



Presentación Informe: La digitalización como eje de la transformación bancaria

Madrid, 4 de octubre del 2023



La digitalización como eje de la transformación bancaria

La transformación digital es una realidad y las entidades financieras buscan seguir a la cabeza de los procesos de digitalización

La digitalización es imparable



Tras la pandemia, con la **banca digital** alcanzando una **penetración del 70%**, aumentando 8 p.p en tan solo 2 años

Pagos **16%**

Compras no recurrentes se realizan online



Los nativos digitales: un cambio de preferencias



Valoran la experiencia de **cliente**, utilizan **nuevos métodos de pago** y priorizan la **flexibilidad laboral**

Las Inteligencia Artificial y el Machine Learning como las grandes tecnologías disruptivas



Ambas son el **principal foco de inversión** de los bancos para los próximos años y se **prevé que revolucionen la experiencia de cliente y la productividad interna**

Talento **+60%**

El **RETO**: el 60% de las entidades considera un reto la **captación y retención del talento digital**

La digitalización como eje de la transformación bancaria

La pandemia aceleró la transformación digital tanto de empresas como de consumidores, potenciando los hábitos de consumo digitales

BANCOS



TRANSACCIONES



TRABAJO



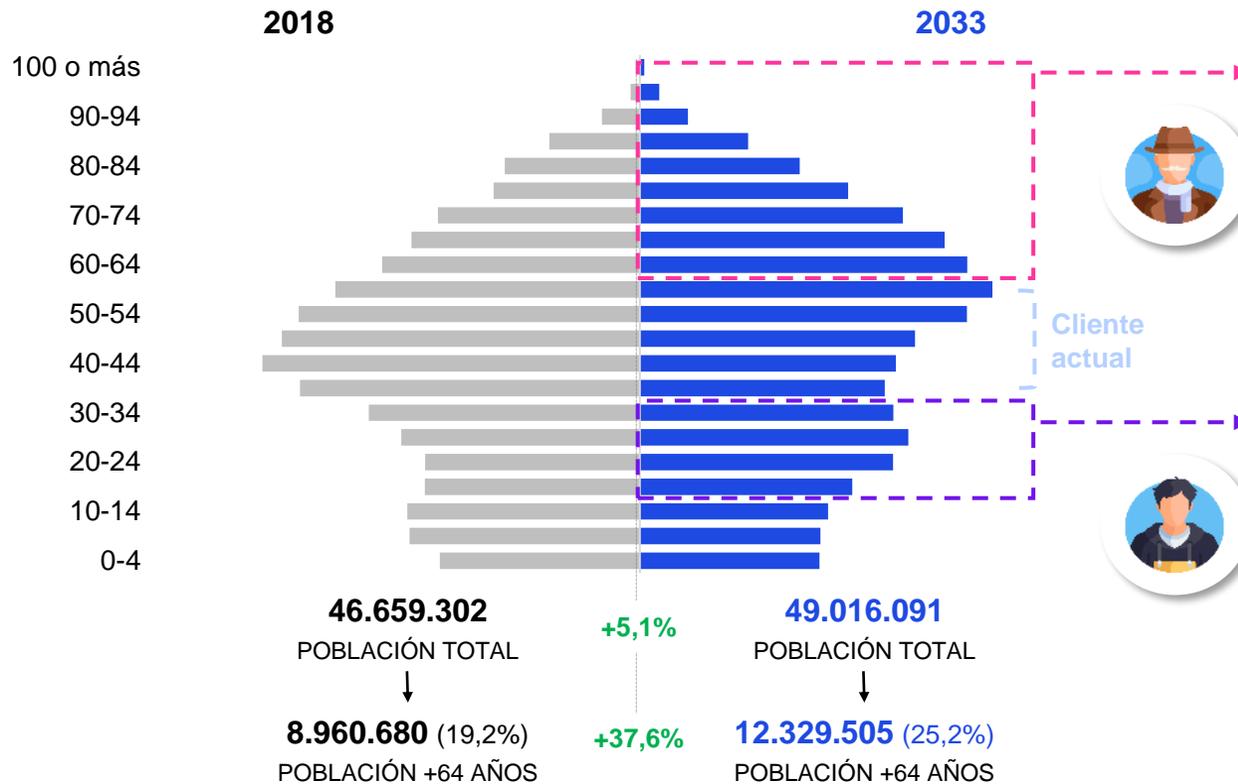
Los nativos digitales tienen características :

