

**José Manuel Navarro**

experto en Marketing

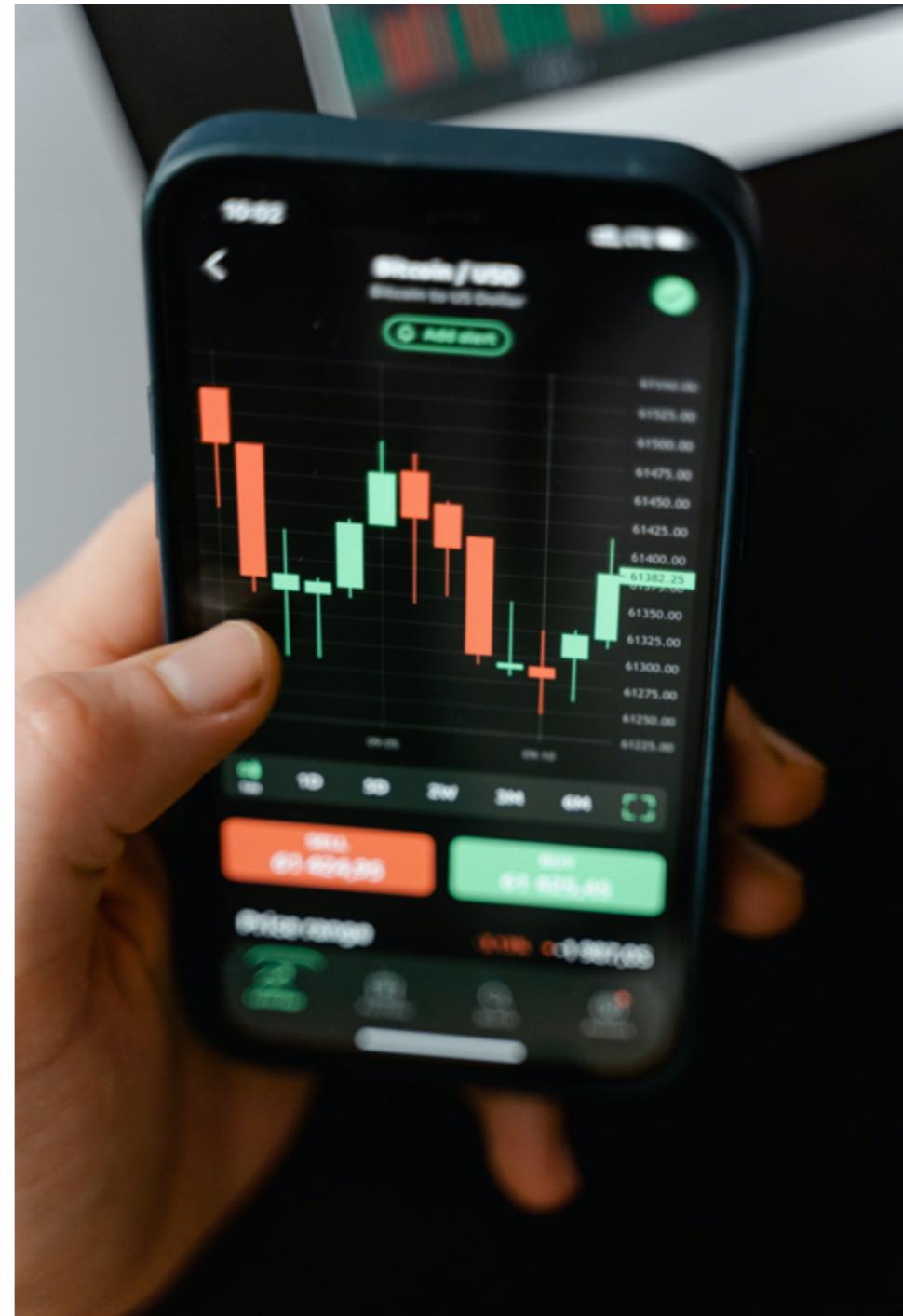


José Manuel Navarro Llena es experto en Marketing. Su larga vida profesional la ha dedicado principalmente al sector financiero, donde ha desempeñado funciones como técnico de organización de procesos y como directivo de marketing. Y, basándose en su formación en biología, ha profundizado en las neurociencias aplicadas a la empresa, lo que le ha permitido dirigir, coordinar e impartir formación en diferentes masters de neuromarketing en escuelas privadas y en universidades públicas. Ha sido socio fundador de diversas empresas y de la entidad de dinero electrónico con licencia bancaria otorgada por el Banco de España [SEFIDE EDE](#), de la que en la actualidad es director de Marketing y Organización. Es autor de "El Principito y la Gestión Empresarial" y "The Marketing, stupid", además de colaborador habitual del diario Ideal (Grupo Vocento).

