cliente en que se sustenta la banca. La ciberseguridad no es una actividad nueva para la industria financiera, muy al contrario, es líder en la gestión de riesgos cibernéticos. Todos los departamentos y áreas de negocio de los bancos están involucrados en la ciberseguridad. Con todo, es vital que los clientes sean conscientes de los riesgos que conlleva la actividad en medios digitales y de la necesidad de tomar precauciones.

Los esfuerzos de la banca para impulsar su transformación digital se suman a los importantes cambios llevados a cabo para adaptarse a las exigencias regulatorias y de supervisión de los últimos años, diseñadas para dotar de mayor seguridad y protección al cliente, y al mismo tiempo reforzar la estabilidad financiera. La digitalización promueve la competencia entre entidades de crédito y otro tipo de empresas que no son bancos. Esta competencia debe ser en igualdad de condiciones, precisamente, para alcanzar los objetivos perseguidos por las autoridades. No tiene ningún sentido que la regulación se centre en tipos de empresas, cuando lo necesario es limitar los riesgos derivados de una actividad con independencia de quién la lleve a cabo. Por ejemplo, según datos de la EBA, más del 30% de las nuevas compañías tecnológicas que prestan servicios financieros no están sometidas a regulación ni supervisión.