TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA BANCA EN EL PERÚ

ISIL 2018

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA BANCA EN EL PERÚ

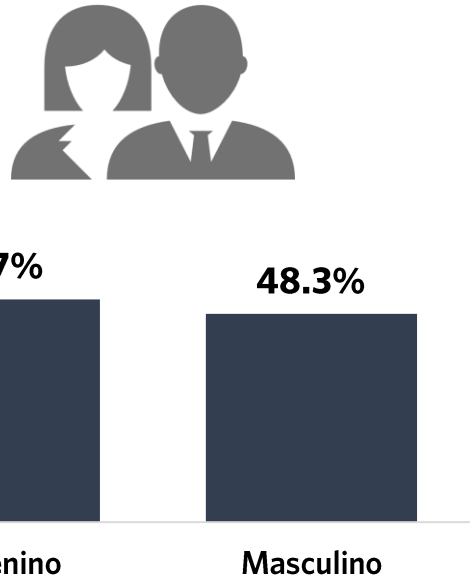
La disrupción digital está ocurriendo a todo nivel en el sector bancario y está transformando el panorama competitivo. Involucra cambios en el comportamiento y en las expectativas de los consumidores, la reinvención del mapa del ciclo de vida del cliente, el aprovechamiento de los datos y la redefinición de los modelos operativos de las entidades bancarias.

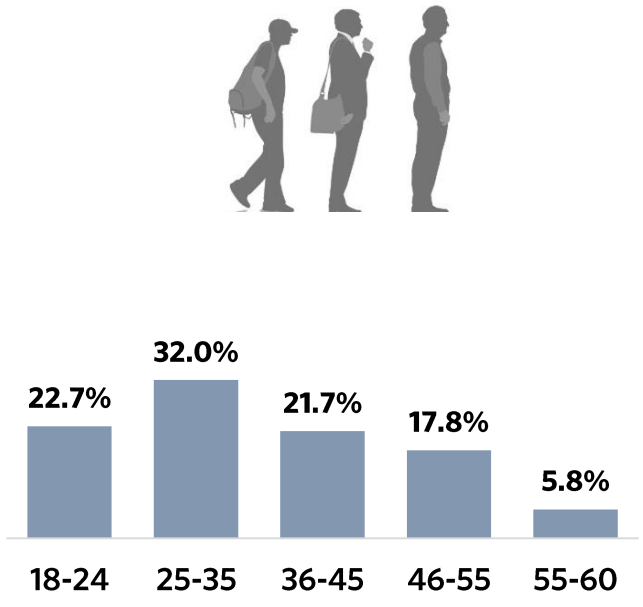
En este contexto, en el que los bancos deben permanentemente pensar en formas innovadores de atender a sus usuarios, ISIL presenta su investigación sobre la Transformación Digital de la Banca en el Perú. En este estudio se exploran las percepciones, preferencias y actitudes de las personas bancarizadas en torno a los servicios bancarios digitales.

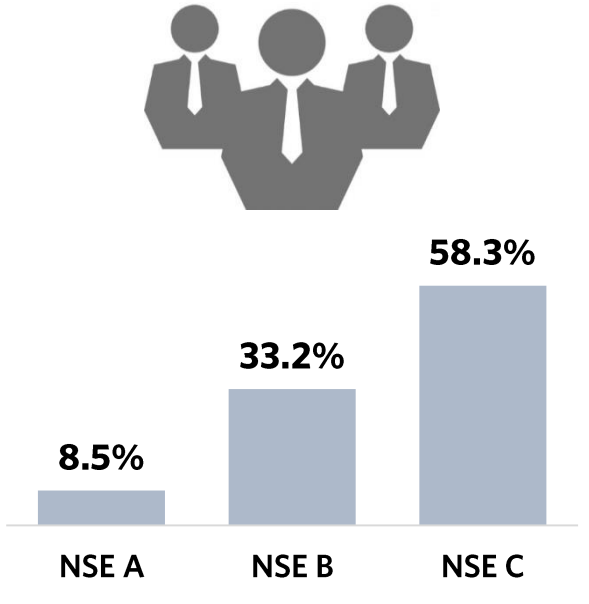
DATOS DE LA MUESTRA

Muestra del estudio: 600 hombres y mujeres bancarizados entre los 18 y 60 años de edad, de los NSE ABC, residentes en Lima Metropolitana y Callao.

Se considera bancarizados a aquellos que tienen un producto bancario a título personal

