Revolution banking

NEWS & TRENDS

La recuperación Verde

Green Recovery Alliance

Hablamos con

BIZUM

SUMARIO

ENTREVISTAMOS A ÁNGEL NIGORRA DE BIZUM

Actualidad

La Recuperación Verde
Un nuevo modelo en Europa: "más resiliente, más protector, más soberano y más inclusivo"

N26 pisa el acelerador
Recauda 92 millones de euros y está implementando pagos contactless para sortear el COVID19

Abanca, el lider en rentabilidad

¿NECESITAS ALGO?

Puedes contactarnos en
info@revolutionbanking.es
Telf. 91 700 48 70

@RevBanking
www.revolutionbanking.es

Opinando

Por qué las Fintech son la clave de la supervivencia de los Bancos
Por Pablo Penas Franco
CEO y Fundador de Scale Up Partner

Editorial

El tiempo robado

Una publicación de iKN Spain, empresa organizadora del congreso Revolution Banking

iKN SPAIN
YOUR KNOWLEDGE NETWORK

La recuperación verde

Un nuevo modelo económico en Europa: "más resiliente, más protector, más soberano y más inclusivo"

Mientras los países nos estamos desescalando poco a poco, está tomando fuerza la iniciativa por una recuperación verde. A mediados de abril, el diputado europeo Pascal Canfin, Presidente de la Comisión del Medioambiente, la Sanidad Pública y la Seguridad Alimentaria, lanzó una llamada a la movilización con la presentación de la Green Recovery Alliance.

En el documento fundacional, habla de la necesidad de que la recuperación tras la pandemia y la crisis económica se base en un nuevo modelo económico en Europa: "más resiliente, más protector, más soberano y más inclusivo. Todos estos requisitos se basan en una economía construida en torno a principios Verdes". En la alianza global que propone habría políticos de diferentes partidos, líderes financieros y de negocios, sindicatos, ONGs y expertos, entre otros.

Ese primer documento fue firmado por decenas de directivos de todo tipo de empresas, desde L'Oreal hasta Coca-Cola, desde Acciona hasta Siemens Gamesa, desde Axa hasta Lego, pasando por numerosos políticos y responsables de asociaciones medioambientales. En el ámbito de la banca, destacan entre los firmantes la Presidenta de Banco Santander, Ana Botín, la Vice Presidenta del Banco Europeo de Inversiones, Emma Navarro, el CEO del BBVA, Carlos Torres Vila, o el CEO de CEO BNP Paribas Asset Management, Frederic Janbon.

Es difícil predecir qué va a salir exactamente de esta alianza informal, aunque la idea de partida parece ser que esta crisis no suponga un freno para la estrategia europea de transición verde, que ya sufrió un serio varapalo con la crisis de 2008. Es esperanzador que entre los firmantes haya empresas de energía (no falta Ignacio Galán, Presidente y CEO de Iberdrola) y que incluso aparezcan algunos representantes del mundo del motor, como Volvo o Scania. Veremos si tienen la energía suficiente para ejercer de lobby verde en Europa.

¿Por qué está resistiendo tan bien el impacto del COVID-19?

Abanca, el banco líder en rentabilidad

Todos los bancos han tenido que hacer provisionamientos especiales frente a la pandemia, lo que está trastocando sus cuentas trimestrales. En el caso de Abanca, han provisionado 78 millones de euros y, pese a ello, la entidad confirma su posición como el banco más rentable de España, con una rentabilidad del 10,9%. El beneficio de este trimestre ha sido de 127 millones.
¿Por qué está resistiendo tan bien el impacto del Covid-19? Como señala Ángeles Gonzalo en Cinco Días, le viene bien en este momento su estrategia de no cotizar, por lo que no sufre las presiones de los inversores de bolsa. Abanca continúa además su política de adquisiciones y fusiones, con idea de mantener siempre el control de la forma resultante, según el presidente de la entidad.
Si a mediado de marzo completó la integración con el banco portugués Caixa Geral, ya plenamente integrado en Abanca, ahora se centra en la compra de Eurobic, en un acuerdo que ya se anunció a inicios del mes de marzo. De cara al 2021, la política de fusiones será una de las claves del desarrollo de la banca en España.

Teletrabajo, tests y turnos diferenciados

Siguiendo con todas las medidas posibles de seguridad, en el sector banca se apuesta por el teletrabajo, los test para los empleados y la implatación de turnos, como primeras medidas para comenzar con el desescalado del sector banca. Sobre todo, para aquellos que tengan que pasar por la oficina para seguir ofreciendo servicios a los ciudadanos.

