

La digitalización y la gestión del conocimiento en los servicios financieros

Digitalization and knowledge management in financial services

Carles Planuch-Prats y Ramón Salvador-Vallés
 Universitat Politècnica de Catalunya (España)

DOI: <http://dx.doi.org/10.6036/8797>

Actualmente, el desarrollo y aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) incide de forma especial en los procesos de disrupción y transformación en las organizaciones. Numerosas empresas invierten cuantiosos recursos en el desarrollo de nuevos productos y servicios digitales que están siendo adoptados crecientemente por los consumidores. Esta dinámica, favorecida por el entorno Web 2.0, resulta clave en los procesos que permiten la adquisición y la transferencia de conocimientos en las organizaciones. Así, determinados procesos de la gestión del conocimiento (GC) pueden favorecer la innovación y el desempeño.

El sector financiero ha sido tradicionalmente uno de los ámbitos empresariales en el que se han invertido muchos recursos en las TIC, y esta transformación digital está teniendo un notable impacto en los hábitos de los clientes que utilizan, cada vez más, diferentes canales de negocio. Las principales entidades financieras españolas (Santander, BBVA y CaixaBank) proporcionan todo tipo de canales de comunicaciones, como foros, comunidades de conocimiento, redes sociales, *apps*, intranets, etc. para mejorar la capacidad de la organización y crear conocimiento tanto procedente de los empleados como de los clientes. En la última década, el aumento de la utilización de herramientas Web 2.0 por parte del sector bancario ha sido notable, así como la orientación hacia la banca electrónica de numerosas entidades propiciado por el vertiginoso desarrollo de las TIC.

El estudio realizado por Planuch y Salvador [1] en CaixaBank, en el período que va del 2006 al 2015, apunta en este sentido; se constató el efecto que las TIC tienen en los procesos de GC, la innovación y el desempeño en la organización. Queda de manifiesto que el aumento en la utilización de las TIC ha permitido desarrollar comunidades de conocimiento, tanto para empleados y clientes, favoreciendo así el

desarrollo de nuevos servicios. Los resultados obtenidos coinciden con los de otros estudios, por ejemplo los de Hislop [2]. Se ha observado que con la implementación de herramientas basadas en las TIC como el *Data Mining* o el *Big Bata* se contribuye a la agilización de los procesos de toma de decisiones, la mejora de la efectividad comercial y la eficiencia operativa de la entidad.

En el Gráfico 1 podemos ver la tendencia creciente de la inversión financiera en activos intangibles (I+D+i), mientras que la inversión tecnológica se mantiene más estable, debido en buena medida al aumento de la capacidad técnica. Dicha inversión propició un aumento sustancial de la digitalización de procesos, la multicanalidad, la creación de servicios *on-line* y multidispositivo para la gestión integral de recibos y domiciliaciones. Además de los desarrollos siguientes:

- Las progresivas mejoras que se realizaron en el portal de la entidad.
- La aportación de las herramientas Web 2.0 con su aparición en las redes sociales y la creación de las comunidades de innovación y conocimiento.
- La utilización de la tecnología *Cloud Computing*.

Observamos que, de la misma manera que sucede con los resultados de los estudios de Stone [3] y Sousa y Morais [4], se subraya el conocimiento como concepto clave mediante la utilización de herramientas Web 2.0 en el sector financiero.

En el ámbito de la GC, cabe resaltar la creación de las comunidades tanto internas como externas para compartir necesidades de los clientes e inquietudes y conocimientos de los empleados. Es el caso de las comunidades Inspira'ns, Innova, Connecta y Virtaula.

A título de ejemplo, la comunidad Inspira'ns, de la que podemos ver su evolución en el Gráfico 2. Desde su creación, CaixaBank ha implementado más de 100 ideas aportadas por los clientes. Entre ellas destacan el servicio Recibox para la gestión inteligente de los recibos o el servicio Borsa Oberta para invertir *on-line*.

En resumen, en el caso de CaixaBank, considerar las TIC como uno de los factores de éxito de la GC y la mejora de la

innovación y el desempeño organizacional ratifica los resultados obtenidos por Lee y Choi [5], Zheng [6] y Ooi [7] entre otros.

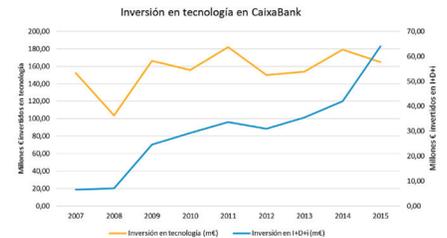


Gráfico 1: Evolución de la inversión en tecnología en CaixaBank (2005-2014). Fuente: Elaboración propia a partir de memorias



Gráfico 2: Evolución del número de aportaciones de ideas por parte de los clientes en la comunidad Inspira'ns (2010-2015). Fuente: Elaboración propia a partir de memorias

REFERENCIAS

- Planuch C, Salvador R. "Value creation in innovation using information Technology in knowledge management for financials services: the case of CaixaBank". DYNA Management, 6(1). [15 p.]. 2018. DOI: <https://doi.org/10.6036/MN8745>
- Hislop D. (2013). Knowledge management in organizations. London: Oxford University Press.
- Stone M. "Staying customer-focused and trusted: Web 2.0 and Customer 2.0 in financial services". Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management, 2009, 16: 101.
- Sousa C, Morais MP. "Diagnosis of the use of Web 2.0: tools in the portuguese financial institutions". International Conference on Knowledge Management and Information Sharing-KMIS, 2013.
- Lee H, Choi B. "Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination". Journal of Management Information Systems, 2003, Vol. 20(1): p.179-228.
- Zheng W, Yang B, McLean GN, "Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management" Journal of Business Research, 2010, vol. 63, pp. 763-771.
- Ooi KB, Teh PL, Chong AYL. "Developing an integrated model of TQM and HRM on KM activities", Management Research News. 2009, Vol. 32 p.477-490.