- Relación **digital e inmediatez con las entidades financieras**
- **Productos** y cobertura a medida / **personalizados**
- Aumento de la importancia de los canales **online**
- Enfoque en los **pagos digitales y nuevos métodos de pago**
- **Nuevos modelos de trabajo y de relación**

La evolución de las preferencias de los consumidores ha obligado a las entidades a adaptarse a un nuevo perfil de cliente, mucho más digitalizado

La evolución demográfica es un factor clave que impacta en la penetración digital, dando entrada a nuevos tipos de consumidores digitales

Evolución de la demografía en España



Oportunidades derivadas de factores demográficos

Segmentos de baja digitalización: Seniors

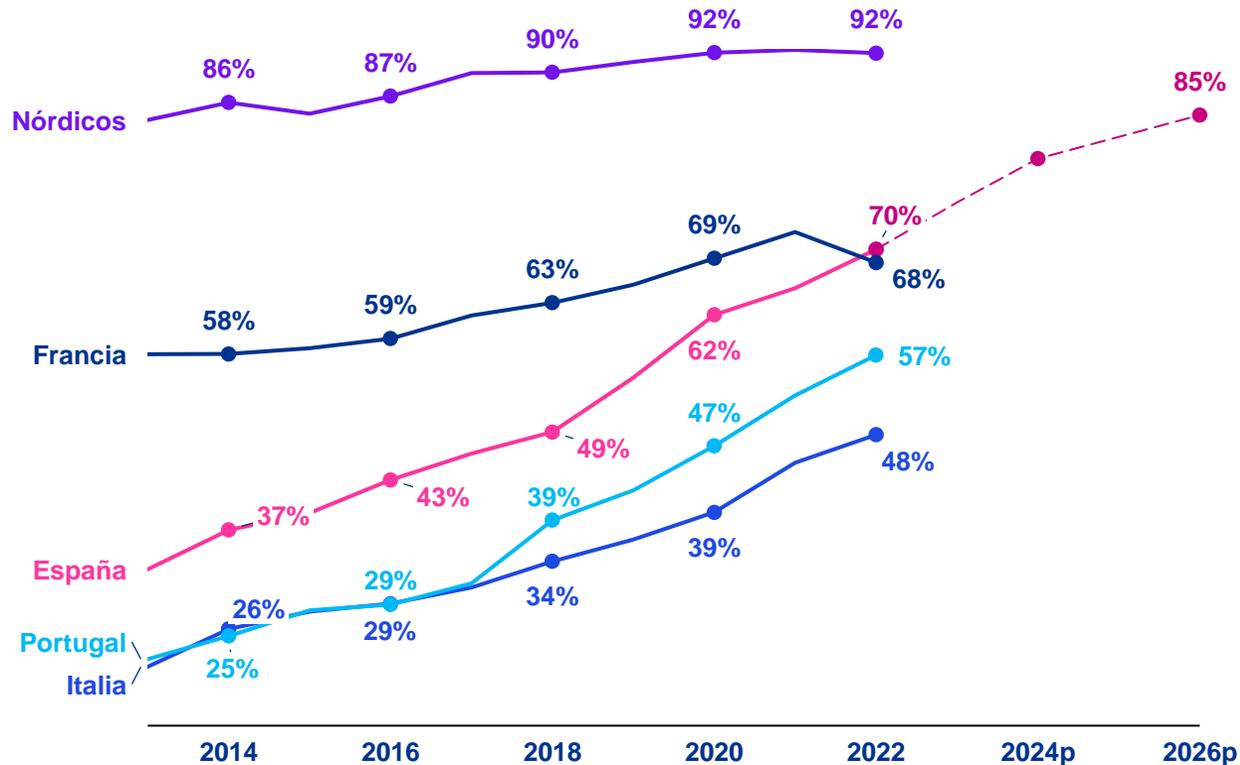
- Envejecimiento paulatino de la población
- Mayor capacidad de gasto
- Digitalización rezagada, prefieren el trato personal. Digitalización tardía y menos profunda

Nuevos hábitos y demandas: segmento joven

- Disminución de la tasa de natalidad y nuevos modelos de unidad familiar
- Segmento con alta preferencia al trato digital
- Cambio en el comportamiento, intereses y prioridades

España se encuentra entre los países europeos con mayor nivel de digitalización bancaria (>70%), creciendo notablemente durante la pandemia (+8 p.p)

