

## 5 Neobancos: creando el banco digital desde cero

---

### Facilitar la obtención de licencias bancarias abre el camino a nuevos jugadores

**Entre las empresas *fintech*, algunas aspiran a convertirse en bancos y ser una alternativa solo digital a las entidades tradicionales. Hasta ahora el mayor escollo que encontraban era la complejidad y el coste para obtener una licencia bancaria, pero en el Reino Unido ya se han dado pasos para simplificar este proceso, facilitando el surgimiento de varios neobancos.**

#### Introducción

Una característica de las empresas emergentes en el sector financiero (*fintech*) es que se especializan en un solo producto, en el que su mayor agilidad y una mejor experiencia de cliente, así como el menor peso regulatorio, les dan una ventaja competitiva frente a los bancos tradicionales. Los segmentos de la cadena de valor de los bancos en los que han surgido un mayor número de estas empresas son los pagos, y más recientemente los préstamos a particulares y pequeñas empresas.

Entre las empresas que buscan ser protagonistas en la vida financiera de las personas, o su banco de referencia, un grupo relevante son los llamados “neobancos”. Estas entidades aspiran a satisfacer las necesidades financieras básicas de una parte muy importante de la población, que no requiere productos sofisticados. Utilizan básicamente canales digitales, especial o únicamente el móvil, y se orientan sobre todo a los clientes de las nuevas generaciones, que están más dispuestos a aceptar una entidad sin presencia física.

Su oferta de productos está basada en cuentas corrientes y de ahorro, tarjetas de débito y prepago, servicios básicos como los envíos de dinero entre particulares, combinados con distintas herramientas de gestión de las finanzas (ayuda en planes de ahorro, gestión de gastos e ingresos a través de alertas y mensajes, etc.). Pero la novedad es su foco en una mejor experiencia, más cercana a los clientes, a través de móvil y otros canales no presenciales, y su énfasis en la transparencia y reducción de las comisiones. Con este enfoque esperan conseguir una mayor fidelización de los clientes, así como la obtención de datos y retroalimentación que les permitan mejorar sus servicios adaptándolos a las necesidades de los usuarios.

Por ahora el volumen de estas entidades en número de clientes es pequeño, y su oferta está basada en productos básicos, sobre todo cuentas corrientes y de ahorro. Sin embargo, su enfoque orientado a las necesidades de los clientes, especialmente de los *millennials* y su novedad les hace interesantes como potenciales competidores de los bancos establecidos.

Frente a los bancos tradicionales, cuentan con la ventaja de no tener un legado tecnológico complejo, con datos difíciles de explotar al estar organizados en silos, y con el ahorro de costes que supone no contar con un red física de distribución. Esta modernidad y simplicidad de los sistemas tecnológicos y no dependencia de una red física les posiciona muy favorablemente para crecer rápidamente en nuevos mercados. Además, desde su inicio priman la importancia de los datos de los clientes que les permitirán ajustar su oferta a las necesidades de los clientes y dinamizar sus precios. Esta agilidad y eficiencia, así como un mayor cercanía a las necesidades de los clientes digitales, es la que les da ventaja en la competencia con los bancos tradicionales.

#### Dos enfoques: sólo relación y oferta completa

Aunque todos se denominen a sí mismos como bancos, podemos distinguir dos grandes grupos. Por una parte empresas sin licencia bancaria que ofrecen sólo la parte de relación con el cliente, utilizando un banco tradicional para el proceso de las operaciones o en un modelo de colaboración. En este caso el

cumplimiento de la regulación lo garantiza el banco en el que se apoyan. Estas empresas basan su propuesta de valor en la mejor experiencia de usuario, y ponen en valor herramientas de ayuda en la gestión de las finanzas (PFM), como [Mint](#), que evolucionan incrementando los servicios a la gestión de operaciones. Algunos ejemplos: [Simple](#), [Moven](#) y [GoBank](#) en Estados Unidos o [Number26](#) en Europa.

