

Economía LOS DESAYUNOS DE LA RAZÓN

«Adquirir un producto financiero no genera placer de compra»

Ricardo Palomo
Decano de Ciencias Económicas de la Universidad San Pablo CEU



«La labor del asesor no sólo es vender, tenemos que asegurar que está muy bien cualificado»

Josep Soler
Presidente de EFPA Europa



«El banco debería explicar de forma transparente los detalles»

Carlos Trevijano
Responsable de Operaciones y Estrategia Financiera de KPMG



«Las RRSS van a ayudar mucho a divulgar la cultura financiera entre los ciudadanos»

Cristian Raset
Director de Gestión y Plataformas de Banco Sabadell



«La banca es fundamental para la economía, pero no la entiende nadie»

Rafael Martins de Lima
Profesor del CIFF



«La tecnología ayudará a humanizar la banca»

Representantes del sector bancario abogan por mejorar la formación de los asesores e impulsar la transparencia de las entidades para conectar con sus clientes

Javier G. Fernández

MADRID- Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes, y la banca no ha escapado a este proceso. Después de un duro proceso de reestructuración, que se ha saldado con la transformación de las cajas de ahorro en bancos y el cierre de un buen número de oficinas, e incluso con el rescate de algunas entidades en problemas, el sector se enfrenta ahora a un nuevo reto: la adaptación a la era digital y a las nuevas demandas de sus diferentes clientes.

«El paradigma de relación, basado en canales de proximidad, se va a ir digitalizando. Las tecnologías ayudarán mucho a dar un servicio más personalizado», destacó Cristian Raset, responsable de Gestión y Desarrollo de Plataformas de Banco Sabadell, durante la mesa redonda organizada por el entidad junto al diario LA RAZÓN bajo el título: «Las nuevas relaciones entre los bancos y sus clientes». Junto a Raset estuvieron representantes de todos los ámbitos del sector financiero, como Rafael Martins de Lima, profesor del Centro Internacional de Formación Financiera (CIFF); Josep Soler, presidente de EFPA Europa (Asociación Europea de Asesores Financieros); Ricardo Palomo, decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad CEU San Pablo y catedrático de Economía Financiera y Contabilidad, y Carlos Trevijano, responsable de Estrategia y Operaciones del Sector

LAS CIFRAS

50.000

asesores

profesionales hay certificados en el continente

15%

clientes

de banca realiza todas sus operaciones a través del móvil de la web

35%

clientes

de Banco Sabadell realiza habitualmente sus gestiones por la web

90%

operativa

en el Banco Sabadell se realiza de forma telemática

12.000

asesores

financieros están presentes en España, según EFPA

Financiero de KPMG España, desgranaron algunas de las claves que van a marcar el futuro del sector en los próximos años.

Transparencia

Tras siete años de crisis, en los que las actuaciones de algunas entidades han ensombrecido la reputación del sector, los ponentes incidieron en la necesidad de recuperar la credibilidad perdida y hacerlo a través de un mayor ejercicio de transparencia. «Tenemos un sector en el que ha habido unos problemas reputacionales muy importantes que se han de arreglar. Es imposible que clientes y entidades mantengan esta distancia», aseguró Soler, para quien la solución pasa por una mayor formación de los asesores. No en vano, es el presidente de EFPA, organismo que aglutina a 50.000 asesores financieros certificados en Europa, de los que 12.000 están en España. «Es necesario que la relación con el cliente sea más estrecha y para ello ha de crecer el profesionalismo de la oferta. Esto pasa por una mayor formación y una sujeción a códigos de conducta profesional».

El resto de ponentes coincidieron en señalar la distancia que se ha formado entre la banca y la sociedad como uno de los motivos principales del desconocimiento que rodea al sector y que impide comprender su funcionamiento. «La banca es fundamental para la economía, pero nadie la entiende. La gente no comprende que la actividad de los bancos es comprar y vender dinero», indicó Rafael Martins de Lima, quien añadió que «hay que avan-

zar en transparencia para que el cliente pueda comparar». Conviene no olvidar, como señaló el responsable de Estrategia y Operaciones del Sector Financiero de KPMG, que en España existe un importante déficit de formación en finanzas. «Pese a que cada día son más conscientes de la realidad, todavía existe una falta de conocimiento financiero importante entre la población».

Asesores

Este analfabetismo financiero unido, en ocasiones, a un escaso interés por su economía, ha llevado a muchos ciudadanos a delegar sus decisiones y confiar en el consejo de los asesores, una decisión que ha dotado a este colectivo de una enorme trascen-

CUALIFICACIÓN

«Aunque creamos que tomamos decisiones financieras, los asesores influyen mucho»

RESPONSABILIDAD

«La tecnología ayuda, pero detrás debe haber una persona física cualificada»

dencia social. Un ejemplo, según relataron los ponentes, son los directores de entidades bancarias que, en un ejercicio de ingeniería, recomendaron a familiares y amigos invertir en productos financieros complejos, como las participaciones preferentes, que se encontraban muy lejos de sus necesidades financieras. «Hay que tener presente que cualquier venta o consejo del asesor está incidiendo muchísimo en el futuro financiero de la empresa o del particular», destacó Soler. Un asesoramiento que, en algunos casos, depende de la política de

la entidad. «La presión que tienes para vender tus productos priman, en ocasiones, mucho más que una certificación», subrayó Ricardo Palomo.

