



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

DOBLE GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD Y RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS

Análisis de la banca tradicional frente a la digital. *Fintech* o las tecnofinanzas orientadas a la banca.

Trabajo Fin de Grado presentado por Sandra Varela García, siendo el tutor del mismo José Luis Jiménez Caballero.

Vº. Bº. del Tutor:

Alumna:

D. José Luis Jiménez Caballero

Dña. Sandra Varela García

Sevilla. Junio de 2017



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]**

TÍTULO:

ANÁLISIS DE LA BANCA TRADICIONAL FRENTE A LA DIGITAL. FINTECH O LAS TECNOFINANZAS ORIENTADAS A LA BANCA.

AUTOR:

SANDRA VARELA GARCÍA

TUTOR:

D. JOSÉ LUIS JIMÉNEZ CABALLERO

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

RESUMEN:

El presente trabajo se centra en analizar la situación actual de la operativa del sector bancario. Tras la aparición de las empresas *fintech* (tecnología aplicada a las finanzas), los bancos se han visto obligados a modificar su actuación obsoleta y a buscar alianzas con soluciones tecnológicas, para cubrir así las nuevas necesidades de su clientela. A lo largo del texto, se hará una explicación sobre qué son las *fintech* y cómo han afectado al panorama financiero, así como un análisis comparativo del funcionamiento bancario tradicional frente al digitalizado. El trabajo incluye una exposición de las principales aplicaciones móviles (*apps*) y productos tecnológicos innovadores que ofrecen diferentes entidades bancarias para hacer una comparativa entre ellas. Además de un breve análisis de cuál será el futuro de la banca si este crecimiento progresivo continúa.

PALABRAS CLAVE:

***Fintech*; innovación; operativa; banca; futuro.**

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	
1.1. Justificación.....	7
1.2. Objetivos.....	7
1.3. Metodología.....	7
1.4. Estructura.....	8
1.5. Agradecimientos.....	8
CAPÍTULO 2. ¿QUÉ ES EL TÉRMINO <i>FINTECH</i>?	
2.1. Definición.....	11
2.2. Características.....	13
2.3. Pilares básicos.....	13
2.4. Regulación.....	16
CAPÍTULO 3. PROCESO DE TRANSFORMACIÓN HACIA LA BANCA DIGITAL	
3.1. El dilema de la banca tradicional.....	19
3.2. El fin(tech) de la banca tradicional. La digitalización.....	20
3.3. Banca tradicional frente a Banca digital.....	22
3.4. <i>Fintech</i> para la banca: ¿amenaza u oportunidad?.....	24
CAPITULO 4. NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS VIRTUALES	27
CAPÍTULO 5. EL FUTURO DEL SECTOR BANCARIO	33
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES	37
CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA	39

“Quizás la aparición de las fintech pueda ser una oportunidad extraordinaria para la democratización de las finanzas, pero como nadie sabe lo que esto significa, al menos, que haga más amables a las personas”

David Igual

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

El tema de las empresas *fintech*, y el análisis de la operativa tradicional frente a la digital de los bancos, ha sido elegido por ser un tema de actualidad. La tecnología es lo que caracteriza a la sociedad de hoy en día, ha revolucionado nuestro concepto de vida y, en particular, el concepto de banca que se tenía anterior a la revolución de internet.

Además, ya a título personal, mis padres trabajan en el mundo de la banca y es un tema que considero que me toca muy de cerca. Como joven que soy me apasiona la tecnología y cualquier innovación informática o digital me suscita curiosidad.

Por ello, he intentado reflejar en este trabajo las repercusiones que esta aplicación tecnológica está teniendo en el mundo de las finanzas, en concreto en el panorama bancario.

1.2. OBJETIVOS

Con este trabajo se persiguen una serie de objetivos, que son los siguientes:

- Conocer qué son las *fintech*, a qué áreas afectan, cuáles son sus pilares básicos y cuál es su repercusión y su futura evolución. Así como las necesidades no cubiertas que cubren estas tecnologías.
- Analizar la operativa básica de la banca tradicional.
- Explicar la transición desde esta banca tradicional hacia la aparición de la digital, como modo de adaptarse a la competencia que le suponen las innovaciones financieras surgidas con las tecnofinanzas.
- Estudiar el impacto de la digitalización en el sector de la banca y cómo será su evolución.
- Conocer qué nuevos servicios y productos están siendo ofrecidos por la banca como adaptación al nuevo panorama digital.
- Evaluar la posible evolución de la banca si continúa el crecimiento de las *fintech*: ¿quedarán obsoletos los bancos con infraestructura física?

1.3. METODOLOGÍA

Para hacer este trabajo he recurrido primero a información recopilada de internet, tanto de páginas webs, como de artículos en revistas digitales, así como de prensa digital y blogs económicos. En un primer momento mis conocimientos sobre el tema eran muy escasos, es por eso que decidí empezar por leer en internet toda la información que se proporcionaba sobre la materia, siendo este medio el que me ayudó a conocer más a fondo el tema, en qué consiste y cómo funciona el mundo de las *fintech*, así como su relación con la banca.

Una vez hecho esto, acudí a bibliografía en papel, para profundizar y obtener información más específica. La biblioteca de la universidad cuenta con dos libros de temática relacionada con *fintech*, así como recursos electrónicos útiles a los que también pude acceder.

Además, he recopilado información mediante la compra y descarga de un libro en formato e-book, un tanto más específico, que me proporcionó datos concretos bastante útiles para tener un conocimiento más amplio sobre toda la operativa bancaria y las innovaciones aplicadas.

Una vez adquirido conocimiento suficiente sobre el tema, mi siguiente paso fue realizar visitas a sucursales bancarias físicas de diferentes entidades. Allí me informaron de la adaptación al nuevo panorama digital y me dieron bastante información, tanto en folletos como en formato digital, sobre su oferta de productos y aplicaciones, con las que intentan estar al nivel del nuevo panorama, así como aliarse con soluciones *fintech* para ofrecer a sus clientes una mejor experiencia.

1.4. ESTRUCTURA

El trabajo está dividido en diferentes partes. He decidido empezar explicando qué son y cómo funcionan las *fintech* para dar una visión global de cuál es la competencia a la que se enfrentan los bancos y el motivo por el cual la banca tradicional se ha visto obligada a dar un giro hacia la digitalización.

Posteriormente se describe este proceso de transformación de un tipo de banca a otro, señalando la operativa tradicional y el proceso evolutivo que ha sufrido ésta. He incluido también un análisis de las ventajas e inconvenientes de este nuevo modelo de banca digital.

Además, se hace una reflexión acerca de la amenaza o no de estas nuevas empresas de tecnología financiera para la banca.

Se continúa con una mención a algunos productos y servicios concretos que oferta la banca para adaptarse al nuevo escenario *fintech*.

La última parte es la referente al futuro de los bancos, es decir, cuál será el devenir de la banca si este crecimiento exponencial de la tecnología aplicada a las finanzas continúa. Así como los principales retos que se deben afrontar para sobrevivir al nuevo escenario.

El trabajo concluye con una pequeña síntesis de lo más destacable a modo de conclusión y de una valoración personal de lo que ha supuesto la realización del trabajo. La bibliografía cierra el documento, con todo el material al que se ha recurrido para la elaboración del mismo.

1.5. AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor, José Luis Jiménez, por el tema y por la orientación y apoyo que me ha proporcionado durante estos meses de preparación. Su implicación en el trabajo ha sido de gran ayuda.

En segundo lugar, hacer mención a los miembros de la universidad encargados de dar charlas e información sobre la elaboración de trabajos de fin de grado. Especialmente a Eloisa Saen de Casas y a Ana María Jiménez Arroyo, que fueron las encargadas de impartir los talleres de documentación para el desarrollo del trabajo, los cuales fueron de gran ayuda para el desarrollo del mismo.

También quiero agradecer la colaboración de los directores de las sucursales bancarias a las que he asistido para recoger información sobre los productos y servicios tecnológicos e innovadores que ofrece cada entidad bancaria, entre ellos José Antonio Varela, de la sucursal de Aljaraque (Huelva) de Caja Rural del Sur; el director de la sucursal de BBVA de la calle Vázquez López en Huelva, y el director de la sucursal de ING Direct de la avenida Luis de Morales, Sevilla.

CAPÍTULO 2

¿QUÉ ES EL TÉRMINO *FINTECH*?

Como sabemos, vivimos en un entorno dinámico, cambiante, dominado por la innovación y las nuevas tecnologías. Internet sigue transformando el mundo. Nos rodea un entorno competitivo, el cual es necesario comprender para saber adaptarse. Y cito ahora a Miguel de Unamuno, quien dijo que *“el progreso es renovarse”*; en eso precisamente se basan las empresas *fintech*, en un progreso que renueva el mundo de las finanzas.

Muchos sectores han cambiado radicalmente en poco tiempo y los que no se han adaptado al nuevo panorama, han desaparecido.

En el caso de las finanzas, del sector financiero, las novedades que hasta ahora habían aparecido eran operativas, como ya sucedió hace tiempo con la llegada de los cajeros automáticos, que permitieron a los clientes que operaban cada semana con empleados de la oficina pasar meses sin entrar en la sucursal bancaria.

Las *fintech* han dado un paso más y han entrado en el mundo financiero pisando fuerte. Vamos a ver en qué consisten.

2.1. DEFINICIÓN

La palabra *fintech* es un neologismo que surge como combinación de las palabras inglesas *“finance”* y *“technology”* (finanzas y tecnología). Se denomina así a la integración de la tecnología en las finanzas. Es un término de reciente aparición, tanto es así que, según la Asociación Española de Financieros de Empresa (ASSET), el 66,7% de los profesionales financieros desconocían esta palabra y su significado. (Finnovista, 2016).

Tal y como recoge la periodista Andrea Núñez-Torrón Stock en uno de sus artículos, *“el término fintech aglutina y define a todas aquellas empresas de servicios financieros que se sirven de las últimas novedades tecnológicas para brindar productos y servicios financieros innovadores. Por lo tanto, define a aquellos servicios financieros que facilitan nuestra vida cotidiana gracias a la innovación tecnológica, englobando prestaciones como la banca digital, los créditos online, el cambio de divisas a través de la red o los pagos online. En definitiva, a aquellos productos o servicios que ponen en común la tecnología y el dinero”*. (Núñez-Torrón Stock, 2016)

Son, por tanto, empresas que se caracterizan por su fuerte componente tecnológico.

Atendiendo al concepto del propio club *Fintech* de Wharton *“las fintech son una industria compuesta por empresas que usan la tecnología para hacer los mercados financieros más eficientes”* (Banal-Estañol, 2016).

Con este término, pues, se define a un grupo de empresas cuya misión es ofrecer servicios financieros innovadores preferentemente a través de nuevos canales de distribución.

Desde la Asociación Española de FinTech e InsurTech (AEFI) afirman que las *fintech* surgen para *“democratizar los servicios financieros”*, para promover en la banca una revolución similar a la que en su día provocaron, por ejemplo, las aerolíneas de bajo coste en la industria del transporte (Portillo, 2016). Son un nuevo concepto de empresas especializadas que proporcionan servicios de forma más ágil, inmediata,

flexible, transparente y barata que la banca tradicional, usualmente desde el propio teléfono inteligente (*smartphone*).

