

## **SINTESIS EXTRACTO INFORMES CLAVE SOBRE**

### **“La transformación digital en España: implicaciones y expectativas en los sectores financiero y asegurador”**

El sector financiero y asegurador se están transformando y la palabra “Digital” tiene cada vez más presencia en los Comités de Dirección de las principales compañías. Del discurso se ha pasado a los cambios organizativos y la ejecución, síntoma que la transformación digital ya está en marcha y no hay vuelta atrás. Son variados y numerosos los retos a los que deben enfrentarse las compañías para convertirse en una verdadera “Empresa Digital”, quizás destacar dentro de la numerosa literatura elaborada por los principales expertos al respecto 3 grandes retos:

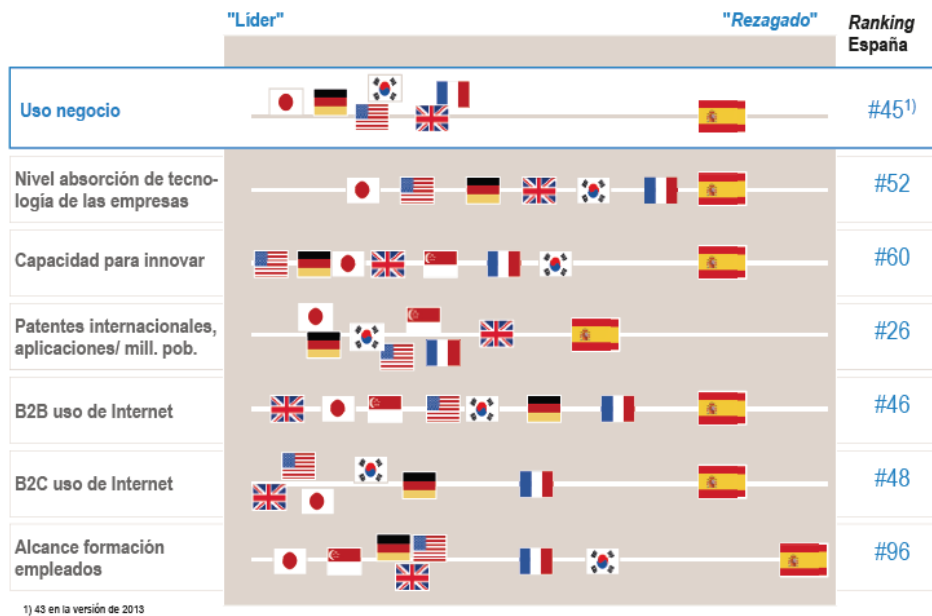
- Crear una cultura digital dentro de la empresa, viendo la tecnología como una ventaja competitiva y promoviendo la “Transformación digital” de la cadena de valor.
- Búsqueda de nuevos canales de venta digitales, nuevos productos, aumentos de productividad, etc.
- Mejorar la experiencia de un cliente cada vez más digital convirtiendo los clientes en “fans”.

#### **Sociedad ...**

Si analizamos el estado de la transformación digital en España se puede observar:

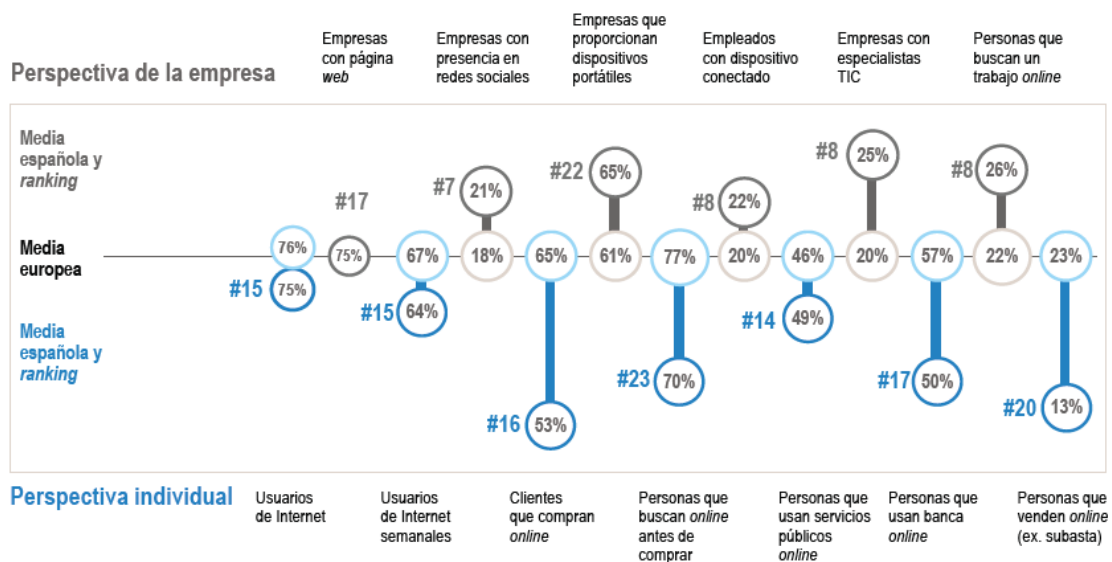
- Que el país cuenta con los medios y las infra-estructuras para ser un país avanzado digitalmente. En referencia a la sociedad existe un muy alto uso del móvil (líderes en Europa a nivel de penetración de smartphones) y en volumen/potencial de economía colaborativa. En cuanto a cobertura de cableado de fibra óptica de hogares se está avanzando muy rápidamente (compromiso operadoras de llegar a 18 mios hogares a finales 2.017 y cuenta con el mayor despliegue de Europa de FTTH) y en cuanto a velocidad (que es uno de los principales indicadores de nivel de desarrollo de un país) se ha pasado en pocos años de la posición 30 en el mundo a la 23, y en breve se espera llegar al TOP 10. En cuanto a la integración de tecnologías en la empresa también se está avanzado rápidamente (por ejemplo, en el uso de identificación por radiofrecuencia o RFID y la nube por parte de las pymes).
- Sin embargo, en cuanto al grado de digitalización efectiva de la empresa española, no sólo ocupa un lugar más que “discreto” a nivel internacional (puesto 45) sino que respecto a 2013 ha retrocedido dos puestos (desde el puesto 43) y está prácticamente fuera de los 100 primeros en términos de formación a empleados. A nivel europeo sitúa por encima de la media europea, aunque lejos de la cabeza (según el tipo de indicador e informe la posición que más se repite es 8º).
- Y a nivel de los ciudadanos es donde los resultados están más por debajo de la media (utilización de Internet, compras online, utilización de banca online entre otros) e incluso cerca de cerrar la clasificación en otras categorías (búsquedas online antes de compra, como ejemplo de adaptación practica en la vida corriente).

### Clasificación de España y países benchmark en "Business Usage Index"



Fuente: Informe Global de Tecnologías de la Información (2015) del Fondo Monetario Internacional; Roland Berger

### Agenda Digital para Europa - Desviaciones de España sobre la media europea en áreas digitales



Fuente: Comisión Europea; Roland Berger

## Una nueva competencia ...

La reciente crisis vivida ha facilitado que las grandes compañías tecnológicas de Internet y las nuevas Startups (en el ámbito de las Fintech – financieras e Insurtech – aseguradoras ...) puedan convertirse en competidores directos de las empresas tradicionales creando nuevas reglas de juego en diferentes líneas de negocio donde las condiciones regulatorias se lo permitan. Como reacción, en muchos países (también en el nuestro), muchas entidades y sociedades de seguros están optando por buscar alianza con las mismas.

A diferencia de la Burbuja Puntocom, hoy la tecnología está mucho más madura y por primera vez está otorgando un gran poder a los clientes para la toma de decisiones. Hoy nadie podría imaginar vivir sin WhatsApp o salir de viaje sin consultar la opinión de miles de viajeros en TripAdvisor sobre el alojamiento. La Economía Colaborativa está democratizando todo lo que encuentra a su paso. Conceptos como el cloud computing, big data, aplicaciones móviles, criptomonedas, evolución de las comunicaciones, ciberseguridad son realidades hoy en día. En ese contexto, no hay que perder de vista cómo evolucionan los aspectos regulatorios sobre privacidad, la protección de la información o el “derecho al olvido”.

