

N26

accenture

ÍNDICE GLOBAL DE BANCA DIGITAL 2021

¿Cómo ven la banca exclusivamente digital
las personas de todo el mundo?



Introducción

03

¿Cómo ha influido la pandemia en la demanda de servicios bancarios sencillos e intuitivos?

Las oportunidades que vienen para la banca digital

06

Más de mil millones de potenciales clientes de banca

Crecimiento internacional

08

Brasil y China, a la cabeza

Una mirada al futuro de la banca digital

14

Llegar a una mayor diversidad de clientes

01

INTRODUCCIÓN

La rápida aparición de nuevos actores digitales.

N26



¿Cómo ha influido la pandemia en la demanda de servicios bancarios sencillos e intuitivos?

El sector financiero ha cambiado drásticamente desde la crisis financiera de 2008. Además de la rápida adopción de herramientas, canales y servicios digitales en el sector, hemos visto la aparición de una nueva familia de bancos y proveedores de servicios exclusivamente digitales. En tiempos de profundos cambios tecnológicos en sectores orientados al consumidor, muchos de estos recién llegados a la actividad bancaria han sido los primeros en hacer uso de la tecnología para resolver problemas estructurales, como complejidades innecesarias y falta de innovación.

En los últimos años, los bancos puramente digitales han ido ganando terreno y ahora tienen millones de usuarios en todo el mundo. El éxito de los nuevos actores— como los bancos con licencia plena Starling, Bunq y N26, así como otros proveedores de servicios de tecnología financiera como Nubank o Chime— **muestra la demanda global de servicios de banca digital, simples e intuitivos.**

Su modelo basado en servicios completamente digitales parece hecho a medida para dar respuesta a los drásticos cambios en las expectativas de los consumidores y a las

dificultades de la banca tradicional para atender a los clientes de forma presencial a raíz de la COVID-19. Al mismo tiempo, algunos bancos tradicionales se han apresurado a digitalizar las experiencias de sus clientes, tratando de reducir la brecha competitiva entre sus organizaciones y sus competidores exclusivamente digitales.

“Y ahora, más allá de la pandemia, ¿cuáles son las perspectivas para los bancos exclusivamente digitales? Para conocer mejor la actitud de los consumidores hacia los servicios digitales y las entidades que los ofrecen, N26, en colaboración con Accenture, ha llevado a cabo un análisis basado en gran parte en los resultados de la edición 2020 del **Global Banking Consumer Study de Accenture**. La conclusión es que existe un grado de receptividad amplio y en aumento hacia la simplicidad, la comodidad y el valor de la banca digital.

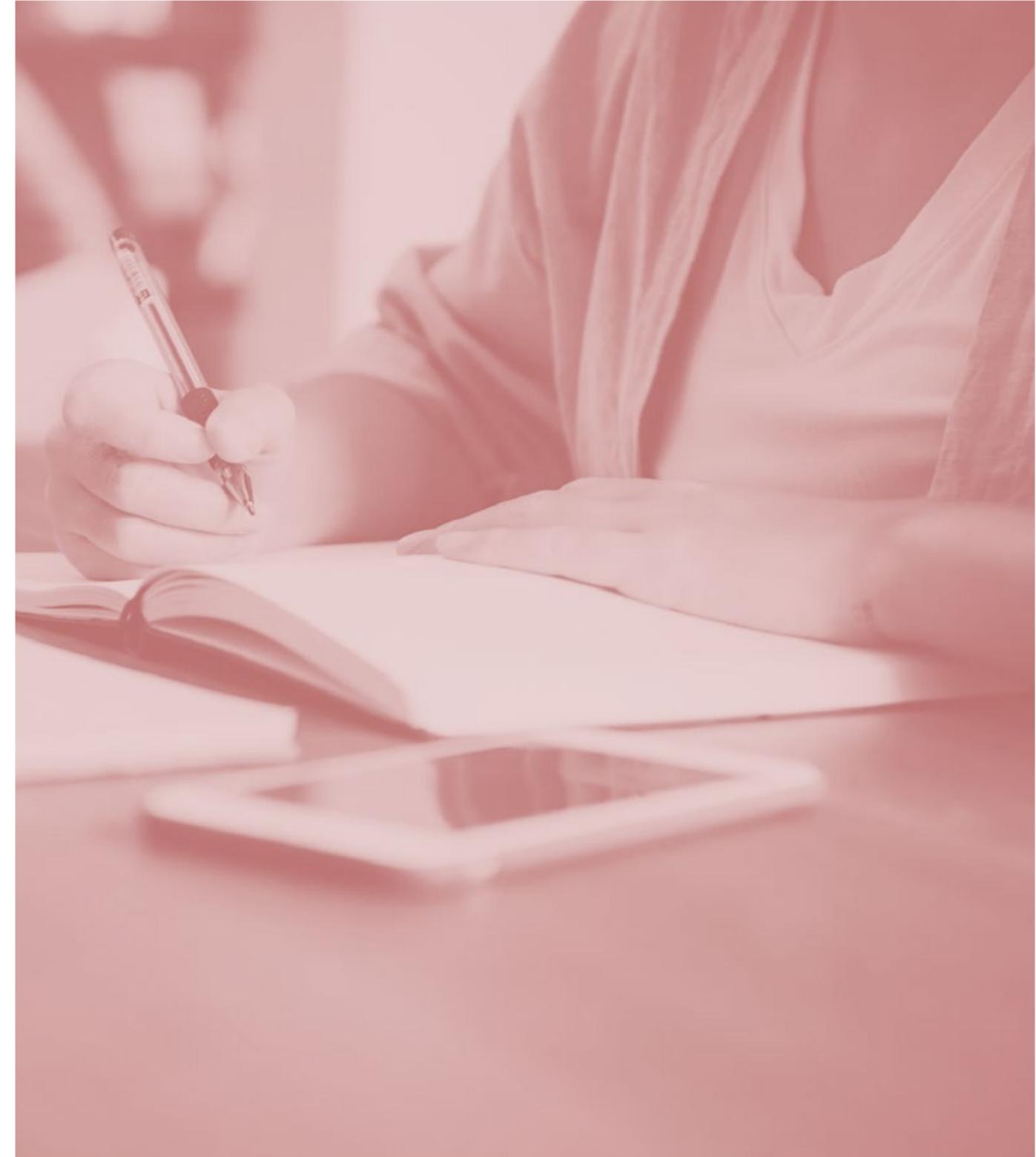
Naturalmente, esta no es una virtud exclusiva de los nuevos actores: los bancos tradicionales han reconocido la necesidad de llevar a cabo un proceso de transformación digital y muchos han realizado fuertes inversiones en adquisiciones, en filiales digitales y en la renovación de sus antiguos modelos operativos. Muchos bancos exclusivamente digitales confían en su agilidad, su carácter inherentemente innovador y su imagen contrapuesta a lo tradicional para dejar de lado a la banca tradicional y conseguir una cuota de mercado rentable. Sin embargo, para lograr una mayor presencia, tendrán que ganarse la confianza de los consumidores y dar a conocer sus ventajas de cara a otros grupos de población, especialmente las mujeres.

