



Digital Banking



Editorial

Rafael Conde del Pozo
*(Digital & Innovation
Director, Vector ITC).*

El nuevo escenario digital ha afectado profundamente al sector bancario tradicional, que está experimentando una transformación sin precedentes basada en la innovación tecnológica para que sus actores sigan siendo competitivos en este nuevo contexto.

Es indispensable que las entidades más tradicionales del sector apuesten con firmeza por plataformas bancarias abiertas, que les permitan compartir datos y servicios en sus aplicaciones comerciales y les generen nuevas formas de negocio.

Además, es aconsejable que acometan una remodelación de su infraestructura IT, priorizando las soluciones con base Cloud, con el objetivo de ganar en eficiencia operativa y en agilidad a la hora de ofrecer productos y servicios. En ese sentido, deben de generar entornos de trabajo con alta capacidad de reacción para responder rápidamente de manera innovadora y creativa a los cambios del mercado.

Así mismo, es de vital importancia que focalicen sus esfuerzos en I+D+i en diseñar y desarrollar herramientas basadas en Inteligencia Artificial, con el objetivo de conocer mejor a sus clientes y ahondar en una mayor personalización dinámica de los servicios; ofreciendo experiencias de usuario digitales excepcionales y sorprendentes.

Por último, es recomendable que analicen la posible optimización de su modelo de operaciones y procesos a través de la automatización inteligente, potenciando su eficiencia operativa para conseguir un mejor time to market y una capacidad de respuesta en tiempo real.

Rafael Conde del Pozo
(Digital & Innovation Director, Vector ITC).



Índice

01 5 – 10

Banca & Tecnología: el futuro es digital.

- Ventajas de la digitalización en el sector bancario.
- El mercado de la banca digital.
- La colaboración es la clave.
- La llegada de las Big Tech.

02 11 – 16

Fintech: presente y futuro.

03 17 – 22

Neo Bank, Challenger Bank, BaaS (Bank as a Service).

- Neo Banks.
- Challenger Banks.
- BaaS (Bank as a Service).

04 23 – 26

Open Banking.

05 27 – 40

Impacto de las tendencias tecnológicas en el sector.

- Ciberseguridad: detección del fraude, transacciones seguras, etc.
- Big Data & Data Science: banca predictiva, análisis de inversiones, productos financieros menos arriesgados, etc.
- UX: Apps & Wearables, pagos móviles, digital On-Boarding, Smart Branches, Asistentes Virtuales.
- IA & Machine Learning: Chatbots con NLP (Conversational Banking), Banca Inteligente.
- Blockchain: impacto en el sector bancario.

06 41 - 46

RegTech: regulación y tecnología.

- El mercado RegTech.
- Soluciones RegTech por grandes categorías.
- Un sector en expansión.
- Impacto de la IA.



Índice

07 47 - 56

Everyone is a bank: economía colaborativa.

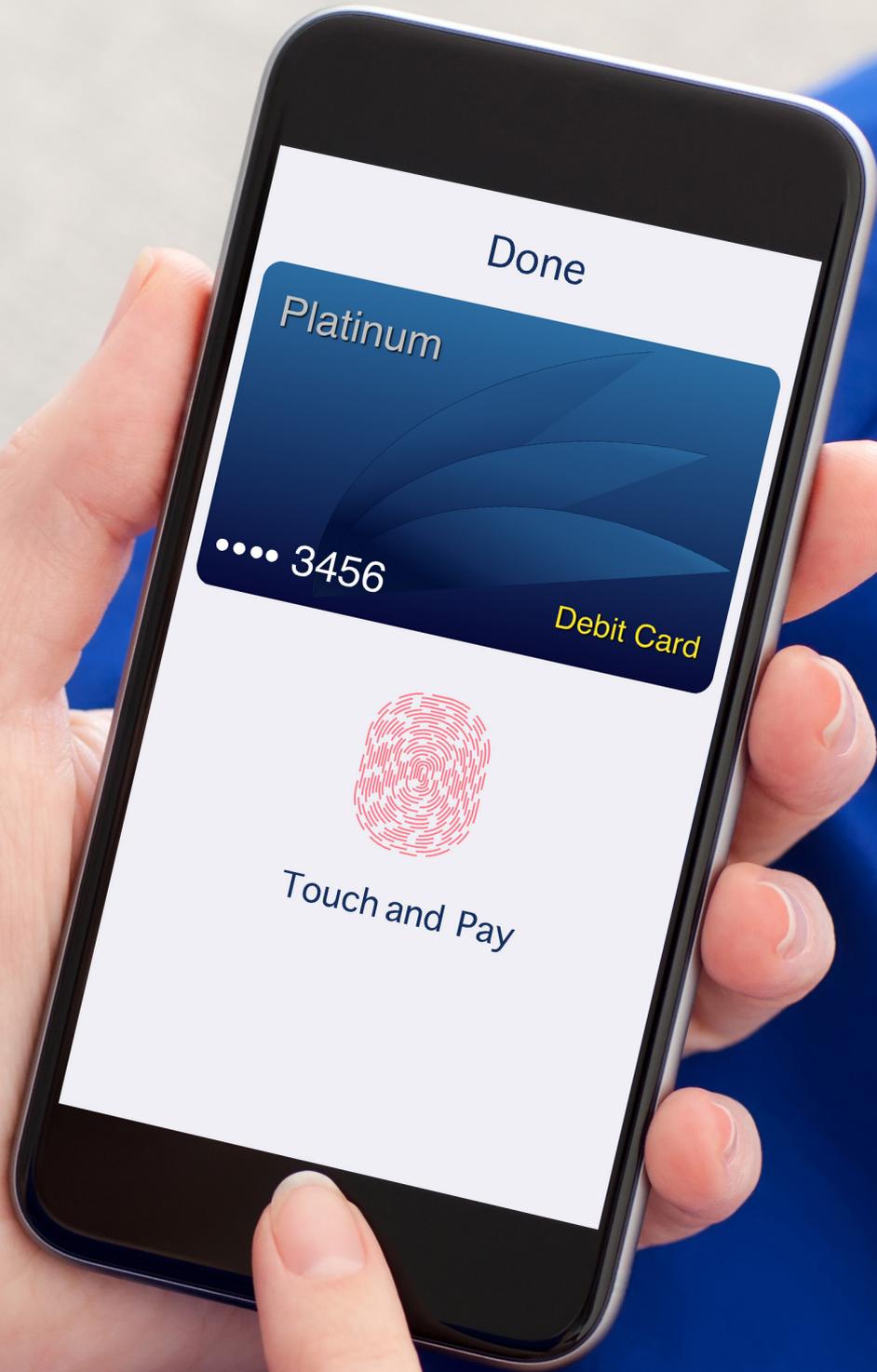
- Servicios ofrecidos por plataformas colaborativas.
- Moneda social: la verdadera economía colaborativa.
- Tendencias de innovación:
 - _ Pagos P2P.
 - _ Crowdlending.
 - _ Crowdfunding.
 - _ Intercambios B2B.

08 57 - 60

La era del Social Banking.

09 61 - 64

Nuestras Conclusiones.



Banca & Tecnología: el futuro es digital

01

¿BANCOS O COMPAÑÍAS DIGITALES?

En los últimos años se ha discutido mucho sobre lo que significa la transformación digital para las empresas de todos los sectores. En la mayoría de los casos, cuando se habla de transformación digital se alude, fundamentalmente, a conceptos teóricos y no prácticos. Así, se puede ver cómo a las empresas se las insta a renovar sus sistemas informáticos, a cambiar su cultura empresarial o a crear nuevos productos que se adapten a las nuevas tendencias digitales.

En concreto, en banca hasta hace poco era inimaginable poder contratar un crédito online o que un banco fuera completamente móvil. Hoy, el banco que no ofrece algún tipo de servicio online a sus clientes es más la excepción que la regla. La transformación digital es un proceso constante y sin fin, ya que la tecnología no para de evolucionar y esto es algo que no parece que vaya a cambiar, al menos a corto plazo.

Cada vez son más los bancos que apuestan por ofrecer unos servicios más digitalizados a sus clientes, porque la transformación digital tiene como uno de sus fines últimos el crear una mejor experiencia de usuario gracias a la tecnología. En este sentido, las Fintech llevan la delantera.

VENTAJAS DE LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR BANCARIO



Mejora considerablemente la **experiencia del cliente**.



El número de clientes crece gracias a la conveniencia del servicio que permite a los usuarios ahorrar tiempo.



Reducción de la tasa de errores humanos.



Los costes para bancos y clientes pueden reducirse mediante el uso de nuevos medios de pago, transacciones sin efectivo, etc.



Los datos digitales se pueden usar para **tomar decisiones dinámicas, resultando de gran utilidad tanto para los bancos como para los clientes.**



EL MERCADO DE LA BANCA DIGITAL

Uno de los primeros sectores en transformarse digitalmente ha sido el de la banca, y no hay duda de que la inversión en tecnología está creciendo de forma imparable en el sector. Por ejemplo, en 2016 el 65% de las entidades financieras a nivel global aumentaron su gasto en tecnologías de la información, con una cifra de crecimiento medio del 13,4%.

En 2018 el mercado mundial de banca digital se estimó en aproximadamente 6620 millones de dólares, y se espera que genere alrededor de 8,646 millones de dólares para 2025, con un CAGR de alrededor del 3,8% entre 2019 y 2025.

Sin embargo, a pesar de todo este auge en las inversiones, y debido a la presión competitiva ejercida por las Fintech y las grandes tecnológicas, nuevas voces están revelando que **todavía muchos bancos globales tienen por delante un importante trabajo que hacer**. Por ejemplo, en 2018, alrededor del 40% de los grandes bancos a nivel global no había desarrollado todavía una estrategia de transformación digital.

Además, **menos del 10% de ellos puede afirmar que se encuentra en posición de ser líderes en innovación** y adaptarse o crear disrupciones significativas en el mercado.

Los bancos que están teniendo éxito son los que **reconocen la necesidad de adoptar la transformación en los niveles más altos de la organización** y hacer un seguimiento con una evaluación franca y precisa de sus objetivos comerciales, comparándolos con sus capacidades tecnológicas y operativas reales. Sin embargo, los bancos que no tomen ciertas medidas podrían verse envueltos en serios problemas.

Por ejemplo, según estimaciones extraordinariamente pesimistas, **en 2025 el 80% de las firmas financieras se habrán visto obligadas a abandonar el negocio o serán irrelevantes** debido a la llegada de la nueva competencia, el cambio en el comportamiento de los clientes y los avances en tecnología. Independientemente de lo exagerado de estas proyecciones, la realidad es que los bancos se enfrentan a un riesgo alarmante de fracaso si continúan manteniendo los modelos operativos y de negocio propios del siglo XX.



LA COLABORACIÓN ES LA CLAVE

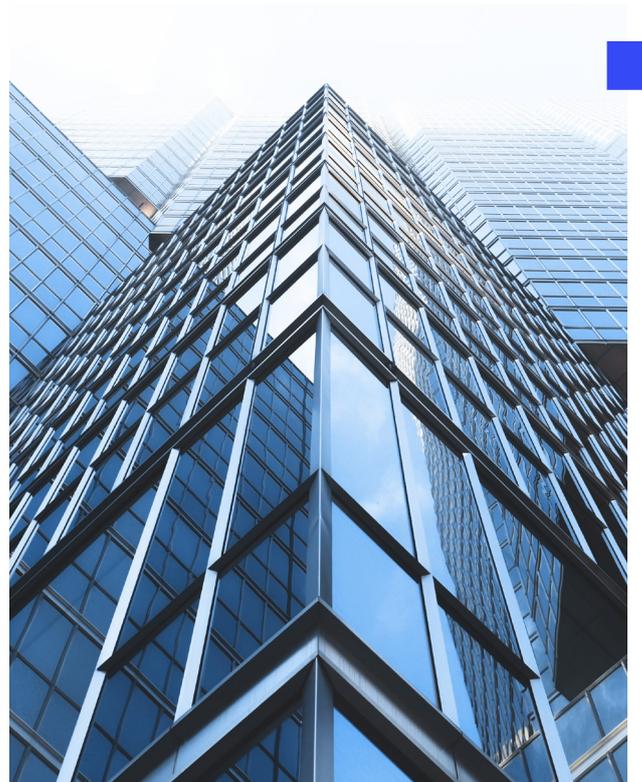
Uno de los puntos clave para evitar el fracaso es la colaboración con las Fintech, y es que el vínculo entre estas empresas y los bancos se ha vuelto cada vez más estrecho. Las inversiones realizadas han crecido de forma exponencial, y las asociaciones se multiplican cada día, para aprovechar los puntos fuertes de cada uno y centrarse en los objetivos comunes.

Los nuevos actores reinventan mediante el uso de la tecnología un segmento muy concreto de la cadena de valor del negocio bancario, mientras que los actores tradicionales son capaces de cubrir la totalidad de la cadena de valor: la posibilidad de colaboración parece evidente. Además, este auge de la colaboración puede explicarse, por un lado, porque las expectativas de los clientes evolucionan rápidamente, y las startups tienen mayor capacidad de interpretar y adaptarse a esas necesidades; y por otro, por la **aparición de nuevos competidores, como por ejemplo las empresas de telecomunicaciones o las Big Tech**, que están ingresando al mercado de los servicios financieros.

LA LLEGADA DE LAS BIG TECH

Esta situación provoca bastante temor entre el sector ya que este tipo de empresas pueden convertirse en fuertes competidores para la banca tradicional debido principalmente a que han irrumpido en el sector en un momento en el que a las personas todavía les resulta difícil confiar en los bancos tradicionales. Además, **cuentan con un gran volumen de datos personales sobre los consumidores**, lo que les hace contar con un activo de conocimiento casi mayor que el que atesoran los bancos.

A estas consideraciones se suma que su reputación e imagen entre los consumidores supera la de cualquier banco tradicional, por ejemplo, se calcula que **el 54% de los consumidores confía en al menos una gran empresa de tecnología más que en los bancos en general**, y el 29% confía en al menos una compañía de tecnología más que en su propio banco. Además, solo el 41% recomendaría su propio banco a un amigo o alguien cercano, mientras que el 23% no lo recomendaría en ningún caso.



LOS ENCUESTADOS VALORAN MEJOR AL MENOS A UNA TECNOLÓGICA QUE A SU BANCO PRINCIPAL EN CADA UNO DE LOS CINCO ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES DE LA BANCA:

Los cinco principales Elementos de Valor® que afectan al Net Promoter Score® y al ranking de empresas:

| | Calidad | Ahorra tiempo | Simplifica | Reduce la ansiedad | Heirloom |
|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| LÍDER | Apple | Amazon | Apple | PayPal | Apple |
| 2 | Amazon | Google | Google | Banco primario | Banco primario |
| 3 | Banco primario | PayPal | PayPal | Apple | Google |
| 4 | PayPal | Banco primario | Amazon | Amazon | Amazon |
| 5 | Google | Apple | Banco primario | Google | PayPal |

Fuente: Bain & Company

Estas grandes tecnológicas han comenzado a posicionarse y están preparadas para capitalizar los servicios financieros. En el año 2014, Amazon situó su sede europea en Luxemburgo, país en el que contaba con especiales ventajas fiscales. Posteriormente obtuvo la licencia para operar como entidad de pagos también en este mismo país. Y en noviembre de 2018, cerró un acuerdo con la Fintech española Fintonic, cuyos usuarios podrán financiar compras de tarjetas regalo en Amazon por hasta 1000 euros al 0% TAE de interés.