Según explica en su libro el economista David Igal, las primeras *fintech*, aun con distinta denominación, se originan en el año 2008, aunque no es hasta 2010 cuando se produce su impulso y desarrollo, destacando en Estados Unidos y Reino Unido. En España, en cambio, no es hasta 2014-2015 cuando empieza a ser importante la presencia de las mismas (Igal, 2016).

Al indagar sobre el concepto de *fintech* lo solemos encontrar asociado al de “revolución”, y esto es así por diferentes motivos. En primer lugar, porque supone una innovación que afecta a todos los procedimientos bancarios (transacciones y pagos a través del teléfono móvil), asesoramiento automatizado a inversores, productos (financiación colectiva -*crowdfunding*, *crowdlending*-, etc.). En segundo lugar, porque al ser empresas de nueva creación han podido adaptar sus estructuras y organización a las necesidades del momento, a la nueva situación. Esto último podemos asimilarlo a lo ocurrido en el ámbito de la prensa, donde los medios digitales han desbancado a los tradicionales, los cuales tienen grandes dificultades para transformar sus estructuras pesadas. En tercer lugar, las *fintech* han aparecido en el momento exacto, en el que la mayoría de las entidades de crédito habían perdido imagen y credibilidad a raíz de la crisis económica iniciada en 2008; la rabia de la gente contra el sistema bancario fue el caldo de cultivo idóneo para la innovación financiera. Que parte de los clientes quisieran cambiar de entidad o renovar su situación ha supuesto una amenaza para los bancos, pero una oportunidad para estas empresas.

Aparecen en el momento oportuno, puesto que los *millennials*, es decir, los nativos digitales (nacidos en la era digital) alcanzaban ya la edad suficiente para ser clientes potenciales y sus preferencias apuntaba a servicios móviles que entendían y manejaban, y no a banqueros con los que no tenían nada que ver.

Podemos considerar entonces a las *fintech* como intermediarias en el mundo financiero, al que aportan mayor eficacia y menores costes. Son servicios del mundo de las finanzas que, utilizando la tecnología como herramienta, facilitan la vida al cliente.

Son empresas con ADN digital que han revolucionado la vida del consumidor.

Las empresas *fintech* han proporcionado una alternativa a la forma tradicional gestionar el dinero de los clientes, más veloz, cómoda y clara. Ofrecen soluciones más rápidas, con menos recursos y empleando menos dinero.

Lo que esta oleada de nuevas empresas ha hecho es transformar la forma en la que los usuarios pagan, mandan dinero, prestan, solicitan y acceden al crédito e invierten.

Hay autores que aseguran que *fintech* significa «el poder de las personas». En general, la *fintech* pone a disposición de una selección cada vez más amplia de personas, una información que antes pertenecía exclusivamente a un grupo de privilegiados. Podemos considerar esta acción como un gran gesto democrático, importante en nuestra era de la economía de la información.

Todo esto convierte a la tecnología financiera o *fintech* en uno de los sectores más prometedores de 2017.

Por dar simplemente un dato, en 2015, la inversión mundial en *fintech* alcanza los 22.000 millones de dólares, y el crecimiento está siendo exponencial (Banal-Estañol, 2016). ¿Significa esto que los bancos no resultan ya emocionantes y las *fintech* sí?

La tecnología está ya presente en prácticamente todos los ámbitos de la vida cotidiana y, aunque cuando se habla de dinero nos cuesta un poco más dar el paso, las *fintech* cada día nos lo facilitan más y cada vez es más complicado poder dejarlas de lado.

2.2. CARACTERÍSTICAS

Las *fintech* presentan diversas características, entre las que vamos a destacar las cuatro siguientes:

- Están centradas en las finanzas, o en diversos aspectos de las mismas, como por ejemplo pueden ser: préstamos, medios de pago o asesoramiento financiero automatizado, entre otros. Quizá el factor de éxito sea la simplicidad, puesto que se basan en una única propuesta de negocio centrada en un área específica, contraponiéndose a los complejos servicios ofrecidos por los bancos, multiproducto, difíciles de encontrar y ejecutar en sus páginas web, las cuales son complicadas y con muchas alternativas. Esto puede dar lugar a falta de entendimiento o, incluso, de transparencia.
- A través de las nuevas tecnologías (NNTT), las *fintech* ofrecen soluciones a problemas financieros de los clientes o a necesidades que no han sido correctamente atendidas por el sector bancario. Utilizan nuevos canales, plataformas tecnológicas innovadoras, con aplicaciones para uso no experto y de fácil uso. Se intentan alejar de ser una mera cumplimentación de formularios de control para que el usuario se sienta implicado en el éxito de la operación.
- Las empresas *fintech* proceden de la innovación para romper con los esquemas anteriores. Éstas coexisten y se desarrollan en un contexto de redes sociales, con unos ideales de compartir entre iguales más que de sumisión a una entidad con poder como la que representan los bancos. Estas innovaciones conectan más fácilmente con el perfil de los nuevos consumidores, ayudadas por las nuevas tendencias de economía colaborativa.
- Se crean como alternativa a la banca tradicional, lo que está suponiendo un desafío para la misma. Su oferta puede competir con el producto bancario y uno de los argumentos más sólidos que proponen es el de ser una opción nueva, más eficiente y transparente que los productos ofrecidos por la banca.

2.3. PILARES BÁSICOS DE ACTIVIDAD.

Estas empresas de nueva creación que presentan grandes posibilidades de crecimiento, normalmente con fuerte componente tecnológico (*startups*) dedicadas al *fintech*, han empezado con fuerza en los servicios de pagos y transacciones, pero su ambición va más allá, pasando por la gestión de las finanzas personales o las plataformas de consultoría para inversiones.

Podemos encontrar diferentes áreas de negocio sobre las que actúan las *fintech*. Las principales están recogidas en la Asociación Española de *Fintech* e *Insurtech*. Destacan las siguientes (Iguar, 2016), (Parga, 2015):

a. Préstamos y créditos

Es la financiación para particulares y empresas. Dentro de este modelo encontraríamos los famosos *crowdfunding* (micromecenazgo o financiación colectiva: es un fenómeno de desintermediación financiera por la que entran en contacto creadores de proyectos que demandan fondos mediante la emisión de valores y participaciones sociales o mediante la solicitud de préstamos, con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento) y *crowdlending* (préstamos P2P –siglas en inglés de “*person to person*”, de persona a persona– entre particulares y empresas: consistente en la financiación mediante préstamos o créditos a pequeñas y medianas empresas, por medio de una red con un elevado número de

prestamistas particulares o empresas que invierten su capital privado o ahorros a cambio de un tipo de interés). Por último, en este grupo encontraríamos a las plataformas de préstamos directos a través de internet.

b. Pagos y transferencias

Dentro de este grupo encontramos plataformas dedicadas a realizar pagos y transferencias a través de internet sin necesidad de pasar por la sucursal. Ofrecen soluciones sobre medios de pago electrónicos y canales digitales que hagan posible las transacciones entre los agentes económicos, eludiendo el uso de dinero físico y de forma independiente a los bancos.

c. Intermediación bursátil o Trading

Son plataformas de compraventa de acciones u otros instrumentos financieros que cotizan en bolsa. También existen aplicaciones de mercados de mercaderías (*commodities*), que son un tipo de inversión que supone una alternativa a la bolsa, así como las plataformas de mercados de divisas.

d. Participación en proyectos de inversión

En este caso, se permite tanto a pequeños inversores como a profesionales, invertir en empresas para las cuales se prevé crecimiento futuro a través de una plataforma digital, de manera clara y transparente. Esto es conocido como *crowdequity*. Son plataformas de financiación participativa. Las personas que buscan invertir su dinero aportan recursos a proyectos concretos y válidos.

e. Seguridad y control del fraude

Se han desarrollado empresas nuevas (*startups*) que innovan en el campo de la seguridad. Añaden aspectos como la identificación y la gestión de la identidad digital. Se han desarrollado soluciones para las altas *online*, la autenticación en operaciones financieras o la contratación. Además, ciertas empresas, con la utilización de nuevos canales digitales, se han centrado en el control del fraude, utilizando las aportaciones del *big data*.

f. Banca de información y asesoramiento personal

Es quizás una de las actividades más utilizadas por los usuarios. Son plataformas que permiten al cliente ver y controlar sus cuentas a través de sus dispositivos móviles, y no solo sus cuentas, sino también sus facturas, movimientos, etc. La ventaja es la facilidad y la accesibilidad que proporcionan al usuario.

g. Inversiones y gestión del patrimonio

El ámbito de la inversión y del asesoramiento personalizado propio del sector bancario ha sufrido una revolución con la aparición de las plataformas de inversión automatizadas, también llamadas *robo-advisors*. Las *fintech* creadoras de estos modelos de gestión patrimonial afirman que mediante estas innovaciones se pueden tomar decisiones de inversión mejoradas. La mayor ventaja es que los algoritmos que operan son neutros, lejos de la subjetividad y los perjuicios que pudieran tener las personas.

h. Análisis de datos masivos (*big data*)

Aquí las *fintech* lo que pretenden es predecir el comportamiento del usuario. De esta manera se podrán estudiar diferentes parámetros favoreciendo la comercialización de los productos bancarios a través de los nuevos canales. El consumidor, al realizar interacciones en la red, aporta datos que pueden ser de gran utilidad para conocerlo mejor y realizar ofertas personalizadas, consiguiendo vender de forma más eficaz. Esto se lleva a cabo mediante parámetros y algoritmos que analizan grandes cantidades de datos.

i. Monedas virtuales (*Bitcoins*)

Cuando hablamos de *bitcoin* hacemos referencia a algo que tiene el mismo valor que el dinero pero que solo funciona en internet. Es un sistema de pago seguro. El *bitcoin* no tiene propietarios, a diferencia de otras plataformas de *fintech*, sino que son los propios usuarios de esta moneda los que manejan su uso.

Una vez aclaradas todas las áreas voy a dar algunos ejemplos concretos que muestren el potencial y alcance de las empresas financieras con soluciones tecnológicas. Podemos hacer referencia, por ejemplo, a PayPal, gran compañía *fintech* de éxito, que se convierte en un sistema de pago por defecto de cada vez más sitios de comercio electrónico. Hoy en día, la plataforma cuenta con unos 190 millones de cuentas activas aproximadamente, y procesa unos 315,3 millones de dólares en pagos al día aproximadamente, según los datos de estadísticas de la Compañía Paypal (*Statistic Brain*, 2016).

También podemos mencionar el éxito del sistema de pago sin contacto (*contactless*) de la empresa Apple, denominado *Apple Pay*, que permite al usuario realizar pagos simplemente acercando su teléfono móvil, iPhone, a la terminal del punto de venta. En 2015 representaba ya dos de cada tres dólares procesados mediante sistemas *contactless* en Estados Unidos (*Bloomberg*, 2015)

Al consumidor se le presentan múltiples maneras de pagar. El uso de las tarjetas prepago también está en alza. Un informe del año 2012 de Mastercard predijo que el mercado del llamado dinero electrónico tendría en este año 2017 un valor de 822.000 millones de libras, cifra que, aunque resulte impresionante, es tan solo la punta del iceberg de la *fintech*. (Domingo, 2017)

En cuanto a los créditos y depósitos también podemos hacer alusión a los ya mencionados préstamos P2P, los cuales aparecen poco antes de la crisis financiera con el lanzamiento de Zopa en 2005. El sector ya acumula más de 2.600 millones de libras, con un continuo crecimiento del mercado (Susanne Chishti y Janos Barberis, 2016).

