

Según el informe World FinTech Report 2017

La mitad de los clientes de banca de todo el mundo recurre ya a empresas FinTechs

Innovación y colaboración, componentes clave para que empresas tradicionales y FinTechs puedan satisfacer las demandas cada vez más exigentes de los clientes

Madrid, noviembre de 2016 – La mitad de los clientes de banca de todo el mundo utiliza actualmente los productos o servicios de al menos una empresa de tecnología financiera (FinTech)¹, de acuerdo con las conclusiones del primer informe World FinTech Report (WFTR) elaborado por [Capgemini](#) y LinkedIn, en colaboración con Efma. Este informe inaugural cuantifica y hace un seguimiento de la respuesta de los clientes al auge de las FinTechs, incluye las opiniones de ejecutivos del sector de servicios financieros, tanto de FinTechs como de entidades financieras tradicionales² y destaca la importancia de la innovación en el nuevo paisaje del sector.

En particular, el WFTR revela que las FinTechs están ganando cada vez mayor aceptación entre los clientes más jóvenes, con cierto grado de conocimientos tecnológicos y buen poder adquisitivo. Encabezan la opción tecnológica los mercados emergentes, en los que un 75% de los clientes de China e India afirman utilizar los servicios que prestan las FinTechs, seguidos por los Emiratos Árabes Unidos y Hong Kong.

Asimismo, las FinTechs han sido las que más han destinado a gestión de inversiones y han conseguido que el 17,4% de los clientes confíen en ellas de forma exclusiva, mientras que el 27,4% utilicen sus servicios junto a los de las empresas tradicionales. Son numerosas las FinTechs especializadas en servicios de segmentos específicos y, según ha observado también el WFTR, muchos clientes de empresas de tecnología financiera (46,2%) están utilizando servicios de más de tres FinTechs.

Asimismo, destaca también la inversión en startups tecnológicas por parte del sector seguros, que se ha multiplicado por siete desde 2013, llegando a los 2.790 millones de euros a nivel mundial en 2015. A nivel europeo, además, destaca el papel de España y Reino Unido, cuyas startups están captando la mayor financiación de las empresas localizadas en Europa. Así, según la Asociación Española de

¹ Las FinTech son los nuevos proveedores de servicios financieros, con menos de cinco años de vida y una base de clientes relativamente pequeña aunque creciendo.

² Las entidades tradicionales son, en general, empresas de servicios financieros que operan en el sector desde hace al menos cinco años y cuentan con una base de clientes amplia y consolidada.

Insurtech y Fintech, en España se ha multiplicado el número de Insurtech en los últimos meses, y se calcula que actualmente hay 45 firmas en España.

Las FinTechs siguen en ascenso, pero la experiencia y la confianza de los clientes se mantienen en un nivel bajo

A pesar de que las empresas FinTech siguen irrumpiendo con fuerza en los mercados, los niveles generales de confianza de los clientes en estas entidades no terminan de despegar. Solo el 23,6% de los clientes afirma que confía en su empresa FinTech, frente al 36,6% que confía en las entidades tradicionales. Los clientes comentaron que las entidades financieras tradicionales siguen teniendo alguna ventaja con respecto a las FinTechs cuando se trata de protección frente al fraude, calidad del servicio y transparencia.

“La demanda cada vez más exigente de los clientes de una experiencia digital más personalizada y al día, junto a los avances tecnológicos, el mayor acceso al capital riesgo y la reducción de las barreras de entrada en los mercados, han creado un suelo fértil para el crecimiento de las FinTechs”, explica Penry Price, Vicepresidente de Soluciones de Marketing de LinkedIn. “Las FinTechs están ganando rápidamente aceptación al satisfacer las necesidades que las entidades tradicionales no han empezado siquiera a abordar, pero muchas FinTechs carecen de la transparencia necesaria para generar confianza entre los consumidores y aprovechar así estas oportunidades”.

La colaboración con las FinTechs es, para muchos, clave para ofrecer innovación

Las entidades financieras tradicionales siguen teniendo muchos retos por delante y, aún así, menos de la mitad de sus ejecutivos (44%) confía en su estrategia de tecnología financiera. Este dato, no obstante, no resulta sorprendente cuando solo una tercera parte (34,7%) contestó que cuentan con una estrategia de innovación bien estructurada o proactiva y bien integrada en su cultura empresarial. La naturaleza poco inclinada al riesgo de las entidades tradicionales también dificulta la creación de culturas que prioricen la innovación, y el 40,3% de los ejecutivos contestaron que la suya no conduce a la innovación.

“Los ejecutivos de servicios financieros observan a las FinTechs desde una perspectiva totalmente nueva, mostrándose más abiertos a colaborar con ellas, pero también están haciendo importantes avances en el desarrollo de capacidades de tecnología financiera dentro de sus propias entidades”, ha comentado Thierry Delaporte, Director de la Unidad de Negocio Global de Servicios Financieros de Capgemini y miembro del Comité Ejecutivo del Grupo. “Sin embargo, a excepción de un puñado de líderes del sector, la mayoría de las entidades está luchando para conseguir resultados positivos de sus iniciativas de innovación, como demuestra el hecho que de solo el 10% de los ejecutivos afirma que sus esfuerzos han sido muy efectivos en la consecución de los resultados deseados en este sentido”.

