

# Digitalización al servicio del cliente

José Luis Martínez Campuzano, Portavoz de la Asociación Española de Banca (AEB)

La sociedad evoluciona a pasos de gigante hacia un nuevo mundo dominado por la tecnología. La digitalización, interpretada como la penetración de internet en nuestras vidas, es una parte fundamental de este proceso. Y lo es porque condiciona cómo actuamos y cómo pensamos. Nos encontramos como sociedad ante el mayor proceso de innovación de nuestra historia reciente. Pocos son los que aún no son conscientes de ello y también los escépticos que no valoran los enormes beneficios que conlleva la revolución digital.

Los bancos son una pieza clave en este proceso innovador que supone la digitalización de la sociedad. No tiene ningún sentido pensar en una economía y sociedad digital sin los bancos. Es más, los bancos pueden ser un catalizador de la modernización y digitalización de la economía. Pero es importante que las autoridades se sumen al reto de promover la innovación. El Sandbox es sin duda un buen paso en este sentido. Se trata de una importante herramienta que permite avanzar al sector financiero y al conjunto de la economía. Los pro-

yectos que resulten pueden ayudar a mejorar la calidad y disponibilidad de los servicios financieros que demanda el usuario final. La regulación nunca debería frenar la innovación ni suponer un obstáculo para que los bancos cumplan con su objetivo final de financiar el desarrollo y ofrecer el mejor servicio posible a los clientes. Como sociedad deberíamos aspirar a una estrategia nacional a favor de la innovación donde los bancos y el resto del sector financiero desempeñen un papel fundamental.

Los clientes demandan a los bancos lo mismo que piden en el resto de las facetas de su vida. Agilidad, eficacia, facilidad y seguridad. La innovación financiera beneficia al cliente al permitirle acceder a una gama más amplia de productos y servicios, al mejorar la comparación entre entidades y poner a su disposición información actualizada y ofertas adaptadas a menor coste. En definitiva, la digitalización impulsa la transparencia y las ofertas competitivas de productos y servicios de mayor valor añadido. Todo son beneficios para el cliente bancario, en un entorno de seguridad reforza-



**“Los bancos pueden ser un catalizador de la modernización y digitalización de la economía. Pero las autoridades tienen que sumarse al reto de promover la innovación”**

da por los bancos, lo que explica el crecimiento exponencial de los clientes digitales y que la digitalización sea una prioridad para nuestras entidades. Los bancos llevan a cabo

**“En el nuevo escenario es imprescindible asegurar que la misma actividad esté sometida a la misma regulación y supervisión con independencia de quién la desempeñe”**

una importante inversión en tecnología, en sus infraestructuras y en su adaptación al mundo digital para seguir mejorando la experiencia de sus clientes. En esta vertiginosa

transformación digital los empleados siguen siendo el principal activo de los bancos al mantener la relación personal y de confianza con los clientes, la materia prima de toda actividad bancaria.

El entorno de negocio de los bancos ha dejado de ser recurrente y previsible. Además de por la era digital, los bancos se enfrentan a importantes desafíos derivados de la incesante y compleja regulación, así como de las dificultades del negocio ante el escenario de tipos de interés nulos o negativos. Las entidades deben desarrollar su estrategia en este complejo escenario, pero están acostumbradas a encontrar oportunidades donde otros ven riesgos.

La digitalización facilita la competencia en la prestación de servicios financieros y los cambios regulatorios han abierto la puerta a operadores que no son bancos. Dos tipos de entidades encarnan la nueva competencia bancaria: startups y big tech. Las primeras, conocidas como fintech por aplicar la tecnología a la prestación de servicios financieros—como hacen los bancos—son fuentes de innovación que colaboran con la banca e incluso nacen bajo su paraguas. El segundo grupo lo forman las grandes compañías tecnológicas, líderes en otros sectores, que ven oportunidades en algunos segmentos rentables del negocio bancario. Lo primordial en este escenario es que la competencia beneficie al consumidor y se garantice su adecuada protección. Para ello es imprescindible asegurar que la misma actividad esté sometida a la misma regulación y supervisión con independencia de quién la desempeñe. El mismo principio de competencia justa también debe regir en cuanto al intercambio de información entre operadores tradicionales y nuevos jugadores.