Puede que estas cifras aún parezcan pequeñas al ser comparadas con las sumas de los grandes bancos, pero debemos tener en cuenta la juventud del mercado y su continuo crecimiento.

Para concluir el epígrafe es oportuno añadir la distribución de las *fintech* en España, que es la siguiente:

Gráfico 1: Distribución de las fintech en España.



*PMF: Personal Financial Management (Gestión de las finanzas personales)

Fuente: elaboración propia a partir de diagrama de la Asociación Española de Fintech e Insurtech.

2.4. REGULACIÓN

Cuando aparecen las empresas *fintech* lo hacen careciendo de regulación, podríamos decir que se encontraban en el “limbo” legal. La regulación financiera tradicional existente se suponía lenta e inflexible para este nuevo sector. Se hacía necesaria la existencia de una ordenación a medida.

Es por esto por lo que patronal y empresas, incansables, no han cesado en sus intentos de pedir un marco normativo propio para esta industria, que en 2016 recaudó más de 250 millones de euros en inversiones. (Fernández, 2017)

Estas peticiones surten un primer efecto y este sector al fin logra dotarse de voz pública. En marzo de 2016, aparece la Asociación Española de *FinTech* e *InsurTech* (AEFI), la cual asegura que se crea en España una nueva empresa de este tipo cada semana. Es una asociación de empresas y personas con un objetivo común: crear un entorno favorable para el desarrollo de empresas *fintech* en España.

Aun así, se sigue incidiendo en la necesidad de adaptar una legislación para evitar la fuga de talento del sector. Las *fintech* necesitan un entorno regulatorio estable con unas normas definidas. Si esto se logra sería una fuente de inversión, es decir, atraería nuevas inversiones y nuevas sociedades, con lo que se evitaría esa tan temida fuga de empresas.

Atraer a empresas de este tipo puede generar riqueza y empleo de calidad, y eso se consigue con una legislación adecuada. Una regulación atractiva ofrecería una ventaja competitiva importante para España.

Además, es importante tener presente que este tipo de empresas ha entrado a competir con la banca tradicional en la prestación de puntuales servicios financieros lo que puede causar riesgo de distorsión en este tipo de mercados, lo que hace aún más necesaria la regulación.

Desde AEFI destacan que la falta de regulación viene retrasando su actividad.

Pues bien, menos de un año después de conformarse la AEFI, las empresas de este sector siguen encarando su principal objetivo: poner en marcha una regulación específica para este emergente sector que sustente su crecimiento.

Para poder conseguir este objetivo, los integrantes del AEFI, con la colaboración del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, presentan en febrero de 2017 el llamado "Libro Blanco de la Regulación *FinTech* en España". Con esto se traza el comienzo de una nueva regulación de la rama.

Lo que se quiere conseguir con esta iniciativa es crear un marco de cambios normativos que fomente la creación de empresas *fintech*. Así se podrá ver aumentada la competitividad del sector, a favor de los usuarios.

El Libro recoge propuestas de regulación para fomentar el desarrollo de las entidades *fintech* con el sello de la innovación. Este, no pretende una regulación expresamente para las entidades *fintech*, sino identificar qué aspectos de las actuales condiciones de acceso y ejercicio de las actividades financieras deberían ser revisadas y mejoradas para adecuar dicho marco legal a las nuevas formas de prestar servicios financieros.

Es decir, más que crear una nueva regulación, lo que pretende el texto es adaptar la legislación española actual a las nuevas necesidades de esta emergente industria de la innovación, mediante mejoras y renovaciones. Se plantean metas reales y trascendentes en aras de mejorar la competitividad, no solo de las empresas *fintech*, sino del sector financiero en general.

La importancia de regulación gira en torno a tres ámbitos principales: inversión, banca y seguros (entidades bancarias e instituciones financieras, empresas de servicios de inversión y compañías de seguros y figuras especializadas como operadores de banca-seguros, mediadores, agentes, etc.)

El presidente de la Asociación de *FinTech*, Jesús Pérez explicó en la presentación del Libro Blanco que *"uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta nuestra sociedad es la distribución de la riqueza. Es complicado que esto suceda mientras el acceso a la inteligencia financiera sea algo costoso y no al alcance de todos. Es por tanto una obligación como sociedad buscar la democratización de las finanzas"*.

La tecnología ha hecho posible esto que dice el señor Pérez, democratizar las finanzas. Las *fintech* han supuesto una revolución en el panorama financiero, haciendo más eficiente el acceso a servicios, más accesible y dotándolo de más transparencia, motivo más que suficiente para regular con normativa adecuada a este sector.

A estos problemas de regulación comentados, hay que sumarle la falta de colaboración de los poderes públicos y la dificultad que añade el panorama político y económico actual. Esto podría convertirse en una desventaja competitiva de la rama respecto a otras, pudiendo llegar a suponer una fuga del capital y de empresas hacia sectores con un ordenamiento más estable.

En la mayoría de los países en que el mundo *fintech* está en auge, se han puesto en marcha ya o se han iniciado trámites de proyectos normativos para este sector. Sin embargo, no se produce en España.

Es necesario crear un cuadro jurídico que proporcione mayor seguridad para las empresas españolas y, además, que resulte atractivo para las extranjeras, y todo esto está en la mano de las autoridades de nuestro país.

La aparición de las *fintech* ha supuesto una revolución para muchos organismos reguladores, y, puesto que este se trata de un fenómeno “sin fronteras”, lo correcto sería plantearlo desde una perspectiva global.

Lo importante es saber abordar la concurrencia de tecnología y banca de la mejor manera posible.

Desde el sector garantizan que actualmente las *fintech* no viven en el limbo legal, como se dijo al principio, ya que, puesto que las actividades financieras ya están reguladas, el 80% de la actividad de las compañías *fintech* también está reglada. Sin embargo, hay parcelas determinadas como el *crowdlending* en las que sí se hace necesaria una normativa específica (Portillo, 2016).

Esta petición del establecimiento de un marco normativo tiene doble cara. Puesto que no es solo requerimiento de las propias empresas de tecnología financiera, sino que son las propias entidades tradicionales las que reclaman esta regulación y advierten que estos nuevos agentes compiten con la banca sin la carga legislativa que ellas soportan. Aunque admiten que entre bancos y *fintech* no hay solo ambiente competitivo sino cada vez más ejemplos de colaboración.

A modo de ejemplo de la consolidación de estas empresas cabe reseñar que recientemente se ha celebrado, en el IEB (Instituto de Estudios Bursátiles), la primera *Fintech Unconference* española, con el objetivo de crear la mayor cita de redes de contacto (*networking*) para el ecosistema *fintech* en nuestro país. Reunió a más de 60 representantes de las *startups* financieras y tecnológicas más importantes de España, que debatieron sobre temas como la regulación del sector, su futuro, su financiación, o las posibilidades que ofrece la financiación colectiva o *crowdfunding*. (Instituto de Estudios Bursátiles, 2017)

CAPÍTULO 3

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN HACIA LA BANCA DIGITAL

3.1. EL DILEMA DE LA BANCA TRADICIONAL

Los bancos, desde sus orígenes, han sido instituciones centradas en la oferta de productos, con un papel principal como intermediarios entre personas que desean guardar su dinero para ahorrar y quienes buscan financiación. Sus competidores siempre fueron otros bancos.

El negocio bancario tradicional consiste en captar fondos de ahorradores o personas con superávit de capital. Tales fondos son canalizados o colocados a sus clientes, deficitarios de capital. Es una operativa de intermediación financiera entre ahorradores e inversores. El negocio actual es muy amplio, la concepción del banco es brindar un servicio integral al cliente, con financiación a corto, medio y largo plazo, para ejecutar inversiones y/o atender requerimientos de capital de trabajo, así como otorgar servicios de fianzas, cobros o pagos, entre otros. La diferencia es que tradicionalmente éste se hacía físicamente con el operario del banco, pero con la llegada de internet y la banca *online*, con la digitalización, todas y cada una de estas operaciones pueden ser realizadas por el cliente desde casi cualquier parte.

La banca tradicional española opera en un contexto maduro, con limitada competencia y usando un modelo de negocio que apenas ha sufrido cambios en lo fundamental en las últimas dos décadas.

Al nivel más simple, los bancos comerciales ofrecen tres gestiones básicas, que son: aceptar depósitos y ofrecer al cliente un lugar seguro para almacenar su liquidez y obtener rendimientos, facilitar pagos mediante diversos sistemas y prestar dinero. (Domingo, 2017)

El problema es que, un desconfiado de la banca puede alegar que estos mismos servicios pueden ser ofertados por los nuevos jugadores basados en la tecnología e innovación.

Así, un riesgo para los bancos es ser concebidos como empresas que hacen poco más que poner a disposición del cliente la infraestructura necesaria, mientras que las empresas *fintech* se llevan el mérito de ofrecer servicios innovadores y dirigidos exclusivamente al cliente.

Podemos pensar que la solución a todo esto es que la banca tradicional reestructure su pesada organización, tanto física como burocrática.

En los últimos años, la banca ha superado su crisis de supervivencia, pero le resulta complicado volver a poner en marcha su negocio tradicional, ya que la realidad que la rodea ha cambiado y ahora se enfrenta a problemas inesperados.

Algunos de estos problemas son, por ejemplo, que el cliente haya cambiado su comportamiento, con la aparición de los teléfonos inteligentes o *smartphones*, el usuario reniega de la banca tradicional. Además, las innovaciones tecnológicas, que favorecen alternativas a la banca, empiezan a desplazar al negocio bancario tradicional. Por otro lado, la reputación de la banca ha quedado dañada y, por esta baja credibilidad, los clientes se desplazan a las alternativas, en las que se sienten un activo de mayor valor que el que suponen para la banca.

La respuesta de los bancos a estos problemas está siendo lenta y, en ocasiones, ineficaz, debido a la dura regulación que soportan o a sus estructuras pesadas y poco flexibles.

El banco recibe el dinero que sus clientes ahorran y lo presta a otros clientes que solicitan un crédito. Los intereses que cobra en estas operaciones son suficientes para compensar a los ahorradores y luego obtener jugosas ganancias por intermediar. El éxito de los nuevos actores, de las alternativas a la banca, se debe a que suprimen la figura bancaria como un intermediario.

Por ello se hace necesario un giro en la operativa, una renovación.

Lo que comienza con una operativa basada en el cara a cara, en la que para cualquier transacción se hacía obligatoria acudir físicamente a la entidad bancaria, ha pasado a la digitalización y el tratamiento informático de todos sus datos.

A pesar de la posible obsolescencia de esta operativa cotidiana, la banca tradicional sigue contando con dos grandes ventajas: sus clientes y la existencia de una red establecida de cajeros y sucursales.