Facebook, por su parte, consiguió en diciembre de 2016 una licencia para operar también como banco en Europa. La licencia la obtuvo en este caso en Irlanda, consiguiendo así los derechos necesarios también para dar servicio en el resto de los países comunitarios. El movimiento para convertirse en entidad de pagos electrónicos llegó con la promesa de popularizar Facebook Messenger como medio de pago entre los consumidores europeos, y **en 2017 Facebook ya podía operar en España como Entidad de Dinero Electrónico, a través de Facebook Messenger**, permitiendo el envío de dinero de persona a persona.

Google ha obtenido la licencia para poder realizar determinados servicios bancarios en Lituania, lo que posibilita, además, su posterior extensión al resto de países europeos. A través de su filial Google Payments Lithuania (propiedad de la matriz Alphabet) ha obtenido una licencia para operar como entidad de dinero electrónico (también denominada "licencia e-money").

Apple, tras la irrupción exitosa en el terreno de los pagos con Apple Pay, ha decidido seguir avanzando en su penetración en el sector de los servicios financieros con un nuevo lanzamiento: Apple Card. Su objetivo: dar un paso más en la mejora de la experiencia con la tarjeta de crédito, algo que según la firma tiene margen para ser mucho mejor.



Fintech: presente y futuro

02

ASPECTOS GENERALES

El mundo de las Fintech se mueve a un ritmo implacable. Una reciente afluencia de productos financieros digitales está revolucionando de nuevo la forma en que se mueven las finanzas. **Ha surgido una nueva oleada de Fintech 2.0, la cual es significativamente diferente.** En esta nueva versión la tecnología está en gran medida impulsada por la Inteligencia Artificial y un mayor poder de computación. Está orientada no solo a crear una mayor eficiencia en las transacciones actuales, sino a **redefinir y “crear una nueva visión”.**

Se trata de Fintech más colaborativas, donde se da una mayor participación de las grandes instituciones financieras, a la vez que se involucra un segmento más amplio de industrias, como los seguros.

Se espera que **estas nuevas firmas de Fintech supongan 4,7 billones de dólares en ingresos y 450 mil millones de dólares en ganancias** de las firmas de servicios financieros tradicionales durante 2019.

Además, en esta nueva era, la generación millennial será la que mayor peso tenga a consecuencia de su inquietud porque sus inversiones supongan un impacto global positivo cuando se trata de temas como la sostenibilidad y el cambio climático.

Según una encuesta reciente, **el 86% de los millennials expresaron interés en la idea de realizar una inversión sostenible,** el 61% informó haber realizado una inversión sostenible en el último año, y el 75% expresó la creencia de que sus inversiones podrían tener un impacto para revertir el cambio climático.

\$30T VAN A TRANSFERIRSE DE GENERACIÓN: LOS MILLENNIALS BUSCAN OPCIONES QUE TENGAN ROI POSITIVO Y GRAN IMPACTO:



Los Millenials son 2 veces más propensos a realizar inversiones sostenibles que el inversionista promedio

Fuente: Morgan Stanley

Las empresas emergentes como Sigma Ratings (puntuación e informes de eventos de riesgo) y TruValue Labs (una base de datos de AI para riesgo de capital) se encuentran entre esta primera capa de compañías que **ayudan a las empresas a establecer su credibilidad de "datos ecológicos" gracias a tecnologías innovadoras.** A medida que el espacio de Fintech se adapta a los millennials y sus preferencias éticas, el primer cambio tendrá lugar entre las nuevas empresas que trabajan con empresas de servicios financieros.

Por otra parte, hasta el momento Asia no había sido una región importante en el mundo de las Fintech, sin embargo, recientemente **en China los proveedores de pagos electrónicos Ant Financial y WeChat Pay han conseguido el dominio** en un país que representa la mitad de los pagos online de todo el mundo. Su rápido crecimiento se debe a una regulación permisiva que busca aumentar la competencia en el sistema financiero controlado por el Estado.

LAS NUEVAS EMPRESAS FINTECH DEL SUDESTE ASIÁTICO ESTÁN CONSIGUIENDO RONDAS DE FINANCIACIÓN MÁS GRANDES E INVERSORES EXTRANJEROS:

MASii

Última ronda: \$ 2.4M Serie A en Q1'18

Sector: comparación de servicios financieros

Inversores: B. Grimm, European Venture Partners

MOMO

Última ronda: \$100M Series C en Q1'19

Sector: Monedero digital y pagos

Inversores: Warburg Pincus

MOKA

Última ronda: \$24M Series B en Q3'18

Sector: Servicios de SO para pymes

Inversores: Sequoia Capital, East Ventures, Convergence Ventures

C88

Última ronda: \$28M Series C en Q3'18

Sector: Comparación de servicios financieros

Inversores: Experian Ventures, Telstra Ventures, Korea Investment Partners

AL

Última ronda: \$40M Series D en Q1'19

Sector: Préstamo a plazos de comercio electrónico

Inversores: Ant Financial

VOYAGER

Última ronda: \$40M Corporate Minority en Q4'19

Sector: Monedero digital y remesas
Inversores: KKR, Tencent, IFC

Fuente: CB INSIGHTS

Al pasar por alto los bancos estatales y las compañías de tarjetas de crédito, las empresas Fintech han aumentado la eficiencia en el sistema financiero **no solo de China sino de gran parte del sudeste asiático.**



41 UNICORNOS FINTECH VALORADOS EN \$154.1B:

COMPAÑÍAS FINTECH GLOBALES RESPALDADAS POR CAPITAL RIESGO CON UNA VALORACIÓN DE MERCADO PRIVADA DE \$1B + (25/01/19):

NORTEAMÉRICA

ESTADOS UNIDOS

 **DevotedHealth** \$1.8B **AVANT**® \$1.9B

BREX \$1.1B **ROOT** \$1B

 **Kabbage**® \$1B  **GUSTO** \$2B

stripe \$20.3B **OSCAR** \$3.2B

 **AvidXchange**™ \$1.24B

 **UiPath** \$3B  **PLAID** \$2.7B

 **affirm** \$1.8B  **robinhood** \$5.3B

 **Dataminr**® \$1.1-1.6B **SoFi**  \$4.49B (as of Q1'17)

 **CIRCLE** \$3B  **TOAST** \$1.4B

Clover \$1.2B  **SYMPHONY** \$1B

coinbase \$8B **TRADESHIFF** \$1B

credit karma \$4B **zenefits** \$2.1B (as of Q'15)

 **confluent** \$2.5B (as of Q'19) **zenefits** \$2.1B (as of Q'15)

SUDAMÉRICA

BRASIL

 **nubank**

EUROPA

REINO UNIDO

Revolut \$1.7B

 **monzo** \$1.27B

 **TransferWise** \$1.6B

ALEMANIA

N26 \$2.7B (as of Q1'19)

SUECIA

Klarna. \$2.0-2.5B

ASIA

CHINA

陆金所国际
lu-global.com \$38B

π 团贷网
www.tdw.cn \$1.5B

拉卡拉
支付只要刷一下 \$1.6B

老虎證券
TIGER BROKERS \$1.1B

草根投资
CGTZ.COM \$1.4B

TONGDUN
www.tongdun.cn \$1B

INDIA

policybazaar.com \$1B
Compare. Buy. Save.

paytm
one97 \$10B

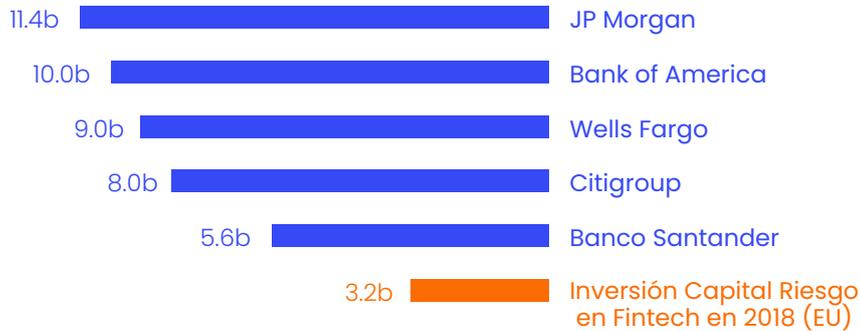
COREA DEL SUR

toss \$1.2B

Fuente: CB INSIGHTS

BOLSILLOS PROFUNDOS:

El gasto tecnológico en el año 2019 de muchos grandes bancos empequeñece las inversiones en tecnología financiera en Europa.



Fuente: Bloomberg



Neo Bank, Challenger Bank, BaaS

03



Con la llegada de las nuevas tecnologías y la transformación digital aparecen nuevos actores en el ecosistema Fintech, que suponen la consolidación de esta industria guiada por ciertos objetivos: democratizar los servicios financieros y fomentar el ahorro con la innovación en su ADN. Se trata de una nueva vertical que agrupa a Neo Banks, Challenger Bank y BaaS.

Estos bancos son de tamaño muy inferior a los tradicionales, pero **intentan competir ofreciendo un mejor servicio, un mejor precio** o, la mayoría de las veces, una combinación de ambos. La mayoría no tienen presencia física y se centran en dar una experiencia *mobile-only*.

Han logrado importantes avances en el sector debido principalmente a la pérdida de confianza de los consumidores en la banca tradicional y al **crecimiento del uso de Apps de banca y banca online**.

El mercado de NeoBanks y de Challenger Banks fue de aproximadamente 6.604 millones de dólares en 2018 y se espera que genere alrededor de 394.648 millones de dólares para 2026, a una tasa compuesta de crecimiento anual de alrededor del 46,5% entre 2019 y 2026.

MODELOS DISRUPTIVOS EN BANCA



| Tipo de Banco | CHALLENGER BANK | NEOBANK | BaaS | BANCOS TRADICIONALES |
|------------------------|---|---|---|---|
| Foco | Personalización del cliente. Precio dinámico. Data - Tecnología dirigida. | Interacción con el producto. Accesibilidad. Enfoque en el cliente. Data - Tecnología dirigida. | Interacción con el producto. Accesibilidad. Enfoque en el cliente. Data - Tecnología dirigida. | Regulación. Honorarios. Productos basados en tipos de interés. |
| Licencia | Sí | No | No | Sí |
| Propuesta Valor | Transparencia. Personalización. Costes. Producto enfocado al usuario. | Experiencia de usuario. Interfaz de usuario. Nuevos productos. Mercados financieros. | Basado en la plataforma. Monetización de datos. Comunidades de terceros. Confianza. | Confianza. Control de mercado. |
| Desafíos | Confianza. Adquisición de clientes. Seguridad. Regulación. | Adquisición de clientes. Seguridad. Marketing. Regulación. | Seguridad. Asociaciones/partnerships. Regulación. | Modelo de Negocio. Tradicón (IT, Cultural). Participación y retención de cliente. |
| Canales | Canales digitales. | Aplicación móvil. | Canales digitales. | Canales digitales y sucursales. |
| Ejemplos | 2getherbank Starling Atom Bank | Monzo Bank N26 BNEXT | 2getherbank Simple BNEXT | 2getherbank Fidor Loot |

Fuente: 2Getherbank

NEO BANKS

Los Neobancos o Neo Banks son bancos 100% nativos digitales, pensados para un perfil de clientes moderno (generalmente millennials) cuyo hábitat de uso es internet y que buscan la transparencia y la seguridad. Por lo general, los Neobancos nacen directamente como banca en Internet, es decir, que no provienen de un banco tradicional. No son la evolución de un banco tradicional, ni una sucursal digital de una organización tradicional. Es decir, **los Neobancos ofrecen sus servicios sin licencia bancaria propia, en ocasiones asociándose con un banco tradicional y en otras, creados como marca digital dentro de uno de esos bancos.**

Estos Neobancos se caracterizan por su facilidad de uso, bajos costes, el fácil entendimiento de las condiciones de sus productos y la claridad en que muestran las comisiones (sin sorpresas, eliminando las confusiones). Además, las tramitaciones en los Neobancos son extremadamente sencillas, se puede abrir una cuenta en segundos, sin tener que enviar comprobantes de domicilio, y en caso de querer cerrarla se puede hacer sin complicaciones. Estos nuevos bancos están sabiendo saciar las necesidades y gustos de los clientes. **Se estima que 1 de cada 4 millennials británicos utilizan Neobancos o Challenger Banks.**

Algunos **ejemplos de Neobancos** que están operando con éxito son:



Fundado en el 2017 por dos antiguos trabajadores de BBVA e ING Direct, no es un banco y no opera como banco sino como plataforma que ofrece productos financieros ofrecidos por otras entidades y por terceros. Su aplicación permite además conectar las cuentas de cualquier banco para que los clientes puedan visualizar de manera más fácil y a simple vista todas las transacciones. Bnext ahora cuenta con más de 100 000 usuarios, y por el momento solo opera en España con una cuenta corriente y una tarjeta de prepago.



Es otro de los Neobancos que permite abrir una cuenta en pocos minutos, sin requisitos y desde cualquier país de la Unión Europea. Aunque no tiene licencia bancaria, es igual de seguro que cualquier otra entidad bancaria. La app empezó a operar en 2015 en Reino Unido, fue la primera app móvil en ofrecer el servicio de cuenta en el Reino Unido con mínimos requisitos. Actualmente Monese tiene más de 400 000 clientes, y más del 70% la utilizan como cuenta principal.



Es uno de los bancos pioneros de Norte América, propiedad de BBVA desde 2014. Simple opera solo a través de Internet y de momento está centrada en la captación de ahorro, sin dar créditos. La empresa comercializa a través de la web una cuenta corriente asociada a una tarjeta de débito (Simple Visa Card), además de aplicaciones informáticas para dispositivos móviles centradas en la gestión del ahorro.

