

En el ‘VIII Foro Guadarrama’, encuentro empresarial Castilla y León-Madrid

## **Goirigolzarri: “La variable más compleja para la banca es adaptar el modelo de atención a los cambios de hábitos de sus clientes”**

- **El presidente de CaixaBank ha afirmado que es fundamental invertir en canales digitales pero, a la vez, es preciso poner en marcha planes para mejorar el modelo de atención a clientes menos digitalizados o a las personas mayores.**
- **Goirigolzarri ha puesto en valor que la entidad ha hecho de la sostenibilidad “una de las tres prioridades del Plan Estratégico” y hoy es “el banco europeo con mayor volumen de emisiones de deuda sostenible”.**
- **Ha trasladado a los empresarios de la Comunidad de Madrid y Castilla y León que son dos territorios “clave” para CaixaBank y ha reafirmado el apoyo de la entidad financiera a las más de 220.000 empresas y cerca de 4 millones de particulares que son clientes entre las dos regiones.**

**Madrid, 2 de junio de 2022**

El presidente de CaixaBank, José Ignacio Goirigolzarri, ha afirmado este jueves que la variable “más compleja” que tienen que manejar los gestores bancarios en los próximos años es ser capaces de llevar a cabo una “adaptación continua” de su modelo de atención a los cambios de hábitos de sus clientes.

Goirigolzarri ha participado en el ‘VIII Foro Guadarrama’, encuentro de empresas de Castilla y León y la Comunidad de Madrid, organizado por la revista ‘Castilla y León Económica’, y en el que han participado la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, y el presidente de Castilla y León, Alfonso Fernández Mañueco. Además, han estado presentes los directores territoriales de CaixaBank en Madrid Metropolitana, Madrid Sur y Castilla y León, Rafael Herrador, Juan Luis Vidal y Belén Martín, respectivamente.

En su intervención, el presidente de CaixaBank ha incidido en que la digitalización y el cambio de hábitos de los clientes “está afectando de una forma muy directa a nuestros modelos de distribución”, porque no hay una base de clientela homogénea en sus hábitos, unos prefieren relacionarse con el banco físicamente y otros a través de medios digitales.

Además, ha apuntado que en España el porcentaje de población que usa la banca online ha aumentado en un 50% desde 2016, pasando del 43% al 65% de la población. Además, estos porcentajes cambian según el segmento de edad, siendo el porcentaje que usa banca online del 85% entre los clientes treintañeros, y del 25% en personas mayores de 70 años.

“Estos segmentos, además, no son estáticos, sino que van cambiando a lo largo del tiempo, lo que requiere una adaptación continua de nuestro modelo de atención, siendo necesario llevar a cabo importantes inversiones”, ha puntualizado el presidente de CaixaBank.

Goirigolzarri ha afirmado que es fundamental, “a la vez que invertimos en nuestros canales digitales”, para poder ofrecer “un servicio excelente”. “Debemos poner en marcha planes para mejorar el modelo de atención a clientes menos digitalizados o a las personas mayores, para ayudarles en sus gestiones diarias”, ha remarcado.

En este sentido, ha incidido en que la entidad está adaptando todo su parque de cajeros automáticos para hacerlos más sencillos de manejar, al tiempo que se están reconduciendo las respuestas telefónicas para que las personas mayores sean siempre atendidas por una persona y no por un asistente virtual. En paralelo, CaixaBank cuenta con un servicio de 1.290 gestores senior especializado en atención a mayores, que llegarán a 2.000 gestores en el año 2023, junto a productos y medidas de acompañamiento específicas.

### **Marco competitivo y regulatorio**

Uno de los puntos clave que ha citado Goirigolzarri es el marco competitivo y regulatorio, ya que la revolución tecnológica ha supuesto un descenso de las barreras de entrada al sector bancario, “lo que está permitiendo la entrada de nuevos jugadores que, legítimamente, quieren romper el *status quo*”.

“Yo siempre he defendido que la competencia es buena para el sector. Es buena para los clientes, y además nos obliga a muscularnos y a innovar para ofrecer un mejor servicio”, ha reconocido para, acto seguido, apuntar que es “muy importante el papel que debe jugar la regulación, que debe ser la misma para todas las entidades que realicen la misma actividad, independientemente del sector al que pertenezcan”. “En estos momentos no es así”, ha advertido Goirigolzarri.