3.2. EL FIN(TECH) DE LA BANCA TRADICIONAL. LA DIGITALIZACIÓN.

A pesar de la irrupción de los nuevos jugadores y los grandes cambios que se han producido en los últimos años, la transformación de la banca tradicional se produce desde hace tiempo. La transición hacia la banca electrónica podríamos decir que comienza con la aparición de los teléfonos y los cajeros automáticos, permitiendo así la distribución remota, y ampliando la atención a 24 horas. En la segunda fase aparece ya el ordenador personal como herramienta de gestión financiera. Y, una última fase, caracterizada por la operativa a través de internet (la prestación de servicios a distancia) y el dinero electrónico. (Suárez Gómez, 2013).

Pues bien, con esta penetración de internet y de la telefonía móvil se transforman los hábitos y preferencias de los consumidores, quienes están ya familiarizados con la operativa digital, cada vez más habituados a operar por internet.

Hay quienes afirman que la mayor amenaza para los bancos no son los nuevos actores ni canales digitales, sino los nuevos hábitos de sus clientes, a los que tienen que satisfacer de acuerdo con lo que esperan. Asalta un nuevo cliente, el cual solicita mayor personalización, cuenta con menos tiempo, está mucho más informado, está habituado a lo digital y es más exigente con los servicios bancarios que recibe. (Cortina, 2016)

Las prácticas cambiantes de los usuarios y el nuevo entorno de competencia, ha obligado a los bancos a afrontar con urgencia su digitalización, para no quedarse atrás en un mercado en continua transformación. Esa tan necesaria renovación de la que se hablaba antes.

El rol de las redes sociales, así como la popularización de dispositivos móviles, han jugado también un papel esencial en esta transformación.

Puesto que los consumidores ya se han adaptado a la operación digital en muchos ámbitos de su vida, éstos comienzan a demandar también servicios financieros a los que puedan acceder siempre que quieran y donde quieran, cuya utilización sea sencilla.

Y aprovechando esta brecha entre las nuevas necesidades de los clientes y los servicios ofertados por los bancos tradicionales, ya obsoletos, aparecen los nuevos competidores a los que se viene haciendo referencia durante todo el texto, las empresas *fintech*.

Quizás, el surgimiento de estos agentes, además de suponer una revolución del mundo de la banca, haya supuesto un reto para la supervivencia de la banca tradicional.

¿Podríamos entonces pensar que internet ha supuesto también una amenaza para las entidades financieras? Pues en algunos casos así es, pero también es una oportunidad para aquellas que lo entiendan como un reto e impulsen y favorezcan este canal dentro de su propio sistema.

Los bancos han sido conscientes de que la digitalización ya lo ocupa todo, y que, si estas nuevas necesidades financieras no son cubiertas por ellos de manera adecuada, otros agentes lo harán. Han sabido ver que, dominando la tecnología podrán continuar generando rentabilidad.

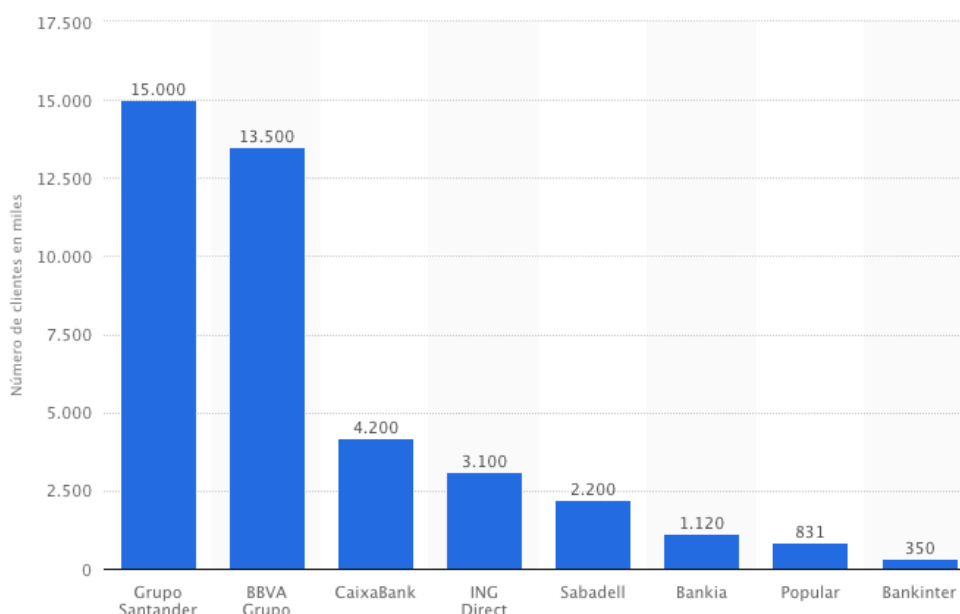
Se produce entonces un cambio estructural que va a dar un giro a la manera de trabajar del negocio bancario. Que va más allá del pago por móvil o las transacciones por ordenador, transformando la relación entre banco y cliente.

Se deja a un lado la operativa tradicional y aparece un nuevo concepto, el de banca digital, banca por internet o banca en línea, la cual engloba todos los servicios financieros ofrecidos a través de canales no presenciales como ordenadores, teléfonos inteligentes o tabletas.

Atendiendo a la definición del periódico El Economista, este tipo de banca “comprende aquellas herramientas que ofrece una entidad para que sus clientes hagan sus operaciones bancarias a través de un equipo informático utilizando una conexión a la red Internet.” (elEconomista.es)

La mayoría de los bancos han renovado ya sus operativas. A continuación, se muestra un gráfico que recoge el número de clientes de la banca digital que en 2015 tenían los principales bancos. A la cabeza se encuentra el Grupo Santander, cuya digitalización y oferta está siendo la más exitosa, con 15 millones de clientes, seguido de cerca por el Grupo BBVA, con 13 millones y medio:

Gráfico 2: Número de clientes de banca digital de los principales bancos en España en 2015 (en miles).



Fuente: Statista.com: Número de clientes de banca digital de los principales bancos en España en 2015 (en miles).

Como vemos, el cambio digital en la banca es ya una realidad.

Para que este cambio digital sea exitoso, es necesario que la entidad haya seguido unos pasos determinados, es decir, que el banco digital tenga unas características determinadas. Su estrategia debe estar centrada en el cliente. Que lleve a cabo un conocimiento cruzado, eliminando las barreras entre los departamentos. Además, es importante que el banco asuma los nuevos modelos de negocio y aprenda de sus rivales, con los que es conveniente establecer colaboración, para mejorar la competitividad de ambas partes. Otro factor relevante es el llamado proceso de innovación abierta, consistente en aprovecharse del conocimiento de terceros y ofrecer a su vez tu conocimiento a otros.

En esta nueva era de la banca, la eficiencia dependerá de un crecimiento digital y un menor gasto en personal e infraestructura. Precisamente ésta es una de las ventajas a señalar de la digitalización, ya que los costes operativos se reducen más de un 40% en relación a un banco tradicional. (Suárez Gómez, 2013).

Y cabe destacar ahora una nueva figura, que juega un papel imprescindible en el proceso de transformación digital de las organizaciones bancarias, son los llamados gestores multicanal, que asisten a los usuarios a través de medios sin conexión (*offline*) y en línea (*online*).

La banca tradicional no solo se encuentra en plena transformación tecnológica, sino que, además, busca fórmulas nuevas para atender a sus clientes. Y es en este campo en el que actúan de manera crucial estos gestores. Presentan un perfil profesional novedoso, manejando a la perfección las nuevas herramientas digitales de atención al cliente. Lo más importante es que ofrecen un servicio mucho más personalizado, combinando las ventajas de la digitalización con un trato mucho más humano y cercano, proporcionando así al cliente una experiencia más completa y satisfactoria.

En palabras de José Luis Cortina, presidente de la consultora Neovantas, *"El gestor multicanal acompaña a los clientes en su relación con la entidad financiera. Emplea todas las herramientas para responder a sus necesidades. Debe ser muy fuerte en competencias interpersonales y ha de contar con un alto dominio de la tecnología. En definitiva, conoce todos los canales a partir de los que las personas pueden interactuar con el banco"*. (Casilda, 2017)

Hoy en día esta figura es aceptada por más de un 80% de los clientes digitales. Se estima que eleve el ratio de ventas hasta un 25% respecto a entidades tradicionales que no cuentan con este servicio complementario. (Medina, 2016).

Para asegurar el éxito de este nuevo agente, se debe garantizar, en primer lugar, una adecuada capacitación de los mismos, tanto en el conocimiento de la tecnología como en las habilidades de trato con el cliente. En segundo lugar, habrá que generar confianza en el cliente, garantizando seguridad y privacidad, proceso que llevará un tiempo. También es importante que los distintos canales a través de los cuales el cliente puede interactuar con la entidad cohabiten de manera correcta, tanto las oficinas como los canales digitales. Por último, la organización debe contar con herramientas y tecnologías adecuadas para ofrecer este servicio de manera óptima.

Este proceso de transformación debe ser algo continuo. Las entidades deben estar en constante evolución para mantenerse al día de todas las innovaciones del sector financiero y fuera de éste. Lo fundamental es reaccionar ante las nuevas innovaciones "aprender, actuar y reaccionar".

BANCA TRADICIONAL FRENTE A BANCA DIGITAL

En vista de todo esto, vamos a ver un cuadro donde se recogen las principales ventajas e inconvenientes de las dos operativas de la banca, la tradicional y la electrónica.

Cuadro 1: Ventajas e inconvenientes de la banca tradicional y la digital.

BANCA TRADICIONAL		BANCA DIGITAL	
<u>VENTAJAS</u>	<u>INCONVENIENTES</u>	<u>VENTAJAS</u>	<u>INCONVENIENTES</u>
1. Ofrece a sus clientes depósitos con más rentabilidad de la que anuncian.	1. Las condiciones de sus productos no están tan claras desde el principio. El agente del banco puede "maquillarlos" durante la presentación.	1. Permite al cliente realizar todas las operaciones a través de un equipo informático, de manera rápida y sencilla.	1. La necesidad de contar con un soporte (ordenador o teléfono inteligente) y conexión a internet para acceder a la cuenta virtual.
2. Las condiciones de los productos son, en general, más negociables.	2. Muchas veces el cliente firma el contrato de pie, en la ventanilla, sin haber tenido tiempo de leerlo entero.	2. Sin horarios. Operativa a cualquiera hora y día, sin restricciones.	2. La falta de interacción con el personal de la entidad ante cualquier duda. Se pierde relación cercana con el cliente. Se pierde el trato humano.
3. No es necesario el uso de aparatos electrónicos, por lo que el cliente no tiene por qué tener conocimientos informáticos.	3. El horario de operativa es más limitado que el de la banca digital.	3. Sin necesidad de que el cliente se desplace.	3. Mucha gente desconfía de la seguridad que le puede aportar este tipo de operativa.
4. Permite tener un trato más cercano con el personal de la oficina.	4. Los costes son mayores para el banco (alquiler, servicios públicos, más personal, etc.)	4. Tiene menos letra pequeña y mayor transparencia	4. Rechazo por parte de los usuarios a dar su información personal a través de internet.
5. Es fácil que, con el tiempo, conozcamos al personal de la oficina y esto nos permita poder pedir algún favor en el futuro.	5. La presencia física del cliente en la entidad para cualquier transacción es imprescindible.	5. Menos comisiones, o prácticamente inexistentes.	5. El mayor esfuerzo de tener que leer todas las características de los productos hace que muchos prefieran que alguien las explique.
		6. Tipos de interés obtenidos son más competitivos, debido a que su estructura de costes es más simple.	
		7. Atención al cliente las 24 horas.	
		8. Algunas tienen acuerdos con diferentes webs, y comparadores de productos <i>online</i> .	
		9. Supone un ahorro para la entidad al tener la carga de las oficinas físicas.	