ACERCA DEL ESTUDIO

Este análisis está basado en el **2020 Global Banking Consumer Study** de Accenture, para el que se encuestó a 47.810 usuarios de los 28 mercados siguientes: Alemania, Arabia Saudí, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China – continental, China – Hong Kong, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Malasia, México, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia y Suiza. En este informe, se considera que estos mercados son representativos del mercado mundial.

Para la realización de la encuesta se seleccionó a usuarios de servicios bancarios y de seguros que tuvieran una cuenta bancaria y, al menos, una póliza de seguro. Se seleccionaron personas de distintos grupos de edad y con diferentes niveles de renta. El trabajo de campo se realizó durante los meses de julio y agosto de 2020.

Para los fines de nuestra investigación, definimos banco exclusivamente digital como un banco sin interacción física y personal con el cliente. En su informe, Accenture utilizó el término «neobanco» – entendido como banco exclusivamente digital que no forma parte de un banco tradicional de mayor dimensión – para distinguirlo de los bancos tradicionales, muchos de los cuales utilizan una combinación de canales digitales y físicos. Para este análisis, los términos «banco digital», «banco tecnológico» y «banca digital» combinan estas dos descripciones y excluyen expresamente la interacción personal y las redes de sucursales físicas. No obstante, los clientes de bancos digitales pueden (aunque no es necesario) tener cuentas tanto en bancos digitales como en bancos tradicionales.



02

LAS OPORTUNIDADES QUE VIENEN PARA LA BANCA DIGITAL

Más de mil millones de potenciales clientes de banca

N26

Tendencias clave

Cerca de

1 de cada 4

clientes de servicios financieros utiliza ya un banco digital

y se calcula que existe un

46%

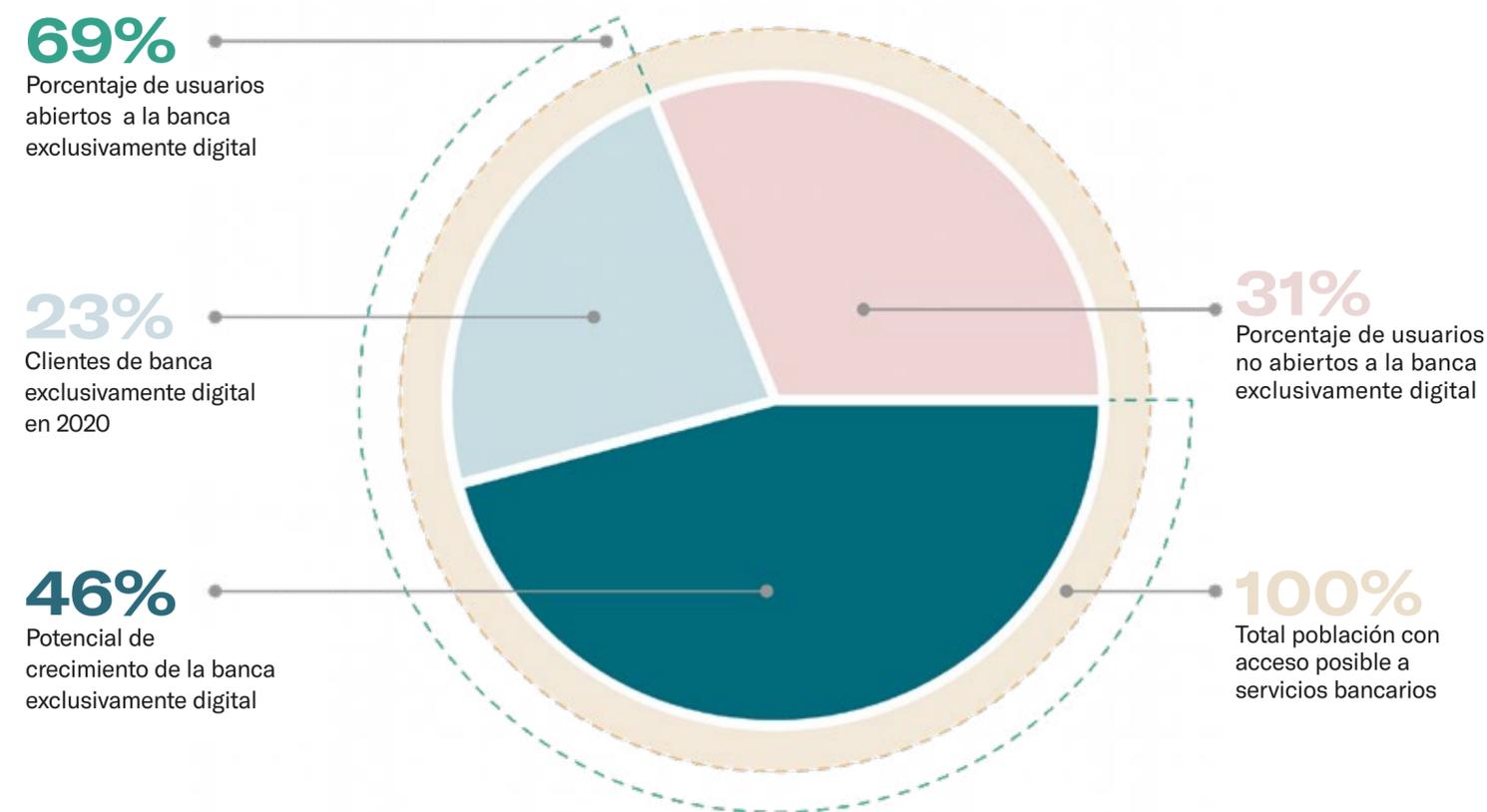
de usuarios potenciales de banca digital

