

FINANZAS



Isidro Fainé y Gonzalo Gortázar, presidente y consejero delegado de Caixabank, en la presentación de ImaginBank.

Llegan los bancos móviles creados desde cero. Vienen de Estados Unidos, con entidades como Moven, y Reino Unido, donde BBVA ha comprado un 30% de Atom. En España, Caixabank ha sido pionera con la creación de ImaginBank, un banco al que sólo se puede acceder a través de una aplicación móvil. El Santander, en cambio,

ha decidido afrontar el reto comprando o invirtiendo en *fintech*, firmas tecnológicas que ofrecen servicios bancarios. El banco presidido por Ana Botín cuenta con un fondo de 100 millones para la compra de estas compañías, mientras que el que preside Francisco González cuenta con 250 millones para el mismo propósito.

Caixabank toma la iniciativa como la primera entidad que opera por teléfono y Santander y BBVA invierten en startups financieras

Nueva guerra en la banca por el negocio móvil

■ Esmeralda Gayán

El 80% de los nacidos entre los años 1980 y 2000, la primera generación nativamente digital conocida como "millennials" o nativos digitales no pisará jamás una oficina bancaria. La proliferación del móvil y de las tablets obliga adoptar estas nuevas tecnologías que facilitan el pago de estos clientes a golpe de click. De hecho, según un reciente informe de PwC se espera que en 2016 los usuarios de banca móvil crecerán hasta el 64%.

Ante este reto, la banca se ha lanzado en desbandada para ofrecer sus respectivos servicios financieros móviles. Las entidades han optado por dos caminos: comprar empresas tecnológicas o crear las suyas propias.

Este último camino es el que ha seguido **Caixabank**, que ya tiene su

propio banco móvil y al que después han seguido los demás con intentos de réplicas. Con el lanzamiento de **ImaginBank**, la entidad que preside **Isidro Fainé** ha creado un nuevo modelo de servicio completamente digital, basado en las posibilidades que surgen a partir del desarrollo tecnológico y la alta tasa de penetración de los smartphones y las redes sociales, especialmente en el segmento joven.

El nuevo modelo de banco, que se presentó internacionalmente en el marco del **Mobile World Congress** de Barcelona, cuenta con una completa oferta de servicios sin comisiones, que incluye cuenta corriente, tarjeta, préstamos al consumo, herramientas de gestión de las finanzas personales y lo último en pago móvil.

Según explica la entidad, se trata de una propuesta muy diferente a la

habitual estrategia multicanal que tradicionalmente ha aplicado el sector financiero. ImaginBank propone centralizar el servicio exclusivamente en aplicaciones para móviles y redes sociales. De esta forma, es el usuario quien gestiona sus finanzas de manera autónoma, ayudado por herramientas tecnológicas "inteligentes" que facilitan un seguimiento continuo de su economía personal.

Uno de los servicios más innovadores de ImaginBank es la utiliza-

BBVA y Santander han registrado un crecimiento del 45% y 50% entre los clientes usuarios de móvil, respectivamente, mientras que Caixabank copa el 30% de la cuota entre los jóvenes

ción de herramientas vinculadas a **Facebook** para la gestión de las finanzas personales. La aplicación para Facebook permite consultar instantáneamente la posición de la cuenta y los últimos movimientos con seguridad. Además se usan las redes sociales para ofrecer un servicio de atención al cliente instantáneo y disponible las 24 horas del día: **Twitter**, una chat interno con un gestor especializado y una línea de mensajes de **Whatsapp**.

Por su parte, **BBVA** ha sellado alianzas estratégicas con empresas *fintech*, firmas tecnológicas que prestan servicios financieros, como los acuerdos con la especialista en medios de pago **Dwolla** o de **Citi** con el líder estadounidense de los préstamos **2p2 Lending Club**. Y, a veces, en vez de aliarse con ellas, las compran. De esta forma, tanto el banco azul como el Santander han

creado fondos de venture capital para invertir en estas compañías.

El segundo banco español ha realizado varias compras en el mundo digital, algunas directamente, otras a través de su fondo de venture capital **BBVA Ventures**, creado en 2012 con 100 millones de dólares. La más reciente es la adquisición del 29,5% de la startup británica **Atom**, que empezará a operar en breve como banco *on line*. BBVA ha invertido en el proyecto 68 millones de euros.

En España, adquirió a finales de 2014 **Madiva Soluciones**, especializada en servicios de *big data* y *cloud computing* o tecnología en la nube. En total, se calcula que en los últimos cuatro años la entidad ha invertido unos 270 millones en startup tecnológicas, incluyendo las compras de BBVA Ventures.