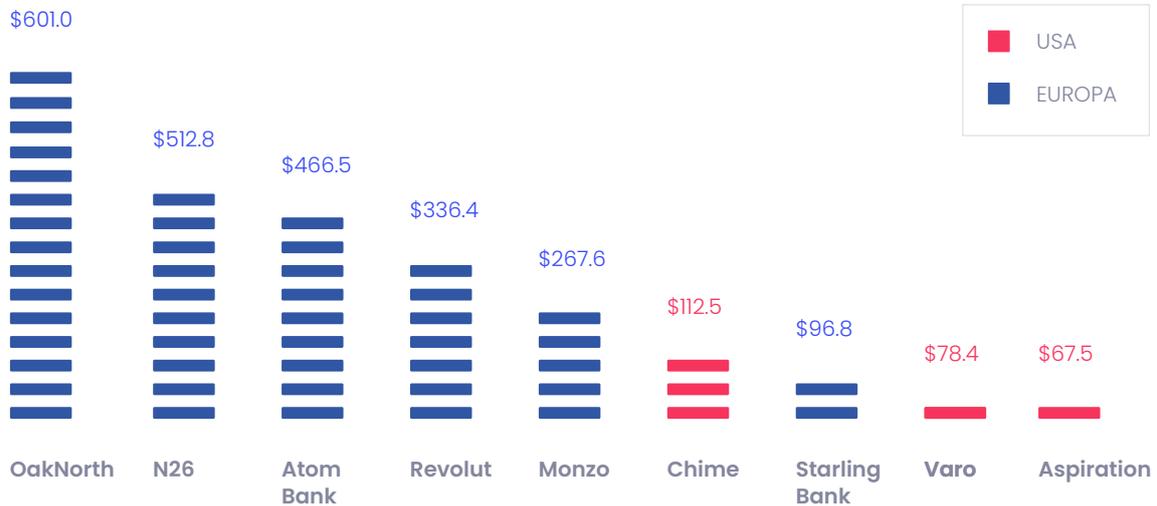
CHALLENGER BANKS

Se llaman **Challenger Banks a aquellos Neobancos que tienen licencia bancaria**. En su mayoría los Challenger Banks empezaron como startups Fintech, operando inicialmente como Neobancos sin licencia. Posteriormente a medida que iban creciendo, han ampliado su modelo de negocio para obtener la licencia de crédito.

La tramitación para obtener la licencia no es fácil, por lo que no todos los nuevos actores pueden permitirse ser Challenger Banks. Estos bancos al tener licencia bancaria **pueden ofrecer productos de ahorro, financiación y tarjetas igual que cualquier otro banco tradicional, pero con una operación 100% digital**. Esto les permite tener menos costes. Además, siguen con la misma política de transparencia y fácil entendimiento en sus condiciones, factor clave que les está llevando al camino del éxito.

Por otro lado, **estas empresas han ganado terreno especialmente en Europa en los últimos tres años debido principalmente a las reformas regulatorias** sobre la innovación. Si bien Estados Unidos alberga algunos de los Neobancos y Challenger Banks más antiguos, el ecosistema del país se ha quedado atrás con respecto a Europa. Esto se debe, en parte, a un régimen regulatorio que ha dificultado mucho la obtención de una licencia bancaria.

FINANCIACIÓN TOTAL (MILLONES DE \$) PARA LOS PRINCIPALES NEO BANKS DE EUROPA Y ESTADOS UNIDOS:



Fuente: CrunchBase

De los muchos Challenger Banks que operan hoy en día, **se pueden destacar los siguientes:**

Revolut

No tenía licencia bancaria propia hasta el pasado 14 de diciembre del 2018 cuando tras unas expectativas bastante ambiciosas ha conseguido la licencia en Lituania. Con este movimiento Revolut espera acabar cuadruplicando el número de clientes, atrayendo a más de 250 000 clientes solo este año. Revolut es el Challenger Bank con el mayor número de clientes de Europa (3 millones), y planea alcanzar los 100 millones de usuarios en los próximos 5 años.

N26

Fundado por Valentin Stalf, tiene su sede en Berlín, pero opera en más de 17 países en Europa, y pronto empezará a ofrecer sus servicios en Reino Unido y Estados Unidos. Ya cuenta con más de un millón de clientes en toda Europa y tiene previsto que para finales de año tener más de 100 mil clientes solo en España, ya que recientemente anunció el lanzamiento del Iban español. Todas las operaciones bancarias se tramitan por internet a través de cualquier dispositivo móvil o desde el ordenador. Este banco obtuvo su licencia bancaria a mediados del 2016, y su gran ventaja es que en menos de 8 minutos el cliente puede tener abierta su cuenta bancaria mediante una videollamada y sin tener que enviar documento alguno. Actualmente, N26 es el Challenger Bank con mayor valoración de mercado (2700 millones de dólares), habiendo superado este mismo la anterior valoración récord, los 1400 millones de dólares de Revolut.



Fundada en 2015 y con más de 750 000 clientes, Monzo busca satisfacer todas las necesidades financieras de sus clientes, desde tarjetas de débito hasta productos financieros personales. Recientemente ha anunciado que ha conseguido atraer a más de 2 millones de usuarios a su plataforma de banca digital. Y es que según Monzo, 3 de cada 100 personas en el Reino Unido se han inscrito para usar su servicio.



Fundada en 2014, fue el primer banco del Reino Unido creado exclusivamente para dispositivos móviles. Su foco son productos fáciles de prescribir y contratar desde un dispositivo móvil: con depósitos a plazo de entre uno y cinco años con altas rentabilidades (de entre el 1,95 y 2,45%), hipotecas y algún otro tipo de crédito.

BAAS (BANK AS A SERVICE)

BaaS, abreviación de "Bank as Service" o API Bank (banco como servicio), se basa en el **ofrecimiento de servicios de plataforma financiera (modelo marca blanca)**, para que, bien con la licencia del propio BaaS (banco, entidad de dinero electrónico o entidad de pago) o con la de un tercero, pero sobre todo apoyándose en la tecnología de otras entidades, se puedan ofrecer servicios financieros.

Estos operan para gestionar las transacciones y movimientos monetarios de las Fintech. En otras

palabras, **ofrecen el servicio de facilitar las gestiones financieras a las empresas.**

La banca como servicio (BaaS) significa que cualquier módulo, componente o función de un banco puede ser empaquetado por aplicaciones y habilitado en red como un widget bancario.

El fin es proveer y construir aplicaciones que faciliten transferencias monetarias, gestión de pagos, datos financieros, herramientas de riesgo, de fraude y de identidad para las empresas. Su objetivo es convertir **la gestión financiera online**

en un proceso totalmente automatizado y optimizado con el consiguiente ahorro en costes y aumento del control y la gestión. Ante la problemática de las empresas de mejorar y automatizar los procesos complejos de gestión financiera mediante una tecnología avanzada, personalizada y globalizada para ahorrar costes, tiempo y conseguir un mayor control y análisis de las finanzas, las **API tecnológicas permiten no solo solucionar esos problemas sino también mejorar la experiencia del usuario, con escalabilidad** y garantía de optimización de procesos.



Open Banking

04

El Open Banking es la práctica de **compartir información financiera de manera electrónica, segura y solo en las condiciones que los clientes aprueban**. Las interfaces de programación de aplicaciones (API) permiten a terceros acceder a la información financiera de manera eficiente, lo que promueve el desarrollo de nuevas aplicaciones y servicios.

Al permitir que los bancos (y otros actores) accedan a tipos de datos hasta ahora no disponibles, las nuevas regulaciones están destinadas a **abrir el camino a un servicio de valor agregado más personalizado y una calificación crediticia más precisa** y específica.

UN NUEVO ENTORNO FINANCIERO

A medida que las nuevas regulaciones crean oportunidades para que las empresas y los desarrolladores compitan en el sector de servicios financieros, **el Open Banking va cambiando la forma en que los bancos hacen negocios**.

Mientras que algunos bancos intentan hacerlo solos, como en el caso de Starling y Monzo, los cuales aprovechan la tecnología y los datos para ofrecer ofertas solo digitales, **los bancos tradicionales están buscando la manera**

idónea de evolucionar: algunos optan por defender un banco digital completamente nuevo para apelar a los nuevos segmentos demográficos (como en el caso de Standard Chartered en Hong Kong), mientras que otros optan por la reconstrucción y el cambio de marca.

Tal es el potencial de este nuevo modelo que **se espera que el 64% de la población bancarizada, y el 71% de las Pymes se adhieran a servicios Open Banking para 2022**.

Por su parte, Emily Reid, jefa de Fintech e Innovación en Hogan Lovells cree que el Open Banking tendrá un impacto fundamental en el desarrollo del sector financiero a lo largo del tiempo. *“Debemos esperar que el Open Banking mejore el acceso a los servicios financieros para aquellos que actualmente están excluidos y permita que el mercado masivo administre sus finanzas de manera activa y con mayor conocimiento y sofisticación”*.

Se espera que más del 85% de los bancos a nivel mundial hayan invertido en Open Banking para finales de 2019. La mayoría planea invertir hasta 20 millones de dólares, para emprender iniciativas como la creación de plataformas de Open Banking u ofrecer servicios TPP.

En este ámbito, **el próximo hito importante serán los Estándares Técnicos de la EBA sobre autenticación sólida de clientes y comunicación común y segura.**

Estas normas se aplicarán a partir del 14/09/2019 y completarán los extensos requisitos de seguridad que la EBA ha desarrollado durante los últimos dos años para lograr una

mayor conveniencia para el cliente, mayor seguridad y un mercado de pagos integrado en toda la UE.

De hecho, en estos momentos, miles de proveedores y bancos de terceros en la Unión Europea se encuentran en medio del proceso de probar el rendimiento de las interfaces API con vistas a cumplir la regulación para esta fecha.



EL MERCADO DE LAS APIS

Los datos de la Entidad de Implementación de Open Banking (OBIE), creados por la CMA en 2016 para diseñar estándares de software y pautas de la industria, muestran que la cantidad de llamadas realizadas con éxito por proveedores externos que utilizan las API de Open Bank de los proveedores de cuentas (ASPSP) en 2018, **aumentó de 1,1 millones en mayo a 17,45 millones en diciembre.**

John Lunn, socio y jefe de banca minorista de la firma de abogados independiente escocesa Morton Fraser explicó que **"muchos bancos han invertido grandes cantidades en el sector de Fintech, mediante la compra para ayudar a desarrollar sus propias ofertas, asociarse con firmas para desarrollar nuevos productos y servicios o hacer disponible un espacio de trabajo conjunto para que los Fintech puedan trabajar junto con los bancos"**.



LOS NUEVOS NEGOCIOS

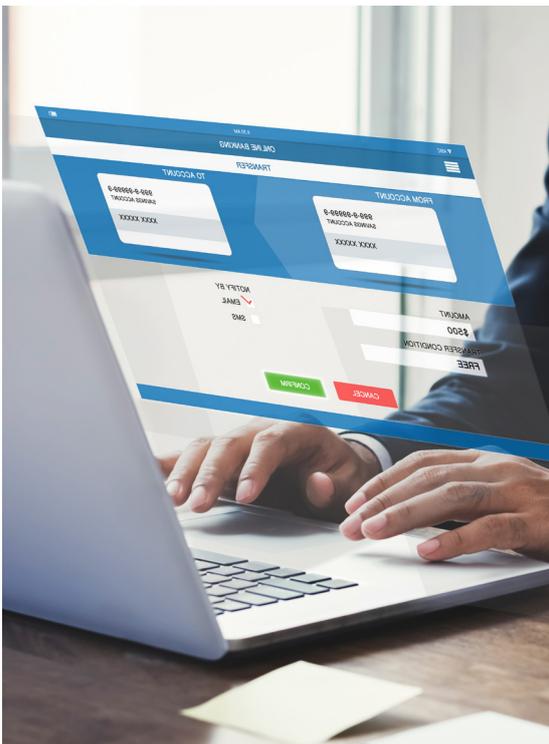
Mientras tanto, la colaboración se está convirtiendo en indispensable en este ámbito. Por ejemplo, **Twoca es una Fintech que se convirtió en el primer prestamista de negocios en conectarse con cualquiera de los nueve bancos más grandes del Reino Unido**, cuando se unió a Lloyds Bank a mediados de 2018, y más recientemente se ha vinculado con HSBC y Barclays.

Independientemente del ritmo al que avancen las reformas del Open Banking, respecto a su impacto en el mercado, **está claro que la aparición de nuevos actores como los Fintech significa que los principales bancos tendrán que cambiar la forma en que conducen sus negocios.** El mercado se abre y los clientes comerciales solo pueden beneficiarse.



Impacto de las tendencias tecnológicas en el sector

05



NUNCA LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA HA SIDO MAYOR EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS.

LA COMPETENCIA DE LAS EMPRESAS FINTECH Y LOS GRANDES GIGANTES DE LA TECNOLOGÍA, EL AUMENTO DE LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR Y LAS NUEVAS INNOVACIONES QUE CONECTAN LOS DATOS CON LA ENTREGA DIGITAL REQUIEREN QUE LOS BANCOS Y LAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO ADOPTEN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS GANADORAS.

CIBERSEGURIDAD:

Detección del fraude, transacciones seguras, etc.

Los bancos siempre han estado a la vanguardia de la ciberseguridad empresarial. Sin embargo, también se han encontrado siempre en constante lucha, ya que tan pronto como se aborda una vulnerabilidad se crea otra. **Actualmente los servicios financieros sufren un 300% más de ciberataques que el resto de los sectores.** Se estima que, en 2020 las entidades bancarias habrán gastado 65 000 millones de dólares en proyectos de ciberseguridad que engloban los ordenadores, los dispositivos móviles y otros dispositivos conectados a internet.

A medida que los hackers se vuelven más sofisticados, también se deberían actualizar las medidas de seguridad implementadas para frustrar los ataques. Esto incluye un **mayor gasto en productos que participan en pruebas de vulnerabilidad constantes**, que reúne a todas las partes interesadas para colaborar en soluciones, e introduce tecnología innovadora que ayuda a mitigar el fraude.

| Amenaza | Robo de identidad | Toma de posesión de la cuenta | Fraude sintético | Ransomware | Ingeniería social |
|-----------------------------|-------------------|-------------------------------|------------------|------------|-------------------|
| Verificación ID | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Biometría & Vitalidad | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Detección de anomalías | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| Ataques simulados | | | ✓ | ✓ | ✓ |
| Copias de seguridad y DRaaS | | | | ✓ | |
| Formación de los empleados | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Fuente: Jumio

BIOMETRÍA

Se trata de una tecnología que está ganando popularidad gracias a las nuevas reglas bancarias europeas, el avance del Machine Learning y la Inteligencia Artificial y al eterno propósito de reemplazar las contraseñas. Dado que los documentos de identificación pueden ser robados y falsificados, agregar algún tipo de prueba biométrica ayuda a confirmar que el usuario que inicia las transacciones es el propietario del documento de identidad.

DETECCIÓN DE ANOMALÍAS

La biometría conductual es un enfoque innovador para la autenticación de usuarios que se basa en la creación de un perfil único para cada cliente. Hoy en día, al utilizar tecnologías avanzadas de aprendizaje de Big Data, la biometría conductual aprovecha una combinación rica de características personales y de dispositivos para distinguir entre clientes legítimos y estafadores. Por lo general, esto incluye el reconocimiento automático de patrones (por ejemplo, cómo se realizan las pulsaciones de teclas en un teléfono o tableta) y cómo se usa un ratón. Estos rasgos humanos están reforzados con indicadores basados en dispositivos, como direcciones IP y geolocalización.