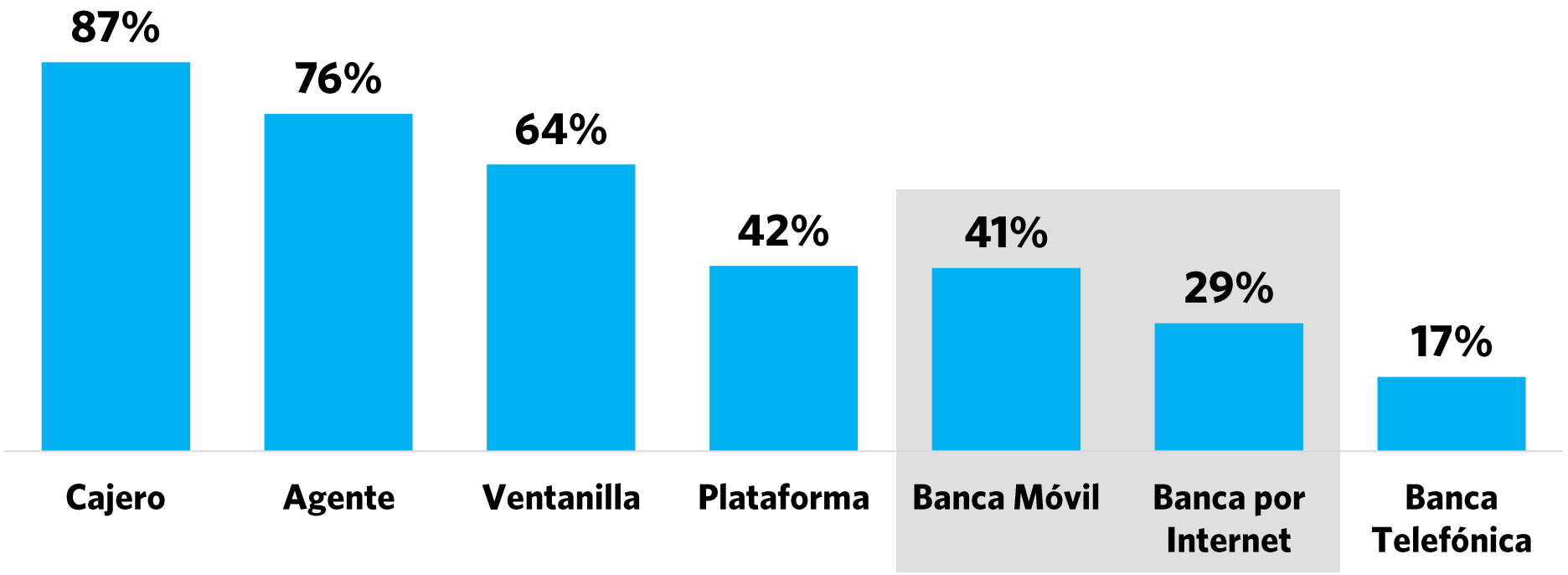






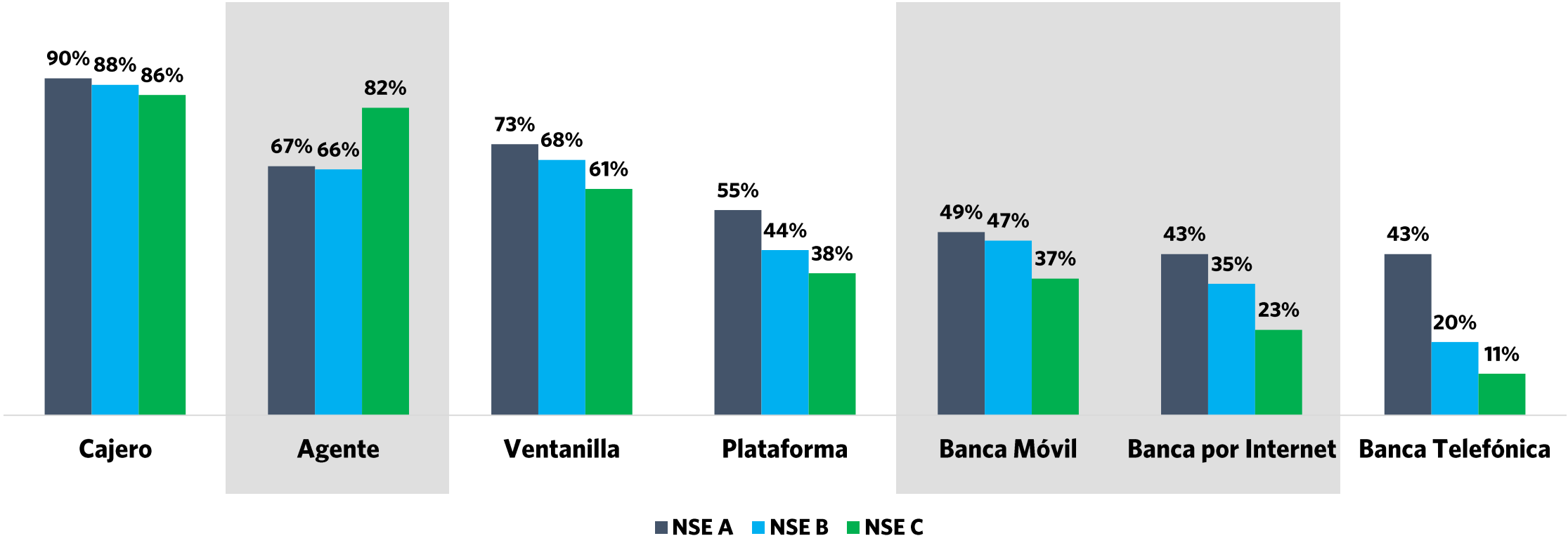
LA MAYORÍA DE PERSONAS AÚN UTILIZA CANALES PRESENCIALES CON MAYOR FRECUENCIA

¿Cuál de los siguientes **CANALES** utiliza con frecuencia?



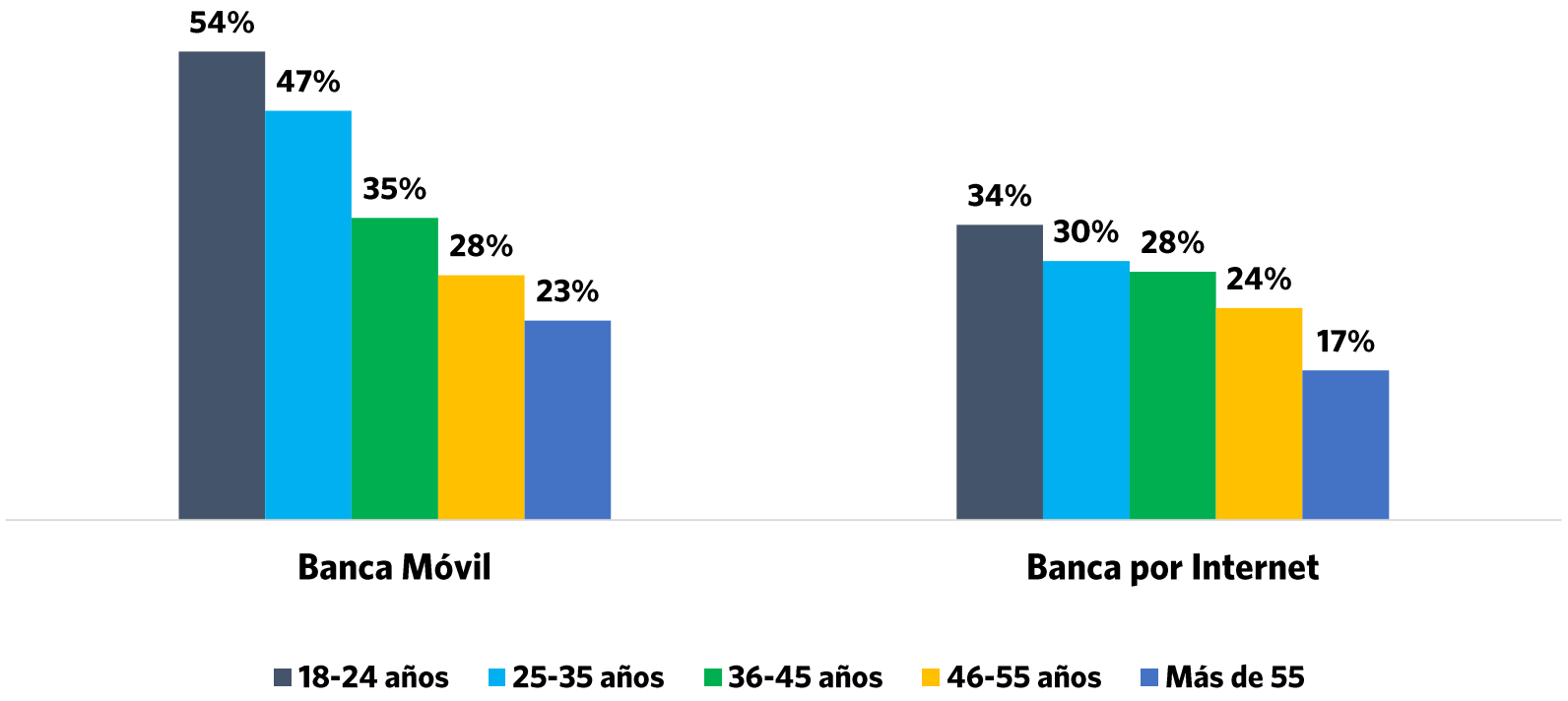
EXISTE UN MAYOR USO DE LOS CANALES DIGITALES ENTRE LOS NSE MÁS ALTOS

¿Cuál de los siguientes **CANALES** utiliza con frecuencia? – **Por Nivel Socioeconómico**