¿A qué competidores se enfrenta el sector financiero y asegurador? A cada día más, pero podemos dividirlos en dos grandes grupos:

- Grandes compañías tecnológicas ya establecidas en el sector online que explotan masivamente información: Apple, Google, Facebook, Paypal, Amazon, Samsung... Organizaciones ágiles, en constante innovación y capaces de generar más fans que clientes.
- Empresas recién creadas, startups, que desarrollan nuevos modelos de negocio digital centrados en el sector financiero (fintech) o asegurador (insurtech) que compiten o colaboran con la empresa tradicional en líneas de negocio especializadas.

En relación al sector financiero están apareciendo nuevos modelos de negocio: préstamos P2P (crowdlending), pagos P2P (Payments), cambios de divisa (FX P2P), agregadores (Aggregators), plataformas de gestión de patrimonio (Online-Investment Adviser) y la tecnología distribuida “Blockchain” de bitcoin (Bitcoin Distributed Technology).

En España, el sector bancario, a través de inversiones en start-ups o colaboración con incubadoras u otras fórmulas, está dedicando ingentes recursos a la transformación digital tanto de procesos internos como de productos y soluciones para los clientes (caso Bizum<sup>1</sup>).

En relación al sector asegurador, se requiere que las organizaciones cambien de un enfoque centrado en el riesgo a un enfoque centrado en el cliente, en aspectos como la omnicanalidad o el cálculo de cuotas (uso de IoT para pólizas temporales o BigData para analizar tendencias del mercado). El cliente está más informado y es más exigente con el acceso a la información y las herramientas que se ponen a su disposición.

El cambio de paradigma desde la propiedad de elementos al uso de los mismos que se está viviendo en sectores como el turismo se extenderá también a nuevos sectores y las aseguradoras deben anticiparse a los cambios de estilo de vida que la generación “millennial” está impulsando.

Los siguientes gráficos muestran claramente el incremento de la financiación en empresas fintech e insurtech a nivel mundial.

---

<sup>1</sup> Plataforma de pagos a través del móvil que opera (de momento con funcionalidad limitada) con las principales entidades financieras del país. Más información en [www.bizum.es](http://www.bizum.es).

A nivel global los incrementos son sostenidos tanto en empresas FinTech como InsurTech

Figure 1: DeNovo FinTech companies\* - Total Funding

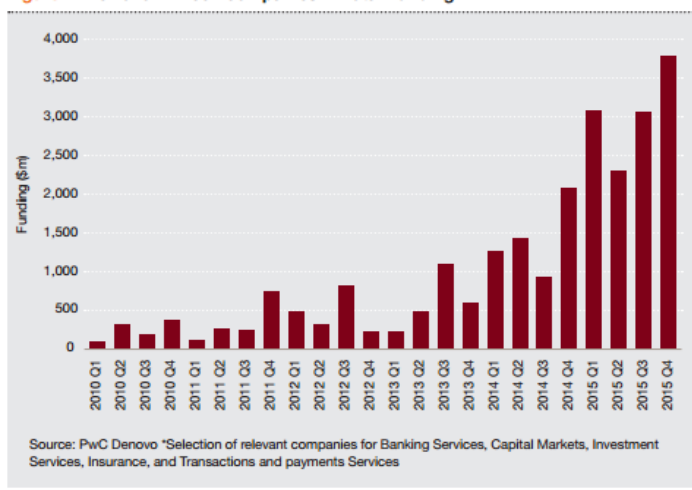
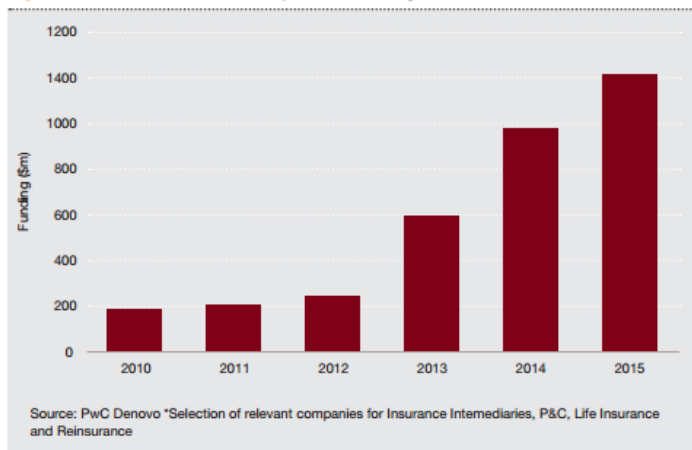