El Banco Santander ya anunció hace días su intención de hacerse con test para sus empleados, por supuesto, en la medida de lo posible.

Una vez se permita la vuelta a la normalidad en el trabajo, el Santander ha planteado hacer turnos para sus empleados, de 15 días. El tiempo considerado necesario para detectar algún tipo de síntoma que pudiera poner en peligro al resto de la plantilla. Igualmente se apuesta por alargar la propuesta de teletrabajar lo máximo posible.

N26 pisa el acelerador

N26 acaba de recaudar 92 millones de euros y está implementando pagos "contactless" para sortear al COVID-19

El neobanco alemán N26 parece no tener freno. Ha iniciado el mes de mayo, en medio de la incertidumbre provocada por el Covid-19, con el anuncio de 92 millones de euros logrados en una nueva ronda de financiación (segunda extensión de su Serie D) para un total de 710 millones de euros desde que inició sus operaciones.

Nada mal para una empresa que difícilmente puede seguir considerándose una Fintech. Y quizá no tan extraño para el momento que vivimos estos días. Como señaló Nic Kopp, el CEO de N26 en Estados Unidos, a Business Insider, "el cambio de la insudstria offline a la industria completamente online y móvil se está precipitando con la situación actual".

Quizá por ello N26 ha aprovechado este momento para presentar los pagos contactless con el móvil. La compañía incorpora su wallet digital a los sistemas de pago tanto de Apple como de Android, de modo que sus clientes puedan efectuar los pagos sin contacto a través del teléfono móvil. generalizado de la crisis sanitaria, sino también al riesgo de deflación con la caída de la demanda.

Aceleración del desarrollo de los productos de N26

Por qué las Fintech son la clave de la supervivencia de los bancos

Pablo Penas Franco – CEO y Fundador de Scale Up Partner

"Es comprensible por qué los bancos son reacios a canibalizar sus modelos de negocio aplicando Fintech a las operaciones de forma más agresiva y que prefieran hacerlo más despacio a través de start-ups y actuar como los llamados "seguidores rápidos" cuando estas tengan éxito. Estadísticamente este retraso se materializa en un cambio gradual (y a veces dramático) en las cuotas de mercado."

Spiros Margaris. En Bank 4.0, de Brett King.

La transformación digital es un término manido y no hay banco que se precie que no haya hecho cuantiosas inversiones, pero básicamente no ha cambiado tanto. Piense en un producto estrella como una hipoteca. Hoy tenemos tecnología para, por ejemplo, hacer toda la contratación online, emplear realidad virtual y aumentada para ofrecer visitas a los activos del banco desde la oficina, emplear robotización de procesos para el back-office, inteligencia artificial para entender la probabilidad de repago en lugar de criterios simplistas como un bureau, interfaces conversacionales para automatizar el proceso de entender qué busca el cliente y qué se le puede ofrecer, podríamos implementar un registro notarial en Blockchain, etc. ¿Cuánto se aplica de verdad? Casi el 100% de la oferta está constituido por exactamente el mismo producto que hace décadas, y comisión arriba o abajo y con unos cuantos puntos básicos de diferencia, idéntica a la competencia.

Los cambios que se avecinan son sencillamente espectaculares. Pongamos otro ejemplo. Los Neobancos están captando millones de usuarios ofreciendo un servicio mucho más barato con el que los incumbentes no pueden competir en coste. No tienen la misma gama de productos ni representan aún una cuota de mercado significativa, ¿por qué preocuparse? Sería como si un retailer dijera hace 20 años: Amazon sólo vende libros online, no pierdo el tiempo en entender lo que hará ya que vendo otra categoría. Alternativamente puede emplear proveedores de soluciones como PFM que le permitan implementar la experiencia de usuario de un Neobanco en su App móvil, además de añadir un extra de inteligencia artificial para asesorar a sus clientes de banca retail (sí, algo inédito, ya que hasta ahora se limitaba a hacer "push" de sus productos). ¿Se imagina a su banco interesándose por los objetivos financieros de su clientela? Si estuviéramos en la edad media podrían quemarle por hereje por sugerirlo.