ATAQUES SIMULADOS

En estos momentos más del 90% de las brechas en la red comienzan con un correo electrónico de suplantación de identidad. Por ello, las empresas necesitan implementar un servicio administrado para campañas de correo electrónico simulado que ayude a los empleados a ser resistentes a los ataques de suplantación de identidad.

COPIA DE SEGURIDAD Y DRAAS

El ransomware simple y no encriptado generalmente se puede limpiar restaurando una copia de seguridad que no esté dañada. Las entidades pueden implementar una solución de recuperación de desastres como servicio (DRaaS) que proporcione una continuidad comercial completa mediante la restauración de sistemas en ejecución en minutos.

SOLUCIONES BASADAS EN LA NUBE

En estos momentos más del 90% de las brechas en la red comienzan con un correo electrónico de suplantación de identidad. Por ello, las empresas necesitan implementar un servicio administrado para campañas de correo electrónico simulado que ayude a los empleados a ser resistentes a los ataques de suplantación de identidad.



No existe un enfoque único para la preparación ante un ciberataque, sin embargo, **se requiere que toda la entidad financiera adopte un nuevo enfoque**, adaptado a la cultura de la organización y teniendo en cuenta todos los requisitos reglamentarios.

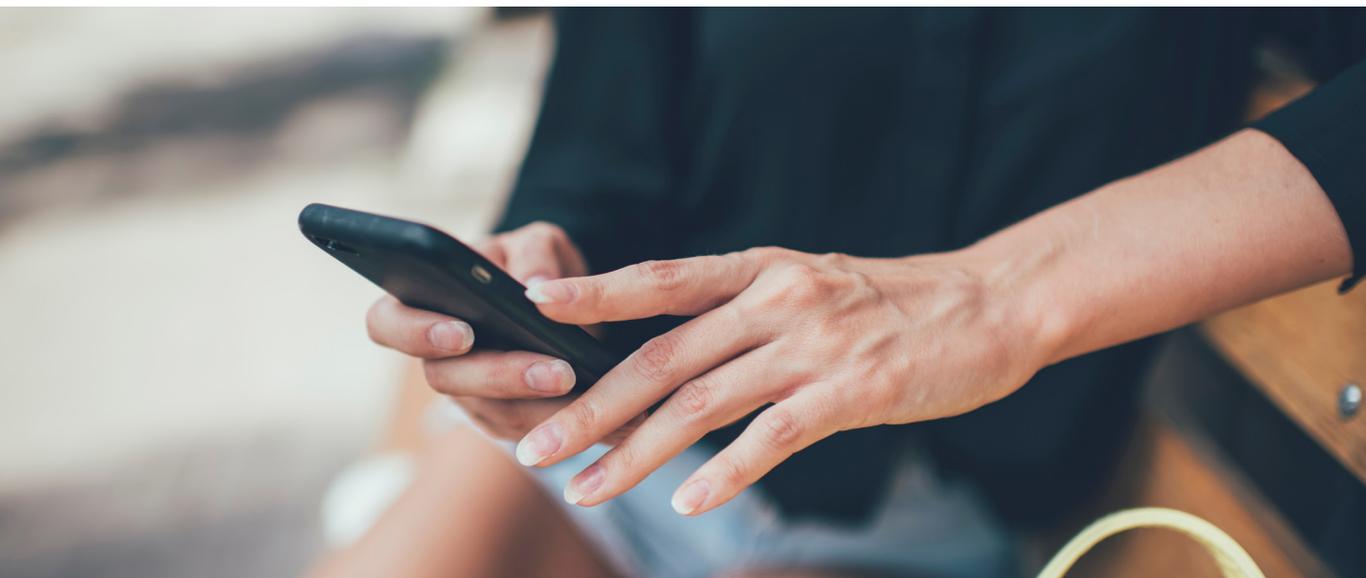
BIG DATA & DATA SCIENCE

Banca Predictiva, análisis de inversiones, productos financieros menos arriesgados, etc.

Cada transacción de tarjeta de crédito, cada mensaje enviado, incluso cada página web abierta, suman un total de 2,5 quintillones de bytes de datos que la población mundial produce diariamente. Y se espera que los **ingresos mundiales para las soluciones de Big Data alcancen los 260 000 millones de dólares para 2022**.

Si bien la mitad de la población adulta a nivel mundial utiliza la banca digital, las instituciones financieras tienen suficientes datos a mano para replantearse la forma en que operan, y por lo tanto ser más eficientes, estar más centradas en el cliente y, como resultado, ser más rentables. Por ejemplo, un importante banco de Estados Unidos ha **reducido el tiempo de cálculo de incumplimiento de préstamo hipotecario**, sobre una base de 10 millones de préstamos, de 96 horas a solo cuatro gracias al Big Data.

Otro caso de éxito viene de la mano de otra empresa estadounidense especializada en servicios de inversión, la cual gracias a la tecnología analítica del Big Data ha podido dividir el mercado de consumo en segmentos prácticamente individuales, y generar informes en segundos. Y es que no es de extrañar que **la banca sea uno de los negocios que mayores inversiones realizan en Big Data**, pues los beneficios de esta tecnología en el sector financiero son de enorme valor:





Visión completa del negocio: patrones de comportamiento del cliente, eficiencia del proceso interno y tendencias de mercado. Se pueden tomar decisiones informadas, basadas en datos y, posteriormente, obtener resultados comerciales.



Optimización de los procesos internos junto a otras tecnologías como la Inteligencia Artificial o el Machine Learning. Aumento significativo en el rendimiento y reducción de los costes operativos.



Mejora de la seguridad informática y reducción de los riesgos: al utilizar algoritmos inteligentes, se pueden detectar fraudes y prevenir acciones potencialmente maliciosas.

Una de las últimas tecnologías de Big Data es Hadoop. **Se trata de un ecosistema de software diseñado para permitir la consulta y el análisis estadístico de datos grandes y semiestructurados.** Gracias a su capacidad y flexibilidad para manejar datos cada vez más complejos ha desbloqueado nuevas oportunidades para extraer valor y conocimientos empresariales de cantidades potencialmente masivas de datos internos de la organización.

BANCA PREDICTIVA

Por otro lado, la banca predictiva basada en la Inteligencia Artificial y la minería de datos ayuda a determinar los próximos eventos, dadas las condiciones actuales. Puede parecer inquietante que las instituciones financieras tengan tanta información y que dependan de los ordenadores para tomar decisiones que afectan a la vida de sus clientes. Sin embargo, **estos dispositivos siempre están disponibles, y no discriminan a los clientes de manera subjetiva** (asumiendo que el modelo está diseñado para evitar el sesgo).

La banca predictiva puede ayudar a los clientes a administrar sus cuentas y completar las tareas bancarias rápidamente. Además, las propias instituciones también se benefician al reducir el riesgo y minimizar los costes. Por ejemplo, tienen su historial de transacciones y pueden incluir información demográfica y detalles adicionales de bases de datos externas que les puedan permitir ofrecer servicios concretos a sus clientes, que en un futuro reportarán beneficios a la organización.



FONDOS DE COBERTURA CUANTITATIVOS, LOS GRANDES COMPRADORES

La accesibilidad del Big Data, adquirida o no, también ha dado lugar a un tipo completamente nuevo de entidades comerciales: los fondos de cobertura cuantitativo. Son entidades similares en algunos aspectos a los fondos de cobertura tradicionales o “fundamentales”, aunque **dependen casi completamente de algoritmos y modelos digitales para seleccionar e iniciar acuerdos.**

Debido a su modelo de negocio, los fondos de cobertura cuantitativos necesitan grandes cantidades de datos e, irónicamente, su apetito ha convertido la venta de datos en una de las actividades más lucrativas en la industria financiera.

De hecho, **se espera que el gasto en los llamados “datos alternativos” alcance los 400 millones de dólares para 2021.**

De cara al futuro, está claro que el papel del análisis del Big Data en los bancos y otras empresas evolucionará aún más con el avance de la tecnología. La gran cantidad de datos que se analizan tiene el potencial de cambiar la forma en que se vive (automatización, reacciones predictivas y respuestas a posibles escenarios, etc.), lo que servirá para garantizar una experiencia de usuario con una tasa de satisfacción hasta ahora impensable, así como **operaciones bancarias personalizadas y seguras.**

UX:

Experiencias inmersivas (Apps de Smartphones & Wearables), pagos móviles, Digital On-Boarding, Smart Branches y Asistentes Virtuales.



Cada vez más, los clientes desean interacciones personalizadas, simplificadas y acceso a sus cuentas a través de la tecnología. Por ello, los bancos que deciden innovar y satisfacer las necesidades de los clientes tienen una gran ventaja competitiva. Actualmente, **los clientes de banca que están totalmente fidelizados aportan a su banco un 37% más de ingresos anuales** en comparación con clientes que tienen riesgo de desvincularse.



EXPERIENCIAS INMERSIVAS (APPS DE SMARTPHONES & WEARABLES)

Una nueva investigación revela que **las soluciones VR / AR ayudan a brindar mayor eficiencia, impulsan la productividad y mejoran la seguridad**. Uno de los aspectos más interesantes de la banca aumentada es que facilita a los clientes la toma de decisiones, al integrar la información financiera personalizada en sus vidas cotidianas.

Gracias al omnipresente smartphone, las tendencias en la banca móvil están creciendo a un ritmo acelerado. A medida que surgen tendencias de inversión y crecimiento de capital en otras verticales financieras, **la realidad aumentada puede utilizarse para proporcionar a las personas información clave de una manera divertida y atractiva**.

Por ejemplo, el Banco Nacional de Omán ha desarrollado una aplicación que utiliza la realidad aumentada para **mostrar las últimas ofertas a medida que los clientes caminan por la calle**. Desde los software VA que funcionan con Inteligencia Artificial hasta las billeteras móviles, la banca está evolucionando a un ritmo rápido para satisfacer las demandas de los clientes.

Más **ejemplos de bancos** que han implementado herramientas inmersivas con éxito:



El banco online Ally Bank ha creado Ally Big Save, un juego de realidad aumentada para ayudar a los clientes a visualizar y pensar en marcarse objetivos de manera tangible. Los clientes pueden ganar premios en efectivo, pero el objetivo principal de la actividad es ayudar a los clientes a pensar en sus finanzas personales de una manera diferente e informarles sobre el presupuesto.



La aplicación de finanzas personales MoneyLion, llamada Grow Your Stack, es una aplicación móvil implementada con AR que brinda a los clientes una imagen tangible del crecimiento de sus ahorros. Además, con el tiempo, los clientes reciben recomendaciones personalizadas sobre la mejor manera de aumentar sus ahorros en función de sus hábitos de gasto y flujo de efectivo.

La adopción de tecnologías inmersivas dentro de la industria financiera aún se encuentra en las fases iniciales. Sin embargo, es tangible **que la realidad aumentada o virtual proporciona más puntos de contacto para que los bancos interactúen con los clientes** y obtengan a su vez una mayor cantidad de datos para contribuir a mejorar el rendimiento.

PAGOS MÓVILES

De la misma manera que la realidad aumentada mejora la satisfacción de los clientes, los pagos móviles fidelizan, y es que aumentar la facilidad de pago a través de los dispositivos móviles es una característica muy reclamada.

Actualmente **el 90% de los consumidores de EE. UU. afirman que utilizan varios dispositivos para realizar compras online**, y el 46% de los propietarios de smartphones usan aplicaciones de pago de igual a igual con regularidad.

Después de un inicio lento, los Wallet móviles han ganado una mayor aceptación entre los usuarios en los últimos 12 meses. **El gasto aumentó un 114% entre el último trimestre de 2017 y principios de 2018**, y se espera que el uso global de estas aplicaciones alcance los 14 millones de dólares para 2022.

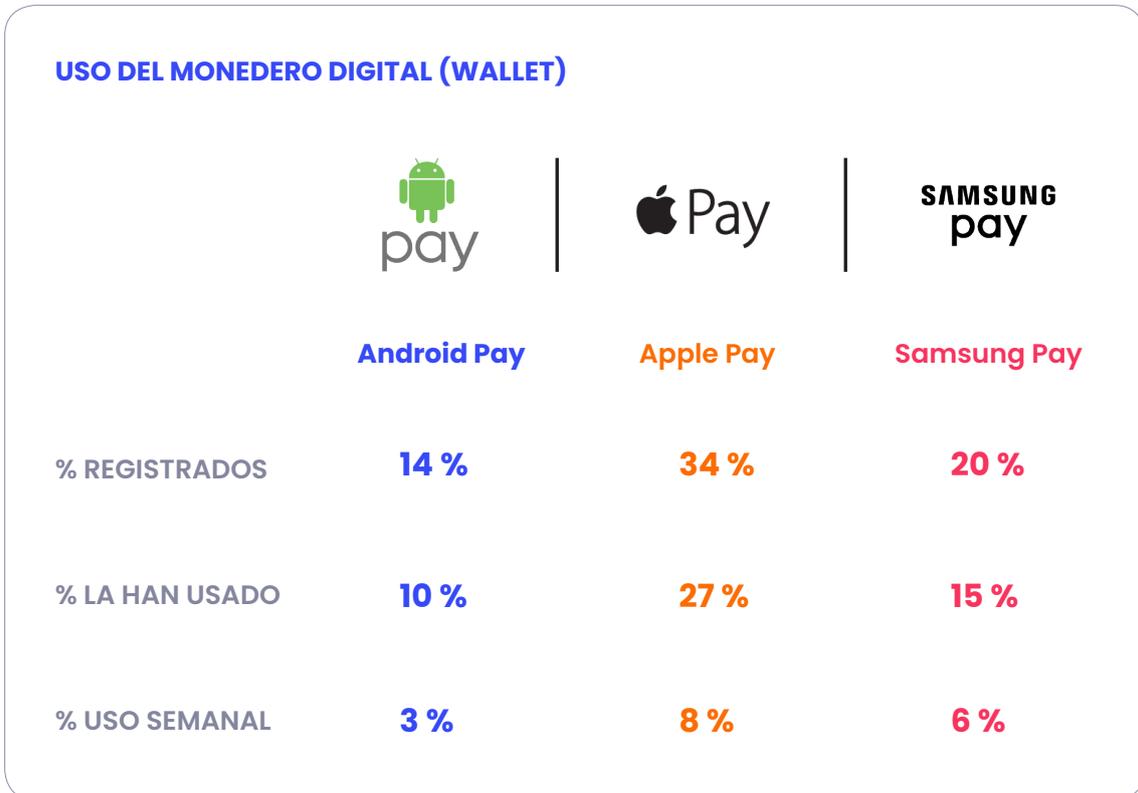
VALOR DE TRANSACCIÓN DEL MERCADO MUNDIAL DE TECNOLOGÍA DE PAGOS "NEXT-GEN" EN 2015-2022:



Fuente: Statista, Pymnts, Global Data

Los pagos móviles son utilizados todos los días por millones de personas pero, ¿qué aplicaciones se han convertido en las más populares desde su introducción?