Más allá del “Open Finance”

El crecimiento sostenido de los [neobancos](#), en la década posterior a la crisis financiera, se ha visto impulsado exponencialmente en los dos años siguientes a la pandemia de la Covid19, tanto en número de entidades y de usuarios como en el volumen de recursos captados (casi 40 mil millones de dólares, solo las diez entidades más importantes). Si nos fijamos en el caso de España, según el [reciente estudio de SEON](#), el 17% de los clientes bancarios (más de ocho millones) ya tienen cuenta en uno de los principales neobancos y se prevé que, en los próximos cinco años, esta cifra ascienda al 31% (casi quince millones de usuarios).

Si inicialmente se constituyeron, junto con los Challenger Banks y el sector Fintech, como una alternativa necesaria a la banca tradicional causante de la crisis financiera y de confianza de 2008, una vez (casi) superada ésta, el mercado ha impuesto otros parámetros a la hora de decidir a quién confiar el dinero y con qué modelo de gestión establecer una relación financiera que cada día se demanda más transparente, inmediata y tecnológica. Los nuevos actores apostaron por los entornos digitales y sistemas multidispositivo para expandir sus servicios, obviando la presencialidad física y apostando por el desarrollo de plataformas “aplicadas” que no



pusieran límite a su crecimiento ni a su voluntad innovadora. Ello les ha conducido a un posicionamiento privilegiado en el que han perfeccionado la seguridad de las transacciones, han apostado por los mecanismos de prevención del fraude y han elevado los estándares de gestión del riesgo.

Ello ha sido posible como consecuencia de estar sujetos a la misma regulación y supervisión por parte de los bancos centrales, quienes han otorgado las preceptivas licencias bancarias, o certificaciones que les avalan para poder ofrecer determinados servicios bancarios para los que han sido autorizados tras superar un detallado análisis de viabilidad e idoneidad. Igualmente, ha sido posible gracias a la continua y numerosa emisión de directivas con exigencias regulatorias que han

