

World Retail Banking Report 2020

Un 57% de los consumidores prefieren la banca electrónica en la era del Covid-19

La progresiva transformación de los servicios bancarios tradicionales hacia modelos basados en plataformas puede ayudar a los bancos a acelerar sus planes para la mejora de la innovación, el crecimiento, los beneficios y la eficiencia operativa

Madrid, 11 de junio de 2020 – Los bancos minoristas se están viendo obligados a impulsar su proceso de transformación ante el empuje de los nuevos participantes en el sector que, centrados en la experiencia del cliente, están ganando fuerza en el mercado, según revela el informe [World Retail Banking Report 2020 \(WRBR\)](#) publicado por [Capgemini](#) y [Efma](#). Como consecuencia de la crisis sanitaria, está creciendo la interacción digital de los consumidores con sus bancos y, en ese contexto, los modelos de plataforma ofrecen agilidad y escalabilidad en estos tiempos de incertidumbre. El informe pone de manifiesto que a los bancos que utilizan plataformas para la prestación de sus servicios les resulta dos veces más fácil incrementar los beneficios de explotación, encontrar nuevas formas de valor y mejorar las eficiencias operativas.

El informe revela que el sector financiero mundial se encuentra en medio de un proceso histórico de transformación propiciado por la presencia cada vez mayor en el mercado de actores no tradicionales, ágiles y expertos en el medio digital, que siguen dando la máxima relevancia a la experiencia del cliente al tiempo que redefinen los principios que durante mucho tiempo han sustentado al sector. Ya son más de la mitad (57%) de los consumidores los que prefieren la banca electrónica, frente al 49% en el periodo anterior a la Covid-19, y un 55% los que prefieren las aplicaciones móviles para la gestión de servicios bancarios, frente al 47% anterior, con lo que estos ámbitos ganan importancia en el contexto de la pandemia, que sigue conduciendo a los consumidores hacia la banca digital.

El informe sugiere que los bancos deben evolucionar hacia modelos basados en plataformas que impulsen el crecimiento y la innovación que necesitan para seguir siendo competitivos, y que adoptar Open X¹ será crítico para conseguir el éxito a largo plazo. Si bien es cierto que la Covid-19 ha acelerado la urgencia de la transformación digital, quizás los bancos deban aplicar un enfoque transformador más pragmático en su viaje hacia Open X, a la vista de la incertidumbre de estos tiempos.

¹ Open X —X de eXperiencia— es un modelo de plataforma abierta en la que trabajan juntos participantes de todas las dimensiones y de sectores diversos. En esta inminente era de Open X los bancos deciden su función (proveedor, agregador u orquestador) según cuáles sean sus fortalezas y aprovechan las capacidades de terceros para ofrecer una experiencia mejorada al cliente.

"Los consumidores esperan recibir de sus proveedores financieros una experiencia digital integral como la que están acostumbrados a recibir de las Bigtech² en otras facetas de su vida. Los bancos tradicionales tienen ante sí el reto de satisfacer estas expectativas, ya que los nuevos participantes, dominadores del medio digital, se han centrado en la experiencia del cliente desde el principio", ha comentado Anirban Bose, CEO de área de Servicios Financieros de Capgemini y miembro del Comité Ejecutivo del Grupo. *"Los bancos que inviertan ahora en la modernización de su tecnología principal y evolucionen hacia un modelo de plataforma conseguirán a la vez satisfacer a sus clientes y crecer de una manera rentable".*

"La Covid-19 ha puesto el foco de atención en la experiencia de la banca digital", asegura John Berry, CEO de Efma. *"La modernización de los sistemas que se han venido utilizando hasta ahora debe ser una prioridad para los bancos que quieran impulsar su crecimiento, ya que las expectativas de los clientes no dejan de crecer y los que no encaren ahora este riesgo se quedarán atrás".*

Avanzar en los sistemas transformará el núcleo de la actividad

Como consecuencia de haber priorizado los beneficios a corto plazo antes que la sostenibilidad a largo, algunos bancos tienen en la actualidad una acumulación de sistemas que se están quedando anticuados. Esta situación dificulta la integración de las nuevas tecnologías y, como resultado, afecta a la experiencia del cliente y la excelencia operacional. Sin embargo, a pesar de los inconvenientes de esa tecnología anticuada y de las ventajas de la moderna, los bancos se muestran reacios a tomar medidas de transformación por el nivel de los recursos requeridos y los riesgos asociados a una implementación ineficiente.

Los directivos del sector bancario reconocen los obstáculos para el paso a un modelo de plataforma. Según el informe, el 80% de los directivos de banca indica como principales problemas en el proceso hacia este modelo los relacionados con la ciberseguridad y la protección de la privacidad, seguido de cumplimientos normativos (79%), los sistemas centrales heredados (77%), identificar los colaboradores adecuados (73%) y los sistemas anticuados de gestión de datos (68%).