Como siempre, parece que **hay una competencia sin fin entre Apple y Android.**



Fuente: Statista, Pymnts, Global Data

DIGITAL ON-BOARDING

El desarrollo imparable de la tecnología no solo está favoreciendo la reinención de los procesos, también un cambio en la mentalidad de las personas. A medida que el entorno se ve modificado, los individuos reclaman una experiencia más acorde a este nuevo escenario. En particular, el **digital on-boarding hace posible que a través de un móvil o un ordenador los usuarios puedan darse de alta en un banco.** No necesitan para ello ni acudir a la sucursal, ni rellenar formularios. Solo tienen que enseñar su documento de identidad en una videoconferencia para conseguir completar con éxito este proceso.

La forma más directa en que los proveedores de servicios financieros pueden mejorar la apertura y la incorporación de cuentas es **garantizando que el proceso siga siendo completamente digital.**



Menos errores: todos los datos y firmas se capturan correctamente la primera vez. Los procesos manuales generan errores, y la corrección de estos genera muchos costes, entre tres y cuatro veces más que crear un proceso digital.



Las firmas electrónicas agilizan el proceso: la eliminación de firmas físicas reduce el proceso de días o semanas a una sola sesión.



Los clientes Mobile First tienen ahora una alternativa al papel: cuando las personas inician sesión en un dispositivo móvil, la experiencia de firma se vuelve más fácil y conveniente, más personal y accesible que en computadoras de escritorio o portátiles. Darles a los clientes la capacidad de firmar electrónicamente con su teléfono inteligente elimina las barreras y les proporciona la libertad de elegir cómo realizar las transacciones con su institución financiera.



Si el impulso del digital On-boarding es tan significativo es porque supone un gran paso hacia la plena digitalización bancaria. **El proceso de alta constituía una de las barreras más grandes que la banca tenía a la hora de ser completamente digital.** Sin embargo, el desarrollo de normativas y de otras regulaciones como PSD2, GDPR o la propuesta de la implementación de sandbox financieros están pavimentando el camino hacia un futuro bancario mucho más digitalizado.

SMART BRANCHES

Actualmente, **las instituciones financieras procesan muchas más transacciones de forma digital que en las sucursales.**

Desde la crisis financiera, más de 10 000 sucursales de bancos estadounidenses han cerrado. Sin embargo, a pesar de estas tendencias transaccionales, los consumidores continúan mostrando su deseo de usarlas para algunas de sus operaciones bancarias, por ello los bancos han decidido aunar dos peticiones de los clientes, aumentar la digitalización de los servicios y mantener las sucursales.

Las "Smart Branches" utilizan las tecnologías digitales para diferentes propósitos, incluida la mejora de la eficiencia, el aumento de las ventas, la educación de los clientes y la reducción de costes. Gracias a esta implementación, **las entidades que la han puesto en marcha han observado una mejora del 60-70% en la efectividad de las sucursales,** promovida por el ahorro de costes y el aumento de las ventas.

Si bien la óptica de una sucursal inteligente puede variar según la dinámica de la ubicación, la atención se centra en la migración de transacciones y ventas a canales digitales, accesibilidad 24/7, una **experiencia de usuario omnicanal** y ahorros de costes.

Más allá de simplemente mejorar la apertura de la cuenta digital, implementar un proceso de incorporación más robusto o cambiar la comunicación, es necesario que haya procesos innovadores que puedan satisfacer ágilmente las necesidades de los clientes. Esto incluye la creación de nuevos productos para los consumidores, nuevas formas de participación o el **uso proactivo de información en tiempo real para ofrecer lo que los consumidores desean en función de sus comportamientos.**

ASISTENTES VIRTUALES

Junto al resto de tecnologías disruptivas, en los últimos años los Chatbots han evolucionado y mejorado significativamente, y han penetrado en áreas donde la atención al cliente tiene una gran importancia estratégica, como la banca. **El ahorro en los costes operacionales mediante el uso de Chatbots en el sector financiero alcanzarán los 7.300 millones de dólares a nivel mundial para 2023,** y se estima que en 2019 alcancen los 209 millones de dólares.

La introducción de esta tecnología ha traído diferentes beneficios tanto para el usuario como para el banco. La oportunidad de recibir respuestas rápidas con un servicio activo las 24 horas del día, los 7 días de la semana, **mejora el servicio de soporte, aumentando la satisfacción de los clientes actuales y aumentando las posibilidades de captación de nuevos consumidores.**

A nivel mundial, muchos líderes del sector ya han lanzado sus Chatbots o asistentes virtuales y han permitido a sus clientes experimentar con la interfaz de conversación. En este sentido, la Inteligencia Artificial abre todo un mundo de posibilidades. Gracias a esta tecnología, a través de los interfaces de voz, es posible personalizar un servicio hasta límites insospechados.

Actualmente, **el 87% de los bancos ya tienen un Chatbot o planean tener uno en los próximos 2 años.** Y las previsiones apuntan a que cada vez más entidades bancarias irán incorporando servicios de banca a través de asistentes virtuales de voz a medida que se generalice el uso de los altavoces inteligentes como Amazon Echo, Google Home, Apple Homepod o Movistar Home, que incluyen micrófono y altavoz. Mientras tanto, **algunos bancos están aprovechando los asistentes de voz ya existentes en el mercado y que están incorporados en nuestros teléfonos móviles.** Es el caso del asistente de voz de Apple, Siri.

IA & MACHINE LEARNING:

Chatbots con NLP (Conversational Banking), Banca Inteligente, etc.



Como se ha visto en el punto anterior, es evidente que la Inteligencia Artificial es una herramienta poderosa para las compañías financieras que buscan mejorar sus servicios y seguridad a través de la automatización de procesos. Probablemente, la forma más evidente en que la IA se ha abierto camino en la industria de los servicios financieros es a través de asistentes virtuales que brindan soporte de servicio al cliente.

Por otro lado, los bancos también están **utilizando Inteligencia Artificial para mejorar su propio proceso interno para analizar los mercados y evaluar los riesgos de inversión**. Un enfoque clave en este área se centra en las actividades contra el lavado de dinero y la prevención del fraude. Una empresa que trabaja con IA en este campo es Mimiro, una Fintech del Reino Unido que **utiliza el Machine Learning para ayudar a su base de clientes a tomar decisiones de riesgo rápidas e inteligentes**, así como a automatizar ciertos procesos de cumplimiento y riesgo.

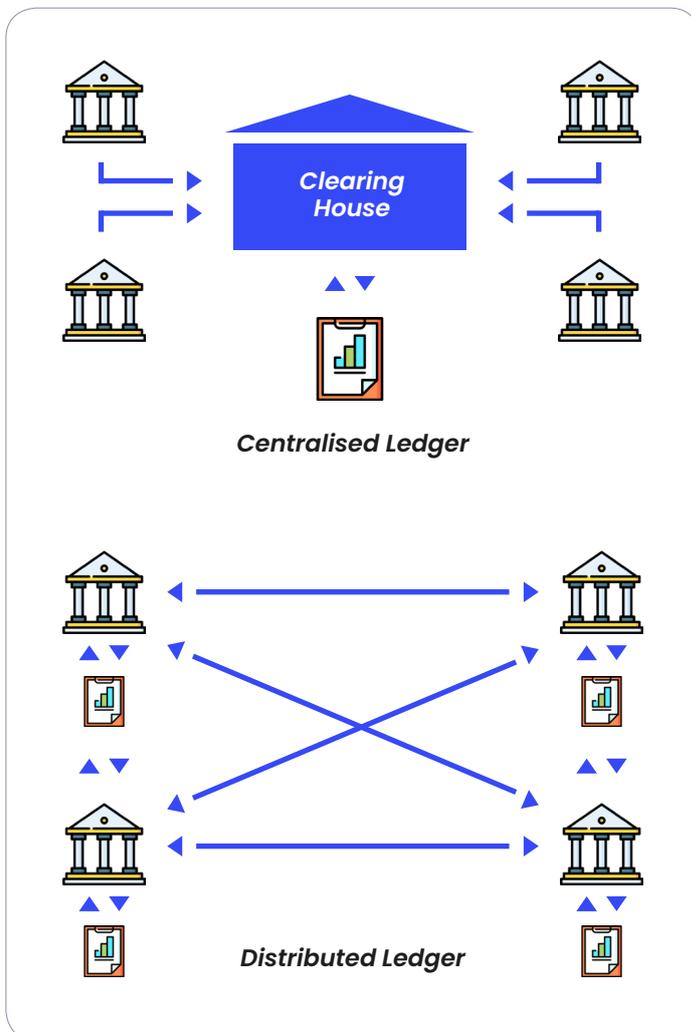
La plataforma utiliza sus capacidades de IA para analizar flujos de datos con algoritmos de mejora automática, **identificando patrones que podrían significar actividad fraudulenta**. Las fuentes de datos escaneadas por la IA incluyen registros de sanciones nacionales e internacionales de alto nivel, individuos que deben ser tratados con precaución y cobertura adversa de los medios.

Las capacidades del Machine Learning y la gran capacidad de manejo de datos de la IA están dando a las instituciones financieras la **oportunidad de simplificar múltiples procesos, tanto para los consumidores como para ellas mismas**.

BLOCKCHAIN:

Impacto en el sector bancario.

La tendencia tecnológica que más impacto ha tenido en el sector financiero ha sido el **Blockchain**. La amplia difusión en los últimos años, la abrumadora popularidad de las criptomonedas y el auge del ICO han contribuido al hecho de que la administración de muchos bancos y organizaciones financieras ya no pueda negar el potencial de esta tecnología.



Ahora mismo, más de la mitad de los gerentes superiores admiten que el Blockchain desempeñará un papel clave en el éxito de las compañías financieras en el futuro cercano. **Se espera que el sector bancario a nivel mundial ahorre hasta 20 000 millones de dólares para 2022** a través de la implementación de Blockchain.

Este ahorro provendrá de varios aspectos, y es que la tecnología **Blockchain proporciona un alto nivel de seguridad al almacenar y transmitir datos**, una infraestructura de red abierta y transparente, descentralización y un bajo coste de operaciones.

En un futuro cercano podría tener un **impacto decisivo en los procedimientos para concluir y confirmar transacciones, administrar efectivo y optimizar activos**, así como muchos otros procesos de negocios que en total representan miles de millones de dólares en gastos anuales para los bancos hoy en día.



RegTech: regulación y tecnología

06

Dentro del panorama de las startups Fintech, están surgiendo diferentes subsectores en los que la tecnología se aplica a diversos ámbitos de los servicios financieros, y uno de los últimos reclamos ligados a la transformación digital de la banca es el RegTech. Se trata de un concepto compuesto por Reg (regulación) y Tech (tecnología). **Son empresas de base tecnológica cuyo objetivo consiste en mejorar los parámetros de cumplimiento normativo en las empresas.**

Esto lo consiguen a través de la automatización de los procesos manuales y el aumento en la cantidad y la mejora de la calidad de los datos, y de su análisis automatizado con ayuda de tecnología Cloud, Big Data, biometría, Inteligencia Artificial, Machine Learning, análisis semántico o Blockchain. Esto permite, por ejemplo, **generar informes homogéneos entre entidades para los reguladores**, que también pueden ser utilizados internamente para mejorar la toma de decisiones de negocio.

Las soluciones ofrecidas por las startup RegTech permiten a las entidades bancarias **automatizar diferentes tareas como el reporting y control de riesgos que antes se realizaban manualmente o con software menos avanzado.** Esto supone un enorme ahorro en tiempo y recursos para las entidades.

En la práctica, quienes adoptan las soluciones derivadas de estas compañías incipientes apuestan por reducir riesgos, aumentar la seguridad, proteger sus datos y facilitar el On-boarding de los usuarios. De esta forma, las entidades bancarias cuentan con un **apoyo constante para adaptarse a los procesos normativos vigentes, como GDPR y PSD2.** Y es que una de las prioridades más valiosas para un negocio en cuanto a las iniciativas RegTech tiene que ver con la protección de datos y evitar la fuga de información sensible.

Las autoridades financieras de Reino Unido y EE. UU. comenzaron a fomentar su desarrollo en 2015. Actualmente, aunque la mayoría de las soluciones RegTech se dirijan al sector financiero e incluso se consideren como un subgrupo dentro de las Fintech, hay nuevas soluciones tecnológicas de compliance destinadas a otros sectores regulados, no solo enfocadas a la gestión y control de procesos financieros (cobros y pagos), sino **también, por ejemplo, a procesos de contratación y logística.**

EL MERCADO REGTECH

Se espera que el **mercado global de RegTech crezca de 4300 mil millones de dólares en 2018 a 12300 mil millones para 2023**, a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 23,5% durante el período de pronóstico. Este crecimiento se producirá como consecuencia de la necesidad que los bancos tienen de buscar formas para evitar las cuantiosas multas a las que se pueden enfrentar por incumplimiento normativo.

Este crecimiento tendrá lugar, sobre todo, en los grandes países desarrollados de Norteamérica y Europa, y en menor medida en la región de Asia-Pacífico.

- En los EE. UU., la Financial Transparency Act (FTA) quiere impulsar las soluciones RegTech con **estándares comunes y datos abiertos**, para mejorar el reporting regulatorio.
- En el Reino Unido, la Financial Conduct Authority (FCA) ha sido el principal promotor de las **Infraestructuras Financieras Digitales** (Digital Financial Infrastructures -DFI-) y ahora de las regulaciones en formatos legibles y procesables por IA.
- En Singapur, el uso de IA por la Monetary Authority of Singapore (MAS) ha permitido **reducir de dos años a minutos la detección de tramas sospechosas** de blanqueo de capitales.
- En Australia, la Australian Securities and Investments Commission (ASIC) ha desarrollado una plataforma, Market Analysis and Intelligence (MAI), para la supervisión de los mercados de valores en tiempo real.

Se estima que el gasto global de las empresas en RegTech aumentará desde los 18 000 millones de dólares que se gastaron en 2018 hasta los 115 000 en 2023.

Esta previsión va en línea con el hecho de que, en los últimos años, las empresas se gastaron más de 26 000 millones de dólares en la lucha contra el fraude y blanqueo de dinero, procesos de KYC (Know-Your-Customer) y pago de multas, lo cual es un buen indicador de la creciente necesidad que tienen las empresas de hacer frente a este tipo de riesgos cada vez más controlados por la regulación.

Según el último Mapa de RegTech, elaborado por Finnovating, **en España hay actualmente 108 iniciativas relacionadas con RegTech**, más de la mitad lanzadas en los 3 últimos años.

Estas perspectivas de mercado sitúan a las RegTech frente a una gran oportunidad para capitalizar la necesidad de eficiencia por parte de los bancos en el terreno de la gestión regulatoria. Grandes bancos internacionales como, por ejemplo, Citi cuentan actualmente con más de 30.000 empleados dedicados al cumplimiento regulatorio. La automatización de esta actividad podría ser, por tanto, una gran oportunidad para reducir costes.