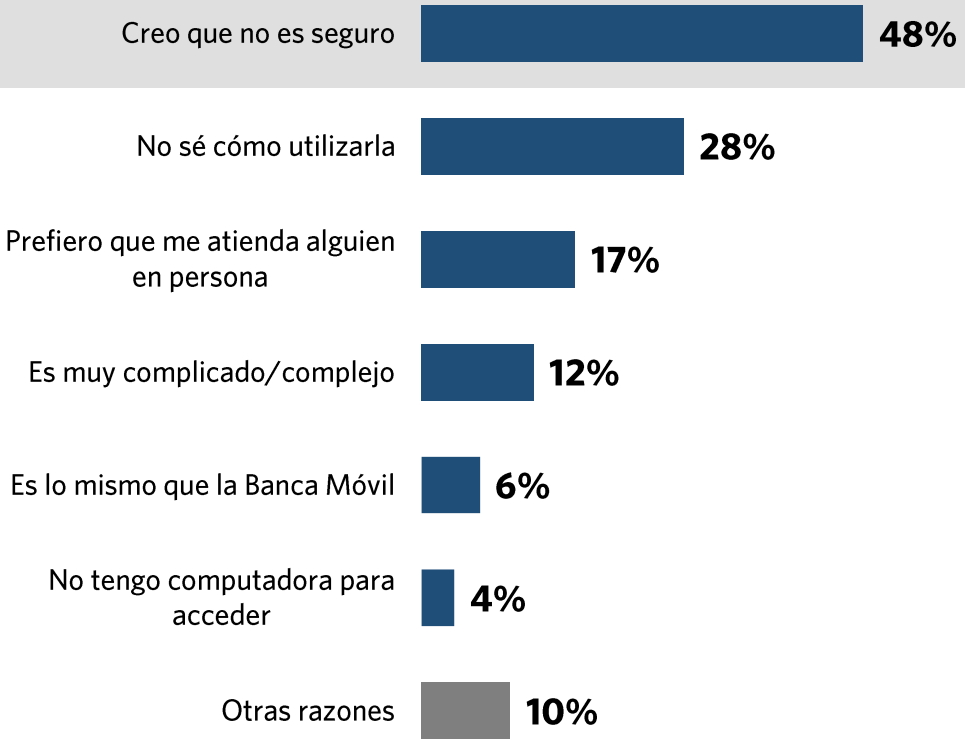
EL USO DE LOS CANALES DIGITALES ES MÁS INTENSIVO ENTRE LOS MÁS JÓVENES

¿Cuál de los siguientes **CANALES** utiliza con frecuencia? – **Por Edad**

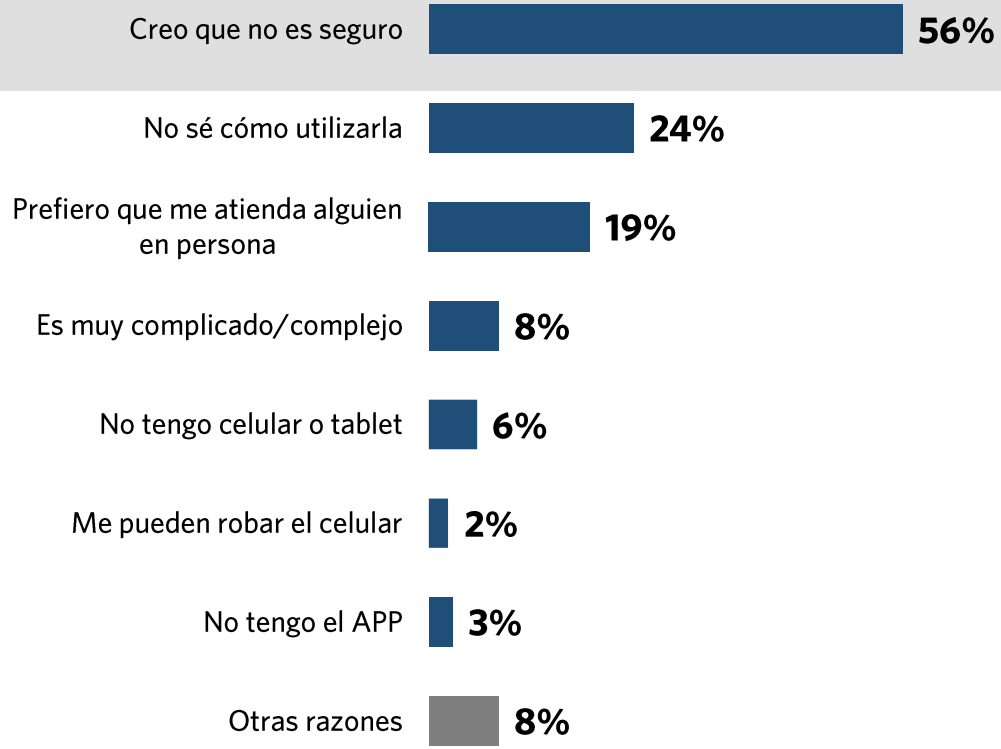


LA PERCEPCIÓN DE INSEGURIDAD ES LA PRINCIPAL BARRERA PARA UTILIZAR LOS CANALES DIGITALES

¿Por qué **NO UTILIZA** la Banca por Internet?

