

Prensa Capgemini
Paqui López /Ángeles García Molero
Tel: +34 916577000
Sofía García/Ramón Corpas
Tel: + 34 915312388

El World FinTech Report 2018 de Capgemini señala la importancia de la colaboración simbiótica para el éxito futuro de los servicios financieros

La mayor competencia y la demanda de comodidad y personalización por parte del cliente están transformando los servicios financieros y creando nuevas oportunidades de colaboración entre fintech y empresas financieras tradicionales

Para más del 70% de las fintechs, la principal preocupación al colaborar con entidades tradicionales es su falta de agilidad, mientras que para trabajar con las startups tecnológicas lo son el potencial impacto negativo en la confianza del cliente, la marca y el cambio de cultura interna.

Madrid, 28 de febrero de 2018 – Según el informe mundial de FinTech ([World FinTech Report 2018](#)) elaborado por [Capgemini](#) y [LinkedIn](#) en colaboración con [Efma](#), el auge de las fintech¹ continúa revitalizando la experiencia del cliente en el ámbito de los servicios financieros, sin embargo, muchas de ellas han comprobado que están solas en su batalla para lograr el éxito. Por ello, y debido a las fortalezas complementarias que aportan, las fintech están cada vez más interesadas en establecer una colaboración simbiótica con las empresas tradicionales de servicios financieros a las que, en su día, pretendían desbancar.

El informe examina cómo las fintech están transformando la experiencia de usuario en los servicios financieros, con una mayor centricidad en el cliente y el uso de las nuevas tecnologías, así como estudia el potencial de las relaciones simbióticas entre estas y las entidades financieras tradicionales y el papel creciente de las bigtech² en este sector.

Las fintech impulsan la revitalización de la experiencia del cliente

A través de sus innovaciones tecnológicas, este tipo de empresas están enriqueciendo la experiencia de los clientes respecto a los servicios financieros. La elevada competencia y las exigencias cada vez mayores del consumidor están generando una demanda cada vez más acusada de simplicidad y personalización. Las fintech utilizan los datos de los clientes para ofrecer soluciones personalizadas y, a la vez, servicios digitales rápidos y disponibles 24/7 a través cualquier tipo de dispositivo.

No obstante, según los resultados recogidos en el *World FinTech Report 2018*, los clientes de servicios financieros confían más en las marcas tradicionales que en las fintech. Así lo explica, Penry Price, vicepresidente de Soluciones Globales de Marketing de LinkedIn: *"Las fintech están encontrando el éxito gracias a una filosofía de centricidad en el cliente que corrige las carencias de las entidades tradicionales. Estas deficiencias abrieron las puertas a las fintech, pero la confianza en las entidades tradicionales sigue siendo importante para los clientes"*.

¹ FinTech es el término con el que se conoce a las empresas de servicios financieros de base netamente tecnológica, de creación relativamente reciente o con un tamaño relativamente pequeño y con volumen de clientes en aumento.

² BigTech es el término general con el que se designa a grandes empresas tecnológicas que procesan grandes volúmenes de datos y que no han estado naturalmente presentes en el mercado de servicios financieros, como Google, Amazon, Alibaba, Apple y Facebook.

La oportunidad de colaboración es positiva para todos.

Libres del peso de los sistemas y culturas corporativas más tradicionales, las FinTech han aprovechado las nuevas tecnologías para responder con rapidez a las demandas de los clientes. Según el informe, un 90% de las fintech señala que proporcionar agilidad frente a sistemas tradicionales (*legacy*) y mejorar la experiencia del cliente son sus ventajas competitivas fundamentales; y un 76% señala su capacidad de desarrollar nuevos productos y servicios y su aplicación de la innovación a los productos y servicios existentes. Su reto ahora es seguir creciendo y crear modelos de negocio económicamente viables. A pesar de que las fintech han conseguido captar cerca de 110.000 millones de dólares en financiación desde 2009, el informe se detiene en que muchas podrían acabar fracasando si no crean un ecosistema eficaz de colaboración ya que se enfrentan a retos como la expansión a otros mercados, conseguir la fidelidad del cliente y contener los costes operativos de escala.

Al mismo tiempo, las entidades financieras tradicionales están adoptando muchas de las mejoras propiciadas por las fintech en los servicios al cliente, sin descuidar sus fortalezas características como, entre otras, la gestión de riesgos, las infraestructuras, la experiencia en el ámbito regulatorio, la confianza del cliente y el acceso a capital. Ciertamente, fintech y entidades tradicionales ganarán al unísono con una relación colaborativa y simbiótica.