Evolución de la penetración digital bancaria en Europa

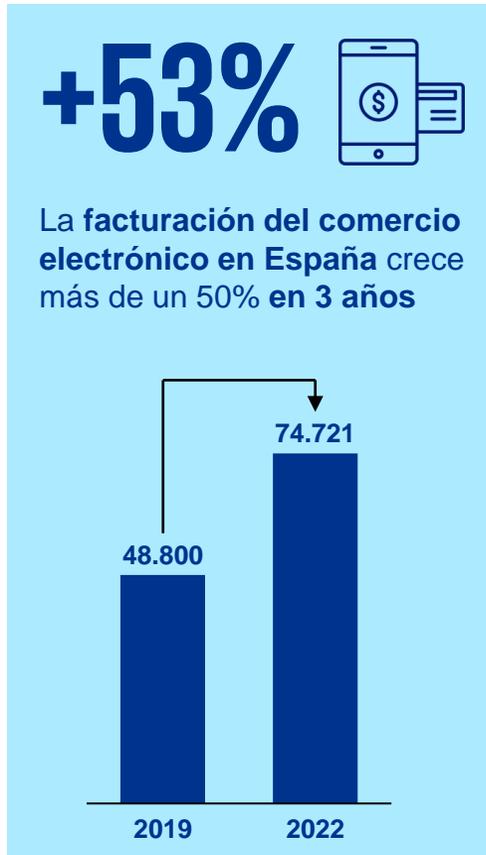


Insights

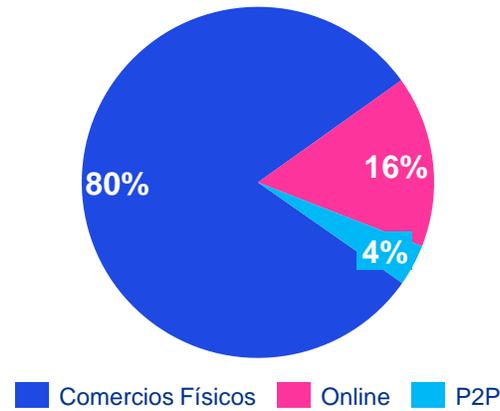
- España se encuentra entre los **países con mayor penetración digital bancaria** de Europa
- Se espera alcanzar una penetración del **85%**, reduciendo el **gap** con los países nórdicos
- El aumento de la penetración **dependerá de la capacidad de digitalizar a los senior**
- La clave pasa por una **digitalización sencilla y adaptada**
- Las tasas de **contratación digital del 50%**. Se espera llegar al **75% en el CP**

La digitalización como eje de la transformación bancaria

En el sector de los pagos, el crecimiento de las tendencias es aún más acelerado



Distribución de compras no recurrentes



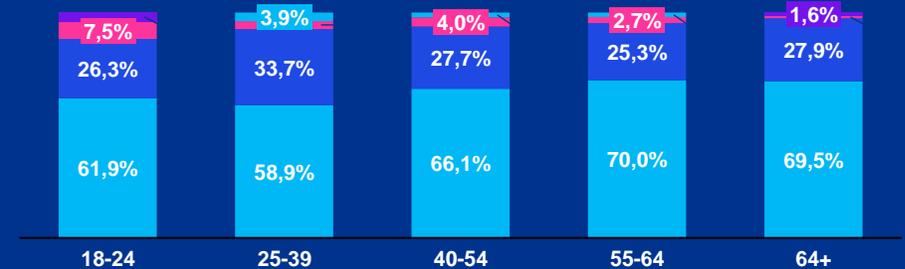
Δ90%
compras online

El porcentaje de **operaciones no recurrentes** que se realizan de forma **online** ha crecido un 90% desde antes de la pandemia, y ahora constituyen **el 16% de todas las operaciones**

