

3 PSD2, perspectiva del modelo de negocio: las API financieras fomentarán las innovaciones en el modelo de negocio

Lo más destacable

La PSD2 introduce cambios importantes en el panorama de pagos europeo. Desde la perspectiva del modelo de negocio, las empresas de servicios financieros pueden convertirse en proveedores externos (TPP): PISP y AISP y asociar las API para acumular valor concentrándose en hacer los sistemas de pago "más grandes y mejores", o convertirse en ASPSP para disociar las API y acumular valor encontrando o creando "nuevas" fuentes de ingresos.

Evolución reciente

El 16 de noviembre de 2015, el Consejo de la Unión Europea adoptó la Directiva de servicios de pago (PSD2) revisada. Según la Comisión Europea, "las nuevas reglas protegerán mejor a los consumidores cuando hacen pagos, promoverán el desarrollo y el uso de formas de pago innovadoras a través de Internet o del teléfono móvil y harán más seguros los servicios de pagos europeos". Los estados miembros tienen ahora dos años para introducir en las leyes nacionales los cambios necesarios para cumplir las nuevas reglas.

Conceptos clave de la PSD2

El plan de pagos revisado exige la desaparición de algunos participantes tradicionales, mientras que el plan de información revisado postula la emergencia de nuevos participantes: los TPP (proveedores externos). Asimismo, tanto en los planes del pago como de información del mundo posterior a la PSD2, todas las interacciones (acceso a las cuentas - XS2A) se realizarán a través de las API (interfaces de programación de aplicaciones), que, sencillamente, son reglas que determinan cómo las aplicaciones "hablan" entre ellas. Las API no solo permiten interacciones estandarizadas entre los diversos participantes del ecosistema de pagos, sino que también permiten y habilitan las innovaciones del modelo de negocio.

La desaparición de algunos participantes tradicionales. Dados los cambios que incluye la PSD2, algunos participantes tradicionales, como los adquirentes mercantiles (p. ej. WorldPay) y los sistemas de tarjetas (p. ej. MasterCard) se verán amenazados, pues sus funciones no se prevén en la nueva directiva. Para los consumidores, la experiencia de pago será prácticamente la misma que antes y después de la PSD2: ir a cualquier tienda digital, comprar y pagar. Para las empresas que inician el pago (conocidas como los "PISP": proveedores de servicios de iniciación de pagos), la relación final cambiará: en vez de interactuar con los adquirentes mercantiles, los PISP interactuarán directamente con los bancos que administran las cuentas de los clientes (conocidos como "ASPSP": proveedores de servicios de pago para el servicio de cuentas).

La aparición de nuevos participantes: los TPP. Ya hemos hablado de uno de los dos proveedores externos (TPP) descritos en la PSD2, los PISP (comerciantes). Pero también están los AISP (proveedores de servicios de información de cuentas), que añaden información desde varios ASPSP, "agrupando" varias relaciones en un solo punto de contacto para el cliente. Se pueden encontrar un par de ejemplos de referencia de este concepto hoy en día en servicios como Mint (EE. UU. y Canadá) y Fintonic (España). Los AISP accederán a la información de distintos ASPSP a través de API abiertas a petición de los clientes. Este "acceso" se denomina "XS2A" en la PSD2, de lo que hablaremos a continuación.

El acceso XS2A irá a través de las API. En una solicitud del cliente, los ASPSP deben proporcionar acceso a las cuentas (XS2A) a los PISP y los AISP a través de las API según las normas técnicas reguladoras (RTS) tal como las define la Autoridad Bancaria Europea (ABE). En aras de una mayor claridad, analicemos parte de esta sopa de letras. En el sistema de pagos, los clientes dan permiso a los PISP (los comerciantes o comercios) para ejecutar los pagos sin tener que divulgar los datos de acceso del ASPSP (el banco), utilizando *tokens*. En el sistema de información, los clientes dan permiso a los AISP (los agregadores de información) para obtener información de varios ASPSP (los bancos).

Impacto en el modelo de negocio

Según Raymond Kurzweil, reconocido futurista de la tecnología, "una vez que cualquier dominio, disciplina, tecnología o sector está habilitado para la información y empoderado por los flujos de información, su precio/rendimiento empieza a duplicarse aproximadamente cada año" y no se detiene mientras la tecnología siga haciendo progresar el desarrollo tecnológico. El resultado es un crecimiento exponencial, que empieza lentamente y luego se acelera. Vista desde esta perspectiva, la PSD2 no solo regulará los pagos (apoyando el cambio lineal), sino que también conducirá el sector de los pagos al futuro (apoyando el cambio exponencial); de este modo se garantizará la naturaleza "dinámica" de los sistemas de pagos en Europa.

Los clientes. Las tecnologías exponenciales son directamente responsables de la proliferación de los teléfonos inteligentes (y los dispositivos con Internet). En Europa, habrá 815 millones de usuarios de teléfonos inteligentes con el 90% de conexiones de banda ancha (velocidades 3G+) en el año 2020, lo que significa que habrá literalmente cientos de millones de clientes de productos financieros digitales, servicios y experiencias en Europa. Con la llegada de la PSD2, muchos participantes buscarán con insistencia una relación con los clientes de los bancos convirtiéndose en AISP, para competir por una cuota de los monederos de los clientes (economías de alcance). Dado que los pagos se ven como un producto/servicio de pasarela, la lógica imperante dicta que quien ofrezca la mejor experiencia de cliente (CX) en los pagos tendrá a los clientes para otros productos/servicios y creará un "upselling" adicional u oportunidades de ventas cruzadas. Para ello, los AISP deben tener un conocimiento profundo de los clientes (big data) y crear experiencias por vinculación (utilizando la información de los ASPSP).