"Más del 75% de las fintech considera que su principal objetivo de negocio es colaborar con entidades tradicionales. Por esto, es fundamental que tanto unas como otras transformen sus modelos de negocio a través de la colaboración para impulsar la innovación, manteniendo a la vez la confianza del cliente", explica Anirban Bose, responsable de la unidad de Servicios Financieros de Capgemini a nivel mundial y miembro del Comité Ejecutivo. "Sin un socio colaborador ágil y comprometido, las entidades tradicionales y las fintech se exponen al fracaso".

Identificar al socio adecuado es clave para el éxito de una alianza

En esta edición anual, el informe de Capgemini pone de relieve que la colaboración será esencial para promover el éxito a largo plazo tanto para fintech como para las empresas financieras tradicionales. Y el éxito en una alianza depende de encontrar al mejor socio y el mejor modelo de colaboración. Para crear alianzas sólidas, las empresas deberán superar las barreras que frenan la colaboración.

Según el *World FinTech Report 2018*, más del 70% de las fintech señala que la principal preocupación que les plantea la colaboración con entidades financieras tradicionales es su falta de agilidad, mientras que, para las empresas tradicionales, lo son el potencial impacto negativo en la confianza del cliente, la marca y el cambio de cultura interna.

"Para conseguir una colaboración satisfactoria, ambas partes deberán mantener una mentalidad abierta y emplear esfuerzos específicamente destinados a la colaboración. Las entidades financieras deben respetar la cultura de las fintech y evitar la pérdida de su agilidad, que es uno de los activos más importantes que aportan a los proyectos. El siguiente reto será seleccionar la fintech más adecuada con la que establecer esa colaboración", comenta Vincent Bastid, secretario general de Efma.

Acelerar la colaboración y prepararse para el futuro

El futuro de los servicios financieros está en manos de las fintech y de las entidades tradicionales, que pueden complementar sus respectivas fortalezas para satisfacer las expectativas de los clientes y redefinir su experiencia. Para apoyar al sector a acelerar su proceso de colaboración e impulsar las relaciones simbióticas, Capgemini ha creado un modelo de Certificación de Progresión (ScaleUp). Esta certificación crea un modelo de colaboración y de verificación mutua que promueve la alianza entre entidades tradicionales y fintech. Pese a que la gran incertidumbre es la relativa a las disrupciones que puedan llegar de las bigtech,

lo que está claro es que es ahora cuando fintech y entidades tradicionales deben encontrar al socio colaborador más adecuado y redefinir su modelo de progresión.

Acerca del World FinTech Report 2018

Capgemini y LinkedIn, en colaboración con Efma, ha realizado el *World FinTech Report 2018* partiendo de una encuesta mundial entre empresas de servicios financieros tradicionales y fintech de banca y servicios de crédito, pagos y transferencias, gestión de inversiones y seguros. Las preguntas recogieron las opiniones acerca de diferentes aspectos relacionados con la experiencia del cliente y los principales factores a tener en cuenta para la mejorarla de forma acertada. El estudio arroja luz sobre la relación entre las entidades consolidadas y las de reciente creación, con especial atención a la perspectiva de las segundas, e incluye un análisis que puede ayudar a ambos grupos de entidades a alcanzar el éxito.

Para más información sobre el informe: www.fintechworldreport.com.

Acerca de Capgemini

Un líder global en servicios de consultoría, servicios de tecnología y transformación digital, 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 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. Capgemini es una compañía multicultural de 200.000 profesionales, presente en más de 40 países y, en 2017, registró unos ingresos mundiales de 12.800 millones de euros.

Más información en <https://www.capgemini.com/es-es/> *People matter, results count*

La unidad de Servicios Financieros de Capgemini ofrece a las entidades bancarias, empresas del mercado de capitales y aseguradoras soluciones de transformación de negocio y TI para responder de una manera ágil a las disrupciones del mercado y aportar a sus clientes un valor diferencial. Un equipo de más de 55.000 profesionales trabaja de forma colaborativa en diferentes países, dominios y tecnologías, desde la infraestructura hasta las aplicaciones para ofrecer las mejores soluciones a medida de sus más de 1.000 clientes, que representan dos tercios de las mayores instituciones financieras del mundo. La estrecha relación con sus clientes se asienta en una reconocida experiencia de primer nivel, el liderazgo en análisis del mercado y en más de 25 años de excelencia en servicio.

Para más información: <https://www.capgemini.com/es-es/industry/banking-and-capital-markets/>

Acerca de Efma

Efma es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1971 por bancos y aseguradoras que facilita las relaciones entre los máximos responsables de las entidades. Proporciona información de calidad para ayudar a bancos y aseguradoras a tomar las decisiones apropiadas para promover la innovación y conducir su transformación. La organización está formada por más de 3.300 marcas de 130 países, tiene su sede en París y oficinas en Londres, Bruselas, Barcelona, Estocolmo, Bratislava, Dubái, Bombay y Singapur.

Para más información: www.efma.com.