Fuente cuadro: Elaboración propia a partir de datos de: iAhorro.com, "Banca online vs banca tradicional"; elEconomista.es, "¿Desbancará la banca online a la tradicional?"; Finanzas.com, "Banca online o banca tradicional: ¿cuál es mejor opción?"

FINTECH PARA LA BANCA: ¿AMENAZA U OPORTUNIDAD?

La pregunta es ¿han de temer los bancos el boom *fintech*? ¿Se trata de una amenaza o de una oportunidad?

Bueno, estamos habituados a escuchar en los medios de comunicación la supuesta batalla que existe entre los bancos y las entidades *fintech*.

Muchos titulares pronostican una caída del sector bancario a corto plazo e incluso escuchamos que se acerca el final de los bancos tal y como los entendemos hoy en día. El panorama que se nos muestra es así, una lucha entre las jóvenes e innovadoras *fintech* y la obsoleta y pesada banca.

El *fintech* fue percibido en sus comienzos como un fenómeno destinado a desestabilizar al sector bancario tradicional, que ofrecía servicios financieros disruptivos y desintermediación.

Esta rivalidad entre estos dos actores podemos compararla a la que existió en su día, por ejemplo, con el surgimiento de buscadores de vuelos y hoteles, desbancando a las agencias de viaje; o con la aparición de mensajería instantánea como *whatsapp*, desterrando a la mensajería móvil.

Las empresas *fintech* pueden transformar el sistema bancario que originalmente conocimos.

Lo que no podemos negar es que los servicios que proporcionan estas compañías innovadoras, suponen una competencia real a las entidades tradicionales.

Hace un tiempo, la posición de los bancos les permitía vender fácilmente sus productos, sin preocuparse en exceso por la satisfacción del cliente, debido a sus casi inexistentes alternativas. Pero, desde la entrada de estos nuevos actores, los usuarios amplían sus posibilidades de elección, con alternativas dirigidas a satisfacer sus necesidades.

Estos agentes de la era digital, a diferencia de los bancos, tienden a contemplarse de manera positiva. En el estudio recogido en el informe de *Millennial Disruption Index* se encuesta a adolescente y adultos de hasta 30 años, y se extrae que el 73% de ellos consideraría más atractivo un servicio financiero ofertado por Google o Apple que por su entidad bancaria habitual, lo cual demuestra la fuerza con la que han irrumpido estas nuevas empresas en el sector. (Ritholtz, 2015)

La aparición de nuevos jugadores en el mercado suele suponer un toque de atención a los participantes tradicionales, en el mejor de los casos, y, en el peor, una disputa por mantener las cuotas de mercado.

El impacto de la digitalización podría ser muy grande si los bancos no actuaran y las empresas *fintech* centraran sus esfuerzos únicamente en competir con la banca tradicional y suplantarla.

No obstante, contrapuesto a este panorama de rivalidad y disputa, las empresas *fintech* suponen también una oportunidad de colaboración para los bancos. Las *fintech* pueden convertirse en el mejor aliado para la banca en cuanto a digitalización se trata y, en muchos casos, como ya hemos visto, las entidades han buscado alianzas con las *fintech* para esta transformación.

Pero, ¿hay suficiente espacio para que coexistan los nuevos actores innovadores y las instituciones tradicionales?

Si es cierto que la primera generación de *fintech* tenía una posición firme, centrada en la disrupción de la banca tradicional.

Los bancos que consideraban que los clientes estaban satisfechos completamente llevando a cabo sus transacciones económicas a través de ellos y que la pérdida que

podían tener sería pequeña por sus exigentes barreras de entrada, como la seguridad y confidencialidad, es probable que encontraran dificultades y la posible pérdida de negocio sería irremediable.

Así mismo, los agentes *fintech* que creían que se iba a producir un cambio del negocio bancario completo, y que tuvieran como objetivo destruir la banca, también tropezarían.

Frente a estas dos posiciones de disputa e ignorancia inicial, se produce un nuevo enfoque, que reconoce los beneficios de la colaboración entre ambos. La cooperación es ya una realidad y una forma de éxito.

Los bancos son conscientes de que les caracteriza una cultura que ralentiza la innovación, y que estas nuevas empresas pueden ayudarles a adaptar su oferta de productos y servicios a las nuevas demandas de la clientela. Y esto no es unilateral, a pesar de la desconfianza que sufre el banco por parte de los ciudadanos, no se puede negar que el arraigo derivado de décadas de implantación, así como su potencial económico, hace que las entidades tradicionales sean más visibles y sus ofertas más accesibles que las de las empresas de nueva creación.

Encontramos así la visibilidad y las mayores garantías del banco, debidas a su mayor regulación, frente al dinamismo, adaptabilidad e innovación de las empresas *fintech*. Si se unen estas ventajas en una misma oferta, todos ganan.

Las entidades convencionales detectan la amenaza que suponen las *fintech* para su operativa y toman medios para convertir esto en un frente de oportunidad. Han visto la dificultad de adaptarse al nuevo entorno con sus recursos internos y, para sobrevivir, han incluido a estas empresas en sus planes.

Estas empresas de ADN digital han tenido mucho que aportar a la transformación de operativa de la banca.

La cooperación de banco y *fintech* puede presentarse de diversas formas. Algunas prestaciones de las empresas *fintech* necesitan licencia bancaria, caso en el que se puede alcanzar una asociación estratégica para ofrecer los servicios bajo el entorno legal del banco. En otros casos, los agentes *fintech* llegan a acuerdos con los bancos para aumentar su clientela e incluso ofertar algunos de los productos del banco.

Además de la colaboración también se está produciendo la integración en los bancos de personas que proceden de empresas *fintech* o de compañías de tecnología para afrontar el cambio desde dentro. Con ello no solo se persigue el cambio, sino la mayor velocidad del mismo.

Tanto es así que algunos expertos hablan ya de “*fintegration*”, refiriéndose a la estrategia de compras e inversiones de los bancos en estas empresas de innovación financiera, con lo que aceleran su transformación digital, obteniendo tecnología y talento. Combinando fuerzas se pueden ofrecer nuevos productos, más rápido y a muchos más clientes. (Gómez Silva, 2017)

Empresas *fintech* y banca tienen su propio espacio en la ecuación.

Ni las *fintech* van a terminar con las entidades bancarias, ni éstas van a impedir su progresivo aumento. Tendrán que seguir cohabitando, compartiendo el mismo espacio, y respetando fortalezas y debilidades de cada uno.

Juntos pueden crear un nuevo ecosistema que les permita cubrir mejor las necesidades de sus clientes.

La decisión correcta es la colaboración, las adquisiciones y las alianzas, en beneficio mutuo.

Aunque aquí, el que tiene todas las de ganar, por suerte, es el cliente, puesto que consigue nuevas alternativas que le permitirán ajustar precios y tener una experiencia digital mejorada.

CAPÍTULO 4

NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS VIRTUALES

Para luchar contra la obsolescencia y acabar con la operativa tradicional, los bancos han tenido que, además de competir con las *fintech*, también aliarse con ellas y sacar al mercado productos y aplicaciones móviles (*apps*) orientadas a la digitalización.

Con la aparición de estas empresas tecnológicas, los bancos se han visto obligados a dar un paso más, y ofrecer plataformas que puedan estar al nivel de lo que proporcionan las *fintech*.

Los bancos están en medio de una transformación hacia la digitalización, buscando formas para acelerar el tiempo que tardan en lanzar sus productos y servicios al mercado y, a su vez, buscando aportar mayor valor para sus clientes. Por su parte, las *fintech* son ágiles y han sido lanzadas centrándose únicamente en el cliente, aunque todavía carecen de estabilidad plena en regulación y de la plena confianza de los usuarios, factores que si tienen los grandes bancos. Ambos tienen algo que el otro desea, de ahí que pueda surgir esta colaboración e integración entre ellas.

Los nativos digitales (nacidos en la era digital - *millennials*) demandan productos rápidos, cómodos y fáciles de utilizar. Cada vez resulta menos satisfactorio para el cliente estar diez minutos con una transferencia, pudiendo hacerlo de una manera tan sencilla y en un tiempo tan corto como el que supone enviar un mensaje instantáneo o *whatsapp*.

Por todo ello tanto la competición como la colaboración son importantes.

Según la Asociación Española de *FinTech* e *InsuTech* (AEFI), existen ya en España 238 compañías *fintech* y 63 *insurtech*. Estos datos suponen un crecimiento del 300% en el último año, es decir, cada semana se crea una empresa de este tipo en nuestro país. (Asociación Española de *Fintech* e *Insurtech*, 2017).

Es por ello que entre los nuevos proyectos de muchos bancos se ha incluido la participación conjunta.

Las razones de cooperación son muchas, entre ellas podemos destacar:

- Los bancos, colaborando con empresas *fintech*, recortan su curva de aprendizaje, aprendiendo en mucho menos tiempo sobre negocios fundamentalmente, diferentes a los que ellos han manejado por años.
- Se promueve una cultura más innovadora y colaborativa dentro de la organización.
- Se atrae talento con potencial disruptivo, ya que la colaboración con las *fintech* permite que los bancos usen el talento que estas poseen al mismo tiempo que invierten en formar el recurso humano que necesitan en diferentes áreas.
- La salida al mercado con soluciones *fintech* que ya han sido aprobadas por el mercado es menos arriesgado que salir con innovaciones propias, además de menos costos.

Para demostrar esto, expongo a continuación la oferta de algunos productos y aplicaciones de algunas entidades bancarias que intentan competir con lo ofrecido por las empresas *fintech*, así como ejemplos de colaboración entre *fintech* y banca, que hacen las transacciones más fáciles a los clientes y les proporcionan ventajas y facilidades en su vida cotidiana y en sus finanzas.

- Banca móvil

Desde que aparece en el panorama financiero la banca electrónica, prácticamente la totalidad de los bancos han sacado al mercado una aplicación de su entidad en el móvil.

Según el informe anual Ditrendia de 2016: "Mobile en España y en el Mundo", España se sitúa en tercera posición en porcentaje de usuarios de banca móvil, con un total del 61%. (Informe Ditrendia, 2016).

Prácticamente la totalidad de las entidades financieras en España ofrecen el servicio de banca móvil a sus clientes: Santander para el Banco Santander; Ruralvía, de la Caja Rural; CaixaBank para La Caixa; BBVA España, para el Banco BBVA; ING DIRECT España. Banca Móvil, del Banco ING Direct, entre otros.

Además, estas entidades ofrecen, en algunos casos, variantes de las aplicaciones para segmentos concretos como accionistas e inversores, sector primario, negocios, empresas, etc.

Con estas aplicaciones los clientes pueden consultar todos sus movimientos desde el teléfono móvil o el ordenador, así como estar al tanto de sus saldos, también permite realizar transferencias y traspasos, pagar recibos, consultarlos y domiciliarlos, aplazar compras con tarjetas de crédito, comprar y vender valores, pagar impuestos, consultar la correspondencia bancaria, acceder a la cartera móvil, entre otras operaciones.

