

“En el futuro la banca será más digital, móvil e innovadora”

El negocio tradicional de banca habita en un escenario disruptivo sin precedentes. Los avances tecnológicos posibilitan un marco de relación con el cliente más cercano y una mayor eficiencia operativa. Pero el auge de las 'fintech' y, sobre todo, la irrupción de las 'bigtech' en el negocio de los servicios financieros trae nuevos retos y 'coopetidores'. Sobre este escenario departe Lorena Mullor, asesora en la Asociación Española de Banca.



► El sector financiero afronta una etapa compleja, caracterizada por una vertiginosa evolución tecnológica pero también por la irrupción de nuevos jugadores (como las empresas *fintech* y las *bigtech*) que abren el abanico de competidores a los bancos tradicionales. ¿Cómo ven el panorama desde la Asociación Española de Banca (AEB)?

La innovación tecnológica y la digitalización de cada vez más ciudadanos permite avanzar en el desarrollo de nuevos productos financieros y en la eficiencia de los bancos y los mercados. Adicionalmente, este fenómeno aumenta la competencia, en la medida en que algunas de las innovaciones permiten reducir las barreras de entrada al sector, aumentar las economías de escala y reducir costes. Este nuevo escenario abre la posibilidad de que nuevos competidores participen en el mercado de servicios financieros y hace que los bancos puedan aprovechar las oportunidades para ser más eficientes, alcanzar otros mercados y ofrecer

productos y servicios más innovadores y adaptados a las necesidades de sus clientes.

¿Cómo está reaccionando la banca española ante estos nuevos competidores y, a veces, colaboradores?

El sector bancario español siempre ha sido adalid de la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en sus servicios e infraestructuras, con el objetivo de ofrecer la mejor oferta de servicios a sus clientes. Por ello, no es de extrañar que nuestros bancos se encuentren entre los mejor preparados, en comparación con otros sistemas bancarios, ante los desafíos del nuevo entorno competitivo.

Por ahora, los segmentos donde existe más competencia son los que ofrecen una mayor rentabilidad, como pagos, asesoramiento o préstamos a empresas. Pero en muchas otras áreas financieras se llevan a cabo alianzas y proyectos de colaboración entre operadores. De las *startups fintech* se puede extraer un gran talento e ideas innovadoras y de los grandes operadores tecnológicos, el uso y despliegue de infraestructuras o tec-



“NUESTROS BANCOS ESTÁN ENTRE LOS MEJOR PREPARADOS PARA EL NUEVO ENTORNO COMPETITIVO”

nologías críticas, como por ejemplo la nube (*cloud*). El ecosistema de servicios financieros se muestra cada vez más amplio y con una mayor diversidad de actores, en el que la colaboración se convierte en una pieza clave para la innovación.

Inteligencia artificial, *cloud*, *big data*, movilidad, omnicanalidad... ¿Qué tendencias tecnológicas cree que primarán en el futuro de la banca? ¿O será un compendio de todas estas?

Todas las nuevas tecnologías tienen un gran potencial de mejorar o incluso cambiar cómo se hacen las cosas, pero el grado de madurez es muy desigual entre ellas por el momento. Por ejemplo, las herramientas de biometría para el alta de clientes tienen un nivel de implantación muy superior al de, por ejemplo, la tecnología *blockchain*, donde algunos proyectos todavía se encuentran en una fase de análisis.

El despliegue de herramientas de inteligencia artificial puede tener un impacto muy positivo para numerosas áreas y servicios, como en los modelos de valoración de riesgo, en el desarrollo de nuevos productos o en el control del fraude, para lo que tecnologías como el uso de la nube o herramientas de análisis de grandes de datos son y serán imprescindibles en un futuro cercano.

Mantener el ritmo de inversión tecnológica que requiere la banca para seguir siendo competitiva en el merca-

“El ‘sandbox’ regulatorio es fundamental para impulsar la transformación tecnológica de la industria financiera”

Desde la AEB han impulsado una normativa que permite la creación de espacios de prueba controlados, conocidos como ‘sandbox’. La iniciativa se enmarca en el An-teproyecto de Ley para la transformación digital del sistema financiero aprobado por el actual Gobierno en funciones hace unos meses.

Para Lorena Mullor, “contar con un facilitador de la innovación, como un *sandbox* regulatorio, es fundamental para impulsar la transformación tecnológica que debe acometer la industria financiera”.

La asesora de la AEB asegura que en una industria tan crítica como la de servicios financieros, la innovación debe desarrollarse sin menoscabo de la seguridad y la protección del cliente “y, por eso, implantar un campo de experimentación aislado del entorno real para probar productos y servicios innovadores puede ser una solución muy eficaz”. Por un lado, añade, permite a las autoridades y a las empresas participantes identificar los beneficios y riesgos de los nuevos desarrollos tecnológicos, así como los obstáculos regulatorios que impiden su despliegue. “Además, contar con esta herramienta genera un acicate muy potente en la apuesta por la innovación dentro de las empresas”.

do actual es otro gran obstáculo para las entidades tradicionales. Lo reconocía el propio Banco Santander recientemente en un documento remitido a la CNMC. ¿Cree que no poder seguir

este ritmo vertiginoso de digitalización y actualización de los sistemas de información puede poner en riesgo a las entidades bancarias en España en un futuro próximo?