No es sorprendente que haya cada vez más personas abiertas al uso de la banca digital, en especial con la pandemia de la COVID-19, que generó especial interés en productos para el consumidor disponibles desde su hogar y sin contacto.

A nivel mundial, el 23 % de los clientes de banca y seguros tienen cuentas abiertas en un banco digital. Esto se traduce en una cantidad estimada de 450 millones de personas. Según las proyecciones, este número podría alcanzar casi el 70 % a nivel mundial, multiplicando por tres la dimensión actual del mercado. Asimismo, se estima que casi la mitad (46 %) de la población mundial total con posibilidad de acceso a servicios bancarios no tiene cuentas en bancos digitales pero estaría interesada en abrir una para poder disfrutar de las cualidades propias de la banca digital, como una buena relación calidad-precio, una experiencia de usuario más sencilla y una comunicación clara y simple. Estos consumidores no incluían la preferencia por las oficinas bancarias físicas como una de las razones para no tener una cuenta en un banco exclusivamente digital.

En conjunto, estos datos sugieren que aún existe un potencial mercado de envergadura para la banca digital, posiblemente de hasta 1.400 millones de clientes en los 28 países del estudio.

Cuadro 1. Proporción de clientes de servicios exclusivamente digitales y una estimación del grado de receptividad ante la banca puramente digital en los 28 países cubiertos por la encuesta de Accenture.