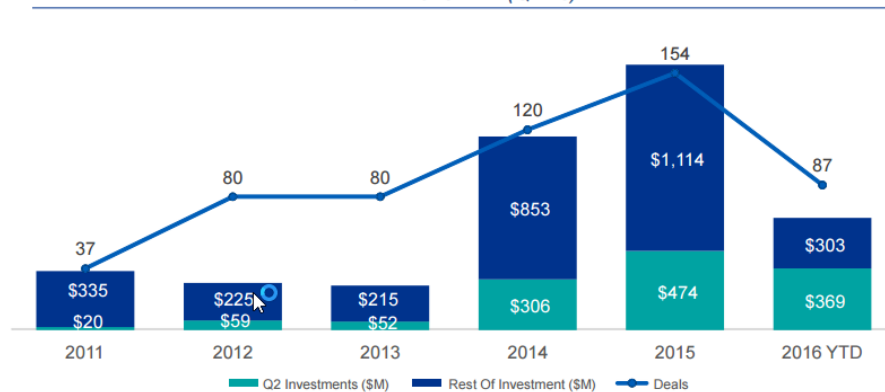
Figure 2: DeNovo InsurTech Companies\* Funding

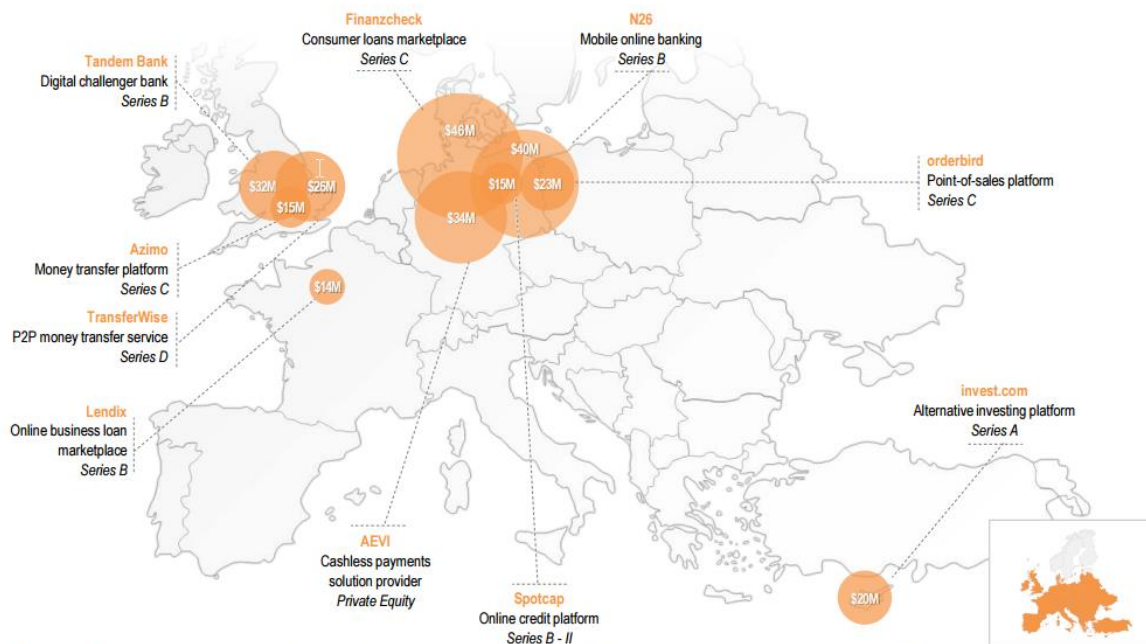


En Europa la inversión está concentrada en Reino Unido y Alemania, sin inversiones relevantes de capital riesgo en España en lo que llevamos de año (datos Q2).