Y es que **los datos apuntan a que cualquier empresa de un sector altamente regulado que no priorice la adopción de las RegTech corre un alto riesgo de tener que asumir grandes pérdidas** a causa de multas e impuestos por no cumplir con los cambios normativos.

SOLUCIONES REGTECH POR CATEGORÍAS:

ALGUNAS DE LAS SOLUCIONES
REGTECH, AGRUPADAS EN CUATRO
GRANDES CATEGORÍAS, POR LA
FINALIDAD A LA QUE ATIENDEN, SON:



CIBERSEGURIDAD Y AUDITORÍA

- _ Seguimiento de las actividades de gestión de los modelos de compliance.
- _ Automatización de controles para facilitar la interpretación y aplicación de las normas y la supervisión de los procesos internos.
- _ Valoración y calificación de los protocolos de seguridad cibernética y garantía de la privacidad de los datos.
- _ Validación de modelos y algoritmos.

EJEMPLOS: Abside RegTech, Alyne, Aesthetic Integration, Capnovum, Continuity, Corlytics, Suade, etc.



CDD / KYC Y DETECCIÓN DEL FRAUDE

- _ Procesos de aceptación de clientes (Customer Due Diligence y Know Your Customer).
- _ Protección contra el fraude, interno y externo (verificación de identidades, alertas por actividad sospechosa, etc.).
- _ Sistemas de mensajería instantánea auditables, que permiten el intercambio seguro de información y la autenticación de transacciones o la transferencia de las grabaciones de voz a datos para su análisis / búsqueda.

EJEMPLOS: Comply Advantage, Electronic IDentification, Fenargo, Netguardians, Novastone, etc.



GESTIÓN DE RIESGOS, CAPITAL REGULATORIO Y REPORTING

- _ Análisis avanzado de datos para la gestión de riesgos, anticipando eventos, incluyendo riesgos de disrupción de mercado o riesgos operacionales (desde el front y middle office al back office).
- _ Stress testing, gestión de riesgos y gestión de capital.
- _ Agregación de datos de diferentes fuentes, que facilitan el control de calidad, análisis de los datos y la detección de inconsistencias.
- _ Seguimiento y control de la regulación, aportando formatos de reporting estándar actualizados.

EJEMPLOS: Algodynamix, AlgoSave, Ayasdi, Modelity, etc.



VIGILANCIA DEL MERCADO

- _ Vigilancia de la conducta en los mercados de capitales y control de la desviación (insider trading, órdenes falsas, etc.), partiendo del análisis avanzado de datos (comerciales y de mercado, información contextual, noticias, chats, correo electrónico, grabaciones de llamadas de voz, etc.) y de comportamiento.

EJEMPLOS: Ancoa, Qumram, Sybenetix, etc.

UN SECTOR EN EXPANSIÓN

Aunque estamos ante un sector en expansión, **serán sobre todo las grandes compañías las que aumenten sus niveles de adopción de RegTech**, debido a que están obligadas a pasar por un mayor escrutinio regulatorio. A pesar de ello, las entidades financieras no se quieren quedar atrás y están empezando a realizar importantes movimientos.

CBA E ING

Uno de los ejemplos llega desde Australia. Allí, en 2018, se dio a conocer que el banco CBA (Commonwealth Bank of Australia) anunció la finalización de una prueba piloto RegTech realizada en conjunto con ING con la finalidad de **simplificar el procesamiento de información y la implementación de regulación, utilizando la directiva MiFID II como caso de uso.**

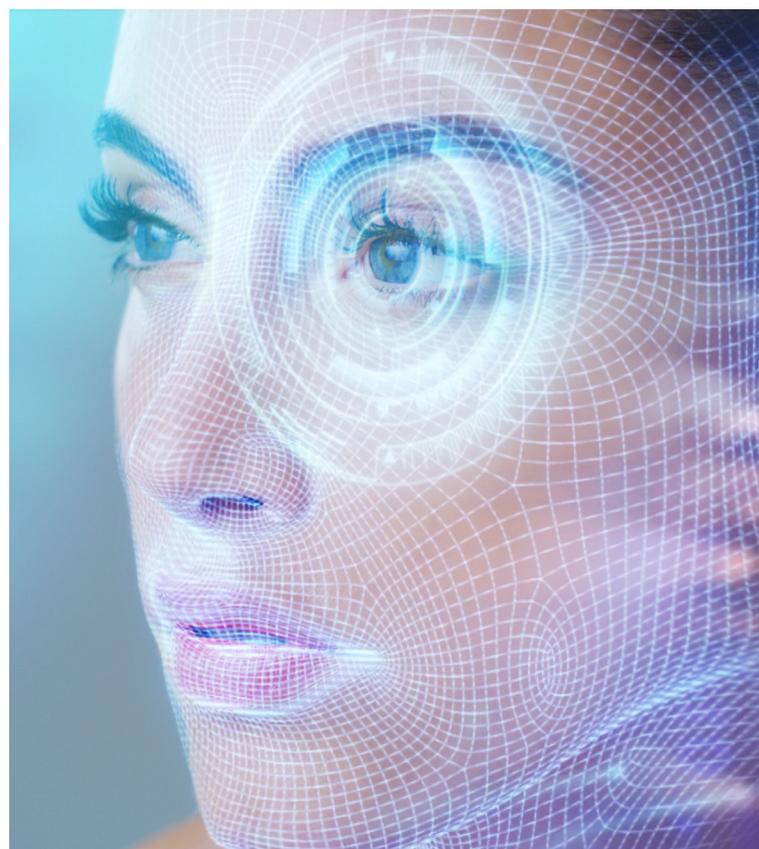
CBA explicó que el proyecto se llevó a cabo en colaboración con la startup Fintech Ascent y la firma de abogados Pinsent Masons. Para ello utilizaron técnicas de procesamiento del lenguaje natural (NLP) e Inteligencia Artificial para **interpretar y convertir 1,5 millones de apartados de legislación en una serie de tareas accionables apropiadas para los bancos.**

Por otro lado, CBA puntualiza que, mediante el uso de la tecnología inteligente de Ascent, los bancos pueden **identificar rápidamente los puntos legislativos que deben ser revisados y puestos en marcha,** ahorrando cientos de horas en procesamiento manual.

LA IA MARCARÁ EL RITMO DE CRECIMIENTO:

Las investigaciones también apuntan a la Inteligencia Artificial como el principal motor de esta transformación. Varios de los mencionados informes arrojan que, por ejemplo, **los procesos de KYC contra el lavado de dinero van a sufrir una enorme disrupción por los nuevos avances en Inteligencia Artificial,** debido a que los tradicionales sistemas basados en papel son enormemente ineficientes. En este sentido, aplicar tecnologías de IA en esta capa del cumplimiento puede permitir llevar a cabo un importante recorte de costes a la vez que se mejora el funcionamiento de los sistemas.

Por ejemplo, se prevé que en los sectores bancario e inmobiliario **los ahorros anuales en costes brutos de la adopción de sistemas de IA para los procesos KYC superarán los 700 millones de dólares en 2023,** nueve veces más que lo que se ahorra en 2018.



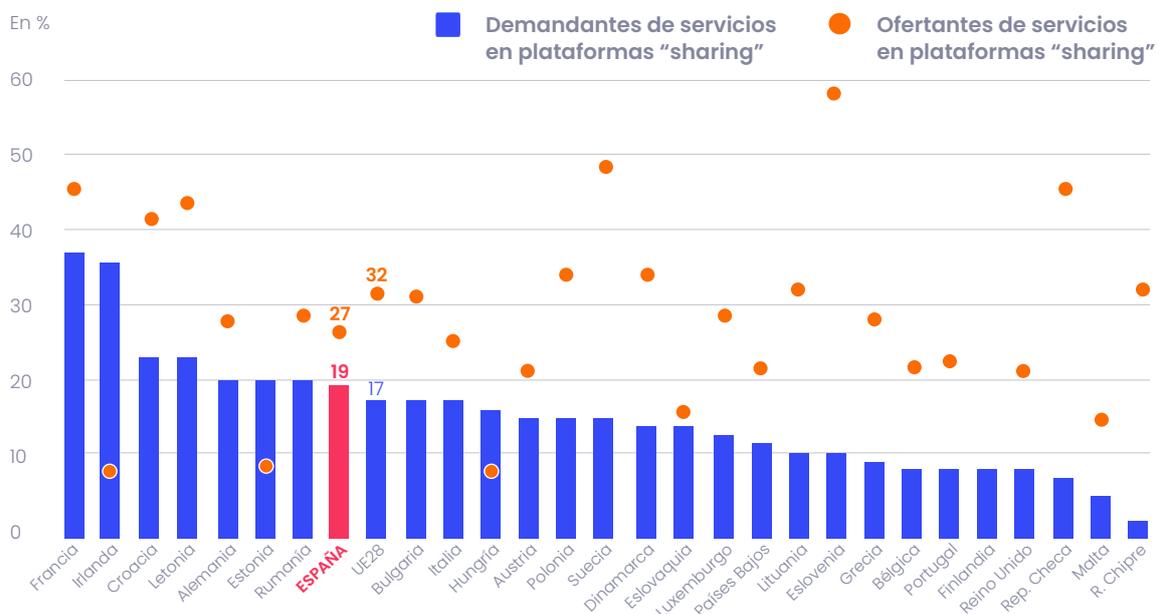


Everyone is a bank: economía colaborativa

07

La economía colaborativa está en constante evolución, adecuándose y adaptándose a las necesidades que surgen entre la sociedad día a día. Se trata de un fenómeno transversal y global, en el sentido de que afecta a numerosos mercados y sectores. En 2016, **el 32% de los europeos había utilizado alguna plataforma colaborativa como proveedor u oferente de servicios**, mientras un 17% lo había hecho como usuario o demandante. En el caso de España, estos porcentajes eran del 27% y 19%, respectivamente, si bien es muy posible que en estos dos últimos años estas cuotas hayan aumentado.

PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA: COMPARATIVA POR PAÍSES UE-28



Fuente: Eurobarómetro, marzo 2016

Solo por estas cifras, puede afirmarse que el impacto económico de la economía colaborativa es ya muy destacado, siendo esta repercusión constatable también en el **tamaño que han alcanzado en pocos años algunas de estas empresas**, en términos de capitalización bursátil.

SERVICIOS OFRECIDOS POR PLATAFORMAS COLABORATIVAS:

En el caso concreto del sector bancario, los bancos buscan ofrecer a sus clientes nuevas posibilidades financieras a través de las plataformas colaborativas. Algunos servicios tradicionalmente ofrecidos por bancos están siendo ahora proporcionados por plataformas colaborativas donde hay una mayor interacción social, una mejora en la eficiencia del servicio y un precio y **un servicio final con mejores condiciones para el usuario**.





Cambio de divisas: Weswap, por ejemplo, es una plataforma que te permite cambiar divisa directamente con otros viajeros. En un banco la comisión por cambio de divisa es de aproximadamente un 6%, en Weswap es del 1%.



Préstamos: los préstamos a empresas se están realizando a través de plataformas de Crowdlending como, por ejemplo, Arboribus. Otro modelo sería el Crowdfunding, más dirigido a financiación particular, siendo Kickstarter la startup más conocida de este tipo.



Envío de dinero: con TransferWise se puede enviar dinero al extranjero con un coste inferior al que cobraría un banco.



Distribución y producción de análisis financiero: por ejemplo, la startup española Researchfy es una plataforma digital para la distribución y producción de análisis financiero que facilita el contacto a proveedores y consumidores.



Seguros: la economía colaborativa ha irrumpido también en este sector ofreciendo importantes descuentos en todo tipo de seguros.



Inversión: ya es posible invertir directamente mediante el Crowdlending en préstamos a empresas, aunque es previsible que en un futuro aumenten las posibilidades de inversión esquivando los bancos.



Un banco completo: 2gether Bank aplica las nuevas tecnologías a la banca, con el objetivo de generar una plataforma financiera para un sistema económico nuevo. Sus creadores basan el proyecto en una idea: que el usuario se despreocupe de su economía. Para ello apuestan por la implantación de un asistente financiero capaz de prever el estado de la cuenta bancaria a un tiempo vista en función de los gastos e ingresos analizados.



Creación de moneda: la aparición de decenas de monedas criptográficas y sociales está quebrando el que ha sido hasta ahora el monopolio de la creación de moneda por parte de los bancos.

MONEDA SOCIAL:

La verdadera economía colaborativa.

La economía colaborativa se ha convertido en una moda en los últimos años, pero para hablar de ella hay que tener clara una diferencia terminológica que ha surgido entre dos conceptos de economía colaborativa que a veces se pueden confundir:

- **Por un lado, están los proyectos colaborativos que no están sustentados por ninguna empresa con fines de lucro** y que funcionan en base a las aportaciones individuales de las personas que los usan. Los ejemplos más famosos son Wikipedia (aunque sí cuenta con algunos empleados necesarios para realizar labores de mantenimiento) o Creative Commons. Aquí también se pueden incluir todos los programas de software de código abierto, etc.
- **Por otro, están los negocios denominados como “economía colaborativa” tras los que operan importantes startups** convertidas ya en empresas multinacionales como pueden ser AirBnB, Uber, Glovo, etc. Estas compañías funcionan en base a la maximización de sus beneficios económicos, y, en la práctica, no tienen fines sociales de aplicación real, o al menos, dichos fines, no están entre sus objetivos últimos.

En medio de estas dos alternativas, surge la moneda social, un modelo de economía realmente colaborativa, más parecido al primero de los conceptos mencionados y que **representa una alternativa real al dinero oficial**. La idea básica de este tipo de moneda es:

SE TRATA DE UNA MONEDA LOCAL, es decir, su uso se limita a comunidades reducidas, colectivos, grupos de particulares o pequeñas poblaciones rurales.

REPRESENTA EL VALOR DEL INTERCAMBIO de un bien tanto de productos como de servicios o de conocimientos.

NO TIENE VALOR ESPECULATIVO, es decir, al no poder salir de ese entorno reducido donde se acepta (un barrio, un pueblo o un colectivo, etc.), las monedas pierden su valor especulativo. Dejan de ser acumulables y se oxidan si no se usan.

En la mayor parte de los casos **SON INTERCAMBIABLES POR EUROS**, aunque solo se puede usar en un entorno local concreto, su valor se establece con una equivalencia inicial en euros, salvaguardando así problemas legales o fiscales.

Dos ejemplos de este tipo de monedas serían El Gallet, una de las primeras monedas sociales de la Comunidad Valenciana, o la moneda Demos, nacida en La Isleta (Gran Canaria). **Su expansión está avanzando más rápido de lo que parece a nivel internacional** y, en realidad, estas monedas pueden incorporar también los mismos avances tecnológicos que aplica la banca convencional a sus productos y servicios. Por ejemplo:

PAGOS CONTACTLESS

Ya hay experimentos con monedas sociales que han implementado la posibilidad de pagarse con el móvil en un terminal contactless.

