

Javier García Mauleón

Responsable de Tecnologia de Banca Digital de BBVA Espanya. Javier García Mauleón és responsable de Tecnologia de Banca Digital de BBVA Espanya des de l'any 2014. Actualment, forma part de l'equip de Transformació Digital, una àrea fonamental en el procés de transformació del banc.

«Un 21% de les vendes a Girona es fan a través del canal digital»

Javier García Mauleón va començar la seva carrera professional en Management Solutions, consultoria estratègica de negoci en el sector financer. Després de sis anys treballant com a assessor de diferents entitats financeres, el 2012 es va incorporar a l'àrea d'Innovació de BBVA. Durant els seus primers anys al banc va participar en la definició de bbva.es i en el naixement de la banca mòbil.

DdG GIRONA

Què diferencia el BBVA pel que fa als competidors perquè Forrester hagi reconegut l'app del banc com la millor del món?

Reconeix l'èxit de la transformació de BBVA i la bona direcció en la qual treballa el banc per seguir millorant l'experiència dels clients. BBVA ofereix solucions diferencials que combinen les possibilitats que ofereix la tecnologia amb els avantatges de l'assessorament personal. Entre les solucions destaca la comoditat per poder-ho fer tot des del mòbil (des de donar-se d'alta amb un 'selfie' fins a domiciliar rebuts amb una simple foto), i l'assessorament personalitzat per a gestió de les finances i la presa de decisions importants (control d'ingressos i despeses amb El meu dia a dia" o la compra d'un habitatge amb l'ajuda de BBVA Valora).

Forrester destaca el model de relació de BBVA amb els seus clients a través del mòbil. En què es basa aquest model i quins avantatges aporta als clients?

Els clients estan permanentment connectats i esperen poder operar a qualsevol moment i en qualsevol lloc, però amb els avantatges i el tracte personal de la banca tradicional. El mòbil és el comandament a distància del client en la seva relació amb BBVA. A només un clic pot trucar sense necessitat d'identificar-se, conversar a través del seu mur, concertar una cita presencial o telefònica, i acabar signant un contracte a distància. Amb aquest model, BBVA cobreix totes les necessitats o exigències dels nostres clients a qualsevol moment (24/7) i en qualsevol lloc.

Forrester també posa el focus en la possibilitat de fer-se client des del mòbil. Com està funcionant aquest procés?

L'Alta Immediata és un servei senzill i àgil que permet fer-se



García Mauleón assegura que els usuaris de mòbil han crescut un 28%.

client de BBVA en només uns minuts utilitzant únicament el mòbil. Es basa en un procés de verificació de la identitat del client mitjançant el reconeixement biomètric a través d'un 'selfie', i una trucada per videoconferència amb un gestor. El nou client disposa a l'instant d'un compte corrent (amb el qual pot operar des del principi) i una targeta de dèbit. Actualment, aproximadament el 18% de les altes que es realitzen són per canals digitals.

Encara hi ha molta gent no nativa digital. Em podria dir quants clients usen el mòbil per

operar amb el banc?

BBVA Espanya actualment compta amb 4,1 milions de clients digitals, dels quals tres milions són usuaris mòbils (el que suposa un creixement del 28% en l'últim any).

Del total de vendes, quantes es fan ja per via digital? Quin tipus de productes són els que es contracten?

Actualment, el 25% de les vendes són digitals. En el cas de les comarques gironines, un 21%. De totes les vendes digitals realitzades aproximadament un 60% es realitzen a través de dispositius mòbils. Els productes més venuts són els préstecs al consum, els dipòsits, les aportacions a fons d'inversió i plans de pensions. Hem experimentat un augment significatiu en les vendes d'assegurances i en el finançament de rebuts i pagaments.

D'aquestes operacions, quantes es realitzen a Catalunya?

Del total de les operacions realitzades fins a juny, gairebé el 20% es van realitzar per canals digitals.

Quants clients digitals té el BBVA en aquesta comunitat?

A Catalunya, del total dels clients de BBVA, el 40% són digitals.

Com incideix el Big Data en el servei que BBVA ofereix als seus clients?