### European Annual Financing Trends to VC-Backed Fintech Companies

2011 – 2016 YTD (Q2'16)



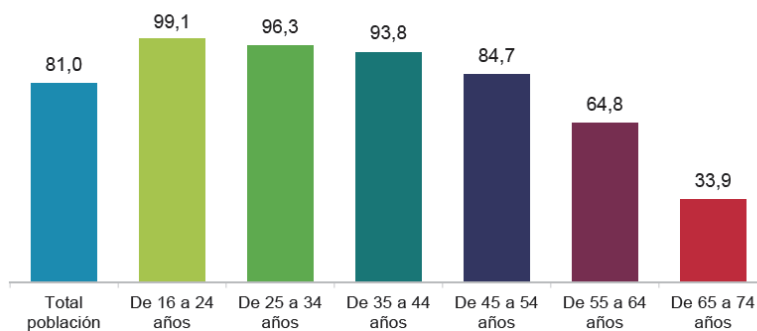


Source: The Pulse of Fintech, Q2 2016, Global Analysis of Fintech Venture Funding, KPMG International and CB Insights (data provided by CB Insights) August 17th, 2016.

## Nuevos hábitos ...

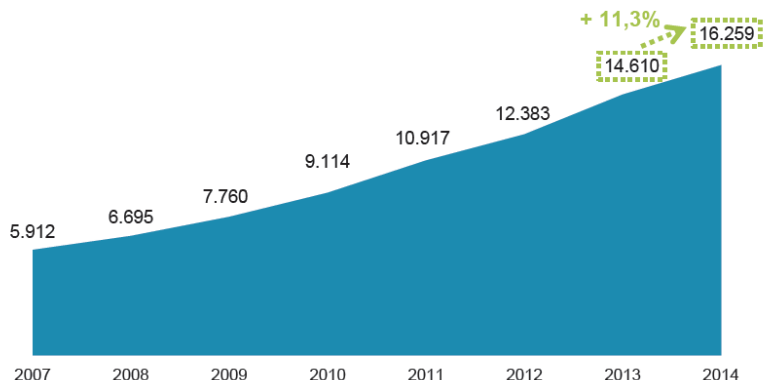
Por otro lado, cabe destacar cambios en la demanda debido a nuevos hábitos de unos consumidores “digitalizados” donde conceptos como la facilidad y velocidad de acceso a internet, la omnicanalidad, el uso de apps y dispositivos móviles, redes sociales..., ganan fuerza cada día. Los siguientes gráficos muestran la evolución de indicadores que confirman este cambio de la demanda.

**FIGURA 70. PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET POR GRUPOS DE EDAD (%)**



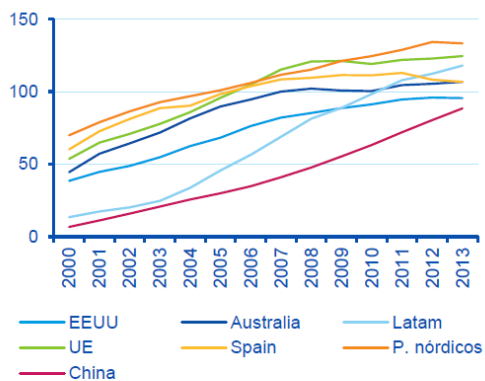
\*\* Datos España

**FIGURA 74. VOLUMEN DE COMERCIO ELECTRÓNICO B2C (MILLONES €)**



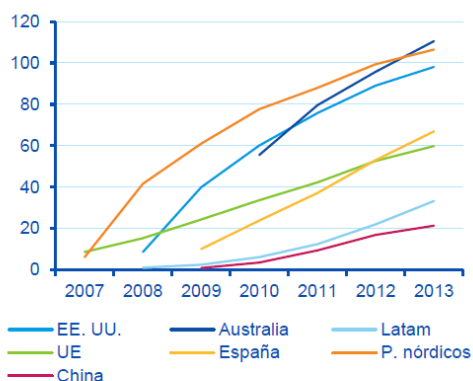
\*\* Datos España

Gráfico 1  
**Suscripciones de telefonía móvil (por cada 100 habitantes)**



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés)