La infraestructura. Cuando Amazon lanzó los AWS (servicios web de Amazon) en marzo de 2006, cambió las reglas del juego al destruir la ventaja de las "economías de escala" de las empresas grandes. En la actualidad, toda empresa de nueva creación tiene la capacidad de llegar a dos mil millones de clientes y de acceder a la infraestructura digital que puede ampliar (dinámicamente) para dar servicio a esos clientes. En la PSD2, las empresas de nueva creación y otros recién llegados probablemente aprovecharán esta escala bajo demanda y la posibilidad de llegar a los clientes de forma masiva para crear plataformas; más concretamente, para crear plataformas o "mercados" centrados en la experiencia del cliente (CX) y tomar las riendas de la relación con el cliente como AISP. Esto quiere decir que los AISP que ofrezcan la mejor experiencia de pago (con las API y según XS2A) encontrarán oportunidades de negocio en el mundo de la PSD2. Como resultado, tratarían de que los ASPSP proporcionaran las API bancarias. En vista de este enfoque, los bancos y otras instituciones financieras (ASPSP) están listos para ofrecer API bancarias como un servicio para los AISP.

Conclusiones

La PSD2 producirá cambios en el panorama de pagos europeo y en los bancos, y los participantes que ofrecen otros servicios financieros tendrán que hacer los ajustes necesarios. En general, los bancos y otras partes involucradas tendrán que liderar la experiencia de cliente (CX) de los pagos vinculando las API o bien formar parte de otras plataformas CX desligando las API, o incluso hacer ambas cosas.

CX liderada por los bancos o ser propietario/operar un modelo de negocio de plataforma. Las plataformas digitales se crean con "Big Data" (reunir, analizar y extraer datos) y API (vincular o disociar las

API principales). Con la PSD2, los bancos pueden convertirse en AISP, proveedores/operadores de plataformas CX, organizando las API de pago "adecuadas" para los clientes. Como los bancos tienen una amplia gama de datos disponibles, especialmente "datos de decisión", las partes involucradas deberían estar bien posicionadas para competir. Como se ha mencionado, debido a que los bancos acumulan más información, tienen oportunidades para convertirse en organizaciones exponenciales.

Los bancos en cada CX o la disociación del modelo de negocio o del "producto". La PSD2 también obliga a los bancos a la disociación de los modelos de negocio y los "productos". En la Directiva, los bancos podrían verse obligados a elegir un enfoque: ser propietarios/operar una plataforma de pago (AISP) o bien ofrecer infraestructuras de pago como un servicio (ASPSP). Como ASPSP, podría interesarles atomizar o disociar las funciones/procesos bancarios en distintas API de modo que puedan consumirlas fácilmente los AISP. Al hacer que la mayoría de las API bancarias estén disponibles individualmente, los bancos (o sus API) pueden, en teoría, formar parte de cada experiencia del cliente.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por la unidad de Regulación Digital:

Economista Jefe de Regulación Digital

Álvaro Martín

alvaro.martin@bbva.com

Vanesa Casadas

vanesa.casadas@bbva.com

Pablo Urbiola

pablo.urbiola@bbva.com

Israel Hernanz

israel.hernanz@bbva.com

Sang Gu Yim

sanggu.yim@bbva.com

Alicia Sánchez

alicia.sanchezs@bbva.com

Javier Sebastián

jsebastian@bbva.com

Con la colaboración de:

David Tuesta

david.tuesta@bbva.com

Alvaro Ortiz

alvaro.ortiz@bbva.com

Tomasa Rodrigo

tomasa.rodrigo@bbva.com

BBVA Research

Economista Jefe Grupo BBVA

Jorge Sicilia Serrano

Área de Economías Desarrolladas

Rafael Doménech

r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso

miguel.cardoso@bbva.com

Europa

Miguel Jiménez

mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp

Nathaniel.Karp@bbva.com

Área de Economías Emergentes

Análisis Transversal de Economías Emergentes

Álvaro Ortiz

alvaro.ortiz@bbva.com

Asia

Le Xia

le.xia@bbva.com

México

Carlos Serrano

carlos.serrano@bbva.com

Turquía

Álvaro Ortiz

alvaro.ortiz@bbva.com

Coordinación LATAM

Juan Manuel Ruiz

juan.ruiz@bbva.com

Argentina

Gloria Sorensen

gsorensen@bbva.com

Chile

Jorge Selaive

jselaive@bbva.com

Colombia

Juana Téllez

juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea

hperea@bbva.com

Venezuela

Julio Pineda

juliocesar.pineda@bbva.com

Área de Sistemas Financieros y Regulación

Santiago Fernández de Lis

sfernandezdelis@bbva.com

Sistemas Financieros

Ana Rubio

arubiog@bbva.com

Inclusión Financiera

David Tuesta

david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas

María Abascal

maria.abascal@bbva.com

Regulación Digital

Álvaro Martín

alvarojorge.martin@bbva.com

Áreas Globales

Escenarios Económicos

Julián Cubero

juan.cubero@bbva.com

Escenarios Financieros

Sonsoles Castillo

s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos

Oscar de las Peñas

oscar.delaspenas@bbva.com

Interesados dirigirse a:

BBVA Research

Calle Azul, 4

Edificio de la Vela - 4ª y 5ª plantas

28050 Madrid (España)

Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00

Fax: +34 91 374 30 25

bbvaresearch@bbva.com

www.bbvaresearch.com