Con la abundancia de empresas que ofrecen servicios financieros, comienza a ser factible la construcción de un banco mediante la agregación de los diversos servicios a través de APIs, siendo transparente para el usuario final el modo en que se procesan o el banco por el que se encuentran respaldados.

También encontramos una evolución de las tarjetas prepago, con las que se pueden llegar a ofrecer los servicios de una cuenta corriente básica sin los mismos requisitos regulatorios. Este es por ejemplo el caso de [Bluebird](#), un producto lanzado por Walmart y American Express para alcanzar a segmentos de la población poco bancarizados en Estados Unidos, y que permite realizar ingresos y pagos.

Por otra parte, el segundo modelo es el de aquellos que buscan desde el inicio convertirse en bancos minoristas completos, con todos los servicios, pero prescindiendo de los canales de distribución basados en oficinas, surgiendo como bancos móviles. Como ejemplos podemos considerar a [Fidor](#), un banco alemán fundado en 2009, que está destacando por su innovación y que opera en el Reino Unido desde 2015, o [mBank](#) en Polonia.

Estos bancos, para operar como tales y no con el modelo del primer grupo garantizando la protección de los consumidores, deben obtener licencias bancarias, lo que en la mayor parte de los países es complejo y costoso en términos económicos.

Las autoridades financieras en el Reino Unido (FCA y PRA), con el fin de incentivar la competencia, han modificado las condiciones de obtención de licencias bancarias, rebajando los requisitos en cuanto a capital, incrementando el plazo para la adquisición del capital requerido por Basilea III y simplificando el proceso de obtención de la licencia, lo que permite reducir el plazo para este trámite de más de 2 años (lo que tardó [Metro Bank](#) en obtener la licencia siendo el primero banco nuevo en conseguirlo en 100 años) a seis meses en el nuevo escenario. El nuevo proceso de obtención de la licencia consta de tres fases<sup>2</sup>:

- Presolicitud, en el que se presenta el modelo y plan de negocio a un comité.
- Solicitud: se presenta una vez superada la primera fase
- Puesta en marcha de la licencia: periodo de crecimiento del capital

Desde la publicación de esta normativa hasta diciembre se habían recibido más de 20 solicitudes, y se han otorgado licencias a [Atom Bank](#) en junio de 2015 y [Tandem](#) en diciembre.

Atom Bank fue fundado por Anthony Thompson, co fundador de Metro Bank y entre sus inversores se encuentran BBVA (con una participación de 29,5%), Anthemis Group, Woodford Investment Management, Polar Capital Group, and Marathon Asset Management.

Tandem Bank, antes llamado OpenBank, cuenta entre sus fundadores con Matt Cooper, anterior miembro de Capital One, y Ricky Knox, fundador de Azimo. Entre sus inversores destaca Route 66 Ventures.

Habrá que esperar para ver si otros países siguen la iniciativa de los reguladores británicos y simplifican igualmente sus procesos de obtención de licencias para facilitar la entrada de nuevos bancos.

Los jugadores tradicionales también están explorando las posibilidades de los modelos de distribución por canales solo digitales, con ejemplos como [Hello Bank](#) (filial de BNP Paribas) o [UBank](#) (del australiano NAB). En estos casos la oferta de productos puede ser más extensa, incluyendo productos más complejos (como hipotecas), ya que cuentan con el respaldo de los bancos matriz.

<sup>2</sup> *Banking authorisation process*, Financial Conduct Authority, London, 2014 <<https://www.fca.org.uk/static/documents/banking-authorisation-process.pdf>>

**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

*Con la colaboración de:*

David Tuesta  
david.tuesta@bbva.com

Israel Hernanz  
israel.hernanz@bbva.com

Sang Gu Yim  
sanggu.yim@bbva.com

Alfonso Arellano  
Alfonso.arellano@bbva.com

Alicia Sánchez  
alicia.sanchezs@bbva.com

Javier Sebastián  
jsebastian@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  
alvaro.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](http://www.bbvaresearch.com)