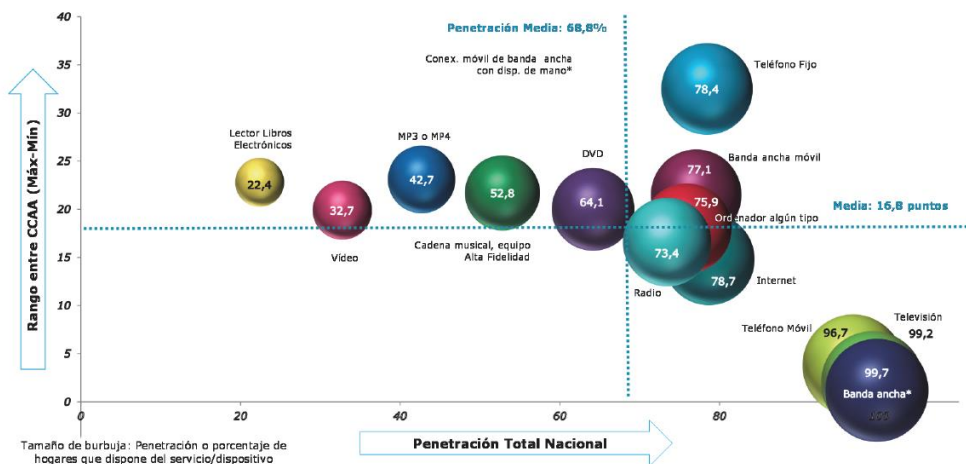
Gráfico 2  
**Suscripciones de banda ancha móvil (por cada 100 habitantes)**



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés)

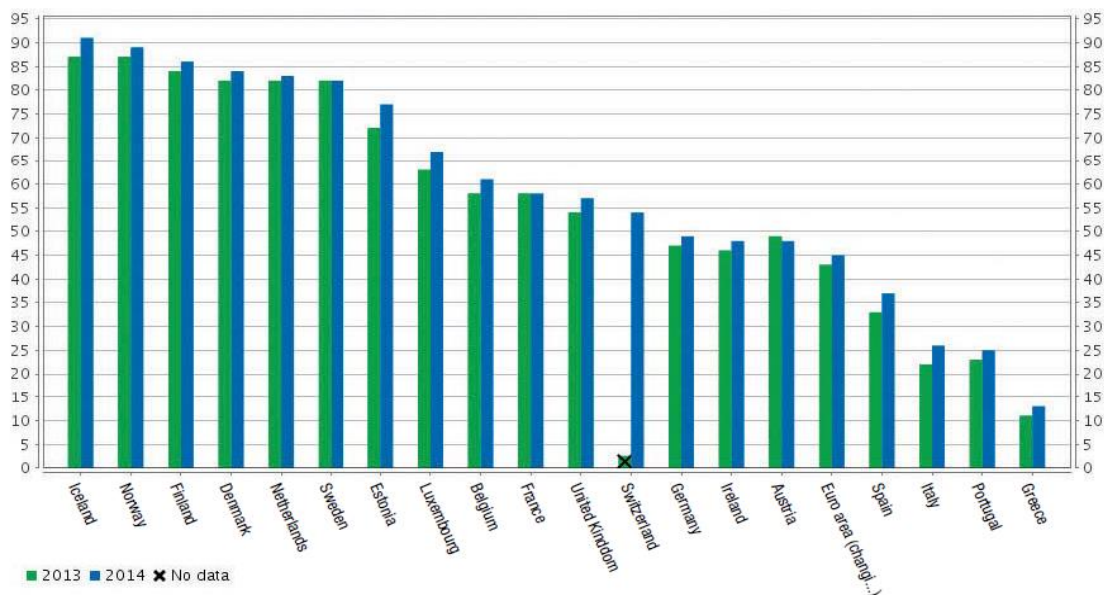
Estos cambios también se reflejan en el uso de internet móvil. Se da la paradoja de que España es el país con mayor penetración del uso de smartphones de la UE y con unas tasas elevadas de uso de internet (77%), pero por el contrario el uso de la banca electrónica es significativamente más bajo que el resto de los países de la UE.

**FIGURA 90. VARIABILIDAD Y PENETRACIÓN DEL EQUIPAMIENTO TIC EN EL HOGAR**



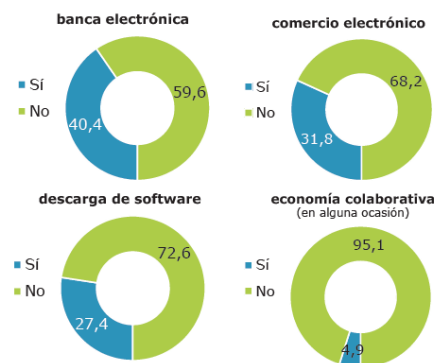
Base: total hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años  
\* Base: hogares con conexión a Internet  
Elaboración propia con datos INE 2015

España se sitúa a nivel de muchos de los países de su entorno más inmediato (excepto Francia), pero a una distancia muy considerable respecto a los países nórdicos.



