



Libertad de elección

Sentirse seguro al realizar cualquier operación financiera y poder escoger quién la lleve a cabo y cómo, de forma presencial o a través de medios digitales, es poder elegir. Lo fundamental para el cliente financiero es poder controlar sus decisiones y hacerlo con total confianza y seguridad.

Según el último Barómetro de Innovación Financiera de Funcas y Finnovating correspondiente al segundo trimestre del año pasado, el 81 por ciento de los usuarios realiza tres de cada cuatro operaciones con la misma entidad de crédito. Y de media, más del 88 por ciento de las operaciones que se realizan se producen a través de su entidad bancaria principal. El sistema bancario español se caracteriza por una relación de largo plazo entre la entidad y sus clientes apoyada en una confianza mutua, muy valorada por ellos. De acuerdo con la citada encuesta, nueve de cada diez clientes aprueban a su entidad financiera habitual en términos de satisfacción general. Más del 20 por ciento considera la relación con su banco como excelente.

Los bancos participan de todas las decisiones económicas importantes de las familias. Su prioridad es funcionar de forma eficiente, enfocada a ofrecer soluciones a sus clientes. Lo que es positivo para la banca, lo es para sus clientes y está sujeto a sus decisiones. El sector bancario sigue siendo el principal medio a través del cual se puede armonizar el deseo de los ahorradores de tener sus ahorros disponibles con la necesidad de los demandantes de fondos de contar con financiación estable en el tiempo. Los bancos son creadores de riqueza y prosperidad.

Nueve de cada diez clientes tienen la percepción de que su entidad financiera cuenta con alternativas a los productos tradicionales, según el barómetro. Además, más de la mitad de los usuarios afirman poder contratar los mismos servicios fi-

nancieros sea cual sea el canal utilizado. A pesar de la entrada de nuevos competidores de otros ámbitos, más del 60 por ciento de los clientes descartaría a una entidad no banca-

ria como su primera opción de proveedor financiero. Por tanto, aunque estas empresas de nueva creación tienen la ventaja de no tener que mantener una red física de oficinas y la fuerte regulación a que está sometida la banca, los bancos compiten bien y siguen siendo los preferidos por los clientes. Se adaptan a la creciente demanda digital de sus clientes, pero siguen ofreciendo el mejor servicio posible a aquellos que optan ocasionalmente por la oficina tradicional o les cuesta adaptarse a la transformación digital de la sociedad.

Casi la totalidad de los clientes bancarios considera que la atención recibida a través de canales digitales es adecuada en cuanto a los servicios que necesita. La experiencia del cliente es clave a la hora de diseñar la planificación estratégica de cualquier empresa. La digitalización no solo mejora la transparencia en la provisión de bienes y servicios por parte de las empresas, también aumenta y facilita la competencia empresarial. Los bancos no son una excepción y el desarrollo de la tecnología les permite una nueva forma de relacionarse con los clientes. Estos demandan a sus entidades lo mismo que en su operativa diaria en términos de flexibilidad, rapidez y comodidad, facilidades que ofrecen los bancos, además de la posibilidad de poder comparar entre diferentes productos y servicios con total confianza y seguridad. La seguridad que proporcionan los bancos es fundamental en un mundo como el digital.

El precio y la seguridad son las dos variables más valoradas por los usuarios a la hora de elegir su proveedor de servicios financieros. Dos cualidades por las que destacan los bancos españoles frente a sus competidores europeos. ■ José Luis Martínez Campuzano, portavoz de la Asociación Española de Banca