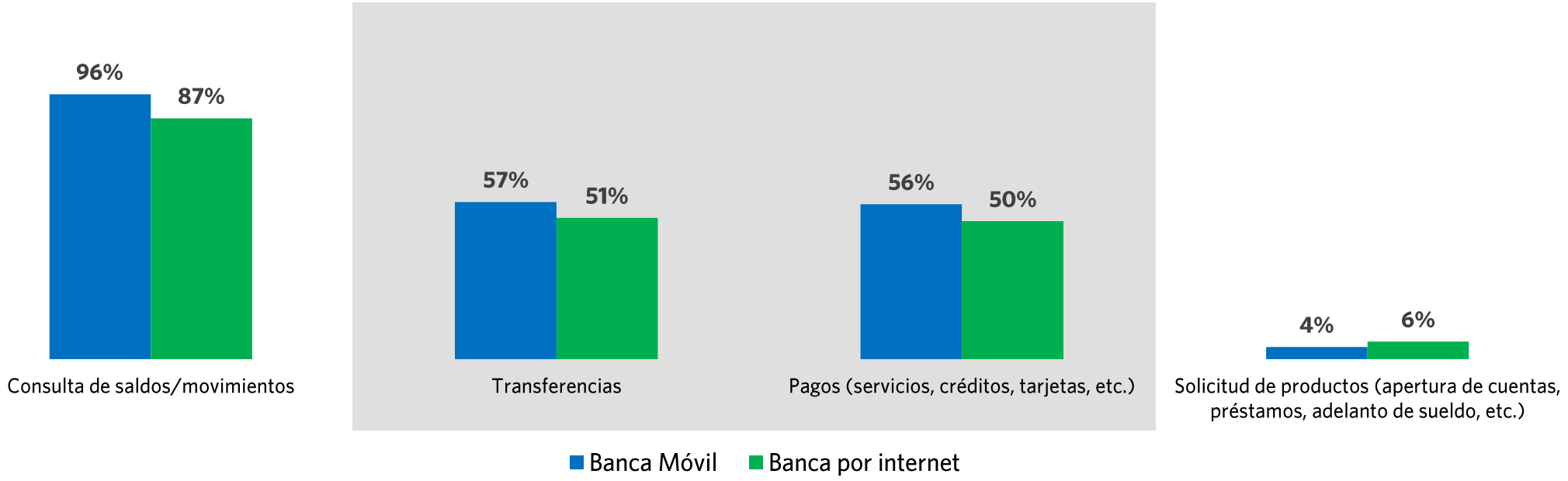


¿Por qué **NO UTILIZA** la Banca Móvil?



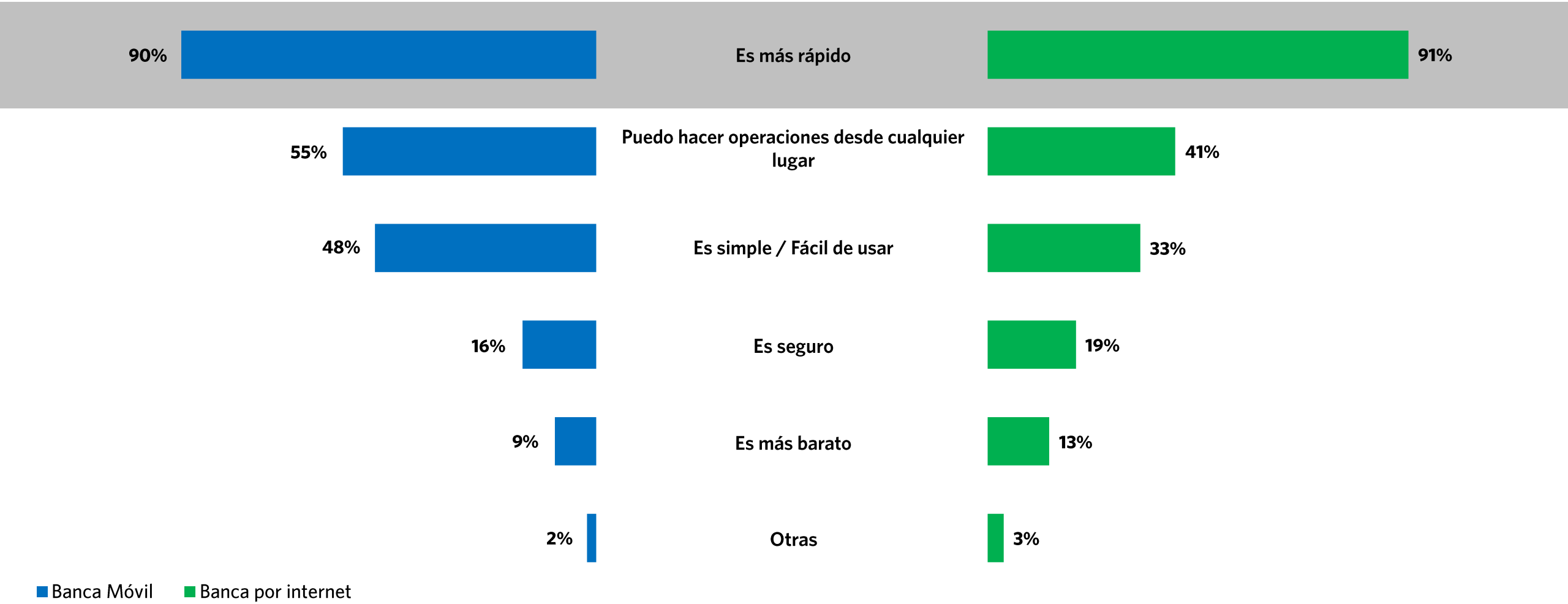
HAY UNA OPORTUNIDAD PARA INCENTIVAR EL USO DE LAS TRANSFERENCIAS Y PAGOS POR CANALES DIGITALES

¿Qué **OPERACIONES** realiza a través de la Banca por Internet / Banca Móvil ?