No obstante, la estrategia de FG podría estar equivocada, ya que según una investigación reciente de **McKinsey** sugiere que una mayor inversión en tecnologías de la información (TI) no aumenta necesariamente los beneficios, pero sí podrían hacerlo inversiones bien estudiadas, en áreas concretas.

Está por ver si la banca móvil es una fiebre momentánea o una necesidad real ante el futuro más inmediato. En algunos casos, como en el de FG, se ha convertido en una obsesión, hasta el punto de elegir como consejero delegado a una persona procedente del mundo tecnológico y un desconocido para la banca, **Carlos Torres** y enfadar a una gran parte de la plantilla, la que procede de la banca tradicional.

Botín apuesta fuerte

En el caso del **Santander**, su presidenta **Ana Botín** también ha puesto el turbo para la transformación digital del primer banco español. En la presentación anual de resultados, la banquera esgrime un crecimiento del 50% en los usuarios de móvil, hasta los siete millones, y apuntaba a un colectivo de 25 millones de estudiantes mediante **Smartbank**, otro de los proyectos en su transformación digital.

El primer banco español lanzó en 2014 su propio fondo de venture capital, con el que se plantea invertir unos 100 millones de dólares en dos o tres años. Uno de los objetivos de **InnoVentures** es "invertir hasta diez millones de dólares en la primera fase de una empresa *fintech*, tomando una participación de entre el 3% y el 15%". También contempla inversiones en empresas que tienen productos que pueden ser útiles para Santander o sus clientes.

Las cinco principales inversiones realizadas hasta ahora han sido en **iZettle**, especializada en pagos vía móvil y Tablet; **MiCheck**, para pagos en hostelería; **Cyanogen**, el sistema operativo de código abierto para móviles; **Ripple**, dedicado a la tecnología **Blockchain** y **Kabbage**, especializada en crédito directo a empresas. El banco cántabro también tiene su propia factoría especializada en desarrollo de software bancario, **Isban**, que da servicio a todos los bancos del grupo. Además, Santander, junto con Caixabank y **Telefónica**, es cofundador de **Yaap**, dedicada a servicios digitales, especialmente a pagos.

Por su parte, Bankia ha presentado **Bankia Wallet**, un servicio creado para los teléfonos móviles desde los que poder hacer distintas operaciones, principalmente pagos en comercios físicos mediante el celular sin necesidad de contacto.

Casi en paralelo, **Ibercaja** ha anunciado la puesta en funcionamiento de una nueva aplicación para realizar transferencias por móviles, gracias a la red de pagos EALIA que ha sido desarrollada por la **CECA** y a las que también se han sumado algunas otras entidades.

La ciberseguridad, el mayor reto de la banca digital

■ El hecho de que la banca móvil se esté convirtiendo en un canal cada vez más importante y con mayor número de usuarios a nivel mundial también la hace más atractiva para los cibercriminales.

Según destaca la compañía **Trend Micro**, diversos clientes de entidades bancarias como **BBVA**, **Banco Santander** y **Ruralvía** podrían haberse visto afectados por un troyano bancario que afecta a los

teléfonos **Android** de los usuarios. El software malicioso está proyectado para poder atacar a los usuarios de bancos españoles. Ya no solamente las plataformas clásicas están bajo peligro, sino también los sistemas de banca mediante telefonía móvil. Android se ha vuelto tan popular que el realizar operaciones sensibles sin contar con protección, se está volviendo cada vez más arriesgado.

El ciberataque se produce de la siguiente manera: los bancos envían a los usuarios un número de autorización de transacción (TAN) vía SMS, código que deben introducir en sus ordenadores para verificar que una transacción es válida. Básicamente se trata de una forma de autorización de dos factores que mejora la seguridad al proporcionar un segundo medio de autenticación para los

usuarios. Sin embargo, el *malware* residente en el dispositivo móvil puede actuar como un troyano para robar la información denominada "man-in-the-middle". Por ello todas las entidades están haciendo hincapié en la seguridad de sus redes y aplicaciones móviles, ya que no quieren perder a los clientes digitales y aquellos que se relacionan con el banco mediante el móvil. **BBVA** registró en 2015 un

crecimiento del 19% interanual entre los primeros y de un 45% respecto a los segundos.

Por su parte, **Caixabank** cuenta con 2,9 millones de clientes con edades entre los 18 y los 35 años y la cuota de mercado en este segmento se sitúa en el 30%, lo que supone que una de cada tres personas de esta franja de edad en España son clientes de la entidad. Como previsión de negocio, se espera conseguir unos 500.000 clientes antes de que acabe 2017.