BLOCKCHAIN

Ya hay varias monedas que están aplicando Blockchain. Por ejemplo, la moneda Jarama, que está en funcionamiento en Rivas Vaciamadrid. Otro ejemplo, es el Rec en Besós (Barcelona) que aparentemente es una moneda muy parecida al Bitcoin, aunque por lo pronto, no está distribuido.

SEGURIDAD

Existen algunos proyectos que han incorporado medidas de seguridad frente a la falsificación, similares a las tecnologías más punteras que se aplican a los billetes convencionales. Por ejemplo, el Varamedí, una moneda que entró en circulación en junio de este año en el municipio extremeño de Zafra incorpora elementos reactivos a la luz ultravioleta, trazas, hologramas, patrón diamante, un cuadrado de tinta calórica que desaparece al frotarlo, número de serie y papel sensible a los rotuladores para papel billete.

Otro aspecto que corrobora que las monedas sociales tienen potencial real es que, especialmente fuera de España, **en muchos casos están siendo apoyadas también por instituciones oficiales**, organismos públicos e incluso algunos bancos éticos.



TENDENCIAS DE INNOVACIÓN CLAVE:

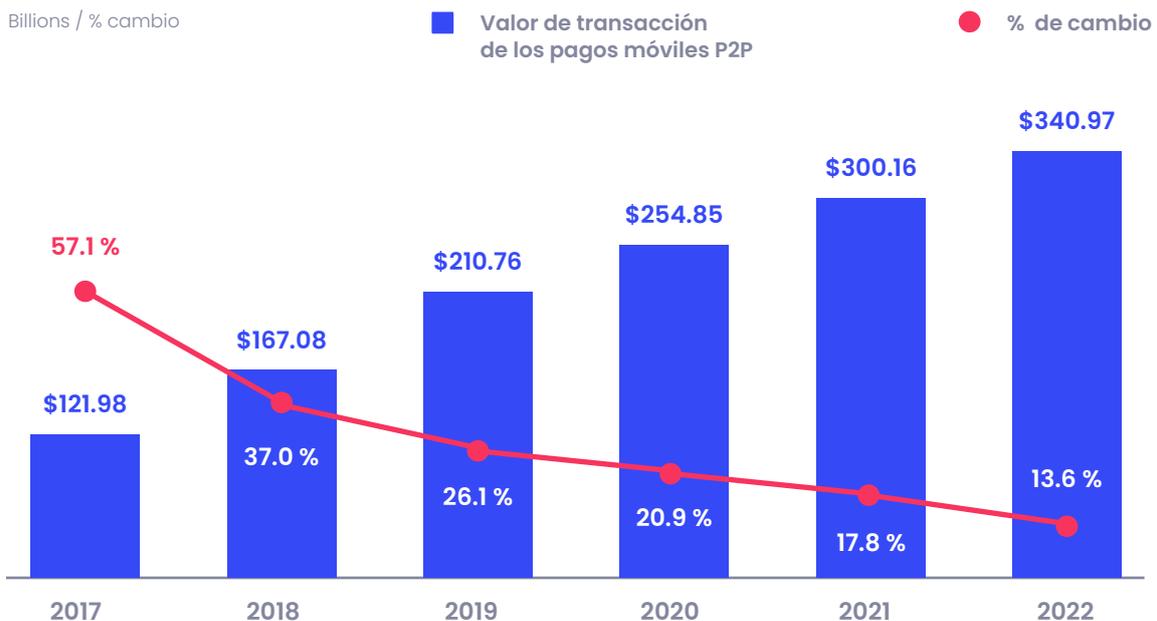
Existen una serie de **tendencias de innovación clave en la banca en relación con la economía colaborativa**. Algunas de ellas se han mencionado en el anterior apartado.

PAGOS P2P

La comodidad de realizar pagos desde el móvil a amigos y familiares se ha convertido en una de las opciones más atractivas para los consumidores. El crecimiento de este mercado así lo asegura: cada vez son más los consumidores que se decantan por esta opción para realizar transacciones personales, y es que no solo el mercado

de los pagos P2P no para de crecer, sino que el futuro parece aún más brillante. **El valor total de las transacciones en pagos P2P alcanzará en USA los 300 000 millones de dólares en 2021**, es decir, el tamaño del mercado se doblará en tres años teniendo en cuenta que en 2018 el total de las transacciones alcanzó aproximadamente los 167 000 millones de dólares.

VALOR DE TRANSACCIÓN DE LOS PAGOS MÓVILES P2P, 2017 - 2022



Fuente: eMarketer

Ejemplos de este tipo de aplicaciones son Venmo o Zelle, dos de las aplicaciones de pagos P2P de Estados Unidos más utilizadas y populares. Aunque Apple Pay es la app más valorada por sus usuarios. Según parece, los usuarios de Apple Pay valoran, por encima de todo, las medidas de seguridad de la aplicación, tales como las medidas de privacidad o la autenticación de usuarios. Otra de las grandes es Google Pay, que incorporó una función para pagos P2P en 2018 llamada Google Pay Send, que permite realizar pagos entre individuos desde Google Pay.

CROWDLENDING

El Crowdlending es una **modalidad de inversión enmarcada dentro de las inversiones alternativas**, en el que un grupo de personas prestan un dinero, ya sea a particulares o a empresas, para obtener un determinado interés o retorno de la inversión. Básicamente, se puede resumir como una inversión de capital por parte de un grupo de personas que buscan ayudar y generar un beneficio económico.

El mercado del Crowdlending en España continúa en expansión y los datos son optimistas, puesto que ya ciertas encuestas indican que **el 90% de inversores que han invertido en Crowdlending, repiten**.

Un ejemplo de Crowdlending es la startup hispanomexicana EthicHub, cuyo objetivo de negocio es facilitar el acceso a préstamos a agricultores desbancarizados en países empobrecidos. Está constituida en base a una plataforma Blockchain para préstamos colectivos, descentralizada y transnacional, en la que inversores de todo el mundo pueden conectar con grupos de pequeños agricultores apartados del sistema financiero tradicional.

La tecnología Blockchain implementada por **EthicHub hace que el proceso de concesión de préstamos sea mucho más transparente y seguro que a través del sistema tradicional**, permitiendo asimismo una importante reducción en los tipos de interés ofrecidos, al eliminarse los intermediarios.

CROWDFUNDING

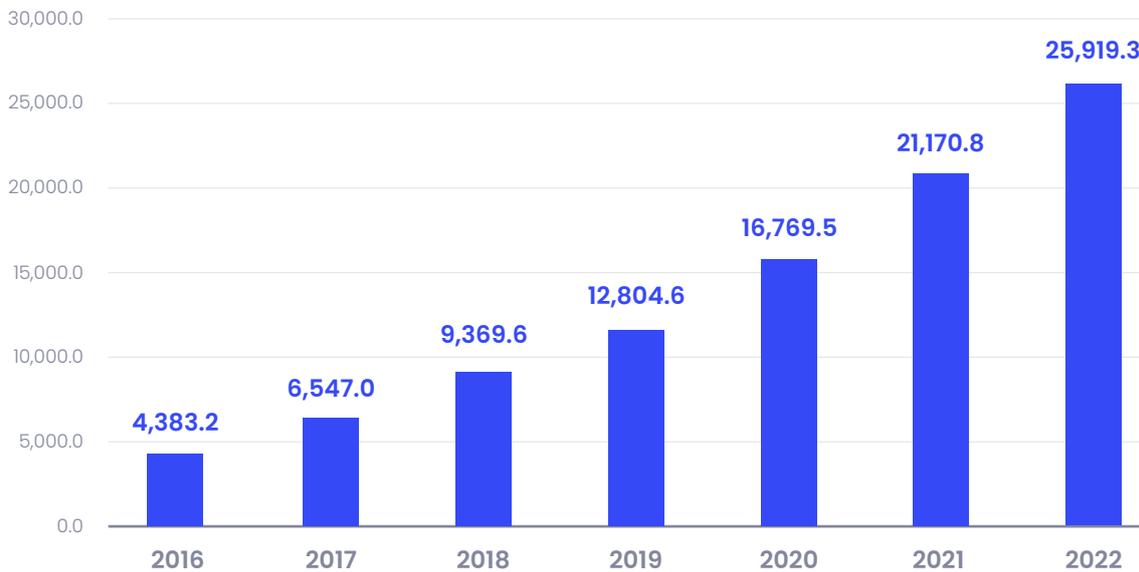
Hasta hace poco tiempo, si alguien quería sacar un proyecto adelante y necesitaba financiación tenía una serie de opciones genéricas. Pedir un préstamo, una subvención, o pedirselo a familiares o amigos. Hoy en día, cada vez existen más plataformas de Crowdfunding.

Surgido como **una alternativa a la financiación bancaria tradicional**, el Crowdfunding o microfinanciación se ha convertido ya en una revolución a nivel mundial que sirve para financiar y llevar a cabo proyectos que, de otra manera, difícilmente verían la luz. Se trata básicamente de una cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, y se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Este método ha hecho que sea más fácil para los empresarios recaudar mucho dinero de cualquier persona con dinero para invertir.

En 2018, las cantidades recaudadas por los distintos tipos de microfinanciación para financiar diferentes proyectos sumaron **7990 millones de euros en todo el mundo, un crecimiento del 43% frente al año anterior**.

VALOR DE TRANSACCIÓN EN EL MERCADO DEL CROWDFUNDING

en millones de dólares americanos US\$ (mundial)



Fuente: Statista

Además, el Crowdfunding se ha convertido ya en el "laboratorio experimental" de la innovación, de tal forma que abre vías de confianza para posteriores inversiones de capital riesgo.

Así, este método se ha convertido en una **posibilidad para que los emprendedores prueben la viabilidad de proyectos cuyo resultado es todavía incierto**. Evaluar el apoyo que recibe la idea entre los inversores particulares y su posterior acogida en el mercado es una forma en que los fondos de capital riesgo pueden poner a prueba las innovaciones antes de realizar inversiones con alto riesgo.

Por otro lado, las plataformas de Crowdfunding se han convertido en el método de referencia para que las nuevas empresas de tecnología obtengan financiación para sus proyectos y éstos lleguen a manos de los consumidores.

Algunas de las plataformas más importantes del mundo, son Kickstarter o Crowdcube.

Para ver el alcance de estas plataformas, Crowdcube, por ejemplo, ha canalizado ya más de 500 millones de euros en más de 800 operaciones.

A España llegó en 2014 y, desde entonces, ha canalizado cerca de 22 millones de euros en 75 operaciones para empresas españolas.

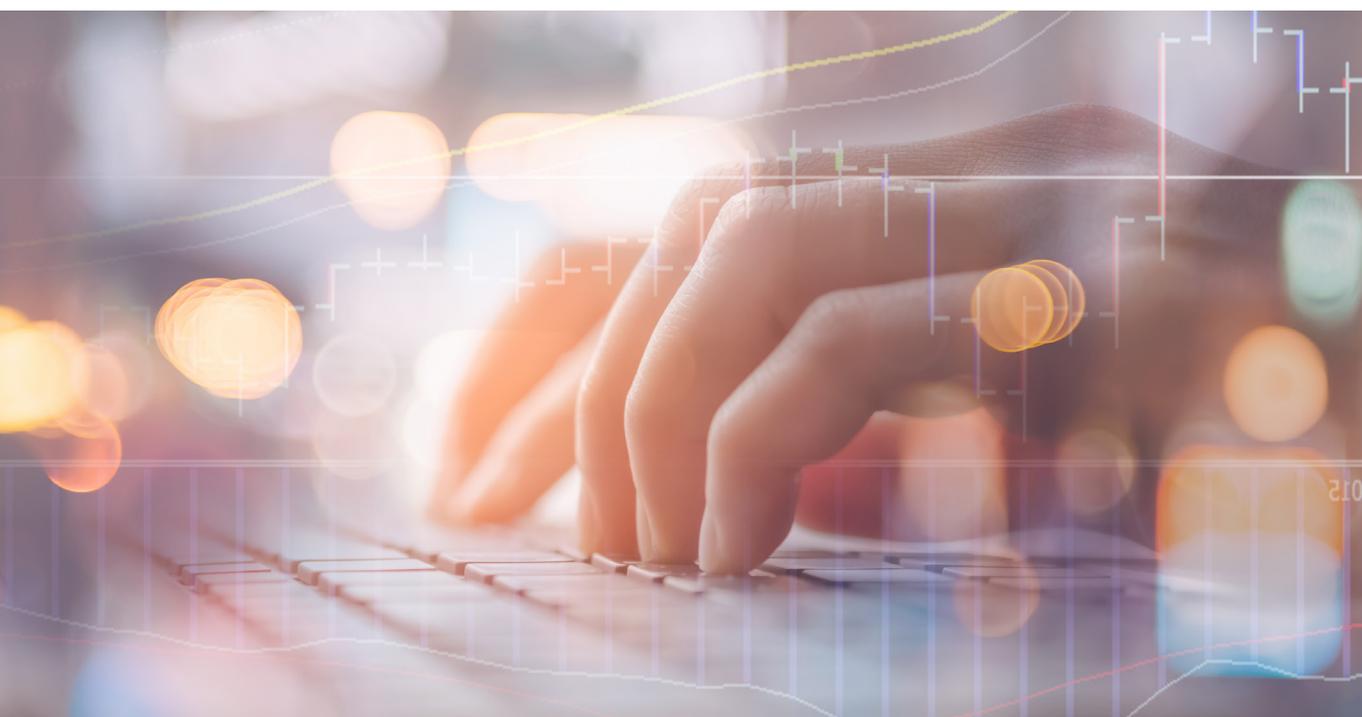
Se trata de un Marketplace de inversión que permite tanto a inversores privados, como profesionales, Business Angels, instituciones públicas o fondos de capital riesgo invertir en empresas con posible potencial de crecimiento.

INTERCAMBIOS B2B

Cuando hablamos de economía colaborativa automáticamente nos viene a la cabeza un proceso de intercambio P2P entre dos usuarios particulares, que se ponen en contacto a través de una plataforma online. Sin embargo, es menos habitual pensar en ella como un proceso de intercambios B2B entre negocios. **Compartir bienes o recursos infrautilizados entre compañías es una práctica que también tiene cabida dentro de la tendencia de la economía colaborativa.**

Esta modalidad tiene lugar cuando las empresas comparten servicios y activos entre sí de tal forma que puedan ser más eficientes, **pagando por lo que necesitan solo cuando lo necesitan, sin tener que hacer costosas inversiones.** La economía compartida B2B permite así a las empresas centrarse más en sus fortalezas y reaccionar a los cambios del mercado de una manera más ágil y eficiente.

Este cambio en la forma de entender la gestión de los recursos está dando lugar a la proliferación de startups que operan como plataformas en este nuevo terreno de la economía compartida B2B. Como, por ejemplo, la startup canadiense **Breather, la cual podría clasificarse como el Airbnb B2B para los espacios de oficina y las salas de reuniones.** También Flexe, con sede en Estados Unidos, es una plataforma que permite a las empresas compartir sus espacios infrautilizados. Otras como WeWork, SharemyOffice o Storefront operan en un modelo de negocio similar. Otro ejemplo, Yard Club, también americana, es una plataforma que conecta empresas del sector de la construcción para compartir maquinaria y equipación infrautilizada mediante su alquiler.