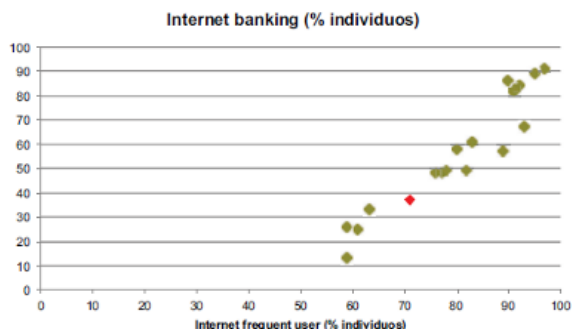
Y con la aparente contradicción entre la elevada penetración de internet móvil y la baja tasa de uso de la banca online.

FIGURA 67. USOS DE ADMINISTRACIÓN/ GESTIÓN PERSONAL A TRAVÉS DE INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES (%)



Existe por tanto un amplio margen de desarrollo, en el que la convergencia de canales (móvil, telemático, presencial) y la visión centrada en el cliente serán las principales herramientas de diferenciación para las empresas de todo tipo orientadas al consumidor final

Base: usuarios de Internet de 15 o más años  
Fuente: Panel hogares. Tercer trimestre 2015



## Conclusiones ...

Los hábitos cambiantes de los consumidores que demandan nuevas formas de consumir servicios financieros y seguros, y el entorno competitivo al que se han incorporado las grandes compañías tecnológicas y las startups (fintech e insurtech ...), obliga a las empresas a afrontar con premura su digitalización para no quedarse atrás en un mercado en plena transformación.

Los expertos en la materia identifican tres fases en el proceso de transformación digital:

- Desarrollo de nuevos canales y productos
- Adaptación de la infraestructura tecnológica
- Cambios profundos en la organización para posicionarse estratégicamente en el entorno digital.

Aquellas empresas que iniciaron antes este proceso y ya se encuentran en un estadio más avanzado, están mejor situadas para satisfacer las nuevas demandas de los clientes y ser competitivas frente a los nuevos ofertantes de servicios digitales.

Actualmente se empiezan a intuir algunas de las herramientas que van a generalizarse en los próximos años en un mundo cada vez más digital: externalización de los procesos que no formen parte del core del negocio (cumplimiento normativo y regulatorio, RegTech...), mejora de la atención al cliente (omnicanalidad, redes sociales, robo-asesores...) y herramientas predictivas (Big Data).

Esta transformación digital, que en cualquier caso va a durar unos cuantos años, no será fácil de poner en práctica y estará repleta de grandes retos y desafíos para todas las empresas, incluso para las más nuevas. ¿Cómo sobrevivir en este nuevo entorno competitivo? Probablemente habrá que deconstruir la cadena de valor y recomponerla de nuevo introduciendo en el ADN de las personas que forman la organización los conocimientos y las competencias necesarias para integrar la cultura de la transformación digital.

El gran desafío lo representa la falta de una hoja de ruta predefinida lo cual hace que este viaje sea aún mucho más emocionante y lleno de oportunidades para aquellos que sepan aprovecharlo.

## Bibliografía ...

- **La transformación digital de la banca española**  
Estudio Banca Digital España 2015 - Departamento de Investigación del IEB
- **La Sociedad en la red. Informe anual 2015**  
Ministerio de Industria, Energía y Turismo – Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la sociedad de la información
- **España 4.0. El reto de la transformación digital de la economía**  
Roland Berger
- **La transformación digital de la banca**  
Observatorio de Economía Digital – BBVA Research
- **Insurtech: A Golden opportunity for insurers to innovate**  
PWC
- **Tendencias y oportunidades en el sector asegurador en un entorno cambiante**  
Everis
- **The pulse of FinTech, Q2 2016**  
KPMG-CB Insights
- **Akamai Estado de Internet (2º Trim.2.015)**