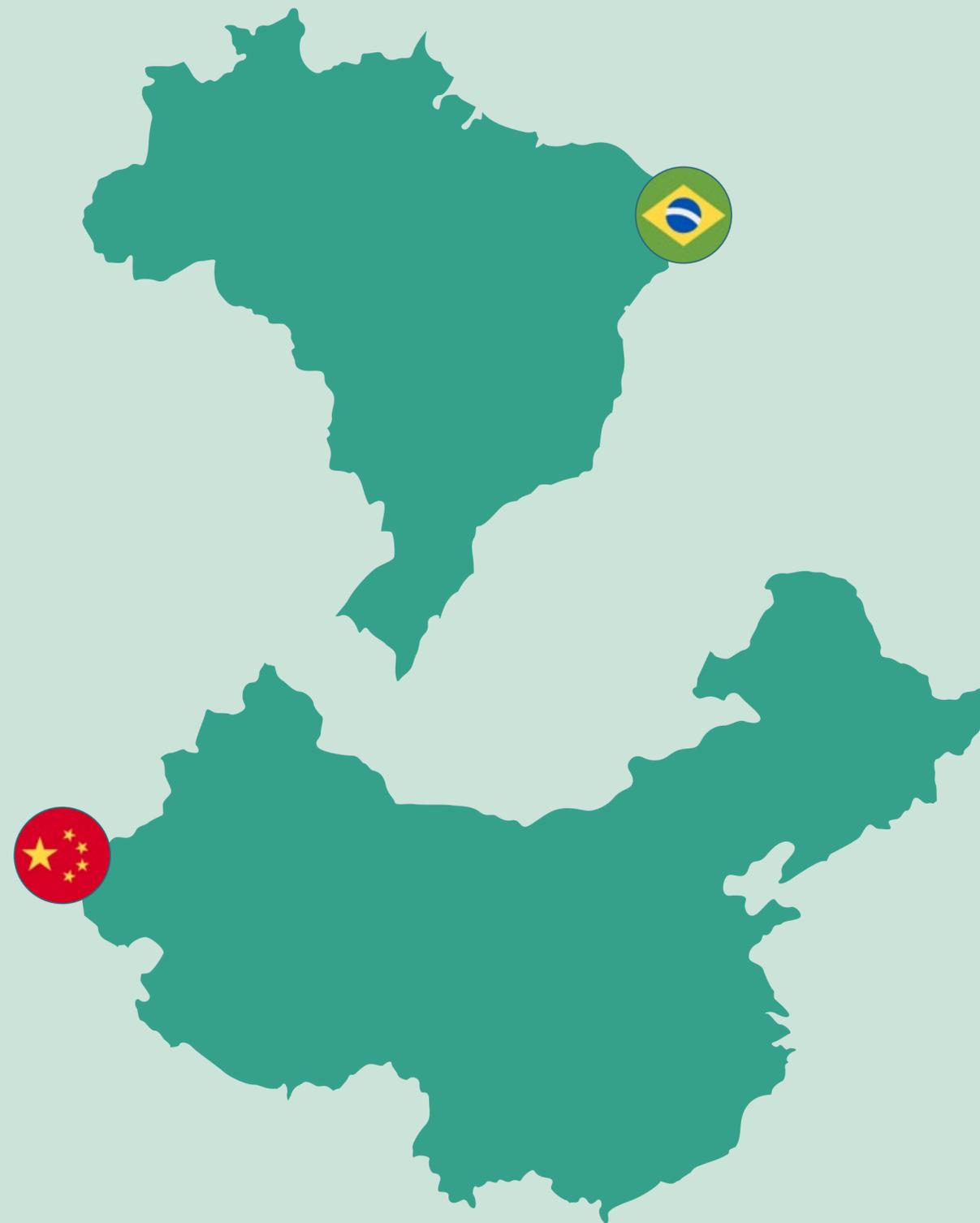


03

CRECIMIENTO INTERNACIONAL

Brasil y China, a la cabeza.

N^o 26



Si bien el crecimiento es innegable en los mercados consultados, algunos países están avanzando más deprisa que otros en la nueva era de la banca digital.



Tendencias clave

En China y Estados Unidos podría aumentar el número total de clientes de banca digital hasta los 771 millones y los 148 millones, respectivamente.

En el estudio de Accenture, Arabia Saudí (54 %), Emiratos Árabes Unidos (51 %), Brasil (44 %) y China (42 %) son los países cuyos respectivos mercados de servicios financieros tienen el mayor porcentaje de clientes con cuentas abiertas en bancos exclusivamente digitales. Sin embargo, muchos países con un menor porcentaje de población usuaria de banca digital se están acercando rápidamente a esas cifras. Algunos de ellos, como Suiza, Irlanda, Reino Unido y Francia, han aumentado su tasa de adopción de la banca digital en más del 50 % entre 2018 y 2020.

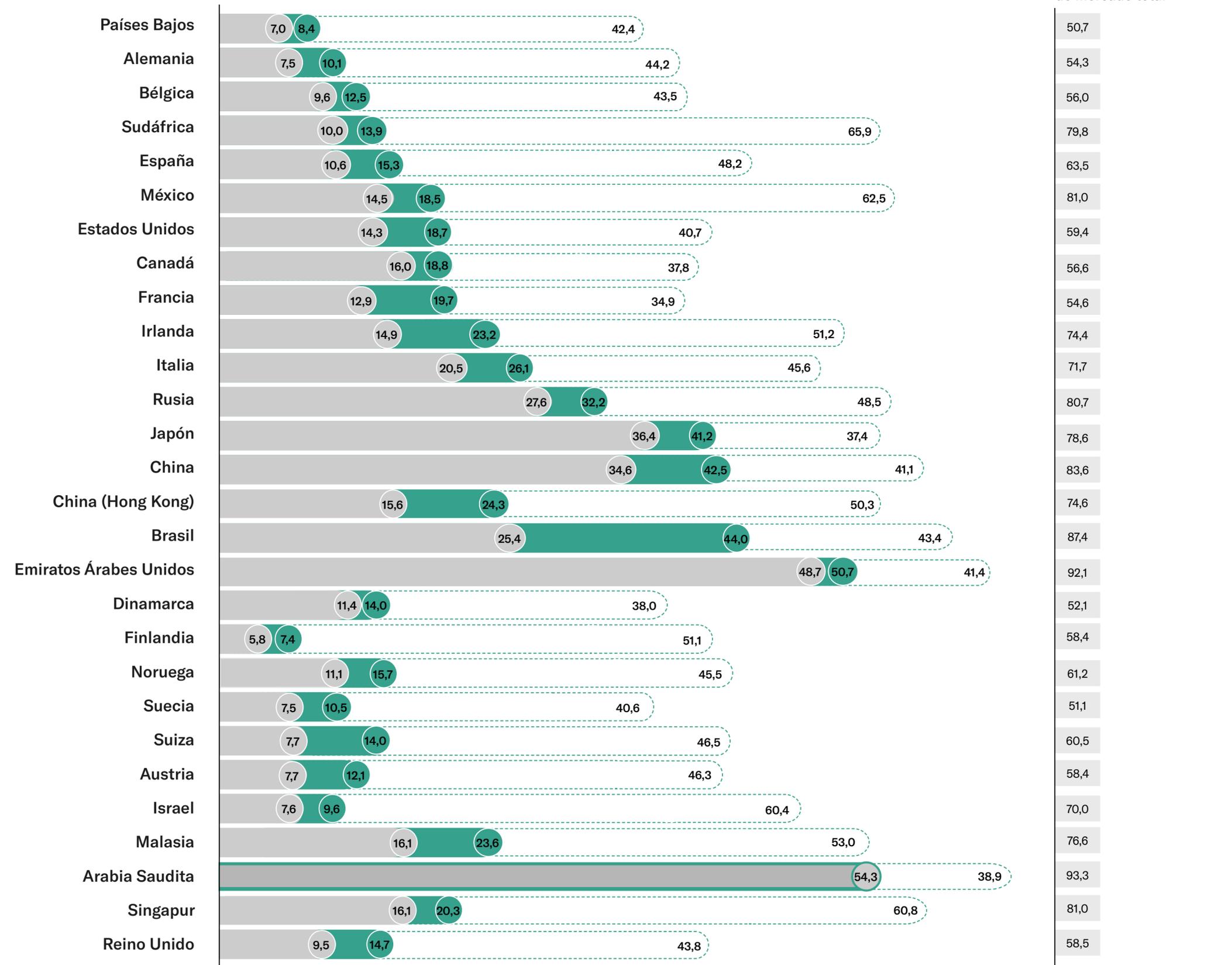
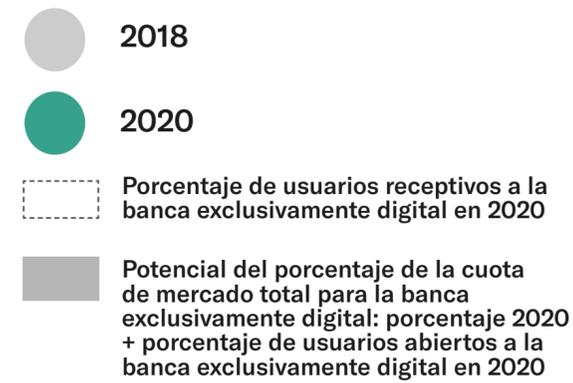
El potencial para la banca digital varía

