

La última frontera en el viaje digital de las entidades financieras.

ABCEMPRESA, 26-6-2016.

Un estudio señala las dificultades del sector para integrar la digitalización en sus estructuras internas



Fernando Pérez. Madrid 24/06/2016

El objetivo es claro e inaplazable, la estrategia está en marcha... pero la ejecución aún es titubeante. Los bancos y aseguradoras de nuestro país afrontan el fenómeno digital como una prioridad, pero siguen sin conseguir adaptarlo a sus procesos internos. Esta es una de las principales conclusiones de un **estudio de Accenture**, al que ha tenido acceso ABC, sobre el nivel de madurez digital de este sector en Europa (se han estudiado 53 entidades de Francia, España, Italia, Alemania y Reino Unido). El informe muestra que el 92% de las entidades españolas incluyen lo digital en su visión estratégica (frente al 86% de las europeas), pero solo lo hacen en un 47% de las estrategias empresariales internas (59% en Europa). Y apenas un 8%, según el análisis de Accenture, asignan el presupuesto necesario para lanzar un adecuado plan de acción (frente al 37% en Europa). La investigación sí que reconoce los esfuerzos del sector para implantar la tecnología en su relación con los clientes: en 2015, de las 21 interacciones mensuales realizadas por los clientes españoles a sus bancos, 14,5 se

hicieron por canales online. Pero insiste en que ese fenómeno no se produce a nivel interno.

Fernando Rupilanchas, managing director de Servicios Financieros de Accenture, encuentra varias explicaciones para esta brecha: «No hay que olvidar que muchos de nuestros bancos están saliendo de procesos de transformación forzados por la profunda crisis que ha sacudido al sector». Procesos que han requerido «un esfuerzo de ajuste tan grande que, sencillamente, no han dejado a los bancos “ancho de banda” suficiente para acometer nuevos proyectos estratégicos». Rupilanchas considera que, pese a los avances para acelerar la puesta en valor de sus proyectos tecnológicos, a nuestros bancos «aún les falta agilidad, que es una capacidad organizativa básica del mundo digital».

Uno de los grandes frenos en ese proceso es el «gap» de talento digital. «Les está costando atraer nuevos perfiles profesionales, necesarios para competir en el mundo digital, pero que no ven la banca como un sector atractivo. Pero además, **no están reciclando a sus profesionales (incluyendo sus líderes) para que sean digitalmente competentes**», advierte el experto de Accenture.

«Un banco no puede ser verdaderamente digital si sus profesionales —todos— no son digitalmente competentes»

Poco más de la mitad de las entidades ofrecen a sus empleados formación en aplicaciones digitales, según el estudio. «La mayoría de bancos incluye esta formación como una prioridad, pero solo algunos tienen un enfoque de desarrollo digital estructurado, actualizado de forma dinámica y que abarque más allá de sus profesionales de perfil más técnico», afirma Rupilancha. Y remarca que los bancos británicos nos llevan ventaja porque lo tienen claro: «Un banco no puede ser verdaderamente digital si sus profesionales — todos— no son digitalmente competentes».

El informe también destaca que solo **el 33% de las entidades españolas estudiadas impulsan la innovación abierta** (60% en Europa). Además,

muchas ideas no acaban teniendo salida en el mercado. «La disrupción que introducen nuevos jugadores como las fintech o los gigantes tecnológicos está obligando a los bancos a cambiar su agenda de innovación a marchas forzadas, lo que hace que muchos proyectos se abandonen antes de ver la luz para focalizar los esfuerzos en los game-changers del momento», explica Rufinlanchas.

El huracán digital avanza en la banca española, pero parece que aún tiene muchas barreras internas por derribar.

Fintech, querido enemigo

¿Enemigas o potenciales aliadas? Las entidades clásicas parecen condenadas a entenderse con sus emergentes rivales, las compañías «fintech». Los bancos han sido organizaciones «tradicionalmente muy cerradas», explica Rufilancha, «porque la propiedad de las ideas, los medios y el talento era una ventaja competitiva. Pero la situación ha cambiado». En este contexto, **«es cuestión de poco tiempo que los bancos rompan la insularidad** y empiecen a colaborar para tener acceso a capacidades que ahora no tienen y que no tiene sentido desarrollar porque, sencillamente, no es eficiente. En mi opinión, acelerar el desarrollo de ecosistemas colaborativos ya no es sólo deseable: es una cuestión de supervivencia», explica el experto de Accenture.