Se podría decir que casi hace prescindible acudir físicamente a la entidad.

Este sistema de banca por internet ofrece al cliente ventajas como, por ejemplo, ahorrarse desplazamientos y esperas innecesarias; además se encuentra disponible 24 horas al día, todos los días del año; se puede tener un mayor control en todos los movimientos; la seguridad aumenta, así como la confidencialidad, y, además, se puede acceder desde cualquier lugar, sólo es necesario tener conexión a Internet.

- Monederos digitales (*wallet*)

La mayoría de los principales bancos cuenta con este servicio. Es parte de la propuesta de valor de su Banca móvil. Ofrece numerosas ventajas a los clientes, como hacer operaciones financieras, redimir puntos de fidelización o consultar sus cuentas. Además, permite a estos, entre otras operaciones, realizar pagos con el móvil sustituyendo a las tarjetas tradicionales. Se trata de una aplicación móvil con la que el cliente podrá ir realizando cada vez más operaciones.

Según el experto en Banca y Marketing digital, Ignasi Martín Morales, "*Una Cartera móvil (Mobile Wallet) es una aplicación que te permite pagar, transferir y/o cobrar dinero electrónico de forma rápida y simple desde cualquier dispositivo móvil*". (Martín Morales, 2012)

Como complemento de la banca móvil que son, podemos encontrar estas carteras en la oferta de prácticamente la totalidad de las entidades bancarias en España: Santander Wallet, BBVA Wallet, Ruralvía Wallet, Sabadell Wallet, Mediolanum Wallet, entre otros.

- BIZUM

El sistema BIZUM es una nueva solución de pagos del mercado financiero español. Se encuentra disponible para el usuario desde el 3 de octubre de 2016, y permite realizar todo tipo de pagos en tiempo real y desde una cuenta a otra, por ahora entre particulares y, próximamente, en comercios y para compras en internet, sea cual sea la entidad financiera del usuario. Como expongo, es importante puntualizar que este

servicio no es exclusivo de una entidad en concreto, sino que está disponible para una treintena de bancos móviles, que representan un 95% del mercado financiero. (Muñoz, 2016)

Tras años de lucha, las entidades financieras han decidido aunar fuerzas para hacer frente a la competencia del pago por móvil que le suponen las innovadoras *fintech*. El objetivo principal de esta plataforma digital es alcanzar los diez millones de usuarios, que son los que usan una aplicación bancaria con una frecuencia mensual en España. (Muñoz, 2016)

BIZUM es un proyecto de innovación digital de la banca que hace más sencillo el pago entre particulares, así como (en un futuro) de estos a comercios. Es un programa colaborativo en materia de pagos, que permite a las entidades ampliar su oferta de servicios de pago a su clientela.

El anuncio que se hizo tras su aparición fue “si tienes cuenta corriente y un móvil... ¡ya tienes BIZUM!”. Y así es, esto es todo lo necesario para empezar a usarlo, disponer de un teléfono inteligente o *smartphone* y de una cuenta corriente en cualquiera de las entidades que colaboran en el proyecto.

En la mayoría de los casos, el servicio está integrado en los ya explicados monederos digitales de cada entidad. Por ello, las operaciones se realizan desde la propia aplicación de cada entidad, aunque comparten interfaz y la misma mecánica. Para usarlo de usuario a usuario, ambos deben ser miembros de BIZUM, es decir, tanto emisor como receptor deben tener descargada la aplicación para poder hacer el traspaso del dinero, y, además, el dinero se traspasa de una cuenta bancaria a otra, no se retira el efectivo como veremos más adelante.

Para su lanzamiento, se ha impuesto un límite en las cantidades traspasadas, las cuales irán desde un mínimo de 0,50€ hasta un máximo de 500€. Además, las transferencias son gratuitas. Será cada banco el que decidirá si aplicar o no comisiones por estas operaciones en un futuro.

La operativa que se puede realizar y las ventajas que se proporcionan para el usuario son las siguientes:

- Enviar dinero a cualquier particular, sea de la entidad que sea, bien tecleando el número del destinatario, bien seleccionándola de la propia agenda del móvil. (Si el destinatario no es usuario de BIZUM, recibirá un mensaje (SMS) invitándole a darse de alta e informándole de que si lo hace antes de dos días recibirá el importe en su cuenta).
- Solicitar dinero a un amigo, introduciendo su número de móvil, el importe y el concepto. Éste siempre tendrá la opción de rechazarlo. Las solicitudes de fondos caducan a los siete días naturales desde su envío.
- Además, consultar los movimientos de BIZUM, gestionar el perfil o darse de baja.
- Las opciones de pago en comercios y compra online estarán disponibles próximamente.

Con esto los bancos unifican los pagos por el móvil, haciéndolos compatibles entre clientes de entidades diferentes.

Como se ha mencionado anteriormente, el funcionamiento es muy simple. Una vez descargada la aplicación de nuestra entidad, se vincula una cuenta bancaria a nuestro número de teléfono móvil. Se selecciona entonces el contacto al que le queremos realizar la transferencia, se indica el importe deseado, y los fondos se transfieren de una cuenta a otra en el instante. El remitente recibe un mensaje (SMS) con el código

necesario para completar la transacción, y el destinatario recibe otro avisándole de que tiene los fondos disponibles.

El remitente no es conocedor en ningún momento del número de cuenta de la otra parte, y viceversa, solo del número de móvil.

Esta es una de las mayores ventajas, la inmediatez. A diferencia de las transferencias online que pueden tardar unos días en realizarse si se realizan entre entidades distintas.

Y, ¿por qué esto funciona? Pues, entre otras cosas, porque en España el pago por móvil se está generalizando. Según podemos extraer del estudio de Pagos Digitales 2016, elaborado por Visa, casi tres cuartas partes de la población encuestada, el 72%, son usuarios de pagos por móvil. Y uno de cada tres usuarios, el 36%, ya usa sus dispositivos para transferir directamente dinero a sus familiares y amigos. (Cruzado, 2016)

Con estos datos tan positivos, que suponen un gran aumento respecto al año anterior, BIZUM espera hacer 1.000 millones de operaciones en cinco años, moviendo así 30.000 millones de euros. Son cantidades muy elevadas, que supondrán sustituir el 80% del efectivo de los pagos entre particulares. (Muñoz, 2016)

- **“Twyp Cash”**

Cambiamos ahora a un servicio particular del banco ING Direct. Con esta aplicación, el banco permite a sus clientes conseguir efectivo en distintos establecimientos, como, por ejemplo, distintos supermercados y gasolineras, sin que esto suponga el cobro de comisiones. La única condición será la de realizar una compra en dichas entidades. Para su uso deberemos ser, lógicamente, clientes del banco en cuestión y tener una Cuenta Nómina o Cuenta sin Nómina. Una vez el cliente descarga la aplicación solo debe vincularla a una de esas cuentas, dirigirse al establecimiento asociado, escoger desde la propia aplicación la cantidad de dinero que desee retirar y enseñar en caja el código que se habrá generado en la aplicación.

El sistema es nuevo en España, a pesar de llevar bastante tiempo operativo ya en otros países.

Con *Twyp Cash* no tendremos importe mínimo de compra en estos establecimientos, ni tendremos comisiones que pagar por la retirada. Lo que sí existe en una horquilla de dinero que podremos retirar, que irá entre los 20 y los 150 euros, con un máximo de 1.000 euros.

Este servicio ha supuesto un paso más en la retirada de dinero, que hace unos años se tornaba impensable realizarla en un soporte distinto al de una sucursal bancaria. Ahora el cliente tiene la posibilidad de ahorrarse el desplazamiento hasta su entidad financiera.

- **HalCash**

Es una clara muestra de colaboración entre *fintech* y banca. HalCash es un servicio bancario que permite enviar dinero en efectivo entre particulares, directamente al teléfono móvil de cualquier persona, de manera inmediata y segura mediante un simple mensaje (SMS). Permite enviar y retirar dinero de cualquier cajero asociado sin tarjeta.

Por todos estos servicios que irrumpen en el mercado haciendo la retirada de dinero más accesible para el cliente, hay autores que afirman ya que el móvil es el nuevo cajero (Espiñeria, 2016)

Actualmente hay 16 entidades financieras integradas en el sistema HalCash en España, entre las que podemos encontrar importantes bancos como son ING Direct, Popular, Bankinter, Abanca, Evo o el Grupo Cajamar, entre otros.

Es una aplicación rápida y sencilla. Las opciones que proporciona son las de enviar y recibir dinero. El requisito indispensable para poder enviar una orden, es contar con una cuenta bancaria en uno de los bancos integrados en su red. El medio, la forma y las condiciones de uso dependen por completo del banco o página desde el que se utilice el servicio, pero hay dos pasos básicos que siempre se cumplen. El primero es que el emisor da de alta la orden necesitando solo tres datos: el número de teléfono beneficiario, el importe y una clave de su elección. El segundo paso sería comunicar la clave al beneficiario para que pueda proceder a la retirada.

Para la retirada cualquier cajero de las entidades financieras asociadas sirve. Además, la aplicación permite encontrar el más cercano a nuestra posición con un buscador de cajeros. HalCash envía un mensaje (SMS) al beneficiario, en el que se informa que tiene una orden disponible, su importe, el periodo de validez y una referencia. El beneficiario, antes de que concluya dicho periodo, acude al cajero, accede al apartado de HalCash, e introduce los datos de la orden: teléfono beneficiario, importe, referencia del mensaje y la clave secreta del emisor. Así consigue el dinero del cajero, y todo esto sin la tarjeta.

La comodidad para el usuario es que ya no es necesario tener la tarjeta para poder conseguir efectivo, lo que ha supuesto una revolución en las posibilidades de obtener efectivo.

- DIMO

Entidades no incluidas en la red HalCash, como es el caso de la Caja Rural del Sur, han sacado al mercado servicios que proporcionan las mismas ventajas al cliente, con una operativa muy similar a la anteriormente explicada.

Este es el caso del Reintegro DIMO. Con esta nueva operativa la Caja Rural ha ampliado sus servicios de Banca Digital. DIMO, se denomina así por la contracción de las palabras Dinero Móvil. El emisor del dinero solo tiene que ordenar un "DIMO" desde su banco móvil, ruralvía web o móvil en este caso. El beneficiario recibe entonces en su teléfono un mensaje con una referencia (una clave de seis posiciones), que deberá teclear en el cajero de la entidad para retirar el dinero recibido. El importe del reintegro podrá oscilar entre los 20 y 600€.

Como se puede ver, la operativa es prácticamente la misma que la del servicio HalCash y las ventajas proporcionadas al cliente son muy similares.

Y no solo de acceso a efectivo o de la gestión de nuestro dinero se trata esto, las colaboraciones permiten más que eso, es el caso de la herramienta que presento a continuación:

- BBVA Valora

Un ejemplo de esta participación con *fintech* es la herramienta BBVA Valora, la cual permite conocer el precio aproximado de compraventa de una vivienda, en cuya elaboración ha colaborado la empresa de análisis de datos masivos (*big data*), Madiva.

Este es un servicio del Grupo BBVA que está constituido por tres herramientas: cuánto puede valer la vivienda, cómo es el barrio y cómo hacer tus números.