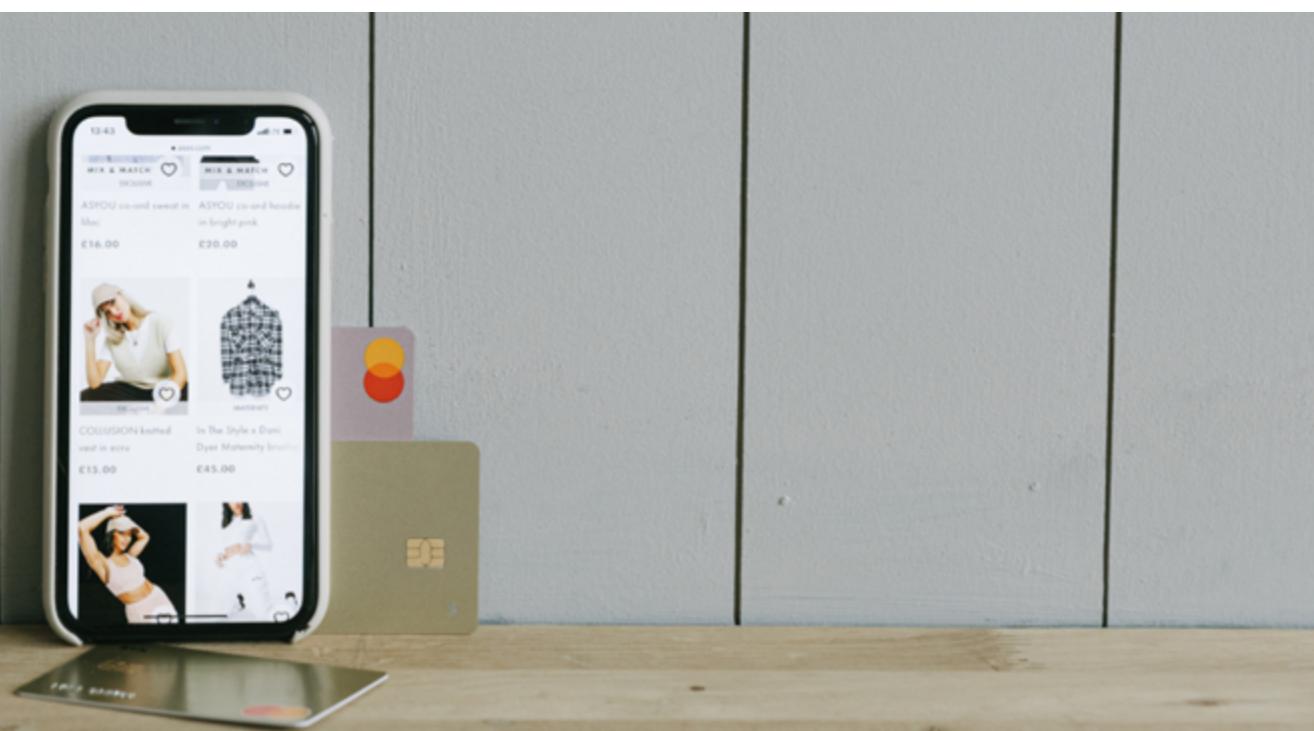
puesto el foco en dar cobertura legislativa a las emergentes necesidades y maneras de operar fruto de la incesante innovación tecnológica llevada a cabo por los nuevos "player financieros", resultándole a las instituciones convencionales más compleja y cara la adaptación de sus sistemas heredados a la nueva forma de hacer banca. De ahí que muchos grandes bancos hayan absorbido a pequeñas Fintech para adecuar su tecnología a los actuales requerimientos del mercado y, por otro lado, estas pequeñas empresas hayan buscado el respaldo regulatorio de bancos consolidados como alternativa al lento y exigente proceso de obtención de una licencia bancaria.

¿Te avisamos
del próximo
IT User?



Los neobancos, al no contar con grandes estructuras ni basar su modelo de negocio en la creación y gestión de dinero bancario, han sido capaces de ajustar sus costes para marcar una clara diferencia (a la baja) en los gastos repercutibles a sus clientes. Esta primera ventaja competitiva les ha valido para tener una acelerada penetración en sus respectivos mercados, pero lo que les ha impulsado definitivamente es hablar un lenguaje diferente y cercano a segmentos de población que demandaban una cultura corporativa más transparente y, sobre todo, a impulsar actividades como la información y agregación de cuentas para que los usuarios tuvieran mayor libertad de elección y un mejor apoyo en la toma de decisiones económicas. Este hecho ha sido posible gracias a la directiva europea sobre servicios de pago ([PSD2](#)) que permite la activación de funcionalidades como los servicios de iniciación de pagos (PISP) y de información de cuentas (AISP) para las que han surgido proveedores que sustentan el modelo de banca abierta u "Open Banking" con unos altos estándares de seguridad basados en la autenticación reforzada con cifrado multifactor ([SCA](#)) para minimizar los riesgos de fraude y de robo de identidad.

La desintermediación bancaria ya es un hecho incuestionable, no solo porque la legislación la permita y la tecnología la impulse,



también porque la fidelidad de los usuarios ya no pasa por estrechar relaciones a través de programas de “cross-selling” y “up-selling”, sino porque el consumidor precisa sentirse libre para explorar nuevas opciones y decidir en cada caso la que mejor le convenga para sus intereses económicos.

De ahí que las finanzas integradas ([“Embedded Finance”](#)) hayan surgido con fuerza para impulsar la integración de ofertas financieras (medios de pago, financiación, BNPL...) y para-financieras (seguros, factoring, confirming, leasing), en los procesos de compra de productos y servicios no financieros y en entornos no bancarios. De esta forma, cualquier empresa puede incorporar en su plataforma soluciones financieras que ayuden a cerrar la venta ajustándose a las necesidades puntuales del cliente (aplazamiento de pago, crédito a medida, seguro asociado...), reduciendo la tramitación y mejorando la experiencia de usuario. De esta manera, para el cliente es más fácil decidir qué, dónde y cómo comprar sin la intermedia-

ción directa de un banco y, para la empresa, es más fácil crear diferentes opciones para cerrar una venta eliminando barreras económicas y de tramitación.