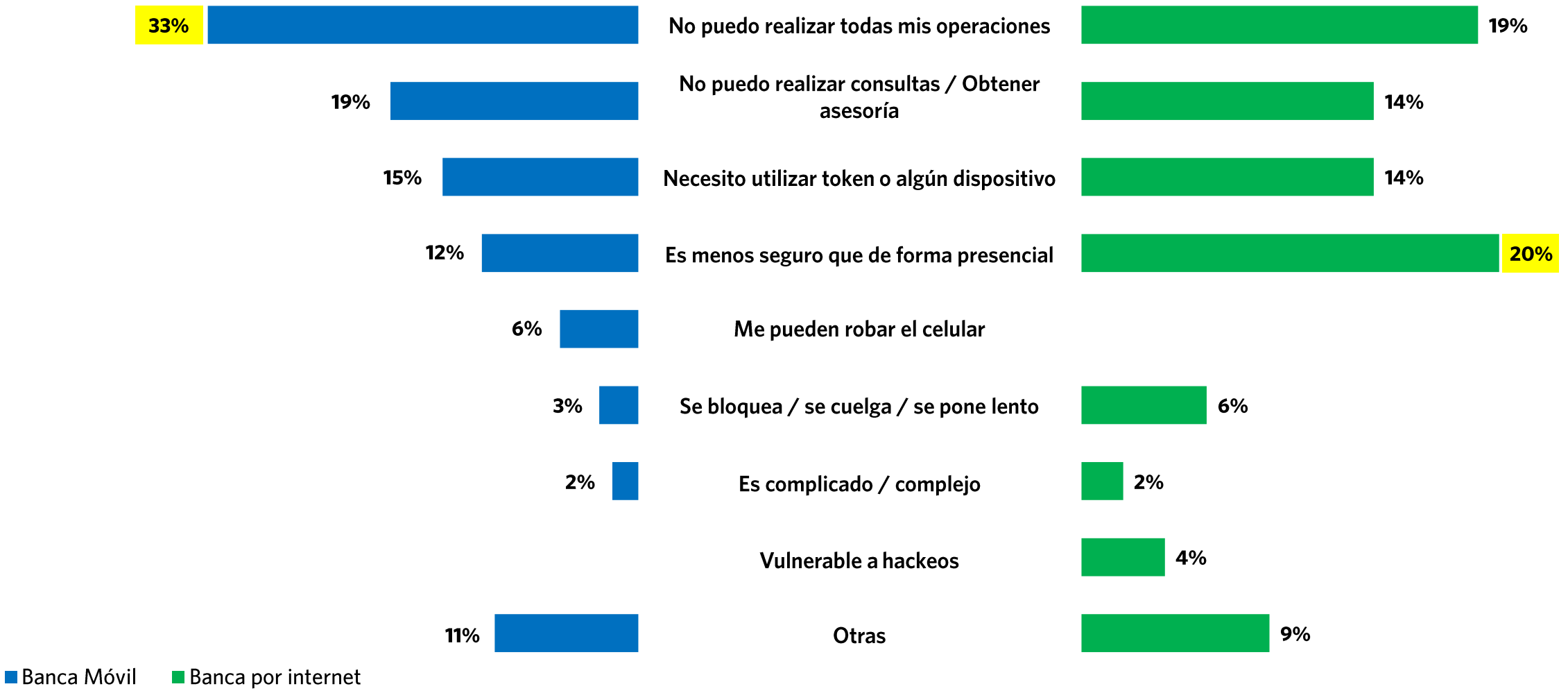
EL AHORRO DE TIEMPO ES EL PRINCIPAL BENEFICIO QUE MOTIVA EL USO DE CANALES DIGITALES

¿Cuáles considera que son las **VENTAJAS** de la Banca Móvil / Banca por internet?



LOS CLIENTES PERCIBEN: LA BANCA MÓVIL BRINDA MENOR VARIEDAD DE OPERACIONES, LA BANCA POR INTERNET ES MÁS INSEGURA

¿Cuáles considera que son las **DESVENTAJAS** de la Banca Móvil / Banca por internet?