Madiva Soluciones, S.L., es una compañía tecnológica del Grupo BBVA que provee de herramientas y soluciones para el análisis de información. Mediante su tecnología

genera información procedente de diversas fuentes y mediante su combinación con algoritmos, ofrece información de interés de varios sectores, entre ellos el inmobiliario.

La información respecto al precio de la vivienda y su entorno se obtiene a partir de la información catastral del inmueble, el Catastro es el registro oficial de todos los inmuebles, como viviendas, locales o parcelas. Madiva Soluciones, S.L. obtiene los datos de este registro para las viviendas de toda España, excepto País Vasco y Navarra. Estas dos comunidades autónomas tienen sus propios sistemas para calcular el valor catastral, y actualmente no disponen de consulta *online*.

Los precios mostrados no son una tasación oficial, en la que un profesional visita el inmueble y analiza su estado de conservación y características para determinar un valor, pero son orientativos para el cliente y de gran utilidad. Supone un ahorro en costes y tiempo para este.

CAPÍTULO 5

EL FUTURO DEL SECTOR BANCARIO

A comienzos del año 2015, el presidente y delegado del banco BBVA, Francisco González, predijo que *“hasta la mitad de los bancos de todo el mundo desaparecería a través de las brechas abiertas por la ruptura digital del sector.”* (Chishti; Barberis, 2017)

Y la verdad es que la red física de oficinas lleva ya años disminuyendo, aproximadamente desde el estallido de la crisis económica, proceso de recorte que parece lejano a acabar.

Según datos del Banco de España, el sector bancario ha disminuido su número de sucursales, habiendo cerrado en 2016 un total de 2.280 oficinas, es decir, una media de 6,2 cierres diarios. Si nos trasladamos al año anterior, este ritmo de ajuste era bastante menor, con una media de 2,5 oficinas cerradas al día. (Solvence, 2017)

Estos datos son aún más alarmantes si echamos la vista atrás, ya que, desde el inicio de la crisis, el total de oficinas cerradas asciende a 17.311. Es decir, en los últimos ocho años, se ha recortado un 37% la red de sucursales. La red física de la banca cuenta hoy en día aproximadamente con 28.807 oficinas, la cifra más baja en los últimos treinta años. (Solvence, 2017)

Quizás sea por estas cifras por lo que muchos autores aseguran que las entidades físicas son ya un modelo caduco, asemejado al de las cabinas telefónicas.

En el sector bancario trabajan millones de personas en todo el mundo. El sistema está repleto de operaciones manuales y viejas operativas que lo convierten en un candidato asegurado para una reducción fuerte del número de empleados en el futuro. Si se mantienen los mismos servicios puede que en unas dos décadas, el número de trabajadores disminuya a la mitad, proceso de salida de personal que ya comenzó hace unos años (Lanzón, 2016).

El gran problema de las entidades es que la mayoría de sus servicios pueden realizarse por medio de la tecnología ya existente, por ejemplo, la recepción y retirada de efectivo puede realizarse ya en cajeros automáticos; los pagos y transferencias aún se permiten en sucursales, pero los bancos eliminarán esa opción para trasladar toda esa operativa a la banca online y a la banca móvil, que no requiere intervención humana; en la venta de productos se permite ya la contratación de cualquier producto mediante medios digitales obteniendo precio, documentación, firma digital y confirmación por vía electrónica; el proceso que quizá requiera aún una mayor interacción manual es el de la gestión de reclamaciones y atención al cliente, pero con la proliferación de los sistemas de respuesta interactiva por voz (*Interactive Voice Response*, IVR) se está automatizando casi por completo la interacción con el cliente para que, en unos años, la gestión de incidencias y peticiones de clientes se elimine también de las sucursales.

El sector puede y debe reinventarse y ofrecer nuevos servicios. Así, parte de los empleos destruidos podrán transformarse en nuevos puestos en áreas relacionadas con la implantación de las nuevas tecnologías y análisis de datos, que requerirán mayor interacción humana por su complejidad.

El tsunami digital no perdona, cada vez es más exigente. En 2015 se publica un informe de la conocida consultora McKinsey en el que se indicaba que la irrupción de los nuevos agentes tecnológicos podía hacer perder a la banca tradicional entre un 10% y un 40% de sus ingresos y entre el 20% y el 60% de los beneficios en el año 2025 (Zuloaga, 2015).

Esto no son datos aislados, un estudio de hace menos de un año, de PriceWaterhouseCoopers (PwC), exponía que hasta un 20% del negocio financiero podría estar en poder de empresas *fintech* en el año 2020. (Sans, 2016)

Personalmente, no creo que estas cifras se puedan garantizar, primero es necesario saber si estas *fintech* serán empresas independientes o si serán plataformas integradas dentro del propio banco, como está pasando en algunos casos. Aún es necesario ver la evolución de estas primeras fases de introducción para prever un futuro cierto.

También hay otras teorías, como la que recoge el último informe sobre *fintech* publicado por el *Massachusetts Institute of Technology*, publicado en agosto de 2016, que insinúa la posibilidad de un futuro sin bancos, no muy lejano. (Lipton; Shrier, 2016)

Pone la falta de innovación y la poca competencia entre bancos como el desencadenante del fin. Se critica que los bancos han realizado cambios más estéticos que de infraestructuras, centrados en captar clientes y no en una renovación real de operativa, manteniendo sus sistemas obsoletos.

El informe prevé el surgimiento de un nuevo ecosistema financiero dominado por la banca digital y las monedas virtuales, con una completa transformación de la relación entre banco y cliente.

Dependiendo de la capacidad de respuestas de los bancos a este nuevo panorama, se prevén dos posibilidades:

- Que los bancos mejoren bastante y sobrevivan a la competencia de los agentes digitales, incorporando en sus sistemas tecnologías avanzadas
- Que estas nuevas tecnologías deriven en la desaparición completa de los bancos

De lo que no hay duda, según el informe, es de que el modelo de banca actual desaparecerá con el tiempo.

El economista Joan Ramón Sanchís plantea también esta posibilidad de un futuro sin bancos en su último libro (Sanchís Palacio, 2016). En este caso, él concluye que no, que los bancos son necesarios para el funcionamiento de nuestra sociedad, aunque plantea que otro tipo de banca es posible. Añade que el sistema financiero que requiere un cambio urgente. Contradice a quienes defienden que los bancos tienen que ser grandes para ser solventes y a quienes consideran que la gestión pública es más ineficiente que la privada. (Baiges, 2016).

Según un estudio de la compañía de servicios financieros *Bankrate*, el porcentaje de clientes encuestados que no ha asistido a la sucursal bancaria en el último medio año alcanza ya el 30%. Sumado esto a que cada vez hay menos razones para visitar la sucursal, y que las personas jóvenes lo consideran un desperdicio de tiempo y una mala experiencia, lo único que cabe esperar es que este porcentaje crezca, hasta convertirse en algo residual las visitas a las oficinas en los próximos diez años. (Asociación Española de *FinTech* e *InsurTech*, 2016)

Que exista una banca sin bancos es complicado, pero lo que sí es probable es una banca sin sucursales. No se trata de una banca sin bancos, sino de una banca sin el tipo de bancos a los que les cuesta entender y gestionar el cambio tan profundo que ha experimentado el cliente.

Puede que el tiempo se acabe para los bancos, quienes, acostumbrados a entornos previsibles, deberán irrumpir con cambios internos y externos, utilizando herramientas tecnológicas que permitan una personalización total de los servicios financieros.

Además de la posibilidad de la desaparición de los bancos, también podemos encontrar muchos apoyos a teorías de la desaparición del dinero físico, el cual será

aniquilado por la tecnología, desplazado por el dinero virtual. Ya hay países como Dinamarca que han declarado la guerra a monedas y billetes, en los que cada vez es más frecuente encontrar carteles de “no se acepta efectivo”. Pese a ello, el dinero metálico sigue siendo el medio de pago más utilizado del mundo, y los españoles están entre los europeos más reacios a prescindir de billetes y monedas, por lo que esta teoría se torna aún lejana. (Delle Femmine, 2016)

Es posible que algo de esto ocurra, pero, en mi opinión, los bancos más preparados para el futuro no sólo sobrevivirán a la disrupción digital, sino que, además, prosperarán con nota a medida que estos competidores basados en las *fintech* adquieran impulso. Los bancos que comprendan cómo la innovación tecnológica digital está cambiando la vida de las personas, tendrán mayor oportunidad de captar el talento que puede hacer crecer su negocio en el futuro.

Puede que en un futuro nadie vaya a las oficinas para trámites administrativos básicos, pero es probable que sí lo hagan para buscar asesoramiento y para operaciones con cierta complicación.

Con sus bases de datos de clientes y su experiencia utilizando información personal de forma segura, los bancos tienen una posición perfecta para ofrecer al cliente soluciones que combinen servicios financieros con una amplia oferta digital. Esta podría ser la clave de su prosperidad futura.

Es difícil predecir el futuro, pero si es fácil prepararse para ello. Si se quiere responder eficazmente a las condiciones cambiantes del mercado y a las nuevas necesidades del cliente, es fundamental contar con una operativa ágil y abierta. La tecnología es la herramienta para colaborar con los nuevos agentes y así satisfacer al cliente y fidelizarlo. La clave puede ser pasar de una economía basada en servicios, a una experiencia en la que el usuario es el centro de atención.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIÓN

En los modelos de negocio bancarios tradicionales eran las entidades las que decidían qué operativas y qué tecnologías aplicar. Sin embargo, actualmente, es la tecnología la que dirige las decisiones estratégicas de las compañías, asumiendo un rol esencial en el desarrollo del negocio.

Podemos decir que se ha pasado de una economía industrial a una economía digital.

El sector financiero está sometido a fuertes tensiones que pueden condicionar su futuro. Algunas de éstas tienen carácter temporal y se solucionarán con el tiempo, sin embargo, otras, como el foco en el cliente, están ya inscritas en el marco estructural del sector y será necesario convivir con ellas permanentemente.

Este sector ha sido pionero en el uso de Internet como nuevo canal de distribución, puesto que los productos financieros no suponen un intercambio físico de bienes y el dinero ha pasado a ser un recurso básicamente electrónico.

Internet ha desbancado a la operativa tradicional de la banca, facilitando la entrada en nuevos mercados, y la prestación de nuevos servicios y aplicaciones. Ofrece la oportunidad de incrementar el número de clientes, el de productos vendidos a cada cliente y el valor añadido incorporado a cada producto, mejorando la imagen y la posición del banco.

Ha supuesto una retroalimentación, así como a través de internet el cliente logra un mayor conocimiento de los servicios bancarios, las entidades obtienen también mayor información de las necesidades del cliente.

Como hemos visto a lo largo del trabajo, el cambio en los hábitos de los consumidores y las nuevas necesidades, han permitido la irrupción en el mercado de unos nuevos jugadores, las empresas de tecnología aplicada a las finanzas, empresas *fintech*, que, en un primer momento, supusieron todo un reto para la supervivencia de la banca tradicional, pero que actualmente son un gran aliado para la operativa de la banca digital.

La colaboración ha sido la clave de la transformación digital.

La relación banco-cliente ha dado un giro desde el antiguo “cara a cara” hasta el actual contacto a distancia, con un servicio personalizado, enfocado al cliente y con una mayor diferenciación.