Métodos de pago en comercios físicos

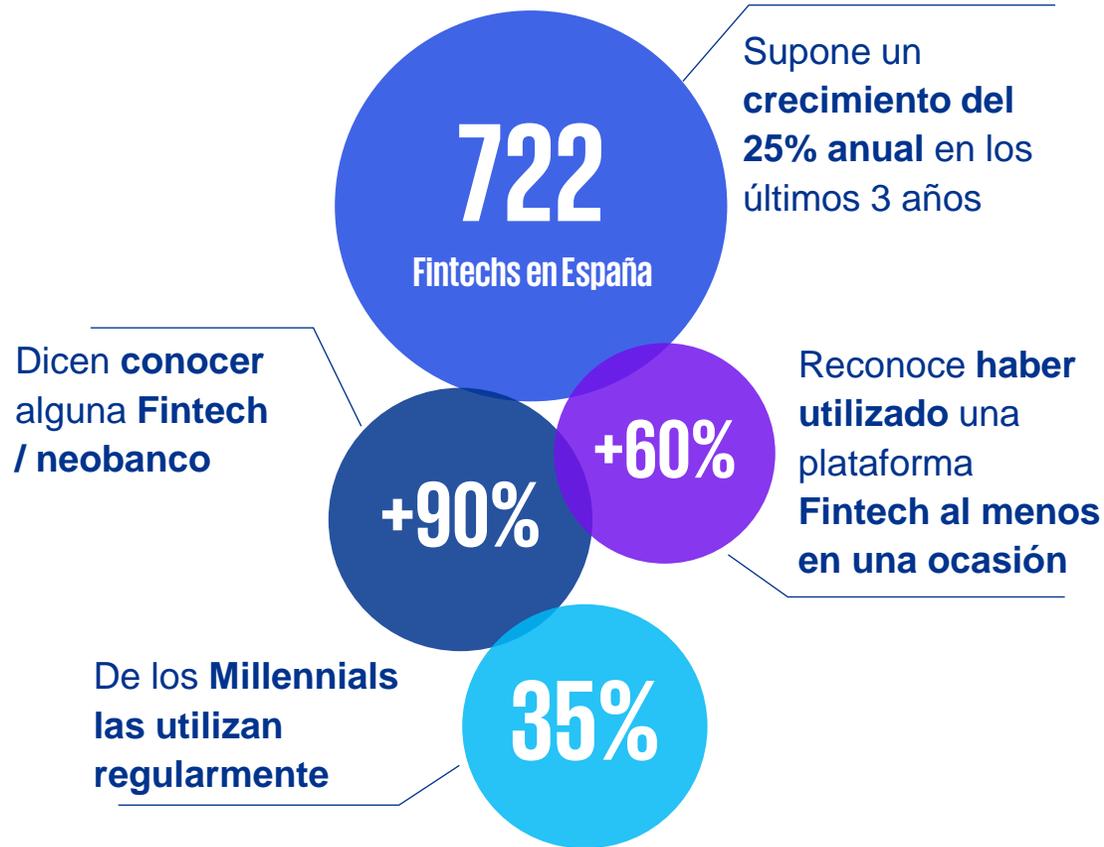


Por rango de edad

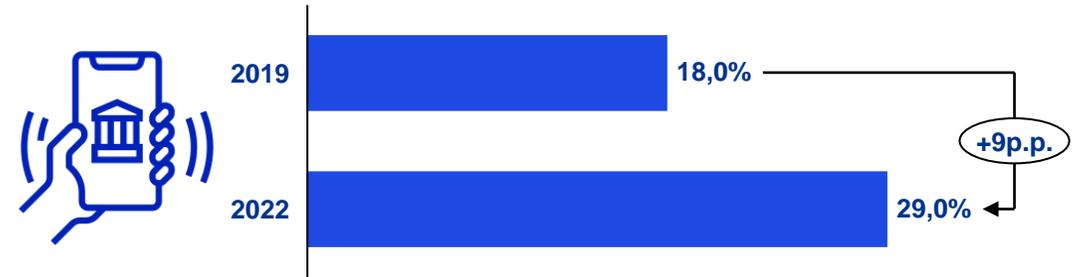


Este escenario ha dado lugar al incremento de entidades 100% digitales –los *neobancos*– que están creciendo a un ritmo muy elevado

Penetración de las Fintech en España



Cuota de mercado de los bancos 100% digitales (% en base a nº clientes)



- La **subida de tipos** ha cambiado la **dinámica de mercado** poniendo a muchas de estas entidades en una **situación compleja**
- Su **capacidad para obtener rentabilidad** marcará su impacto en la industria



En el contexto de una creciente digitalización, la ciberseguridad entra en escena como una de las principales prioridades de los bancos

300%

Más ciberataques van dirigidos al sector financiero en comparación con otros sectores

6 M€

Es el coste medio de cada ciberataque recibido por el sector



Pilares e iniciativas estratégicas de ciberseguridad

La ciberseguridad se ha convertido en un pilar clave de los planes estratégicos de las entidades, con líneas de acción concretas centradas en la formación y concienciación de los empleados



Apalancamiento en la IA y el Machine Learning

Las entidades están desarrollando modelos avanzados de prevención y detección de ciberataques y utilizando estas tecnologías para mejorar sus sistemas de nodos



BlockChain

Se aprovecha esta tecnología para distribuir y encriptar los recursos mediante los distintos nodos, para obstaculizar las posibilidades de ataque y reducir sus posibilidades de éxito