Colaboración y Open X son ingredientes clave de la transformación

El informe de Capgemini indica de qué forma los bancos pueden superar sus retos y abordar el proceso de transformación bancaria por medio de un enfoque estratégico, integrado y colaborativo. Los estudios³ muestran que la modernización progresiva es el método de evolución preferido (54%) entre los directivos, ya que permitiría a los bancos actualizar las funciones más críticas y transformar gradualmente los antiguos sistemas.

La colaboración es también un factor claro de aceleración del éxito para los bancos. Dos tercios (66%) de directivos del sector afirma que se tarda entre uno y dos años en innovar y lanzar un concepto nuevo cuando se trabaja en solitario; el 58% indica que se tarda menos de un año en lanzar un producto en colaboración con Fintech o Bigtech. Sin embargo, se identifican como barreras para una colaboración efectiva la preocupación relacionada con datos y ciberseguridad (75%), las trabas regulatorias y de cumplimiento (72%) y una escasa compatibilidad en el ámbito de las TI (72%). El modelo de Open X ayuda a los bancos a reducir los costes operativos y a pasar de una

² Las Bigtech son grandes multinacionales dedicadas a la tecnología, tales como Google, Amazon, Facebook, Apple, Alibaba, etc.

³ Datos del [libro blanco](#) de Capgemini elaborado en colaboración con Everest Global: *Core Modernization for Building Future Banking Experiences – Perspectives for Mid-market Banks in North America*.



inversión fija elevada en novedades informáticas a un modelo de costes más flexible y racional que incorpore en el ecosistema a entidades especializadas.

Los modelos de plataforma diversifican las fuentes de ingresos y crean un nuevo ecosistema digital

Los bancos que adopten modelos de plataforma pueden ampliar su presencia en el mercado, mejorar sus ineficiencias operativas, incrementar la rentabilidad de su negocio y ofrecer productos y servicios personalizados y diferenciados de los de sus competidores tradicionales. Al cambiar a un modelo basado en plataforma, los bancos que estaban experimentando un crecimiento gradual de clientes pueden crear nuevos modelos de negocio para monetizar algunas de sus fortalezas.

El informe destaca tres opciones principales para la transformación a un modelo de plataforma: los bancos pueden comprar e integrar una nueva plataforma, crear una plataforma propia o compartir plataformas ya existentes con otros. Los obstáculos a la implantación de un modelo de plataforma son los relacionados con seguridad, sistemas tradicionales utilizados en sus servicios principales, un sistema anticuado de gestión de datos, una cultura intrínsecamente contraria al riesgo, encontrar a los colaboradores adecuados y las limitaciones presupuestarias.

Metodología de la investigación

El World Retail Banking Report 2020 se basa en la información recopilada en las entrevistas a directivos dentro del 2020 Global Retail Banking Executive Survey y el Capgemini Open X Readiness Index. El informe incluye datos de entrevistas y encuestas específicamente centradas en esta cuestión realizadas con más de 80 altos directivos de los bancos más importantes de diversas regiones.

Para más información puede visitar www.worldretailbankingreport.com.

Acerca de Capgemini

Un líder global en servicios de consultoría, transformación digital, tecnología e ingeniería. Grupo Capgemini está a la vanguardia de la innovación para abordar la diversidad de oportunidades que tienen sus empresas clientes en el dinámico entorno de las plataformas, la nube y lo digital. Respaldada por una sólida trayectoria de más de 50 años y una dilatada experiencia multisectorial, Capgemini ayuda a las compañías a alcanzar sus objetivos de negocio mediante una amplia gama de servicios que cubre desde la estrategia, hasta las operaciones. Capgemini actúa bajo la firme convicción de que el valor de negocio de la tecnología se genera y desarrolla a través de las personas. Se trata de una compañía multicultural de 270.000 profesionales, presente en casi 50 países y, junto con Altran, en 2019, el grupo registró unos ingresos mundiales combinados de 17.000 millones de euros.

Más información en www.capgemini.com/es-es/

People matter, results count

Acerca de Efma

Organización global sin ánimo de lucro fundada en 1971 por bancos y aseguradoras que facilita la relación entre los tomadores de decisiones. Proporciona conocimientos de calidad para ayudar a los bancos y a las compañías de seguros a tomar decisiones correctas para impulsar la innovación y la transformación. Más de 3.300 compañías 130 países son miembros de Efma. Con sede en París, Efma cuenta con oficinas en Londres, Bruselas, Estocolmo, Bratislava, Dubái, Milán, Montreal, Estambul, Pekín, Tokio y Singapur.

Para más información: www.efma.com