GRACIAS A LA

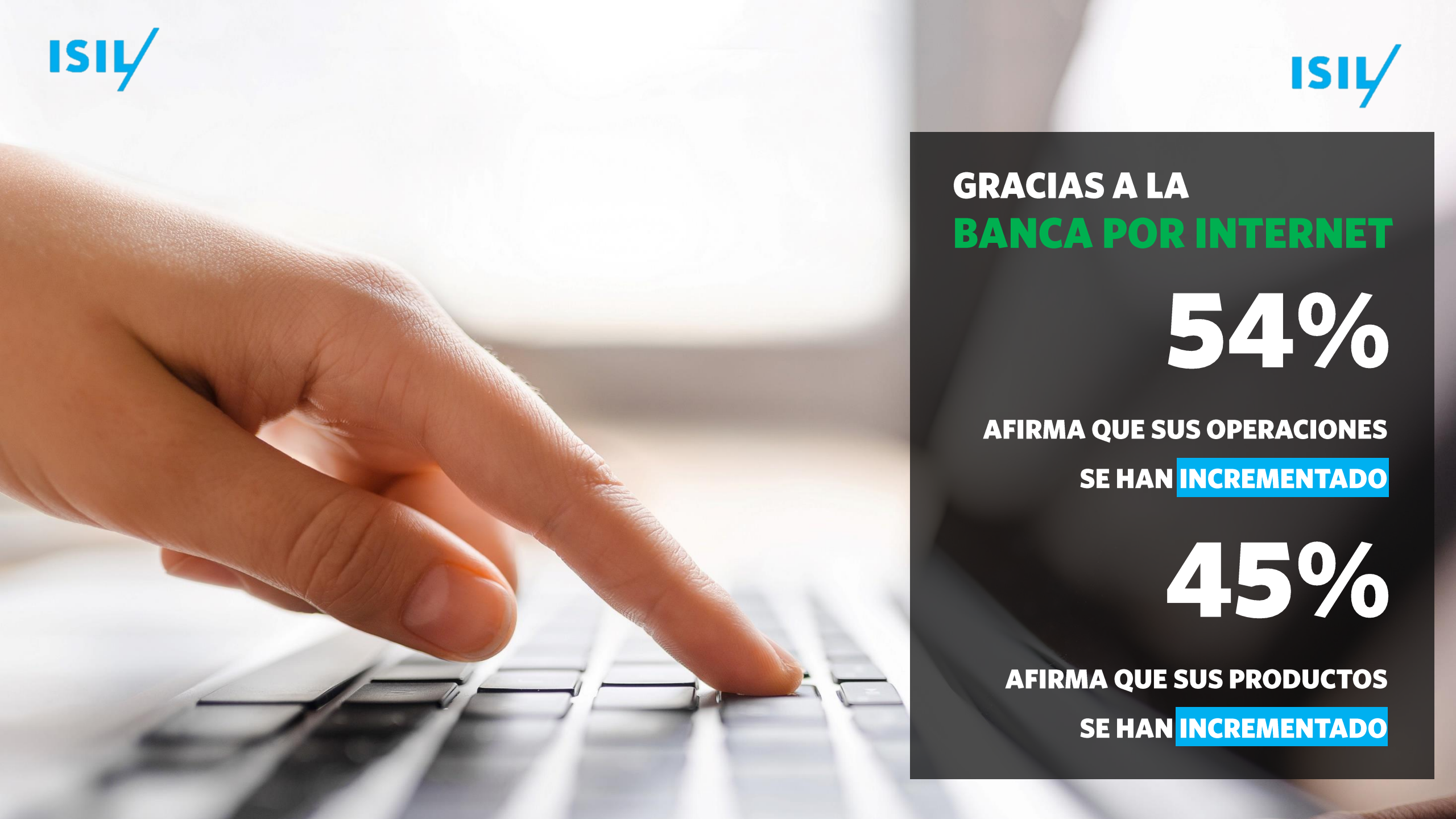
BANCA MÓVIL

63%

AFIRMA QUE SUS OPERACIONES SE HAN **INCREMENTADO**

50%

AFIRMA QUE SUS PRODUCTOS SE HAN **INCREMENTADO**



GRACIAS A LA BANCA POR INTERNET

54%

AFIRMA QUE SUS OPERACIONES SE HAN INCREMENTADO

45%

AFIRMA QUE SUS PRODUCTOS SE HAN INCREMENTADO

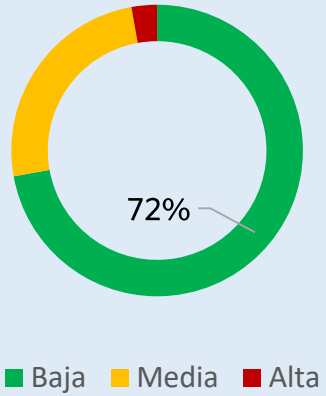
LA BANCA MOVIL ES EL CANAL PREFERIDO PARA CONSULTAR SALDOS

Si tuviera que escoger **EL MEJOR CANAL** de atención para realizar cada una de éstas operaciones, ¿Cuál sería?
¿Qué tan **COMPLICADA** le parece la operación?

Consulta de Saldos/Movimientos

35%	**Banca Móvil**
27%	**Cajero**
15%	Agente

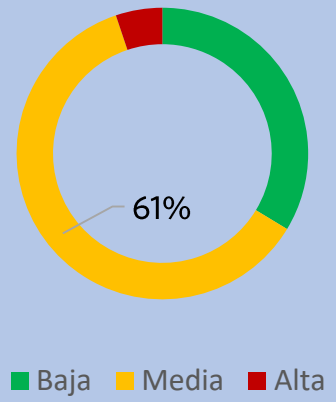
Dificultad de la operación



Depósitos

35%	**Agente**
27%	**Ventanilla**
15%	Cajero

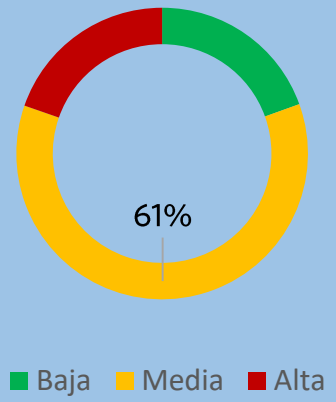
Dificultad de la operación



Transferencias

27%	**Ventanilla**
25%	**Agente**
22%	**Banca Móvil**

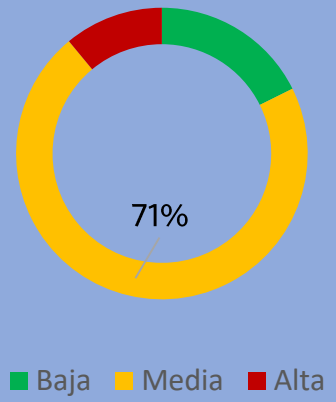
Dificultad de la operación



Pagos (de servicios, créditos, tarjetas)

36%	**Agente**
27%	**Ventanilla**
19%	Banca Móvil

Dificultad de la operación



PLATAFORMA Y VENTANILLA SON LOS CANALES PREFERIDOS PARA REALIZAR OPERACIONES DE MAYOR COMPLEJIDAD

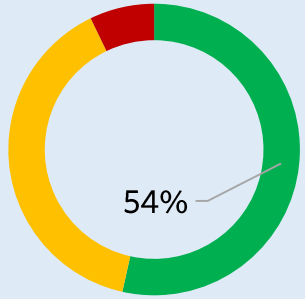
Si tuviera que escoger **EL MEJOR CANAL** de atención para realizar cada una de éstas operaciones, ¿Cuál sería?

¿Qué tan **COMPLICADA** le parece la operación?

Retiros

57% **Cajero**
31% **Agente**
9% Ventanilla

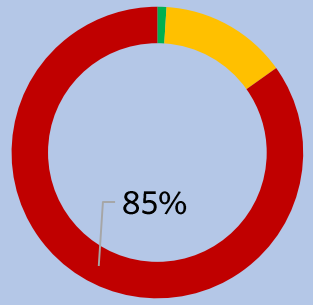
Dificultad de la operación



Solicitud de productos

50% **Plataforma**
36% **Ventanilla**
4% Banca Móvil

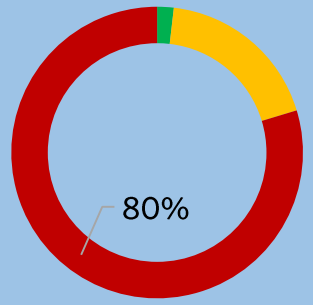
Dificultad de la operación



Cambios de moneda extranjera

82% **Ventanilla**
11% **Plataforma**
2% Cajero

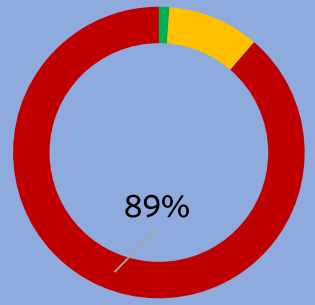
Dificultad de la operación



Asesoría Financiera

61% **Plataforma**
32% **Ventanilla**
3% Banca Telefónica

Dificultad de la operación



LA ATENCIÓN PRESENCIAL SIGUE SIENDO LA MÁS VALORADA POR LOS CLIENTES

Imagine que dos bancos tienen las mismas condiciones financieras, ¿Cuál de los siguientes **ELEGIRÍA COMO SU BANCO?**

BANCO 1:

ATENCIÓN PRESENCIAL EN AGENCIA:

EXCELENTE

BANCA POR INTERNET/MÓVIL:

REGULAR

60%

BANCO 2:

ATENCIÓN PRESENCIAL EN AGENCIA:

REGULAR

BANCA POR INTERNET/MÓVIL:

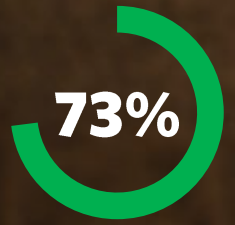
EXCELENTE

40%

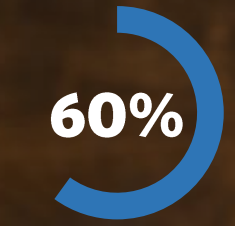
LOS CLIENTES PERCIBEN QUE ESTÁ MEJORANDO LA CALIDAD DEL SERVICIO

¿Qué tan de acuerdo está con estas frases respecto a la **banca en la actualidad**?