La era del Social Banking

08

Los medios sociales ya no son solo un lugar donde las empresas pueden comunicarse con los clientes, sino que también ofrecen una vía para que estas empresas creen relaciones estables y rentables con los consumidores. El sector bancario es consciente del poder de las redes sociales, ya que da voz a los clientes y permite a los bancos conectarse y tener mayor difusión que a través de los canales tradicionales, no obstante, en la actualidad, **las actividades bancarias en las redes sociales se limitan a la difusión de productos**. Clientes y apoyo. Muy pocos bancos están interesados en llevar las cosas un paso más allá ofreciendo servicios de banca transaccional en estas plataformas.

Sin embargo, el futuro de la banca es digital y las redes sociales desempeñarán un papel importante en la configuración de los bancos del futuro, mientras que los bancos y los clientes podrían no estar abiertos a la idea debido a las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y los riesgos de seguridad.

Aunque la banca transaccional en **las redes sociales ya es una realidad en algunos bancos como ICICI Bank y Kotak Mahindra Bank**, los cuales ya permiten a sus clientes realizar transacciones online y abrir nuevas cuentas a través de Facebook. De hecho, esta última empresa ha pedido a los grandes bancos de Estados Unidos que compartan información financiera detallada sobre sus clientes, incluidas las transacciones con tarjeta y los saldos de las cuentas corrientes, como parte de un esfuerzo por ofrecer nuevos servicios a los usuarios. **El objetivo es que la red social sirva como una plataforma donde los usuarios compren y vendan bienes.**



MÁS EJEMPLOS DE BANCOS QUE SE HAN ALIADO CON REDES SOCIALES Y HAN CONSEGUIDO EL ÉXITO SON:

Morgan Stanley

PRIVATE WEALTH MANAGEMENT

Morgan Stanley Wealth Management utilizó principalmente su presencia social para establecer contactos. En un caso, un agente reportó más de 10 millones de dólares de nuevos negocios solo por las conexiones que realizó en LinkedIn.

WELLS FARGO

Wells Fargo divide hábilmente su presencia en las redes sociales en diferentes cuentas para diferentes propósitos.

Si bien @WellsFargo brinda educación financiera y noticias para la comunidad, @Ask_WellsFargo se enfoca completamente en el servicio al cliente. Al separar y especializar estas cuentas, **Wells Fargo puede proporcionar respuestas rápidas a todas y cada una de las consultas de servicio al cliente.**

CHASE

Con el proyecto **Chase Community Giving**, Chase fue uno de los primeros bancos en promover sus donaciones caritativas en las redes sociales. Desde entonces, han donado millones de dólares, lo que provocó un seguimiento social que se encuentra entre los más altos de su industria.



Hasta este momento solo Facebook ha mostrado interés, pero **se espera que, en un futuro, más plataformas sociales y bancos se asocien** para mejorar sus ofertas de servicios. No obstante, el mayor desafío en la integración de las redes sociales y los canales bancarios es la protección de la información personal, y esto se volverá aún más importante con los cambios regulatorios inminentes, como GDPR. En consecuencia, las instituciones financieras deben garantizar que se implementen políticas sofisticadas de redes sociales no solo para salvaguardar dicha información, sino también para manejar situaciones con clientes descontentos.

Otro desafío es que **la capacidad de los medios sociales para brindar un mejor servicio a costes reducidos podría verse limitada o negada si la regulación se impone** directa o indirectamente. En algunos casos, las leyes actuales no se han actualizado para permitir a las organizaciones aprovechar todo el potencial de las redes sociales. **Las cuestiones de cumplimiento, seguridad y privacidad ganarán prominencia** a medida que los reguladores permitan una mayor inclusión financiera a través de las redes sociales.

Sin embargo, a pesar de estos desafíos, **los bancos pueden aprovechar las redes sociales para ofrecer un alto nivel de interacción personal a los clientes** a un coste relativamente más bajo en comparación con las sucursales bancarias. En última instancia, los medios sociales pueden mejorar en gran medida la experiencia del cliente, y representan una oportunidad clave a medida que la banca omnicanal evoluciona hacia un modelo centrado en el cliente. **Pasar a un modelo centrado en el cliente implica tener un bucle analítico interconectado que venda productos y servicios relevantes a los usuarios**, impulsado por el conocimiento de sus preferencias, el comportamiento de compra, las actitudes ante el riesgo y la salud financiera.



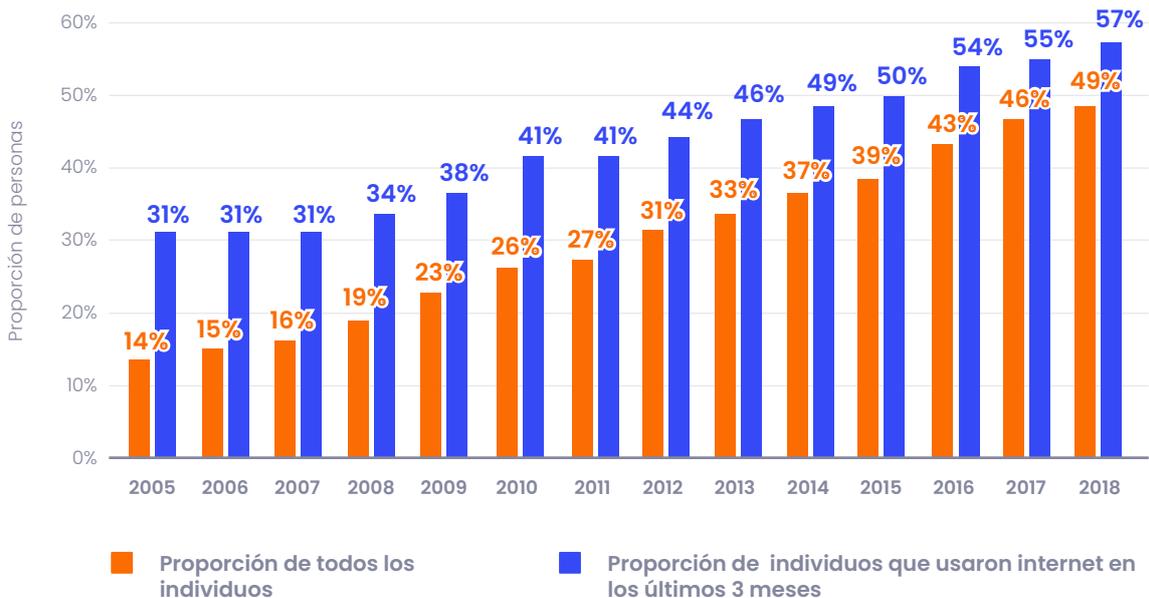


Nuestras Conclusiones

09

La digitalización de la banca es ya una realidad, a diferencia de otros sectores en los que la ola de disrupción no ha penetrado todavía con la misma fuerza y profundidad. Es un sector que puede considerarse a la vanguardia de la transformación de su modelo de negocio tradicional en base a los nuevos avances tecnológicos y la mutación de los hábitos y preferencias de los consumidores. Los bancos gastaron el pasado año 20 000 millones de dólares solo en Estados Unidos en nuevas tecnologías. En Europa, la cifra es algo inferior pero igualmente elevada: 15 000 millones de dólares. De hecho, **la penetración de la banca online es superior al 90% en algunos países, y alcanza el 61% de media en la Unión Europea**. En España, la cifra es el 57%.

PENETRACIÓN DE LA BANCA ONLINE EN ESPAÑA DE 2005 AL 2018



Fuente: Eurostat © Statista 2019

Información adicional: Spain; Eurostat; 2005-2018; 16-74 años

No obstante, pese a que no se trata de una tendencia de potencial incierto, por cuanto es tanto un futuro como una realidad, todos los indicadores revelan un ritmo de crecimiento y expansión totalmente explosivo. **En 2017 el valor de las transacciones realizadas a través de pagos digitales fue de 3.200 millones de dólares,** pero en 2023 se calcula que alcanzará los 6.700 millones de dólares, más del doble en tan solo seis años.

Asimismo, los consumidores han interiorizado profundamente las nuevas formas de consumo que posibilita la tecnología. El

40% de los españoles valora los servicios digitales de su banco como principal característica positiva de la entidad, por encima de cualquier otra, como la seguridad o el servicio personal. De hecho, **el 47% de los consumidores del país estarían dispuestos a cambiar de banco si el suyo no ofreciera una interacción digital** al nivel de los últimos avances tecnológicos.

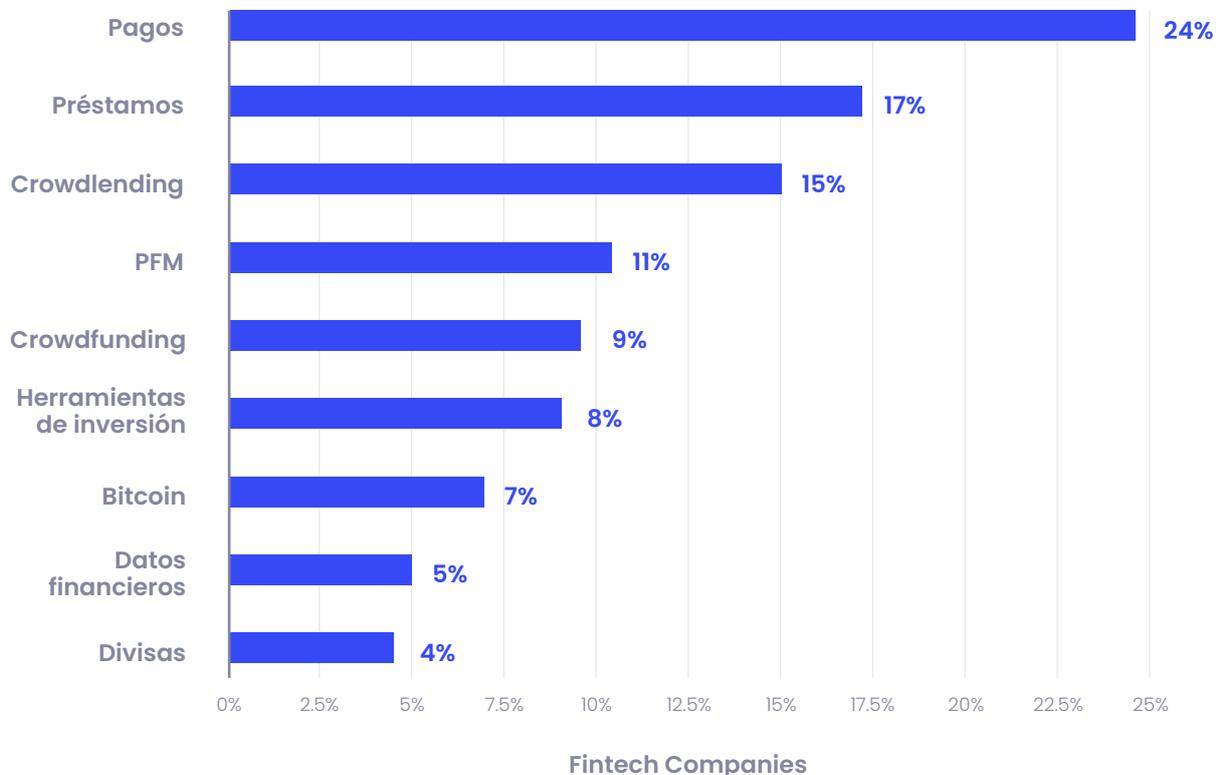
Es en esta grieta, emergida a raíz de la asincronía entre la velocidad del avance tecnológico y la variabilidad de los hábitos de consumo, y la capacidad de adaptación de las grandes entidades

financieras, en la que ha surgido una oportunidad de negocio de gigantescas dimensiones, y a la que conocemos como Fintech.

La tasa de crecimiento de las inversiones en esta nueva industria es de en torno al 42% anual.

Y abarca, por supuesto, todos los segmentos de la cadena de valor del negocio bancario: el 24% de las Fintech españolas centran su actividad en los pagos, el 17% en los préstamos, el 15% a Crowdlending, y el 11% a gestión de finanzas personales, entre muchos otros ámbitos.

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE FINTECH EN ESPAÑA EN 2015, POR TIPO DE ACTIVIDAD:



Fuente: Mooverang © Statista 2018

Información adicional: Spain; 2015



La disposición de los elementos sobre el escenario parece clara: los consumidores han variado rápidamente sus preferencias, y valoran especialmente el servicio digital de una entidad bancaria a la hora de contratar un producto con ella. Las corporaciones financieras, conscientes de este hecho y del profundo impacto que la tecnología tiene sobre su negocio, están invirtiendo miles de millones de dólares en tecnología para digitalizar su operativa, productos, servicio de atención y asesoramiento, etc. Y, aprovechando la mayor agilidad de cualquier actor emergente, mucho mayor que la de un actor tradicional, debido a que el primero es capaz de integrar la tecnología en su propia naturaleza y reinventar un punto de la cadena de valor de la banca, **están emergiendo numerosas startups que amenazan con disputar un margen importante de la cuota de negocio.**

Este es, en última instancia, uno de los principales debates: la colaboración o la competencia. Y el hecho es que, **según las encuestas, en España, el 47% de los directivos bancarios ven a las Fintech como una amenaza**, mientras solo el 24% las considera posibles colaboradores y el 14% como posibles adquisiciones tecnológicas para la entidad. Esta es probablemente, una gran debilidad de la banca tradicional mientras no se muestre capaz de comprender la naturaleza, las causas y el potencial del fenómeno Fintech, que debe ser interpretado como una enorme oportunidad de negocio.

La clave del éxito en la transformación digital de los bancos es, seguramente, la correcta comprensión de la dimensión del cambio: el éxito de las Fintech radica en que usan la tecnología para, sobre la base de los hábitos de consumo, transformar la naturaleza misma del modelo de negocio bancario, o de un ámbito particular del mismo; mientras que muchos bancos continúan tratando de emular sus procesos y productos tradicionales, sobre una base tecnológica y digital. La apuesta por el futuro digital debe ser decisiva, **permeable a todos los niveles de la organización, especialmente a los directivos, y extenderse a todos los puntos de la cadena de valor.**



**Somos expertos en servicios,
productos y soluciones digitales,
en innovación tecnológica y en
procesos ágiles de transformación.**

Con un equipo humano de **más de 2.500 profesionales**, tenemos presencia a nivel nacional e internacional, con sedes en EE. UU., Perú, Brasil, Chile, México, Colombia, Paraguay, Reino Unido y Alemania.

¿Nuestra misión? Generar el mayor valor a nuestros clientes, a los sectores económicos y al conjunto de la sociedad, mediante el diseño y desarrollo de iniciativas **basadas en tecnología de vanguardia**, con el objetivo de accionar el cambio digital de una manera disruptiva.

www.vectoritcgroup.com