"Los cambios que se avecinan son sencillamente espectaculares"

Pablo Penas
CEO y Fundador de Scale Up Partner

Lo mismo aplica a cualquier segmento imaginable. ¿Por qué una PYME va a contratar un factoring con un banco si una Fintech ofrece a cualquier gran empresa que emplee su propia liquidez para financiar a su cadena de suministro o emplear su capacidad de financiarse al 1% e intermediar entre el banco y sus proveedores que se financiarían al 7% o al 8%?, ¿esperar tres semanas a que alguien decida leer una solicitud de préstamo si nuevos agentes tienen decisiones automatizadas casi en tiempo real?, ¿contratar una hipoteca en la oficina de su barrio si una Fintech permite hacer todo el proceso sin pisar una oficina?, ¿contratar un depósito en su banco si hay marketplaces B2C o incluso de otros bancos que permiten comparar alternativas y contratar la mejor entre la oferta de 30 bancos en 20 países?, ¿cómo atraer a millennials si no son capaces de hacer onboarding digital en 2 minutos o de aplicar tecnología para automatizarlo en la oficina sin intervención humana? Con honrosas excepciones, ¿cuántas start-ups ha sido su banco capaz de integrar en su ecosistema sin generarles un derrame cerebral a los emprendedores?, ¿son capaces de ofrecer un segu-

ro en el punto de venta en el momento de la compra?, ¿de asegurar en una fracción de segundo quién está al otro lado de cualquier transacción antes de procesar un pago?, ¿pueden analizar miles de alternativas de inversión automáticamente para que sus asesores presenten a sus clientes las que son de verdad relevantes para ellos?... la lista continúa. Cuantas más respuestas sean incapaces de dar de forma satisfactoria, mayor su probabilidad de fracaso.

Y no vale con simplemente decir "ya estamos online". No hay banco que se precie que no ofrezca sus préstamos online, pero ¿qué porcentaje de operaciones cierran exclusivamente por este canal? ¿por qué? Plantéeselo también en términos de coste de oportunidad. ¿Cuántos buenos clientes pierden por no ser capaces de entender su riesgo o su probabilidad de impago o por tardar demasiado en dar una respuesta? O, alternativamente, ¿cuántos podrían ganar si entendieran mejor que su competencia quién les podría contratar ese producto mañana? Voy más allá, ¿son tan siquiera capaces de asegurar que cumplen la legislación? Apostaría a que algo tan sencillo como WhatsApp lo usan muchos de sus empleados sin cumplir MiFID II, pero bueno, su banco no dice que lo usan y su departamento de compliance dormirá un poco esta noche.

Si piensan en sus clientes verán que la oferta es, por decirlo elegantemente, muy mejorable. Los datos son el anillo único que permitirá gobernarlos a todos y los bancos tienen más que nadie. El único problema es que están en un idioma que no entienden ni quieren aprender a leer. Por eso necesitan Fintechs como expertos lingüistas que les permitan interpretar las necesidades de sus clientes.

La banca seguirá siendo necesaria, pero los bancos no necesariamente. Asumir que hay actividades privativas de los bancos es cuanto menos peligroso, por ejemplo, ¿por qué los pagos no pueden ser dominio del comercio minorista? Tampoco debe menospreciar a nuevos actores como las Bigtech: ¿por qué iban Google o Amazon querer entrar con toda la caballería a un sector ultra regulado y menos rentable? La respuesta es que probablemente no serán bancos, pero ofrecerán todos los servicios bancarios a través de un socio bancario y si no es usted... ¿le suenan los inmortales y la famosa frase "al final sólo puede quedar uno"? Sin llegar al extremo de un único superviviente, quien no se transforme completamente o se ultra especialice en el nicho adecuado corre el riesgo de desaparecer.

La banca seguirá siendo necesaria, pero los bancos no necesariamente

Las alianzas entre Fintechs y bancos son mutuamente beneficiosas para ambas partes

Todas las preguntas que he hecho, así como otras muchas las responden adecuadamente start-ups y scale-ups innovadoras de todo el mundo, el tipo de empresa con el que trabajamos en Scale Up Partner. Pero para un banco no basta tener un programa de start-ups para la galería ni invertir una infinitésima parte de su capital para desarrollar algún futuro proveedor y colgarse una medalla. O cambian su forma de trabajar y se alían con disruptores para acelerar su transformación incluso canibalizándose ustedes mismos (si no, lo harán otros) o corren el riesgo de desaparecer. Y ojo, si hay 200 países en el mundo y se limitan a España, ¿qué porcentaje de innovación están dejando fuera? Para transformarse de esta forma deben empezar a creer en un Dios sacado de la ciencia ficción pero que les resultará familiar:

