

# Kippel<sup>01</sup>

PRO

## Fieles a la banca: sólo el 28% de los españoles cambiaría su banco por un gigante tecnológico

A escala global, más del 32% de los usuarios dejaría sus finanzas en manos de compañías como Amazon, Facebook o Alibaba, especialmente en Asia y Latinoamérica. “Los bancos deberían reevaluar las estrategias de retención de sus clientes”, señala un informe de Capgemini y Efma.

26 SEP 2018 — 04:57

POR A. PIJUÁN



La sombra de Amazon, Alibaba o Facebook se extiende sobre las entidades financieras de todo el mundo. Los *big players* del sector tecnológico se están apresurando a entrar en el negocio de la banca, un segmento en el que los datos juegan un papel clave. A ello se le suma la irrupción de las *fintech* y un cliente cada vez más exigente. Pese a ello, **la banca española aún mantiene la confianza de sus usuarios**: sólo el 28% de los españoles cambiaría su banco por un gigante tecnológico.

Así se desprende del informe *World Retail Banking Report 2018*, elaborado por Capgemini y Efma, y realizado a partir de una encuesta a 20.000 clientes de banca minorista y entrevistas a sesenta ejecutivos del sector. A escala global, en cambio, **más del 32% de los usuarios estaría dispuesto a dejar la gestión de sus finanzas en manos de una empresa como Amazon**. En el caso de los llamados *tech-savvy* (expertos en tecnología) y la *Generación Y*, esta cifra asciende hasta el 53% y el

1/3

<https://www.kippel01.com/pro/fieles-a-la-banca-solo-el-28-de-los-espanoles-cambiaría-su-banco-por-un-gigante-tecnologico.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Kippel<sup>01</sup>

PRO

43%, respectivamente.

“Los clientes que hayan tenido pocas experiencias positivas al relacionarse con su banco son más propensos a considerar a una *big tech* para cubrir sus necesidades financieras”, indican desde la consultora. Esta tendencia se da sobre todo en Latinoamérica, donde cuatro de cada cinco clientes interactúa a diario con las redes sociales y donde la preocupación por la privacidad de los datos es menor.

## Tres de cada diez usuarios está dispuesto a cambiar su banco por un ‘big player’

La banca asiática también está más cerca de ser sustituida por los *players* tecnológicos. En China, las plataformas Alipay (propiedad Alibaba) y Tenpay (impulsada por Tencent) aglutinan el 93% de los pagos a través del móvil.

**¿Qué factores contribuyen a la lealtad de un cliente a su banco?** Más de la mitad de los encuestados coinciden en que la facilidad y conveniencia del servicio proporcionado por los bancos es un condicionante básico a la hora de decidir no cambiar de entidad en un año. En segundo lugar, destacan la confianza en la marca (54%) y la calidad de resolución del servicio y puntualidad (52,4%).

Pese a ello, la relación del español con la banca está llena de luces y sombras. Según el informe, **menos de la mitad de los clientes españoles califica como positiva su experiencia en una sucursal**, aunque el porcentaje es menor al medir la satisfacción de los usuarios a la hora de valorar las operaciones efectuadas mediante una aplicación móvil (43,2%) y la propia página web del banco (44,5%).

## El 43,2% de los clientes españoles valora positivamente su experiencia al relacionarse

Por otro lado, los españoles se suman a la tendencia global: el 41,9% de los clientes de banca minoritaria valora positivamente las ofertas digitales personalizadas, cifra que cae hasta el 25% en el caso de aquellas entidades financieras que no ofrecen ninguna propuesta de este tipo a sus usuarios.

La evolución de empresas como Netflix o Amazon, que centran una gran parte de sus esfuerzos en brindar una experiencia de cliente personalizada, ha propiciado que el usuario actual busque “un servicio bajo demanda” y espera que **“los bancos anticipen y satisfagan sus necesidades con precisión y experiencia en cada punto de contacto”**.

Hasta la fecha, los principales desafíos de la banca han estado relacionados con el cumplimiento normativo, la propia evolución de los indicadores económicos y la presión del margen. Ahora, las

2/3

<https://www.kippel01.com/pro/fieles-a-la-banca-solo-el-28-de-los-espanoles-cambiaría-su-banco-por-un-gigante-tecnologico.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Kippel<sup>01</sup>

PRO

entidades financieras encaran otros retos, como las expectativas de sus clientes, la creciente demanda de canales digitales y la aparición de nuevas tecnologías como el *blockchain* y la inteligencia artificial.

“En el futuro, las experiencias positivas impulsarán la lealtad del cliente -concluye el estudio-; por lo tanto, los bancos deberían reevaluar las estrategias de retención de clientes, especialmente en torno a los canales digitales para segmentos de nueva generación”.

3/3

<https://www.kippel01.com/pro/fieles-a-la-banca-solo-el-28-de-los-espanoles-cambiaria-su-banco-por-un-gigante-tecnologico.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.