Y, obviamente, las instituciones financieras podrán obtener una mayor rentabilidad de su cartera de productos y servicios al ampliar la red de distribución y establecer canales distintos a los convencionales sin incrementar los costes de implantación. Sus soluciones de marca blanca están construidas sobre la base de API fácilmente integrables que permiten el intercambio de datos financieros entre los comercios, usuarios y proveedores de servicios bancarios, fundamentalmente de pagos. Ello reporta una serie de beneficios añadidos como derivar el control del proceso del pago al comercio sin ceder a éste la responsabilidad sobre la verificación de la identidad del consumidor ni del control de los riesgos asociados (fraude, blanqueo de capitales, de crédito, reputacional...).

Por su parte, los comercios se beneficiarán de la reducción de costes, al poder escoger entre un

Los nuevos actores han apostado por los entornos digitales y sistemas multidispositivo para expandir sus servicios, obviando la presencialidad física y apostando por el desarrollo de plataformas “apificadas”



mayor número de proveedores de servicios financieros integrados y seleccionar las tarifas más convenientes; y de un incremento de ingresos al ampliar las opciones de pago y facilitar sistemas de financiación a medida de cada usuario. Estos dos aspectos son claves para el consumidor en términos de comodidad y de interés económico, dos variables fundamentales en el momento de tomar una decisión económica una vez detectada y reconocida la necesidad de adquirir un bien. Comodidad en el sentido de que para el usuario el proceso de compra se simplifica a niveles casi de "one click" (solo se tiene que identificar la primera vez). E interés económico en la medida que podrá seleccionar entre diferentes formas de pago, desde al contado hasta fraccionado, aplazado o a crédito, elegir opciones de aseguramiento y propuestas promocionales asociadas a su perfil.

Los neobancos tuvieron la visión de hacer realidad el principio "digital first" para atraer a una parte muy importante de los clientes desafectos de la banca convencional y del sistema establecido, dotar de una capa de confianza co-

herente con sus mensajes y sus nuevas formas de hacer banca, y con unas herramientas fáciles de adoptar y dotadas de los más altos estándares de seguridad. La legislación y la tecnología han permitido el surgimiento de innumerables proveedores de servicios financieros que, en su conjunto, han determinado la evolución de la banca de servicios al Open Banking, y de aquí a las finanzas integradas. Pero para llegar al Open Finance sería necesario avanzar en el perfeccionamiento de la directiva PSD2 ([¿hacia la PSD3?](#)) tanto en la regulación de las llamadas ASPSP (Account Servicing Payments Services Provider, por sus siglas en inglés), como en la estandarización de las API que permiten la interconexión de las diferentes plataformas, tanto financieras como no financieras, y también en la unificación de la normativa aplicable a los servicios transfronterizos.

Las directivas actuales sobre servicios de pago (PSD2) y de protección de datos (RGPD) han favorecido que el usuario sea el propietario real de sus datos financieros y personales,

Los neobancos tuvieron la visión de hacer realidad el principio "digital first" para atraer a una parte muy importante de los clientes desafectos de la banca convencional y del sistema establecido

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



con capacidad para decidir para qué, con quién y cómo los comparten. Solo falta avanzar en lo que se ha venido a llamar "super wallets" o billeteras móviles que agregan operaciones financieras como pagos, ahorro, préstamos, seguros, inversiones, banca digital, promociones, criptomonedas, ticketing, redes sociales, autenticación biométrica... algo parecido a lo que ya han avanzado Alipay o WeChat, pero logrando que el usuario, además, sea el propietario real de su dinero y responsable único de la forma de gestionarlo. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Los neobancos](#)



[SEON Neobaking Index](#)



[Directiva Europea sobre Servicios de Pago](#)



[Autenticación Reforzada con Cifrado Multifactor](#)



[Embebed Finance](#)