CREE QUE LAS OPERACIONES Y LOS TRÁMITES SON MÁS RÁPIDOS QUE ANTES



CREE QUE LA CALIDAD DEL SERVICIO HA MEJORADO



SE SIENTE MÁS SEGURO CON LOS BANCOS

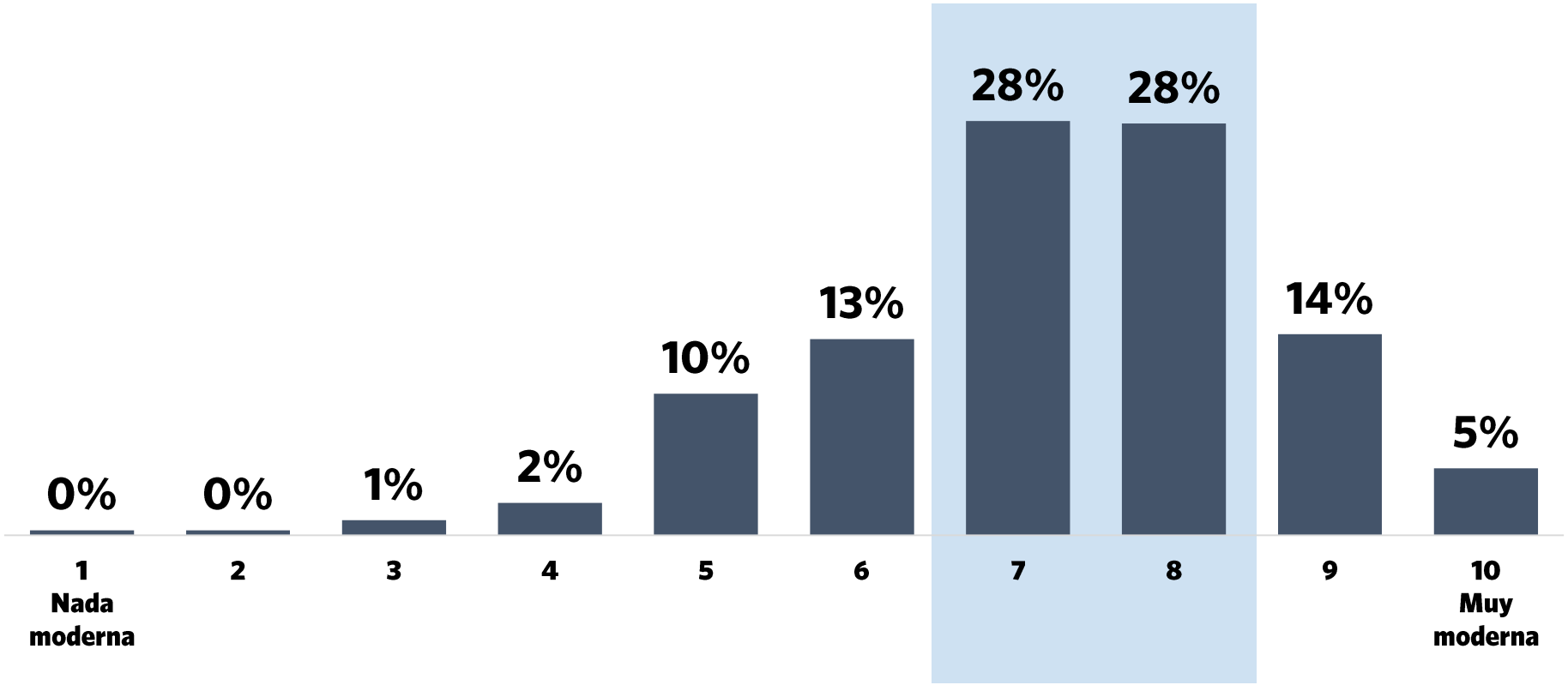
SIENTE QUE LOS BANCOS LO/LA CONOCEN MEJOR

87% CONSIDERA QUE SU BANCO ESTÁ DISEÑANDO PRODUCTOS QUE RESPONDEN MEJOR A SUS NECESIDADES

86%
CREE QUE LA TECNOLOGÍA HA
FACILITADO LOS TRÁMITES Y
PROCESOS DE LOS BANCOS

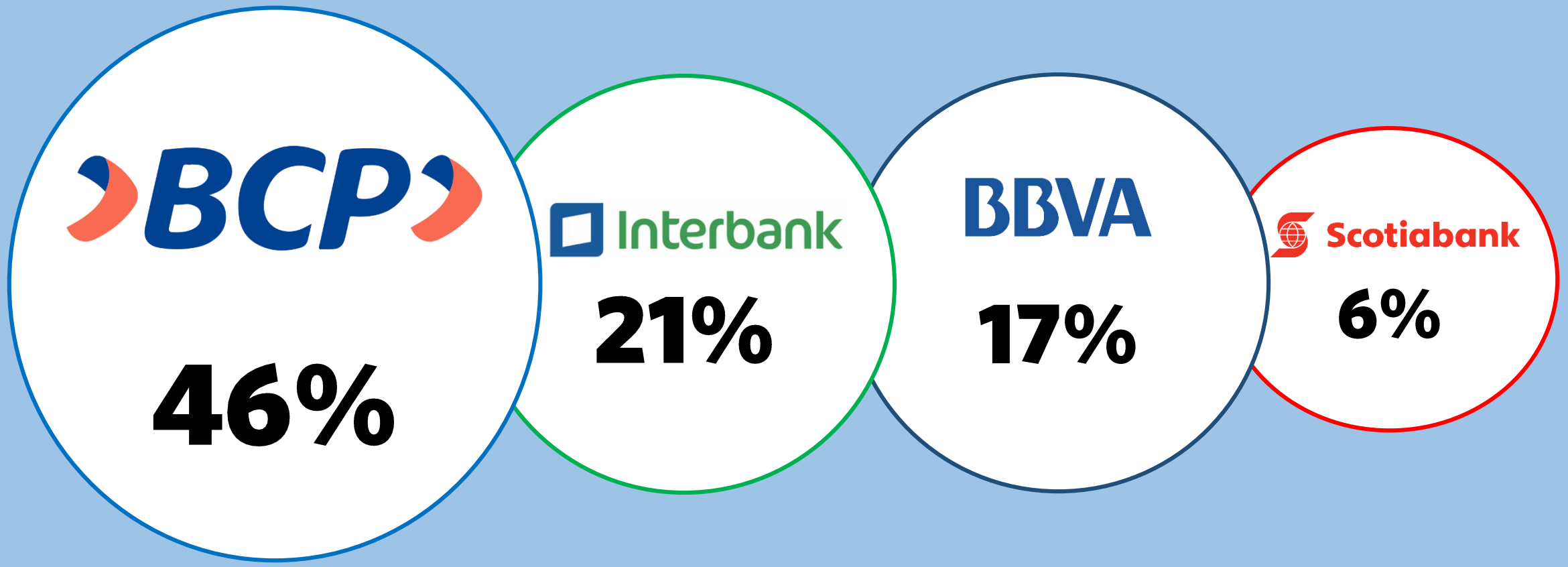
PERCEPCIÓN DE MODERNIDAD DE LA BANCA

¿Qué tan **MODERNA** considera que es la banca en el Perú?