Según revela el WFTR, las entidades tradicionales están adoptando cada vez más una amplia variedad de estrategias en respuesta a las FinTechs. Una mayoría de entidades financieras (60%) ven ya a las FinTechs como socios potenciales, pero casi el mismo porcentaje (59,2%) está también desarrollando sus propias capacidades internas. Además de las alianzas y del desarrollo interno, los ejecutivos están

explorando un amplio abanico de modelos, ya sea la inversión en una FinTech (38%), la creación de alianzas con entidades educativas (34,3%) o el establecimiento de mecanismos de aceleración (29,6%), mientras que un porcentaje mucho menor (18,6%) está adquiriendo FinTechs.

Las entidades tradicionales invierten activamente en tecnologías emergentes para mejorar sus operaciones y la experiencia del cliente

Las entidades tradicionales están respondiendo, en gran medida, a este cambio de paradigma dando mayor prioridad a la inversión en tecnologías que facilitan operaciones simplificadas y más eficaces, ofreciendo de ese modo una mejor experiencia a los clientes. Cerca del 90% de los ejecutivos declara que está centrado especialmente en la adopción de técnicas de macrodatos y análisis, seguidas por el Internet de las Cosas (IoT) para un 55,8%, tecnología de cadena de bloques (*blockchain*) (54,7%), automatización robótica de procesos (52,3%) y tecnologías API abiertas (50%). La tecnología *blockchain*, que constituye la columna central de la famosa moneda virtual bitcoin, está penetrando con fuerza en el sector de los servicios financieros, ya que ofrece numerosas aplicaciones, como las transferencias mejoradas de activos digitales, la gestión de identidades y una mejor gestión de soluciones de recompensas y fidelización.

“Tanto las FinTechs como las empresas tradicionales deben aún trabajar mucho para ofrecer una mejor experiencia al cliente”, afirma Vincent Bastid, Secretario General de Efma. “La llegada de las FinTechs ha acelerado la mejora de la experiencia general del cliente en el sector, pero no ha llegado todavía a lo que los clientes perciben que debería ser. Es solo cuestión de tiempo que se unan las grandes empresas tecnológicas y entidades de comercio electrónico y telecomunicaciones para reclamar su parte en este nuevo escenario”.

Para ayudar a las empresas tradicionales a superar su resistencia innata a la innovación y a hacer frente a los cambios actuales y futuros en el mercado, el WFTR ha elaborado una guía de cuatro pasos que será esencial a la vista del número creciente de posibles amenazas que acechan al sector de los servicios financieros. Según este informe, las empresas tradicionales de servicios financieros pueden abrirse a la innovación siguiendo estas recomendaciones: descubrir nuevas tecnologías, desarrollar ideas para nuevos modelos de negocio, contar con ejecutivos que promuevan la innovación y mantener la innovación mejorando la eficiencia y adoptando las mejores prácticas. Con la tendencia en alza a la creación de plataformas financieras especializadas (*platformification*)³ en el sector, será cada vez más imperativo que las entidades se lancen activamente a innovar para que el cambio de época les pille preparadas.

Acerca del informe World FinTech Report

Capgemini y LinkedIn, en colaboración con Efma, presentan el informe **World FinTech Report 2017** (WFTR) promovido por un comité supervisor formado por ejecutivos de alto nivel de las más importantes empresas del sector, tradicionales y no tradicionales y de las principales firmas de expertos. Incluye también las opiniones de clientes sobre su experiencia con empresas tradicionales y con

³ *Platformification* o creación de plataformas financieras especializadas hace referencia a los servicios principales de procesamiento back-end que se ofrecen a algunas empresas (tradicionales, no tradicional o grandes tecnológicas) que serían las responsables de la relación directa con el cliente

FinTechs, en una encuesta en la que han participado 8.000 clientes de 15 países. El informe ha utilizado debates en mesa redonda con ejecutivos, vídeos de Agents of Change y numerosas entrevistas con ejecutivos para examinar el impacto en el sector de las nuevas tendencias disruptivas y las oportunidades de nuevas colaboraciones e innovación.

Para más información visite la página web www.worldfintechreport2017.com.

Acerca de Capgemini

Con más de 180.000 empleados repartidos en más de 40 países, Capgemini es un líder mundial en consultoría, tecnología y outsourcing. En 2015, Capgemini alcanzó unos ingresos de 11.900 millones de euros a nivel mundial. En colaboración con sus clientes, Capgemini crea y proporciona las soluciones tecnológicas, digitales y de negocio que mejor responden a sus necesidades y que les permiten ser innovadores y competitivos. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la [Collaborative Business Experience™](#), basada en su modelo de producción [Rightshore®](#)

La unidad de Servicios Financieros de Capgemini ayuda a los bancos, firmas del mercado de capitales y aseguradoras a hacer frente a las disrupciones del sector con negocios innovadores y soluciones que crean valor tangible. El equipo de 45.000 profesionales de esta unidad de servicios financieros trabaja en diferentes países, dominios y tecnologías para ofrecer las mejores soluciones a la medida de sus clientes. Capgemini Financial Services aporta su reconocido conocimiento del sector financiero, liderando el análisis del mercado y a través de más de 25 años de excelencia en el servicio a sus clientes.

Para más información www.capgemini.com/banking y www.capgemini.com/financialservices

Acerca de LinkedIn

LinkedIn es una red que conecta profesionales de todo el mundo para ayudarles a ser más productivos y tener más éxito y que transforma la manera en que las empresas habitualmente realizan sus operaciones de contratación, comercialización y venta de las empresas. Nuestra visión es crear oportunidad económica para cada miembro de la red global mediante el desarrollo continuo del primer Gráfico Económico del mundo. LinkedIn tiene más de 450 millones de miembros y dispone de oficinas en todo el mundo.

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, Barcelona, Estocolmo, Bratislava, Dubái, Bombay y Singapur.

Visite: www.efma.com