Alianzas estratégicas

Las grandes entidades bancarias están forjando alianzas estratégicas para impulsar la inversión e innovación en proyectos relacionados con la ciberseguridad

88%

De las entidades invertirán en antivirus y programas espía

83%

En detección y recuperación de incidentes

83%

En protección contra ransomware

82%

Iniciativas de back-ups y recuperación de archivos

Los datos son considerados como el “oro digital” por su capacidad transformadora de la experiencia de cliente, y foco claro de inversión



El acceso a los datos, la capacidad de procesamiento y el entendimiento de cómo se relacionan entre si son las bases fundamentales de un verdadero enfoque Customer Centric



Gobierno del Dato

Es el **pilar fundamental** para el correcto **procesamiento** de los datos. Incluye:

- **Asegurar la calidad en todo su ciclo de vida**
- **Definir los owners** de los datos
- Establecer **criterios de almacenamiento y distribución**
- **Mecanismos de tratamiento**



Procesamiento masivo

La **cantidad de datos** es cada vez mayor

Se espera **para 2025** se generar **175 zeta bytes** de información al año, y en **2030 unos 2100 zeta byts**

La capacidad de **procesar estos volúmenes** de información con éxito marcará la **aportación de valor** a los clientes



Transformación

El **factor diferencial de la información** pasa por la **capacidad de transformar los datos** en valor

El **valor de los datos** se traduce en un aumento:

- Entendimiento de las **necesidades del cliente**
- **Personalización**
- **Innovación**
- **Aumento de la oferta** de productos y servicios

La Inteligencia Artificial y el Machine Learning disrumpirán los modelos relacionales de los bancos, tanto de manera externa como interna...

Valor añadido al cliente

- **Identificación temprana** de necesidades
- Creación de **nichos**
- **Personalización** de productos
- **Recopilación de feedback**

Palancas de acción hacia el empleado

- **Eficiencia y simplificación** de procesos
- **Automatización** de decisiones sencillas
- **Digitalización** de documentos
- **Modelos de valoración de riesgo**

3. Aplicación y Onboarding

- Envío de documentación personal para optar a la contratación del producto

1. Descubrimiento

- Manifestación de necesidades
- Recogida de información



2. Selección de banco preferente

- Búsqueda y comparación de productos
- Análisis de oferta y selección



4. Análisis de la solicitud desarrollo y revisión de documentos

- Análisis de los documentos enviados por el cliente para la aprobación o denegación de la solicitud de contratación



5. Decisión y aprobación

- Basada en requisitos necesarios y la documentación aportada



6. Firma

- Formalización de la contratación



7. Acompañamiento post-venta

- Servicio y asistencia al cliente durante su ciclo de vida en la entidad



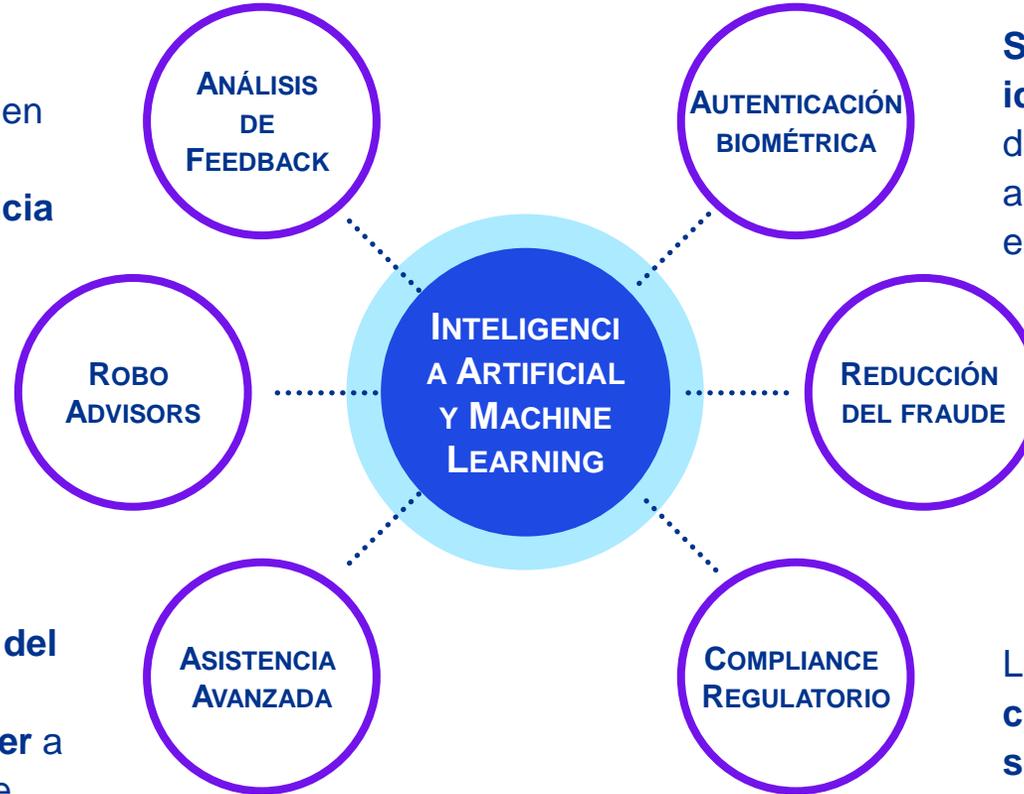
La digitalización como eje de la transformación bancaria