"Sólo existe un Dios, la Muerte. ¿Y qué se le dice? Hoy no"

Syrio Forel
(personaje de Juego de Tronos)

Como indicaba en otro artículo , "muchas Fintechs no están intentando derrocar a los grandes Goliats corporativos, sino que se alían con ellos" y "las alianzas entre Fintechs y bancos son mutuamente beneficiosas para ambas partes, las primeras ganan acceso a enormes bases de clientes...las segundas ganan la flexibilidad necesaria para... poder navegar por los segmentos de mercado que no son rentables para sus grandes estructuras". En esencia, las Fintechs son su peor pesadilla y a la vez su mejor esperanza para burlar a la muerte, tanto explorando nuevos nichos, como aumentando su eficiencia en su negocio principal.

Y no olviden las sabias palabras de Peter Drucker "La mejor forma de predecir el futuro es crearlo". Ninguna organización es capaz de crear ese futuro por si sola, pero con los acuerdos adecuados, puede transformarse en el banco del futuro. Y quién sabe, tal vez incluso sigan haciendo banca.

"En qué se parecen las Fintech al Halcón Milenario y qué pueden hacer los grandes bancos para evitar acabar como el Titanic". Revista Directivos y Gerentes, ene-feb 2019, pág. 38-42.

HABLAMOS CON...

BIZUM

Entrevistamos a Ángel Nigorra, CEO de BIZUM

“Nuestros usuarios son nuestros mayores prescriptores y son los auténticos altavoces para la popularización y extensión del servicio”

Ángel Nigorra. Director General de BIZUM

Bizum lleva operando desde 2016 y al cierre de 2019 había alcanzado ya los 6 millones de usuarios. ¿Cuál ha sido la clave de este éxito?

Bizum nació en octubre de 2016 para facilitar el envío y solicitud de dinero entre personas mediante la vinculación de sus números de teléfono con sus cuentas bancarias. Desde entonces, el número de usuarios ha crecido significativamente y de manera constante, aunque el ritmo se ha acelerado en el último año. De hecho, el primer millón de usuarios se alcanzó a finales de 2017, 15 meses después del lanzamiento. Sin embargo, el usuario 7 millones llegó en apenas dos meses a principios de este año. Hoy ya somos casi 8 millones de bizumers.
La clave está en que nuestros usuarios son nuestros mayores prescriptores y son los auténticos altavoces para la popularización y extensión del servicio. Y creemos que esto se debe a que estamos hablando de una solución que realmente atiende a necesidades cotidianas, porque facilita los pagos del día a día entre las personas, permitiendo sustituir el dinero en efectivo, que es precisamente el objetivo con el que nació Bizum.
Además, Bizum tiene todavía mucho recorrido, ya que es un servicio que los bancos incluyen dentro de sus aplicaciones bancarias, con lo que contamos con un gran potencial de crecimiento. De hecho, un 96% de los clientes bancarios tienen Bizum en su banco, aunque buena parte de ellos quizá aún no lo han activado.

¿Qué rol juega Bizum en el ecosistema financiero español? ¿Trabajáis tanto con Bancos como con nuevos players como las Fintech?

Bizum es un servicio más del porfolio de soluciones de pago que los bancos ofrecen a sus clientes, que con ello ponen a su disposición todas las alternativas posibles para que sean ellos quienes elijan cómo realizar sus pagos. Nuestra aspiración es convertirnos en un instrumento de pago de referencia para los consumidores y comercios españoles, uno de sus preferidos como alternativa al efectivo. Queremos que la frase “hacer un Bizum” pase a formar parte del vocabulario de todos los españoles cuando salden deudas entre amigos o

familiares, hagan donaciones a ONGs o realicen sus compras online o presenciales, en un futuro.
En cuanto a nuestra relación con el ecosistema financiero, es muy intensa. Bizum es fruto de un proyecto sectorial de colaboración, articulado inicialmente con la participación de las 3 asociaciones bancarias (AEB, CECA y UNACC), que puso foco en la innovación digital para atender las nuevas necesidades de sus clientes. Actualmente, 25 entidades bancarias son accionistas de Bizum y 24 las marcas bancarias que comercializan el servicio. Además, Bizum se apoya y aprovecha infraestructuras tecnológicas y procesos operativos existentes en el ámbito interbancario.
Nuestro papel para los bancos es muy similar al de una fintech: desarrollamos y gestionamos la capa informacional común que les permite ofrecer el pago con Bizum a sus clientes y luego, cada banco, si así lo desea, incorpora sus propios servicios diferenciales. Y, a la vez, también hemos colaborado con otras fintechs y, por supuesto, estamos abiertos a continuar colaborando con ellas.

