



La banca serà digital o no ho serà

Els costums canviants dels consumidors i el nou entorn competitiu obliguen els bancs a afrontar ràpidament la digitalització per no quedar-se enrere en un mercat en plena transformació. El BBVA, que va fer aquesta aposta fa vuit anys, ha esdevingut un referent de l'economia digital.

Reportatge d'EL TEMPS

La penetració d'Internet i de la telefonia mòbil ha transformat profundament els costums i preferències dels consumidors, cada cop més acostumats a interactuar a través de mitjans digitals per compartir informació, relacionar-se amb l'administració, comprar en línia o accedir a nous serveis. En aquest sentit, ha estat especialment rellevant la penetració dels dispositius mòbils d'última generació, sobretot en les economies desenvolupades, on les xarxes de banda ampla són accessibles a preus competitius.

Aquesta nova realitat del segle XXI ha implicat canvis profunds en la demanda de serveis financers, i això ha obligat els bancs a respondre al repte de la digitalització, que s'està produint amb diferents aproximacions i velocitats ja que no totes les entitats entenen de la mateixa manera el significat de transformar-se per esdevenir un banc digital. Però què és, la banca digital? No hi ha cap definició oficial del concepte, però contempla qüestions com la generació d'oferta, distribució i venda de productes i serveis financers a través de canals digitals, l'explotació de les últimes tecnologies per conèixer millor el client i avançar-se a les seves necessitats de forma àgil i convenient, la possibilitat que el client es comuniqui per tots els canals -analògics i digitals- amb el seu banc i l'automatització de serveis.

L'obertura dels mercats regionals, promoguda per iniciatives com el "passaport europeu", també ha permès als bancs tradicionals expandir la seva oferta en llocs en què no té presència física, afegint una major pressió competitiva en el panorama financer.

Malgrat que la desconfiança inicial dels usuaris a fer operacions digitals ha anat minvant amb el anys, la seguretat és un repte de l'economia digital. Una sèrie d'innovacions i de capital s'han centrat en les noves tecnologies per protegir les dades personals dels clients. Una opció que creix a ritme accelerat i que mostra un gran potencial és l'autenticació bio-

mètrica. La biometria utilitza característiques fisiològiques i de comportament -com l'ADN, les empremtes digitals, els patrons de veu, els trets facials, el reconeixement de les venes, la signatura i les mesures de la mà- en l'autenticació i verificació dels éssers humans. Hi ha estudis que calculen que l'any 2020 la biometria s'utilitzarà per autenticar totes les transaccions de comerç mòbil.

El BBVA, referent d'èxit

El BBVA, que fa vuit anys que va impulsar la seva transformació digital, ha esdevingut un paradigma de la innovació en el sector financer. "La digitalització de la banca és un procés inevitable i imparable", assegura constantment Francisco González, president de l'entitat. De fet, durant la junta d'accionistes del 2003, tot just després d'assumir la presidència única del banc, va afirmar: "Per primer cop en la història d'aquest banc, la innovació i la tecnologia seran clau en el creixement". Actualment, els sistemes del BBVA processen més de quatre-cents cinquanta milions de transaccions en els dies de més activitat, cinc cops més que el 2006, i estan preparats per assumir l'augment previst per als propers anys.

Tot indica que aquest 2015 es tancarà amb una suma rècord de clients que utilitzen els canals digitals de BBVA. Concretament, l'entitat calcula que la xifra arribarà als quinze milions, vuit dels quals seran clients que utilitzen els serveis a través del telèfon mòbil. Darrere d'aquests bons resultats hi ha una aposta clara per la tecnologia, amb 700 milions invertits anualment, i una fèrria voluntat d'innovació. Així, l'entitat programa concursos de talent, inverteix en empreses emergents i ha adquirit algunes companyies digitals com Simple i Madiva -plataformes especialitzades en mitjans de pagament i gestió de dades.

El resultat més visible de l'aposta del BBVA és la quantitat i la qualitat de serveis digitals que el banc ofereix als seus clients. Per exemple, des de la web o l'app de l'entitat, no només es poden gestionar les targetes i controlar les despeses, sinó que també es poden apagar i encendre. Fins i tot es pot limitar algunes de les seves operatives; per exemple, suspendre la retirada de diners en caixers, desautoritzar les compres en línia o deshabilitar els pagaments a l'estranger. A través de l'aplicació BBVA Wallet es pot pagar amb el mòbil simplement acostant

el telèfon al terminal de pagament Contactless i confirmant el codi PIN.

En el cas que l'usuari necessiti diners en efectiu i no porti la targeta a sobre, amb el servei Efectiu Mòbil pot enviar diners a una altra persona o a ell mateix a través de l'*smartphone*. Només caldrà que introdueixi el número de telèfon del destinatari i l'import i podrà retirar els diners de qualsevol caixer BBVA a l'instant. Amb l'SmartPay, un servei que costa vuit euros al mes, l'usuari pot cobrar als seus clients amb targeta a través del mòbil i amb un lector de targetes de la mida d'una butxaca. A més, es pot enviar un tiquet de compra als clients per correu electrònic sense necessitat de disposar d'impresora.

La banca en línia de BBVA també permet pagar rebuts no domiciliats sense la necessitat d'anar a una oficina, fer aportacions al pla de pensions des de l'ordinador o mòbil i obtenir una signatura digital per signar contractes a distància amb plena garantia jurídica i validesa legal.

Francisco González va dir un cop que l'èxit de la banca digital seria poder contractar una hipoteca en línia i en quinze minuts. Tot arribarà. ●



Amb l'aplicació BBVA Wallet, els usuaris poden pagar amb el mòbil com si fos una targeta de crèdit.