de manera significativa de un país a otro, dependiendo de diversos factores. Además del grado de receptividad hacia la banca digital, un factor crítico es, evidentemente, el tamaño de la población. Nuestra investigación demuestra que China tiene la mayor cantidad absoluta de clientes de banca digital, con alrededor de 392 millones de clientes en 2020. Su tasa de crecimiento es inferior a la de otros mercados líderes (23 % en China continental), aunque, debido a su extensa población, este país ha sumado más clientes que todos los otros 27 países encuestados juntos. Sobre la base de nuestra estimación del potencial de crecimiento del mercado, calculamos que en China se

podrían alcanzar cerca de los 771 millones de clientes de banca digital. Destacan también entre los países con mayor potencial de adopción de banca digital a gran escala Estados Unidos, Brasil y Japón, cada uno de los cuales tenía más de 40 millones de clientes en 2020 y muestran trayectorias de crecimiento positivas. Según nuestras estimaciones, la cuota de mercado potencial de EE. UU. comprende los 148 millones de clientes de banca exclusivamente digital.

Gráfico 2: Tendencias de digitalización bancaria en los países estudiados

Porcentaje de clientes de banca con una cuenta exclusivamente digital en 2018 y en 2020, y receptividad a banca exclusivamente digital (en %)



Europa gana terreno de manera gradual en pos de una banca exclusivamente digital

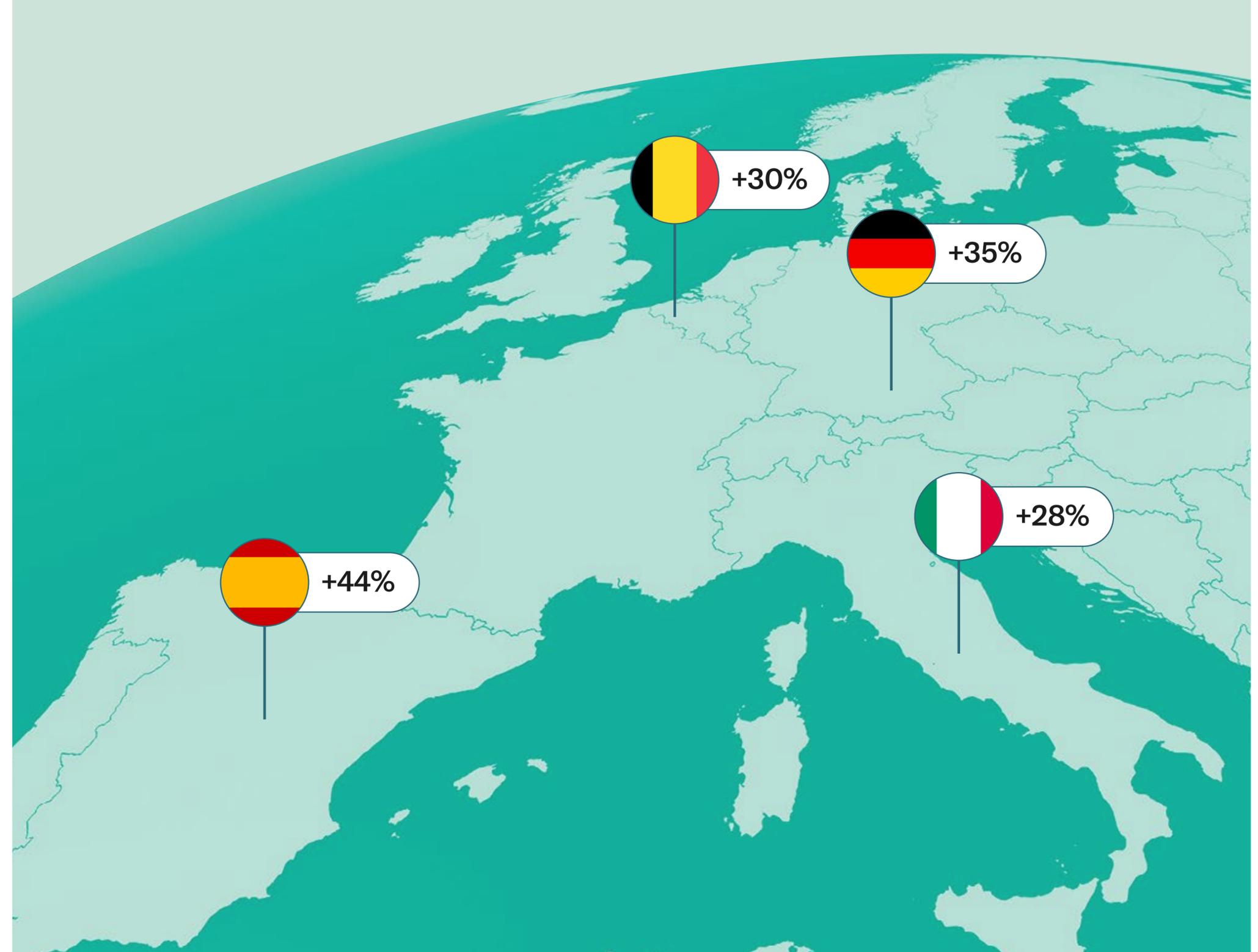
Europa está experimentando un menor crecimiento que otras regiones: Bélgica (13 %), Alemania (10 %) y Países Bajos (8 %) se encuentran entre los países con la menor tasa de adopción de la banca exclusivamente digital en 2020. Algunos de los mayores mercados europeos, como Francia (20 %) y España (15 %), tienen también un porcentaje significativamente más bajo de clientes de banca exclusivamente digital.