La banca española, lejos de quedarse rezagada ante la velocidad de avance de la digitalización y la innovación tecnológica, está acometiendo los cambios organizativos y las inversiones necesarias para adaptarse a las nuevas formas de aproximación al consumidor y utilizar el potencial que brindan las nuevas tecnologías en la mejora de sus procesos y servicios.

No obstante, existen aún numerosos retos. Algunos tienen que ver con las incógnitas que genera la aplicación de las nuevas tecnologías para la protección de los clientes, desafío que la banca encara con la máxima prudencia. Otros están relacionados con las normas que regulan a las entidades de crédito, que suponen barreras a la innovación o la transformación digital, como por ejemplo el tratamiento de capital que recibe la inversión en software o las normas que afectan a la captación de talento, dos elementos fundamentales para competir en el nuevo entorno digital.

La ciberseguridad es una de las grandes preocupaciones de los directivos de la banca española. ¿Está preparada para afrontar los desafíos que vienen en este sentido?



El sector bancario pone todos los medios a su alcance para garantizar la seguridad con el compromiso de mantener su esfuerzo para encarar los riesgos y peligros que aún desconocemos pero que sin duda aparecerán en el futuro.

Los bancos son conscientes de que en la cadena de ciberseguridad hay eslabones más débiles y, por tanto, redoblan esfuerzos para reforzar la educación digital y sensibilización tanto de los empleados como de los clientes en materia de ciberseguridad.

La regulación siempre ha marcado el negocio financiero, pero en los últimos años aún más, con el auge de normativas como PSD2 y GDPR. ¿Qué han supuesto éstas para los bancos y cómo están estas entidades digiriéndolas?

La aplicación de la segunda directiva de pagos (PSD2) supone un salto cualitativo en la competencia y en la innovación de los servicios de pago europeos al fomentar el acceso al mercado de nuevos jugadores y regular nuevos servicios de pagos. Los bancos van a ser de los primeros operadores que utilicen las nuevas oportunidades que presenta esta regulación, como, por

ejemplo, el desarrollo de los agregadores de cuentas. Asimismo, esta nueva regulación fomenta el mercado de pagos electrónicos.

No obstante, las posibilidades que ofrece un marco sectorial, como el que define la PSD2, deberían ser idénticas para todos los competidores. Al igual que permite a otras empresas acceder a los datos que tienen los bancos de sus clientes –bajo el

“LA COLABORACIÓN ES UNA PIEZA CLAVE PARA INNOVAR EN EL ECOSISTEMA DE SERVICIOS FINANCIEROS”

consentimiento de estos–, debería permitir a los bancos acceder a los datos de sus clientes en otras empresas. Esto es imprescindible para fomentar mercados competitivos, sin monopolios de datos.

¿Qué cambios regulatorios habría que hacer para que la banca europea tradicional se equiparara a los nuevos competidores digitales?

En general, sería necesario llevar a cabo una revisión profunda de muchas de las

normas que afectan al sector bancario y que fueron emitidas antes del despegue de la innovación de estos últimos años. Por ejemplo, existen normas que obstaculizan la publicidad y comercialización de determinados servicios plenamente a través de canales digitales. Hay otras normas que desincentivan el proceso innovador o el lanzamiento rápido de

productos al mercado (*time-to-market*) con procedimientos de autorización lentos y heterogéneos, como sucede con la externalización de servicios en la nube. También existe regulación que establece reglas de juego diferentes entre las entidades de crédito y otros agentes no bancarios para la prestación de un mismo servicio, lo que va en detrimento de la competencia en igualdad de condiciones. Por el bien del consumidor, todos los que ofrecen servicios financieros

deben estar sometidos a la misma regulación y supervisión.

¿Consideran desde la asociación que la industria tecnológica está preparada para atender las necesidades del sector financiero?

Los bancos tratan de anticiparse a las demandas de sus clientes, aunque en muchos casos los límites son el propio avance de la tecnología. Un sector tan innovador como es el bancario debe adaptarse a las limitaciones que le impone el propio desarrollo tecnológico.

Por último, ¿cómo será la banca del futuro?

Sin duda, será una banca más digital, y especialmente más móvil, innovadora, centrada en aprovechar las nuevas tecnologías para ofrecer servicios financieros cada vez más ágiles y diseñados a la medida de sus clientes. La banca del futuro también seguirá garantizando el nivel de protección de la información y seguridad de sus clientes. La confianza de los clientes en la fiabilidad de los servicios y productos financieros serán claves para competir en un entorno más digital. **CW**