

Mercados ■ *Tribuna Mercados*

PUBLICIDAD



*Tribuna Mercados*

Por **José Luis Martínez Campuzano**

## La banca del futuro ya está aquí

La necesidad y la urgencia han obligado a superar las reticencias o el miedo que muchos podían tener a la digitalización



iStock

Por **José Luis Martínez Campuzano**

06/05/2021 - 05:00



La necesidad y la urgencia han obligado a **superar las reticencias** o el miedo que muchos podían tener a la digitalización.

Los **bancos**, caracterizados por su capacidad de innovación y adaptación a las **necesidades de los consumidores**, pudieron responder con toda diligencia a las necesidades del momento gracias a que hacía años se habían zambullido en la transformación digital con el ímpetu que marcan la vocación de servicio y el instinto de supervivencia.

PUBLICIDAD

Hace tiempo que las sucursales dejaron de ser la principal red de distribución de productos y servicios bancarios. Ahora el cliente marca **cuándo y cómo quiere establecer su relación con el banco**, que se vuelca en adaptarse tanto a las necesidades más digitales como a las de los consumidores más tradicionales. De hecho, hace tanto tiempo que los canales de distribución se ampliaron más allá de la oficina física que ya no nos llama la atención. La banca telefónica, los cajeros automáticos, las oficinas móviles y los agentes comerciales llevan muchos años siendo algo cotidiano.

Hoy en día, de acuerdo con **un estudio de Mastercard**, ocho de cada diez españoles aseguran utilizar soluciones de banca digital una vez al mes, mientras que **más de un 60% lo emplea cada semana** y casi un 40%, a diario. El 73% de los españoles utiliza aplicaciones móviles de bancos tradicionales y el 30% únicamente la emplea de bancos 100% digitales. La experiencia del cliente probablemente está detrás de estas cifras. El último estudio de Forrester ("The Forrester Banking Wave: Global MobileApps Summary 2019") sitúa a algunas apps de nuestras entidades a la cabeza a nivel mundial en satisfacción del cliente.



La banca reduce provisiones contra el covid y 'pasa' de la prudencia que pide el BdE  
Óscar Giménez

## Últimas noticias

- > [¿Cómo afectará a España la nueva ciclogénesis explosiva? Fin de semana con ecos de invierno](#)
- > [Expulsan a un español de Francia por empujar a una mujer a las escaleras del metro](#)
- > [Reacciones divididas a la dimisión de Pablo Iglesias: del 'cierra al salir' a sus logros](#)
- > [Los fundadores de Codere responden a la CNMV: mandaron un segundo expediente](#)

[Ver más](#) [El Ibex 35 conquista los 8.000 puntos](#)

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

No es el único estudio que refleja el creciente uso de los canales digitales de los bancos. Un informe de Mitek y IDC Research España pone de relieve que casi el 60% de los españoles de entre 18 y 34 años prefieren la interacción digital con sus entidades financieras, y Capgemini pone de manifiesto que durante la crisis de la Covid-19 se dispararon los pagos a través de medios digitales. Concretamente, de acuerdo con el mencionado informe, **el 47% de los españoles consultados** afirma haber aumentado el uso de pagos digitales durante la pandemia y un 48% señala que lo seguirá haciendo en los próximos meses.

Esto, el acceso a servicios financieros útiles y asequibles que responden a las necesidades de los consumidores, **se denomina inclusión financiera**. En países como España, donde es universal, no solo resulta clave para el bienestar de la sociedad, sino que en momentos difíciles como el actual es imprescindible para impulsar la recuperación económica. Según un reciente estudio de la **Fundación Ramón Areces** sobre la accesibilidad a los servicios, en España la inclusión financiera es total, una conclusión que ratifica los números que maneja el Banco Mundial y que nos coloca a la cabeza del acceso a productos y servicios financieros de toda Europa. Los bancos se han adaptado ya **al nuevo ecosistema digital** que exigen sus clientes, con las mismas garantías de seguridad que siempre. La llegada de nuevos competidores digitales, sin embargo, les supone un desafío, no por tener que medirse con el contrincante, algo siempre positivo, sino por el desigual terreno de juego en el que han de operar. Mientras que los bancos se mueven con una mochila regulatoria y supervisora de servicio público y protección al cliente, el otro equipo no lleva ese peso. Y este no es solo un problema de competencia, sino un potencial problema para la estabilidad financiera y para el cumplimiento de las garantías que requieren los consumidores, especialmente en los momentos más difíciles. Los bancos han sido imprescindibles para aminorar el daño que la pandemia ha infligido a empresas y familias, y están preparados y convencidos de que también lo serán en la **recuperación postcovid**.

Todo esto obliga a avanzar en la reconversión de nuestro tejido productivo, en su modernización y transformación

La banca del futuro es visible en el presente. Pero **la garantía de este futuro es la eficiencia**, con costes ajustados a los ingresos y con unos precios de los servicios que garanticen las inversiones necesarias para mantenerlos y mejorarlos continuamente para que, de esa forma, los bancos puedan afianzar una nueva economía -más inclusiva, digital y sostenible- que no podemos desaprovechar. Es lo que quiere la sociedad y a lo que todos debemos aspirar, especialmente las empresas, motor económico indiscutible del país. Esto se evidencia en que los consumidores son cada vez más exigentes, y en esta época digital, hasta impacientes.

Todo esto obliga a avanzar en la reconversión de nuestro tejido productivo, en su modernización y transformación. Se trata de un desafío para las empresas, que han de guiarse por una mayor responsabilidad social con el entorno en el que **operan y por las exigencias de la vertiginosa** transformación digital de la sociedad, acelerada aún más por la pandemia. En los peores momentos de la crisis sanitaria, la prevalencia de los servicios telemáticos ha permitido trabajar desde casa, seguir con la educación y, sobre todo, mantener la comunicación. Los bancos han sido un soporte eficaz en esos momentos difíciles y están determinados a liderar el cambio, acelerando la economía verde y preparados para la recuperación.

*\*José Luis Martínez Campuzano, portavoz de la Asociación Española de Banca*

[Digitalización](#) [Banca](#) [App](#) [MasterCard](#)

## *El redactor recomienda*



El crédito a familias se mantuvo en marzo mientras crecía el de las empresas

[Agencias](#)

Arcano compra un nuevo paquete de litigios a Reclamador.es por valor de 800.000 euros

[Pedro del Rosal](#)

Los cinco fondos de bancos españoles más comprados: ¿también los más rentables?

[Asun Infante](#)