A BBVA l'anàlisi avançada de dades està integrada en moltes unitats de negoci per acompanyar la transformació. Existeix un equip especialitzat que recull, emmagatzema i processa la informació amb l'objectiu de modelitzar, predir conductes i entendre el comportament dels clients per oferir-los serveis de valor afegit. Les dades i els patrons de comportament permeten també anticipar els «moviments» que es realitzaran per part dels usuaris. És per això, que des de fa unes setmanes els nostres clients tenen un calendari financer predictiu on poden veure l'estat futur dels seus comptes basant-se en els moviments futurs.

Però això va més enllà dels productes financers...

Les experiències digitals que ofereixen altres indústries provoquen que els consumidors demandin també ajuda proactiva i personalitzada per a la gestió de les seves finances personals en el seu moment a dia, i la presa de les decisions financeres importants de la seva vida. Tot això fa necessari passar d'un model basat en productes a un model basat en solucions, on la tecnologia i l'ús de les dades faciliten obtenir millors experiències per als clients.

Per donar aquest servei, com treballa el banc?

En BBVA, els equips treballen amb l'objectiu de dissenyar pensant en les autèntiques necessitats del client. Els processos de creació amb els usuaris, el lliurament ràpid de funcionalitats (mínim producte viable) i el feedback rebut dels clients, fan que puguem experimentar, mesurar i reaccionar ràpidament per millorar l'experiència i que respongui sempre a les seves necessitats. Aquesta transformació ha permès que equips multidisciplinaris utilitzin processos iteratius de «prova i aprenentatge», permetent posar noves funcionalitats en mans dels clients gairebé cada mes.

Quina inversió destina el banc a la transformació digital?

La mitjana anual estimada d'inversions per 2014-2017 és de 850 milions d'euros.

La comissió d'afectats per Endesa recull incidències i les remet al Govern

ACN/DdG GIRONA

La comissió d'afectats per Endesa, que integren les patronals gironines la Cambra i les associacions d'enginyers i arquitectes, han fet arribar als serveis territorials del Departament d'Empresa i Coneixement de Girona un recull d'incidències relacionades amb la companyia. L'ens vol exercir de lobby per resoldre problemes i millorar el servei que ofereix la companyia a la demarcació de Girona. L'integren les dues patronals gironines (Pimec i FOEG), la Cambra de Girona però també les associacions d'enginyers i arquitectes de les comarques gironines.

Van anunciar la seva constitució a finals de juny i ara han fet un pas més presentant a la Generalitat un conjunt de queixes relacionades amb els problemes amb els quals, asseguren, es troben habitualment. Esperen que serveixi perquè es prenguin mesures i els resolgui. Denuncien que les incidències que pateixen els fan perdre competitivitat i que representen costos afegits per a les empreses, autònoms i professionals.

A banda de problemes de subministrament com baixades de tensió o amb el funcionament dels comptadors, es queixen de les dificultats a l'hora de donar servei, per exemple, en zones ja urbanitzades. També reivindiquen comptar amb interlocutors «àgils» que permetin donar resposta a les incidències en un màxim de dos dies. De fet, consideren que si la companyia destinés més recursos humans i tecnològics molts dels problemes es podrien resoldre més ràpidament.

La comissió representa a més de 2.000 enginyers, 800 arquitectes, 900 aparelladors i arquitectes tècnics. En total, agrupa més de 16.700 empreses i autònoms, 32 associacions i 15 entitats.

Citigroup guanya 7.962 milions fins al juny, un 6% més que el 2016

EFE/DDG MADRID

El grup bancari Citigroup va anunciar que va guanyar 7.962 milions de dòlars en els sis primers mesos de l'any, un 6% més que en el mateix període de l'exercici anterior, malgrat que els seus beneficis en el segon trimestre van baixar un 3%. L'entitat financer va obtenir entre gener i juny passats un benefici net per acció de 2,63 dòlars, enfront dels 2,35 dòlars per títol del mateix període de l'any anterior, quan els guanys van ascendir a 7.499 milions.

«El mòbil és el comandament a distància del client en la seva relació amb BBVA. A només un clic»