Con respecto al futuro nos podemos plantear aún numerosas cuestiones: ¿desaparecerá el dinero físico? ¿Serán las sucursales cosa del pasado? ¿será el teléfono móvil nuestro nuevo banco? ¿Se integrarán por completo las empresas *fintech* en los bancos?

No podemos dar una respuesta clara a estas preguntas, no podemos adivinar el futuro. Lo que si podemos asegurar es que la idea de banco que se tenía hace unas décadas deja de existir, las necesidades han cambiado y los conocimientos del usuario ya no son limitados.

Nosotros, como clientes, somos los más beneficiados. Hemos supuesto el verdadero desafío para las entidades financieras, mayor que la competencia que les han supuesto los nuevos jugadores tecnológicos.

Personalmente, el trabajo me ha permitido ampliar mis conocimientos en innovación, banca y tecnología. Las *fintech* para mí eran algo desconocido, y han dejado de serlo. Ahora conozco sus pilares de actividad, su regulación y su implicación en el mundo financiero. He podido estudiar la oferta digital de los bancos, algunos de los servicios y aplicaciones que ofrecen a los clientes para competir con este entorno digital. La obsolescencia de la operativa tradicional de la banca era algo obvio, que ya sabía sin necesidad de la elaboración de este documento, pero he podido aprender el porqué del cambio, el proceso de transición de un modelo a otro y los nuevos requisitos de la operativa actual.

El futuro de la banca es algo incierto, con esta velocidad de cambio es difícil hacer predicciones.

Pero podemos decir que la flexibilidad, la adaptación al cambio y la mejora permanente siempre serán buenos aliados en este entorno tan dinámico.

Bibliografía

- Asociación Española de *FinTech* e *InsurTech* (2016): "El futuro, sin bancos", asociaciónfintech.es, 6 de junio, <https://asociacionfintech.es/2016/06/06/futuro-sin-bancos/>
- Asociación Española de *FinTech* e *InsurTech* (2017): "Ecosistema financiero: Transformación del sector bancaseguros", asociaciónfintech.es, 22 de marzo, <https://asociacionfintech.es/2017/03/22/revolucion-ecosistema-financiero-transformacion-del-sector-bancaseguros/>
- Baiges, Siscu (2016): "¿Es posible un mundo sin bancos? La revolución de las finanzas éticas y solidarias // Otra banca ya existe", Alternativas Económicas, Revista nº 34, Marzo <http://alternativaseconomicas.coop/articulo/libros/es-posible-un-mundo-sin-bancos-la-revolucion-de-las-finanzas-eticas-y-solidarias>
- Banal-Estañol, Albert (2016): "¿Qué son las 'fintech'?", Lavanguardia.com, 11 de agosto, <http://www.lavanguardia.com/economia/management/20160811/403831350794/que-son-fintech.html>
- BBVA Innovation Center (2015): "Seven features that a digital bank must have", centrodeinnovaciónBBVA.com, 17 de junio, <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/en/news/seven-features-digital-bank-must-have>
- Casilda, Alba (2017): "Los nuevos gestores digitales de la banca", expansion.com, 17 de abril <http://www.expansion.com/emprededores-empleo/empleo/2017/04/13/58ef57cf268e3e99338b4613.html>
- Chishti, Susanne; Barberis Janos (2017): "El futuro es FINTECH. Una guía para inversores, emprendedores y visionarios para entender la nueva revolución tecnológica". Ediciones Deusto, Barcelona.
- Cortina, José Luis (2016): "El gestor multicanal y la digitalización de la banca", cincodias.elpais.com, 17 de noviembre, http://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/11/17/mercados/1479400492_129551.html
- Cruzado, Victor (2016): "Siete de cada diez españoles son usuarios de pagos por móvil", expansión.com, 26 de octubre, <http://www.expansion.com/economia-digital/2016/10/26/580fa02c46163f212e8b4671.html>
- Delle Femmine, Laura (2016): "Cómo vivir sin bancos", elpais.com, 1 de octubre, http://economia.elpais.com/economia/2016/09/30/actualidad/1475231315_869371.html
- Domingo, Roger (2017): "La Biblia del *Fintech*", LaRazon.es, 16 de enero, <http://www.larazon.es/blogs/cultura/nueva-seccion-web-11837/la-biblia-del-fintech-AH14317869>
- EIEconomista.es (2011): "¿Desbancará la banca online a la banca tradicional? Ventajas y desventajas", eleconomista.es, 23 de septiembre, <http://www.eleconomista.es/espana/noticias/3397436/09/11/La-banca-online-desbancara-a-la-tradicional.html>
- EIEconomista.es, Diccionario de economía, "Banca electrónica", <http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/banca-electronica>
- Espiñeira, Francisco (2016): "El móvil ya es el nuevo cajero", lavozdeg Galicia.es, 21 de marzo, http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/economia/2016/03/20/movil-nuevo-cajero/0003_201603G20P36991.htm
- Fanjul Suárez, J. L.; Valdunciel Bustos, L. (2008): "Impact of the new technologies in the spanish bank business", Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 15, No 1, 2009, pp. 81-93.
- Fernandez, Javier G. (2017): "Una regulación a la medida del sector 'fintech' español", expansión.com, 8 de febrero, <http://www.expansion.com/economia-digital/innovacion/2017/02/08/5898a74922601de2658b458c.html>

- Finanzas.com (2013): “Banca online o banca tradicional: ¿cuál es la mejor opción?”, Inversión&Finanzas.com, 13 de junio, <http://www.finanzas.com/noticias/20130613/banca-online-banca-tradicional-2359531.html>
- Finnovista (2016): “Las cinco características que debes saber sobre el sector *Fintech*”, Tickelia.com, 17 de agosto, <http://www.tickelia.com/blog/169-las-5-caracteristicas-que-debes-saber-sobre-el-sector-fintech>
- Gómez Silva, María (2017): “Fintegration: así se relacionan las *fintech* y los bancos”, Finanzas.com, 9 de marzo, <http://www.finanzas.com/noticias/mercados/20170309/fintegration-relacionan-fintech-bancos-3576590.html>
- IAhorro (2015): “Banca online vs banca tradicional: Ventajas e inconvenientes”, iahorro.com, 4 de junio http://www.iahorro.com/ahorro/gestiona_tus_finanzas/banca-online-vs-banca-tradicional-ventajas-e-inconvenientes.html
- Igual Luis, David (2016): “FINTECH: lo que la tecnología hace por las finanzas”. Profit, Barcelona.
- Informe Ditrendia (2016): “Mobile en España y en el Mundo 2016”, (pp. 66-71)
- Instituto de Estudios Bursátiles (2017): “Celebración de la *Fintech Unconference 2017*”, ieb.es, 17 de febrero, <http://www.ieb.es/celebracion-de-la-fintech-unconference-2017-en-la-sede-del-ieb/>
- Kharif, Olga (2015): “Apple Sees Mobile-Pago Servicio Gaining in Challenge to PayPal”, Bloomberg.com, 27 de enero, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-01-27/apple-sees-mobile-payment-service-gaining-in-challenge-to-paypal>
- Lanzón, Carlos (2016): “Bancos sin empleados, el futuro del sistema financiero”, World Economic Forum, 1 de septiembre, <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/09/bancos-sin-empleados-el-futuro-del-sistema-financiero>
- Lipton, Alex; Shrier, David, (2016): “*Digital Banking Manifesto: The End of Banks?*”, Massachusetts Institute of Technology, MIT Connection Science.
- Martín Morales, Ignasi (2012): “¿Qué es para ti un Mobile Wallet?” Ignasimartin.com, 27 de marzo, <http://www.ignasimartin.com/2012/03/que-es-para-ti-un-mobile-wallet.html>
- Medina, Jorge (2016): “El papel del gestor multicanal en la banca”, dirigentesdigital.com, 18 de julio, <http://dirigentesdigital.com/articulo/gestion-y-liderazgo/30345/el-papel-del-gestor-multicanal-en-la-banca.html>
- Muñoz, Ramón (2016): “Más de 30 bancos lanzan Bizum para enviar dinero al instante por el móvil”, economía.elpais.com, 6 de octubre, http://economia.elpais.com/economia/2016/10/05/actualidad/1475695362_309603.html
- Novoa, Jaime (2013): “¿Qué es una startup?”, Elblogsalmon.com, 15 de mayo, <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-una-startup>
- Núñez-Torrón Stock, Andrea (2016): “¿Qué es *Fintech*? Todas las claves para entenderlo”, Ticbeat.com, 9 de julio, <http://www.ticbeat.com/innovacion/que-es-fintech-claves-concepto/>
- Parga, Ignacio (2015): “*Fintech*: ¿Qué son? Tipos y Características en España”, Blog.deudae.com, 11 de agosto, <http://blog.deudae.com/que-son-las-fintech-espana/>
- Portillo, Juande (2016): “La discusión entre ‘*fintech*’ y banca desaparecerá en dos años”, Cincodías.com, 15 de octubre, http://cincodias.com/cincodias/2016/10/14/mercados/1476472972_123032.html
- Ritholtz, Barry (2015): “The Millennial Disruption Index”, ritholtz.com, 17 de abril, <https://ritholtz.com/2015/04/millennial-disruption-index/>
- Rojas, L. (2016): N° 24. “La revolución de las empresas *fintech* y el futuro de la Banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero.” Caracas: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/976>
- Sanchís Palacio, Joan Román (2016): “¿Es posible un mundo sin bancos? La revolución de las finanzas éticas y solidarias.” Editorial INTERVENCIÓN CULTURAL.

- Sans, Juan Miguel (2016): “¿Es el fin(tech) de la banca tradicional?”, eldiario.es, 7 de mayo, http://www.eldiario.es/norte/vientodelnorte/fintech-banca-tradicional-BBVA-Banco_Santander_6_513108700.html
- Santos J., Nestor (2001): “El negocio bancario”, *Industrial Data - Revistas UNMSM* 4 (1), 25-33
- Statista.com (2015): “Número de clientes de banca digital de los principales bancos en España en 2015 (en miles)”, <https://es.statista.com/estadisticas/506244/numero-de-clientes-digitales-de-los-principales-bancos-con-presencia-digital-en-espana/>
- Statistic Brain (2016): “PayPal Company Statistic”, StatisticBrain.com, 4 de septiembre, <http://www.statisticbrain.com/paypal-statistics/>
- Solvence (2017): “La banca española cierra 2.280 oficinas en 2016”, solvence.es, 28 de marzo, <http://solvence.es/la-banca-espanola-cierra-2-280-oficinas-en-2016-y-recorta-su-red-fisica-casi-un-40-desde-2008/>
- Suárez Gómez, Román (2013): “La banca electrónica en España”, Tesis Universidad de La Coruña, (pp. 10-12)
- Truce, Christopher, (2017): “¿Desaparecerá la banca mediana sin un entorno ‘fintech?’”, expansión.com, 16 de marzo, <http://www.expansion.com/economia-digital/protagonistas/2017/03/16/58a1db8f46163fef278b465f.html>
- Zuloaga, J. (2015): “Las tecnologías podrían ‘arañar’ a los bancos un 7% de su beneficio”, expansión.com, 1 de octubre, <http://www.expansion.com/empresas/banca/2015/10/01/560d9c71e2704e90628b4587.html>