... a través de mejoras significativas en los servicios ofrecidos a los clientes y la simplificación y optimización de los procesos operativos internos

Capacidad de **analizar la retroalimentación** de los clientes, en base a su **tono de voz** o sus **expresiones faciales** o la **frecuencia de sus comentarios**

Asesores financieros automatizados que **analizan y aprenden** sobre el **conocimiento y necesidades** de los cliente

Apoyándose en el **procesamiento del lenguaje natural** y el **análisis de sentimiento** será posible **responder a consultas** altamente **complejas** de manera automatizada



Simplificar y agilizar la identificación y el onboarding de los clientes mediante la autenticación basada en elementos biométricos

Identificar patrones de comportamiento comunes en la realización de **fraudes** y desencadenar **respuestas preventivas automáticas**

La **mejora en la capacidad de computación** permite poner en prácticas **sistemas más avanzados de supervisión y control**

Pese a los innumerables beneficios asociados a la IA, su adopción debe ser cauta, ya que el conocimiento sobre sus plenas capacidades y los potenciales riesgos asociados aun es limitado

Existen además, otras tendencias digitalizadoras en el sector que marcarán los esfuerzos a medio-largo plazo

Nube Híbrida

Se espera que la **adopción** de un modelo de nube híbrida **crezca un 40% hasta 2026**, desde un 20% de utilización actual

Las entidades se ven atraídas por la **reducción de costes, la mayor eficiencia operativa y el incremento de seguridad** .

CBDCs

El **valor diferencial** que aportaría el futuro **euro digital** aún es **objeto de debate** en el sector

De forma generalizada, se prevé que su uso gire en torno a **un nuevo medio de pago minorista**



Tecnología *Low-code*

El desarrollo de **interfaces visuales** con poca o **ninguna necesidad de código** serán cada vez más frecuentes

El objetivo de **agilizar el desarrollo de soluciones sencillas y mejorar la experiencia** de usuario tanto a nivel interno como externo

Metaverso

La rápida adopción de la Inteligencia Artificial y sus beneficios asociados, han **relegado las inversiones en el metaverso** a un segundo plano ante la **falta de materialización de beneficios**

El objetivo es **seguir monitorizando su evolución** de forma prudente

Finalmente, la captación y retención de talento digital se presenta como un aspecto clave para continuar el proceso de digitalización del sector

Principales retos en la gestión del talento en el sector bancario

Percepción del sector

- El sector bancario está **perdiendo atractivo** entre los perfiles más junior
- El porcentaje de **recién graduados que quieren trabajar en el sector** bancario se ha **reducido a la mitad** en la última década, **en detrimento del sector tecnológico**

Cambio en las preferencias

- La pandemia ha supuesto un **cambio importante en las prioridades** de los trabajadores
- Ahora, los candidatos dan una importancia mayor a la **flexibilidad horaria y al teletrabajo**
- Los trabajadores buscan **proyectos desafiantes** que les motiven y sentirse parte de un **proyecto común**

Escasez de candidatos idóneos

- Existe un **sobredemanda de perfiles STEM** en el mercado laboral español
- **El 80% de las empresas declara dificultades** en encontrar candidatos idóneos para las vacantes
- Se prevé que la competitividad por los candidatos se mantenga **en el medio plazo**



Carlos Cuatrecasas

Socio - FS Consulting Strategy

ccuatrecasas@kpmg.es

+34 618 942 405

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2023 KPMG Asesores S.L., a limited liability Spanish company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