¿Qué nuevos proyectos tecnológicos y servicios tenéis en mente?

Nuestra filosofía siempre es ir paso a paso y dar el siguiente una vez consolidado el anterior. En estos momentos, nuestro foco está centrado en la funcionalidad de pago comercio electrónico, que lanzamos a finales de 2019. Y las cifras son satisfactorias. Desde entonces, más de 3 millones de usuarios han activado su Clave Bizum para comprar online y más de 550 comercios aceptan pagos con Bizum.
Nuestro próximo avance estará en ofrecer soluciones a empresas y autónomos (por ejemplo, cobros/pagos de empresas, pago a profesionales, en particular, desplazados a domicilio, etc.). Además, podremos también abordar el pago con Bizum en comercio presencial en determinados nichos donde aportemos un valor diferencial.
Un aspecto relevante es que, en paralelo al desarrollo de Bizum, cada entidad va incorporando sus propias funcionalidades adicionales. Por ejemplo, actualmente, algunas entidades ofrecen ya envíos y solicitudes a múltiples contactos, la posibilidad de que los usuarios puedan acompañar el pago con mensajes enriquecidos, fotos o emoticonos; hacer Bizums desde asistentes virtuales como SIRI, desde otras apps como WhatsApp, descargando un teclado, o desde chatbots con aplicaciones de mensajerías; o también algunas entidades permiten repartir automáticamente con Bizum un cargo en cuenta o tarjeta entre varias personas cuando el cliente ha hecho el gasto en nombre de otros

Ángela Nigorra
CEO de BIZUM

En estos momentos, nuestro foco está centrado en la funcionalidad de pago comercio electrónico, que lanzamos a finales de 2019

Ha sido noticia el interés de la Unión Europea en llevar una plataforma como Bizum a toda Europa. ¿Estáis trabajando en algún proyecto más allá de nuestras fronteras?

No cabe duda de que Bizum es un claro caso de éxito en Europa. No obstante, la prioridad de Bizum sigue estando en crecer aún más y consolidarse en el mercado español. No descartamos, sin embargo, extender el servicio fuera de España en un futuro. En ese sentido, una primera opción podría ser, por ejemplo, valorar la interoperabilidad con soluciones similares que pueda haber en otros países de Europa.

El tiempo robado

Rafael Claudín. Director de contenidos de Revolution Banking

No se me va de la cabeza la maravillosa Underground, de Emir Kusturica, con los protagonistas escondidos décadas bajo tierra huyendo de una guerra que ya no existe. Y uno de ellos, perdón por el spoiler, quitándole horas al reloj de la estación, robándoles el tiempo. No queda otra que subir a la superficie para ver qué está pasando, para sobreponerse a lo que está pasando, para volver a encontrarnos después del tiempo robado.

Revolution Banking vuelve a la superficie el próximo 1 de octubre. Ha cambiado el momento y hemos cambiado de entorno, en un estadio de fútbol que nos de un poco de aire fresco y nos permita mantener las distancias que haya que mantener. El congreso se adaptará, por supuesto, a las circunstancias, pero seguirá ofreciendo su apoyo a la evolución del sector.

Llevamos ya varios años bajo la marca Revolution Banking y uno se pregunta hasta qué punto tiene sentido mantener la idea de revolución. O se lo preguntaba. Parece que el sector bancario se encuentra en un estado de revolución permanente. Estos meses, más que de transformación digital, han sido de imposición digital. La banca ha demostrado los esfuerzos realizados en los años precedentes han dado sus frutos: le han permitido de forma mucho más eficiente que otros sectores. Todavía queda trabajo por hacer; cada quien en su casa tendrá que ver dónde han estado sus fortalezas y donde sus debilidades.

¡Nos vemos en la revolución permanente!

www.revolutionbanking.es
info@revolutionbanking.es | Telf. 91 700 48 70

UN EVENTO DE iKN SPAIN YOUR KNOWLEDGE NETWORK

Revolution
banking

NEWS & TRENDS

Una publicación de iKN Spain, empresa organizadora del congreso Revolution Banking

iKN SPAIN
YOUR KNOWLEDGE NETWORK