A su juicio, las entidades financieras, al igual que el resto de empresas, comercializan con productos que, sin embargo, no generan una sensación de realización en los clientes. «Comprar un producto financiero no genera satisfacción ni placer de compra. Tienes la sensación de que invertir es un dolor», apuntó el decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad CEU San Pablo.

Un punto de vista similar al que ofreció el responsable de Plataformas de Banco Sabadell, una de las entidades pioneras en apostar por la digitalización de sus procesos. Tanto es así que, en la actualidad, más del 35% de los clientes utilizan de forma recurrente la web y la aplicación móvil para acceder al banco, y más del 50% de la operativa se realiza de forma telemática, según los datos facilitados por la entidad. «El banco no tiene componente lúdico y no genera atractivo. Las nuevas tecnologías van a ayudar a generar una conexión más fluida entre los gestores bancarios y los clientes. Van a ayudar a humanizar la banca», destacó.

Acelerón

En los últimos años, las entidades han emprendido un acelerón tecnológico con la vista puesta en el smartphone y en avanzar hacia un modelo en el que todas las operaciones puedan hacerse a través del móvil. Sin embargo, el que marca el paso es el cliente y todavía las oficinas y la relación personal tienen mucho peso en la operativa financiera. Un estudio reciente publicado por la consultora Deloitte revela que tan sólo un 15% de los clientes realiza todas sus operaciones a través del móvil o el ordenador. Una situación que, a juicio de Carlos Trevijano, «está destinada a cambiar». «Las nuevas generaciones van a tener un modelo mental que no incluirá a las oficinas», subrayó.

Cristina Bejarano



De izquierda a derecha: Ricardo Palomo, decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad San Pablo CEU; Josep Soler, presidente de EFPA Europa; Carlos Trevijano, responsable de Estrategia y Operaciones del Sector Financiero de KPMG; Cristian Raset, responsable de Gestión y Desarrollo de Plataformas de Banc Sabadell, y Rafael Martín de Lima, profesor del Centro Internacional de Formación Financiera (CIFF).

La banca española, según apuntaron algunos de los ponentes, se encuentra, desde el punto de vista tecnológico, entre las más avanzadas de Europa y prueba de ello es el último movimiento llevado a cabo por el BBVA en su esquema directivo. La entidad presidida por Francisco González dio un golpe de mando nombrando al hasta ahora responsable de Banca Digital, Carlos Torres, como nuevo consejero delegado en sustitución de Ángel Cano. Un nuevo organigrama que se aproxima más al que desarrollan las «startups».

Asimismo, las principales entidades bancarias han realizado en los últimos años una apuesta millonaria por renovar y modernizar sus departamentos tecnológicos sabedores de que el futuro del mercado pasa por la innovación y por ofrecer a los clientes el tipo de relación que reclaman. «El cambio en las relaciones entre bancos y clientes viene derivado del hecho de que tanto unos como

otros se encuentran en un proceso intrínseco de cambio», subrayó Trevijano. «Nos horroriza tener que acudir a un banco a firmar algo, por eso las entidades deben apostar por la innovación», destacó Palomo, quien no dudó en situar a la «banca española entre las más avanzadas tecnológicamente de los mercados europeos».

Pese a que todos los miembros de la mesa coincidieron en la

importancia de las nuevas tecnologías en el futuro de las entidades, también se mostraron cautos en lo referente a su implantación. Y es que no creen que, en el corto plazo, los dispositivos portátiles vayan a desplazar a las oficinas como los centros operativos de las entidades. «En los servicios opera-

tivos la tecnología puede jugar por sí sola, pero en aspectos mucho

TECNOLOGÍA
«La banca española es una de las más avanzadas de Europa»

más especializados como el asesoramiento sigue siendo necesaria la intervención de un asesor físico», aseguró Josep Soler. «La tecnología ayuda mucho pero detrás ha de haber una persona que no

cometa errores», añadió.

Un planteamiento a largo plazo en el que, si las entidades quieren acercarse a sus clientes, tendrán que dejar a un lado «las campañas masivas para centrarse en la comunicación individualizada», indicó el docente del Centro Internacional de Formación Financiera, para quien «el big data está llamado a reducir los costes y mejorar la rentabilidad».

CLAVES DEL SECTOR

MÁS TRANSPARENCIA

- Los expertos reunidos por el diario LA RAZÓN reclamaron una mayor transparencia de la banca para acabar con la mala imagen que se ha asociado al sector durante la crisis económica y para atraer a más clientes.

APUESTA POR LO DIGITAL

- En los últimos años, todas las entidades de nuestro país han emprendido un acelerón tecnológico con la vista puesta en que los clientes puedan realizar todas sus operaciones a través de un smartphone o del ordenador.

ASESORES MEJOR FORMADOS

- Josep Soler, presidente de la Asociación Europea de Asesores Financieros (EFPA Europa), abogó por dotar de una mayor formación a los asesores dada la gran influencia que tiene este colectivo entre los clientes de las entidades.

CULTURA FINANCIERA

- Otro de los puntos en los que más incidieron los ponentes fue en la necesidad de mejorar la cultura financiera de los españoles. Situación que ha llevado a que muchos ciudadanos dejen sus finanzas en manos de asesores.

EXPERIENCIA DE COMPRA

- Las entidades financieras tienen más dificultades que el resto para atraer a la gente. Por ello, deben generar la mejor experiencia en sus procesos de venta digitales con el objetivo de captar nuevos clientes para sus negocios.