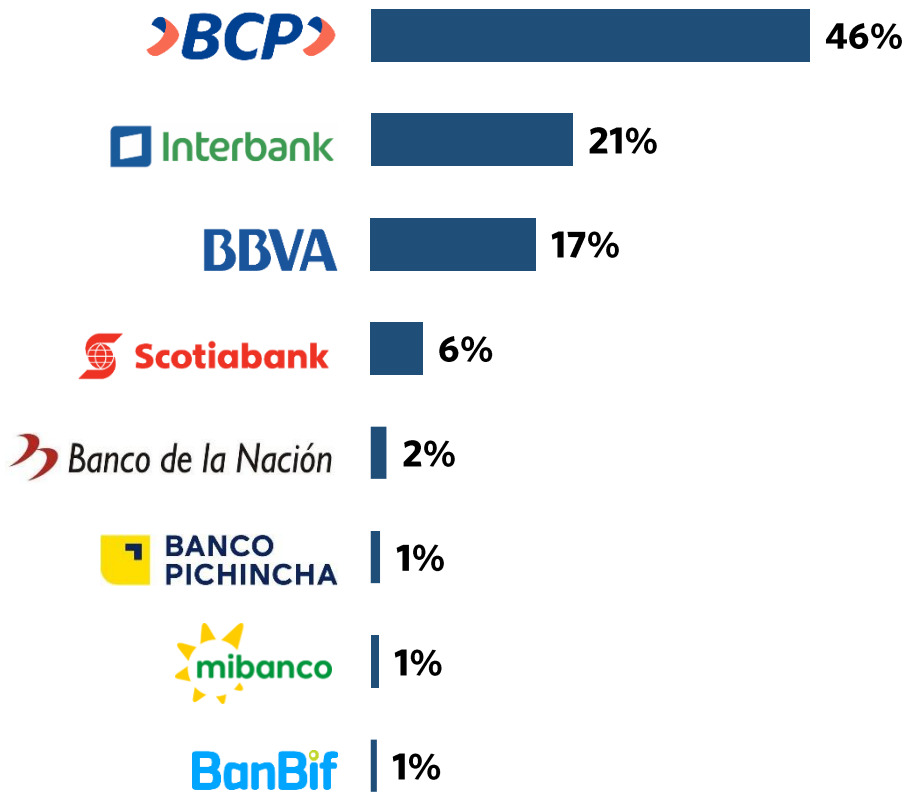
EL BCP ES CONSIDERADO EL BANCO MÁS MODERNO DEL PAÍS

¿Cuál considera que es el banco **MÁS MODERNO** del Perú?



PERCEPCIÓN DE MODERNIDAD DE LOS BANCOS

¿Cuál considera que es el banco **MÁS MODERNO** del Perú?



A	B	C
61%	44%	45%
8%	**20%**	**24%**
20%	18%	17%
6%	6%	5%
0%	3%	1%
0%	0%	2%
0%	1%	1%
0%	1%	1%

18-24	25-35	36-45	46-55	55 a más
50%	41%	43%	**55%**	43%
21%	23%	23%	18%	14%
15%	21%	19%	10%	23%
8%	5%	5%	4%	9%
1%	1%	2%	2%	6%
0%	2%	1%	1%	0%
1%	1%	1%	2%	0%
1%	1%	0%	1%	0%

RESUMEN EJECUTIVO

USO DE CANALES

- **Los canales tradicionales aún son los más utilizados entre los bancarizados.** La atención presencial aún es bastante valorada. Los canales más utilizados son: Cajero (87%), Agente (76%) y Ventanilla (64%).

- **Los canales digitales aún tienen un bajo uso** en el universo estudiado. La Banca Móvil es utilizada por el 41% de los entrevistados, mientras que la Banca por Internet por el 29%. Su uso es mayor entre los de NSE A y los más jóvenes.

CANALES DIGITALES: BANCA MÓVIL Y BANCA POR INTERNET

- **La principal razón por la cual no se utilizan los canales digitales es la creencia de que son inseguros.** En segundo lugar, se encuentra la falta de conocimiento en su uso**.**

- **Su principal ventaja es el ahorro de tiempo, pues se consideran canales más rápidos.** Otra ventaja importante es la posibilidad de realizar operaciones desde cualquier lugar.

- Para la Banca Móvil, la principal desventaja es la percepción de que no se pueden realizar todas las operaciones.

- **Para la Banca por Internet, la principal desventaja es la sensación de inseguridad.** Dicha desventaja no es muy notoria en la Banca Móvil, posiblemente debido a que existe una mayor percepción de seguridad al usar un aplicativo en vez de un navegador web.

- El 63% afirma que sus operaciones se han incrementado debido al uso de la Banca Móvil. Además, el 50% declara que sus productos también se han incrementado.

- Por otro lado, el 54% afirma que sus operaciones se han incrementado gracias al uso de la Banca por Internet, mientras que el 45% declara que sus productos también se incrementaron.

- Un porcentaje importante de los encuestados afirma haber incrementado sus productos gracias a los canales digitales, sin embargo, la solicitud de productos por estas vías resulta bastante. Esta percepción puede ser producto de la sensación de cercanía que generan los canales digitales hacia los bancos.

- **Los canales digitales son preferidos para operaciones de menor complejidad.** El reto para los canales digitales esta ofrecer una mejor experiencia en las operaciones percibidas como más complejas, por ejemplo: solicitud de productos, cambios de moneda extranjera y asesoría financiera.

- La atención presencial en los bancos aún es más valorada que la atención en los canales digitales.

PERCEPCIÓN DE LA BANCA

- **Los clientes perciben que está mejorando la calidad de servicio y la eficiencia en las operaciones y los trámites.** Además, la seguridad y la personalización son claves para generar engagement entre los clientes.

- El 87% considera que los bancos están diseñando productos que responden mejor a sus necesidades.

- **La percepción de modernidad de la banca en el Perú es auspiciosa.** En una escala del 1 al 10, más del 50% se encuentra entre 7 y 8 puntos.

- El BCP es percibido como el banco más moderno del Perú.

- Finalmente, el 86% cree que la tecnología ha facilitado los trámites y procesos de los bancos en la actualidad.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA BANCA EN EL PERÚ

ISIL 2018

Prohibida la reproducción total o parcial del estudio sin autorización expresa de ISIL

Octubre de 2018

ISIL. S.A.
Av. La Fontana 795 – La Molina
Teléfono: (511) 706 0000
www.isil.edu.pe