Tendencias clave

El crecimiento de la banca digital en Alemania se ha acelerado un 35 % desde 2018, a pesar de una tasa de adopción previamente baja.

No obstante, a pesar de comenzar con un bajo nivel de adopción, está claro que los países de Europa occidental se están poniendo al día rápidamente. Entre 2018 y 2020 el número de clientes de banca digital en España aumentó un 44 %, en Alemania un 35 %, en Bélgica un 30 %, en Italia un 28 % y en Países Bajos un 20 %.

Si bien el 35 % de usuarios de servicios financieros en Europa afirma que las características digitales típicas no son suficientes para motivarlos a abrir una cuenta en un banco exclusivamente digital, al restante 65 % podría convencerlos una propuesta de valor interesante – la cual, de acuerdo con los consumidores encuestados, incluye una experiencia de diseño y usuario sin complicaciones, una buena relación calidad-precio y una comunicación clara y sencilla.



El impacto de la banca exclusivamente digital en el futuro de la inclusión financiera

¿Qué hace que los clientes opten por bancos digitales?

La confianza parece ser un factor muy importante en la aceptación de la banca digital por parte de los consumidores. Brasil es el país con un porcentaje más alto en este indicador: más del 78 % de clientes de bancos exclusivamente digitales afirma que confían* en los bancos digitales de cara a la gestión de sus datos. El siguiente es EE. UU., con un 68 %. En Europa, Irlanda es el país con mayor nivel de confianza, con el 68 %, seguido de Alemania (54 %), España (53 %) y Francia (53 %), que muestran resultados positivos en más de la mitad de sus usuarios de banca digital.

La confianza en los bancos, en líneas generales, se encuentra en retroceso. El porcentaje de clientes que confían en su banco «mucho» para la atención de su bienestar financiero a largo plazo descendió del 43 % en 2018 al 29 % en 2020. De igual modo, el porcentaje de los que confían en su banco «mucho» para la gestión de sus datos descendió del 51 % al 37 %.

La pérdida de confianza se debe a diversos factores, pero uno importante es probablemente el debilitamiento de las relaciones con el cliente, al pasar la banca del contacto personal al digital. Este hecho apunta a una gran oportunidad para los bancos que consiguen transmitir a través de sus canales digitales la importancia de la cercanía y el factor humano. Pone también de manifiesto el reto al que se enfrentan los bancos exclusivamente digitales: los bancos tradicionales que consiguen combinar su punto fuerte tradicional – su papel en la vida de los clientes como agente al que encomiendan su faceta económica – con una capacidad digital recién desarrollada no van a renunciar a su cuota de mercado sin plantar batalla.

* Incluye «confío un poco» y «confío mucho».

Otros factores clave que favorecen la adopción de la banca exclusivamente digital a nivel mundial incluyen una experiencia sencilla y cómoda en la aplicación móvil o la página web del banco (38 %), las comunicaciones claras y sencillas con el banco (27 %) y un precio competitivo (34 %).

Cuando se preguntó a los clientes de bancos tradicionales sus motivos para no cambiar a la banca digital, casi uno de cada dos contestó que se sienten satisfechos con su banco actual (47 %), y el 42 % contestó que no conocen lo que ofrecen los bancos digitales.

El estudio muestra que es más probable entre los clientes típicos de bancos exclusivamente digitales que entre los clientes de bancos tradicionales que:	Clientes de bancos digitales	Clientes de bancos tradicionales
	• Utilicen su smartphone diariamente para conectar con un banco o compañía de seguros para conocer nuevos productos o servicios	26%
• Realicen publicaciones diarias en las redes sociales	32%	22%
• Compren por Internet a diario	13%	5%
• Confíen en la nueva tecnología	24%	16%
• Estén dispuestos a correr riesgos para mejorar su vida	14%	8%

Cuadro 3. Los factores que animan y disuaden a los clientes de banca tradicional a cambiarse a un banco exclusivamente digital.

FACTORES DE ADOPCIÓN

¿Cuáles, de las siguientes características, prefiere de las que le ofrece su banco exclusivamente digital?

(porcentaje de las razones entre las 3 primeras)



BARRERAS A LA ADOPCIÓN

¿Cuáles son las principales razones de que no tenga una cuenta con un banco exclusivamente digital?