Para afrontar este cambio del marco competitivo, el presidente de CaixaBank ha apuntado que es preciso responder con “humildad y ambición”. “Humildad porque es evidente que estos nuevos jugadores están desarrollando algunas prácticas excelentes, que deben ser analizadas e incorporadas, y ambición porque la llamada banca tradicional tiene una serie de puntos fuertes muy importantes sobre los que apalancarse frente a estos nuevos jugadores”.

Entre esos puntos fuertes, el presidente de CaixaBank ha señalado la importancia de la confianza, “que es un intangible que está en la base de nuestro negocio”. “A futuro, es fundamental fortalecerla a través de un servicio excelente, basado en un análisis de comportamiento de la clientela para ofrecerles el mejor servicio, lo que supone abrir enormes oportunidades para ir más allá del negocio financiero”, ha admitido.

Por otra parte, Goirigolzarri ha explicado que, además de la digitalización y el cambio de hábitos de los clientes, hay otro punto fundamental que el sector tiene muy presente y que es la sostenibilidad.

“Es evidente que la sociedad está requiriendo del mundo empresarial un rol social más activo y esto impacta en forma de unas exigencias crecientes para que las empresas, los bancos, se doten de un mejor gobierno corporativo, lo que me parece muy positivo porque nos obliga a mejorar en una asignatura en la que en CaixaBank contamos con las más altas calificaciones de las agencias internacionales”, ha indicado el presidente de la entidad.

En paralelo, ha trasladado “la sociedad también está exigiendo una mayor cohesión social ante el crecimiento de la desigualdad” y “se nos requiere a las empresas que tengamos un creciente compromiso social, lo cual, en nuestro caso, está en nuestro ADN y se beneficia de tener a la Fundación “la Caixa” en nuestro accionariado”.

Goirigolzarri ha puesto en valor que en CaixaBank “hemos hecho de la sostenibilidad una de las tres prioridades de nuestro Plan Estratégico”. “Queremos ser un referente en Europa y, de hecho, hoy ya somos el banco europeo con el mayor volumen de emisiones de deuda sostenible”, ha reconocido.

### **Cambios geoestratégicos y económicos**

En relación al escenario macroeconómico, el presidente de la entidad ha asegurado que “es difícil hacer previsiones”, pero que la estimación de CaixaBank Research, revisada tras la invasión, para la economía española en 2022 es que el PIB crecerá un 4,2%, lo que supone una reducción de 1,3% respecto a la que tenía a principios de año, y la expectativa de crecimiento de la inflación media anual es del 6,8% para este ejercicio.

Goirigolzarri ha admitido que “los acontecimientos que estamos viviendo generarán cambios geoestratégicos y económicos de fuerte calado, que afectarán especialmente a Europa”. Ha apuntado que se suman “a tendencias anteriores” que ya estaban exigiendo profundos y “necesarios” replanteamientos a nivel europeo y nacional, como son la transición energética y la transformación digital. “En esta situación de nuevos equilibrios geopolíticos, es tremendamente relevante el papel que pueda jugar Europa en esta revolución tecnológica”, ha apuntado.

**“Queremos estar cerca de nuestros clientes y la sociedad”**

Durante su intervención en el ‘VIII Foro Guadarrama’, Goirigolzarri ha destacado que “Madrid y Castilla y León son dos territorios cercanos, afines y con claros elementos de complementariedad en sus economías”. “Tanto Madrid como Castilla y León siguen siendo dos territorios clave para CaixaBank, no sólo por el papel que tienen en nuestra historia, sino también por su enorme importancia desde el punto de vista de negocio”, ha remarcado.

“Queremos estar muy cerca de nuestros clientes y de la sociedad, reafirmando nuestro apoyo a todos los ciudadanos, empresas e instituciones”, ha trasladado al auditorio después de exponer que más de 220.000 empresas y casi 4 millones de particulares son clientes de CaixaBank en Castilla y León y la Comunidad de Madrid.

Como respuesta al compromiso “firme” de la entidad de no abandonar poblaciones rurales en las que CaixaBank es la única entidad bancaria, Goirigolzarri ha aprovechado para destacar el servicio que las oficinas móviles prestan en municipios en riesgo de exclusión financiera y cuya cobertura la entidad “está ampliando a través de alianzas con las instituciones locales, como es el caso de los recientes acuerdos firmados con la Diputación de Ávila, con la Diputación de Palencia y con la Comunidad de Madrid”.

En este sentido, ha adelantado que, con estos acuerdos CaixaBank pretende, a finales de 2022, poder atender a más de 450 municipios, casi 65.000 clientes y casi 200.000 habitantes en la Comunidad de Madrid y Castilla y León, región en la que, ya en la actualidad, se da cobertura a más municipios de toda España.