

Juan Kindt: “Hay una gran migración de la operatoria bancaria a los canales digitales”

3 feb 2020

El director de Desarrollo de Negocio de BBVA en Argentina, Juan Kindt, destacó en una entrevista con el diario [El Cronista](#), que BBVA “ya vende casi el 60% de sus productos a través de canales digitales”. Y en ese contexto reafirmó la importancia de ir en la misma velocidad que las necesidades de los clientes.

Ante los nuevos desafíos del sector bancario tradicional, [BBVA](#) en Argentina -la entidad financiera privada del país más antigua en funcionamiento- se encuentra en proceso de transformación y en pleno desarrollo de un nuevo modelo de negocio en busca de ganar rentabilidad, eficiencia y mejorar de cara al futuro.

La entidad terminó 2019 sumando 120.000 nuevos clientes y según revela su director de Desarrollo de Negocio, el banco “ya vende casi el 60% de sus productos por canales digitales”, como consecuencia de una “gran migración de la operatoria bancaria”. Y en ese contexto destacó la importancia de ir en la misma velocidad que las necesidades de los clientes.

**Pregunta: ¿Cómo avanza el uso de aplicaciones móviles por parte de los clientes? Cuáles son las trabas e incentivos?**

**Respuesta:** Está habiendo una gran migración de la operatoria bancaria, saliendo de lo habitual, como es el hecho de ir al banco. La operativa se hace ahora desde la computadora o del celular, y es por ello que aumentaron los desarrollos de servicios. El arte en esto es ir a la velocidad que necesitan los clientes. Funcionalidades o aplicaciones demasiado sofisticadas que no se alcanzan a entender, a la gente no le sirven, y además si no estás teniendo a disposición de los clientes lo que van necesitando, tampoco. En ese sentido el tiempo es diferente para cada cliente según las edades: los jóvenes realizan la totalidad de sus

operaciones a través de la página de home banking, mientras que la gente mayor todavía necesita ir al banco algunas veces. Sin embargo, la evolución es para todos. Un dato importante del año 2019 es que **en BBVA estamos ya vendiendo más del 60% de nuestros productos digitalmente**. Y los clientes que compran desde el celular luego incrementan el uso de los servicios electrónicos.

**P: ¿En qué se diferencia BBVA con respecto a la competencia en ese terreno?**

**R:** La diferencia es la anticipación y la experiencia que tenemos en el tiempo. Este banco empezó hace muchos años con su transformación digital, y esto nos ha dado una experiencia y firmeza en lo que hacemos que otros todavía no tienen. Es cierto que han surgido otros 'players' 100% digitales, que nos ha hecho estar más alerta, para entender mejor lo que pasa.

**P: ¿En qué consiste la estrategia de productos sostenibles?**

**R:** Nuestro propósito como Grupo es generar oportunidades para todos, y ahora lo que queremos es que estas oportunidades sean además ecológicas. Por ejemplo hace poco sacamos una línea de préstamos que si el destino tiene que ver con movilidad eléctrica o sustentable como las bicicletas, los scooters o los autos eléctricos, existen beneficios en la compra, como mejor financiamiento o convenios con las marcas que los producen. Tratamos de ayudar al comprador y ahora vamos a empezar a ayudar al productor.



Juan Kindt, director de Desarrollo de Negocio, en la Torre BBVA de Buenos Aires.

**P: ¿Cómo es el trabajo de la Factoría de Inteligencia Artificial del banco?**

**R:** Trabajamos mucho con los robots que te contestan ante las consultas, mientras van almacenando respuestas. En el mercado ya te ofrecen robots que asocian datos y reemplazan el trabajo de personas haciendo el balanceo de cuentas y ajustes. Hay equipos que están trabajando constantemente, investigando. Este año incorporaremos el reconocimiento facial para abrir las cuentas, mientras que la 'app' del banco está empezando a ofrecer ayuda financiera advirtiéndole al cliente si este mes está gastando más que el anterior, o propone que

todos los redondeos de su cuenta sean almacenados en otra cuenta para que el cliente disponga de ellos cuando quiera.

**P: ¿Cómo es el balance que hacen del 2019?**

**R:** Estamos creciendo todos los años alrededor de 120.000 clientes netos en nuestra cartera, de esos hay unos 40.000 que son nuevos clientes al sistema financiero. Gente que no estaba vinculada al banco y empieza a estarlo, eso es un desafío importante. Más allá de los entornos políticos, para BBVA el 2019 fue un excelente año. Tenemos una mirada muy introspectiva de cómo trabajamos nosotros en los distintos escenarios. Logramos ser el banco más recomendado por sus clientes en la Argentina, desde hace ya varios años.

**P: ¿Cuáles son las perspectivas para 2020 en productos y créditos?**

**R:** Los créditos se frenaron mucho, en particular los [UVA](#), pero hay un porcentaje de gente que los sigue solicitando. La baja de tasa que ha dispuesto recientemente el BCRA va a ayudar a que la gente pueda impulsar sus demandas relegadas. Lo vemos como una medida positiva, por lo que ya nos estamos preparando para afrontar esta nueva etapa. También estarán a disposición préstamos personales y para las pequeñas empresas.

Fuente: <https://www.bbva.com/es/ar/juan-kindt-hay-una-gran-migracion-de-la-operatoria-bancaria-a-los-canales-digitales/>

---