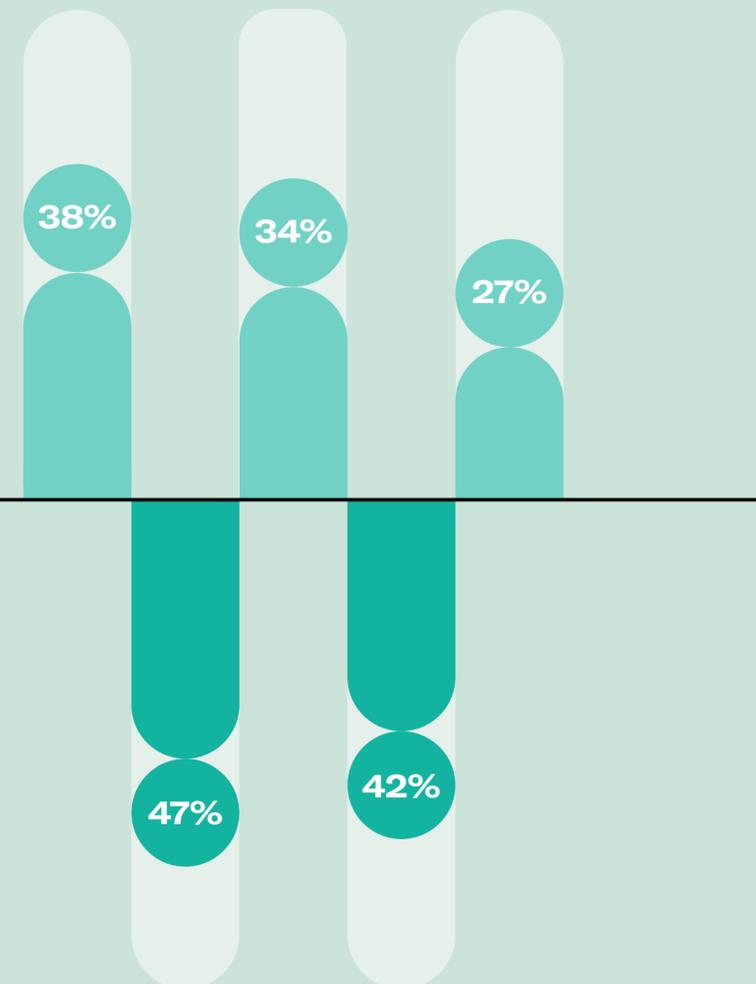
(porcentaje de las razones entre las 3 primeras)

Confío en que los bancos exclusivamente digitales cuidarán de mis datos.

Experiencia sencilla y cómoda en la aplicación móvil o la página web

Buena relación calidad-precio / precio competitivo

Comunicaciones claras y sencillas con el banco



59%

Cliente de banco exclusivamente digital

26%

Cliente de banco no exclusivamente digital

04

UNA MIRADA AL FUTURO DE LA BANCA DIGITAL

Llegar a una mayor diversidad de clientes

̄N26

Tendencias clave



Brasil pronto tendrá la mayor proporción de clientes de banca exclusivamente digital entre todos los países examinados.

Brasil: un lugar seguro para la propuesta de valor de la banca digital

Según el estudio de Accenture, Brasil no solo es el segundo país con mayor número de clientes de banca exclusivamente digital, sino que, también, es el segundo en cuanto a ritmo de crecimiento (73 % entre 2018 y 2020). Si mantiene ese ritmo, pronto tendrá el porcentaje mayor de clientes de banca digital de entre todos los países examinados.

Los brasileños utilizan también el móvil más que la media mundial, lo que, a su vez, da lugar a una mayor tasa de adopción de los servicios bancarios a través del móvil. Según la investigación, los consumidores de este país perciben que su vida es demasiado ajetreada y, a menudo, prefieren centrarse en conseguir un equilibrio saludable entre vida y trabajo.

Si los consumidores de todo el mundo salen de la pandemia con tendencias similares a las de Brasil (es decir, uso elevado del teléfono móvil, preferencia por la interacción a distancia y deseo de contar con más tiempo), los bancos digitales estarán bien posicionados para ofrecer una solución atractiva. La facilidad de uso y un acceso eficiente podrán resultar elementos de diferenciación decisivos.

¿Impulsarán las mujeres la siguiente ola de adopción de la banca digital?



Tendencias clave

Brasil, que es un líder emergente en la adopción de la banca digital, tiene un número ligeramente mayor de clientes de banca digital de sexo femenino (52 %) que de clientes de sexo masculino (48 %).

En Italia, casi uno de cada dos clientes de la banca digital tiene 45 años o más (45 %).

Actualmente, cada vez más consumidores de un amplio espectro demográfico están usando bancos exclusivamente digitales. A nivel mundial, los hombres representan la mayor proporción entre estos consumidores: 59 % frente al 41 % de mujeres. Hasta la fecha, los usuarios de la banca digital han sido más a menudo personas jóvenes, de sexo masculino y de altos ingresos, entusiastas de la tecnología móvil. Es más probable que se sientan cómodos asumiendo riesgos, lo que puede predisponerlos a adoptar la banca digital antes que otros grupos. EE.UU. es un ejemplo de esto, donde la mayoría de

quienes adoptan la banca exclusivamente digital son personas de ingresos altos (63 %), de sexo masculino (66 %) y tienen entre 25 y 44 años (57 %).

Brasil, por el contrario, tiene un número ligeramente mayor de clientes de banca digital de sexo femenino (52 %) que de clientes de sexo masculino (48 %). También está más igualado el porcentaje de clientes de renta media y de renta baja, debido a que la banca digital está reconocida como accesible y relevante en todos los niveles de la sociedad.

¿Seguirán los otros mercados los pasos de Brasil? Muchos países europeos están a punto de igualar la proporción de uso de la banca digital por género, por ejemplo en Italia (45 % de los clientes de bancos digitales son mujeres), Dinamarca (44 %), Suecia (44 %), Irlanda (43 %) y España (42 %).

Si bien la banca digital es considerada por lo general un servicio atractivo para las generaciones más jóvenes, en el mercado europeo vemos que ya no es así. En Italia, casi uno de cada dos clientes de banca digital (45 %) tiene 45 años o más. De igual modo, en Francia

hay el mismo número de clientes de banca digital de más de 55 años que de clientes entre 18 y 24 años: uno de cada cinco en ambos casos.

Cuando se trata de los ingresos de los clientes de la banca exclusivamente digital, en todos los mercados examinados, la mayoría tiene una renta media o alta. España es el país de la UE con el nivel de adopción más alto de banca exclusivamente digital entre los miembros de su clase media (55 % de los clientes de banca digital tienen rentas medias), seguido de cerca por Italia (53 %).

El futuro de la banca es digital

En los últimos años, el mundo ha presenciado un aumento extraordinario del nivel de adopción de la banca digital. Los bancos exclusivamente digitales han realizado un gran progreso, ofreciendo servicios atractivos, cómodos e innovadores a un precio muy competitivo. No hay duda de que este avance ha obligado a los bancos tradicionales a acelerar su transformación digital, otorgándoles una posición reforzada para la conservación de sus clientes. Por otro lado, sin embargo, la pandemia ha hecho desaparecer su red de sucursales, haciendo potencialmente más difícil su capacidad para mantener un contacto estrecho en las relaciones con sus clientes. Quizás más significativo es que ha arrastrado a clientes de banca de todo tipo de características al mundo digital y, muchos de ellos, no regresarán nunca a sus formas anteriores de operar.

En este estudio se muestra que la funcionalidad y el precio de los bancos exclusivamente digitales resultan muy atractivos. Sin embargo, ambas cualidades son replicables y están empezando a ser una apuesta para los bancos de todo tipo.

Aquí es donde está la oportunidad. Los bancos que consigan aumentar la confianza de sus clientes y hacer de la banca digital una experiencia más humana y empática disfrutarán de una poderosa ventaja. Los bancos tecnológicos podrán no solo atraer a millones de clientes, sino también convencerlos para que los adopten como banco principal. Y los bancos tradicionales que hayan llevado a cabo un proceso de transformación digital podrán hacer crecer sus ingresos



ofreciendo servicios de asesoramiento personalizados, de forma generalizada, para lo cual la confianza es indispensable.

¿Cuál es, por tanto, el futuro de los bancos digitales, y de la banca digital? Hay pocas dudas de que el futuro de la banca es, inevitablemente, digital. Pero, ¿de quién será el futuro? Creemos que, una vez que converjan todos los participantes en la arena digital, los líderes que ofrezcan la experiencia del cliente más potente, el mayor nivel de confianza y una mejor agilidad organizativa serán los que ocuparán los primeros puestos. En ese grupo estarán incluidos tanto los bancos tradicionales como los bancos digitales.

Lo digital ya no es suficiente para garantizar el éxito. Probablemente serán muchos los bancos exclusivamente digitales que operen en el futuro: no se puede ir en

contra de la demanda popular. Pero los ganadores serán los bancos que desarrollen estrategias claras y detalladas para gestionar de manera eficaz las fuerzas disruptivas que sacuden a todo el sector. Para ello, tendrán que reconocer que los roles están cambiando y decidir qué papel adoptar en el nuevo contexto, y si este será en solitario o en colaboración con otros participantes. Y también, como se ha indicado en líneas anteriores, establecer relaciones cercanas, basadas en la confianza, con los clientes, conocerlos y crear una línea de comunicación eficaz con ellos, y que la ventaja digital cumpla su parte.

Los bancos digitales tienen el potencial de dejar su marca en el mundo de la banca retail. En el proceso, abrirán el camino para todos los demás bancos: un camino que mejore la experiencia bancaria para todos los clientes, en todo momento.

N26 es una banca que es tan móvil y flexible como sus clientes. N26 ofrece una experiencia de banca 100% digital, está diseñada para ser simple y transparente. Centrada en el cliente, la aplicación integra la tecnología más innovadora para simplificar la vida y permite a sus clientes vivir y realizar operaciones bancarias a su manera.

Acerca de 26

N26 está desarrollando la primera banca móvil que al mundo le encanta usar. Valentin Stalf y Maximilian Tayenthal fundaron N26 en 2013 y lanzaron el producto inicial a comienzos del año 2015. En la actualidad, N26 tiene más de 7 millones de clientes en 25 mercados. La compañía tiene un equipo de 1.500 profesionales de más de 80 nacionalidades diferentes y oficinas en 10 ciudades: Ámsterdam, Berlín, Barcelona, Belgrado, Madrid, Milán, París, Viena, Nueva York y São Paulo. Con una licencia de banca europea plena, tecnología de última generación y ausencia de red de sucursales, N26 ha rediseñado la banca para el siglo XXI y está disponible en Android, iOS y para escritorio.

Website: n26.com

Twitter: [@n26](https://twitter.com/n26)

Facebook: facebook.com/n26

YouTube: youtube.com/n26bank

Acerca de Accenture

Accenture es una compañía de servicios profesionales global con capacidades destacadas en el área digital, de la nube y de seguridad. Al combinar una experiencia inigualable y habilidades especializadas en más de 40 sectores, ofrecemos servicios de Estrategia y Consultoría, Interactivos, y de Tecnología y Operaciones, todos impulsados por la red más grande del mundo de centros de Tecnología Avanzada y Operaciones Inteligentes. Nuestros 624.000 empleados cumplen con la promesa de tecnología e ingenio humano todos los días, y prestan servicios a clientes en más de 120 países. Aprovechamos el poder del cambio para crear valor y éxito compartido para nuestros clientes, empleados, accionistas, socios y comunidades.

Visítenos en www.accenture.com

¡Gracias!

