

El Open Finance es una realidad en México y todos los actores dentro de la industria financiera deberán tener una actitud de colaboración para impulsar su desarrollo, generando beneficios para los consumidores y promoviendo una sana competencia en los mercados.



DESARROLLO DE *OPEN* **BANKING/FINANCE** EN MÉXICO: PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA

Lic. Mariana Velázquez Suárez Mayo 2020

Este reporte tiene como único propósito informar al lector sobre algunas de las visiones que existen en el sector financiero con respecto a la iniciativa de Open Banking/Open Finance ordenada en la Ley Fintech.



Unleashing the power of data

CONTEXTO

Open Banking (“OB”) es una iniciativa nacida en el Reino Unido (“UK”), en el 2016, donde la Competition and Markets Authority ordena a los nueve bancos más grandes a implementarla, con la finalidad de incrementar la competencia en el sector bancario, a través de la compartición de datos abiertos¹ y datos transaccionales² de los clientes de los bancos, con terceros desarrolladores de soluciones tecnológicas que ofrecen la capacidad de mejorar la salud financiera y la experiencia de sus usuarios.

Para lograr los objetivos de la autoridad, en Londres se estableció una entidad central (*Open Banking Implementation Entity* u *OBIE*) para gestionar todos los aspectos relativos al *Open Banking*, como el desarrollo de los estándares de APIS (que son los protocolos de comunicación a través de los cuales se hace el intercambio de datos), el enrolamiento de terceros, la gestión del directorio de entidades autorizadas, entre otras funciones.

Esta iniciativa ya ha sido adoptada en algunos otros países como, entre otros, la Unión Europea, Hong Kong, Australia, Singapur y Brasil, aunque las implementaciones, que presentan diferencias en sus enfoques y alcances, se encuentran aún en etapas muy tempranas, sin embargo, es indudable el interés que ha generado a nivel mundial dados los beneficios que se empiezan a materializar en las jurisdicciones donde está operando.

México ha optado por introducir esta iniciativa en su sistema financiero con la promulgación de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera (“Ley Fintech”) en marzo del 2018, con su propio enfoque y alcance, ya que las entidades obligadas a compartir datos abarca prácticamente a todos los proveedores de servicios financieros, llamándosele comúnmente a esta iniciativa *Open Finance* (“OF”).

En el contexto internacional, si bien la Tesorería Británica, en una visita que realizó la CNBV en 2018, consideraba que no se iba a poder medir el éxito de esta iniciativa sino solo hasta después de cinco años de implementada, lo cierto es que las cifras de firmas enroladas en el OBIE (alrededor de 300) y el número de usuarios de soluciones de OB (aprox. 2 millones) a este año, dejan ver una tendencia existosa del OB. Inclusive, la autoridad financiera FCA (Financial Conduct Authority) está analizando el ampliar esta iniciativa a más sectores de la industria, es decir, extenderla de ser *Open Banking* a ser *Open Finance*.

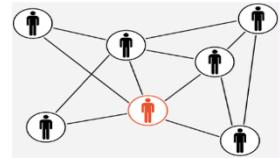
¹ Datos abiertos se refieren a información no confidencial relacionada a un producto o servicios financieros, como puede ser la ubicación de sus oficinas y sucursales, cajeros automáticos u otros puntos de acceso a sus productos y servicios, entre otros-

² Datos transaccionales son aquellos relacionados con el uso de un producto o servicio, incluyendo cuentas de depósito, créditos y medios de disposición contratados a nombre de los clientes

PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO EN MÉXICO

Open Vector llevó a cabo una serie de entrevistas informales con algunos personajes de alto nivel del sector bancario (bancos-5, autoridades-2, asociaciones de la industria-1, fintechs-2 y empresas de consultoría-2), para conocer sus perspectivas del desarrollo de OB en México y a continuación se presentan algunas de las conclusiones del ejercicio:

- En general, los entrevistados tienen una visión positiva sobre la introducción del OF en México, sobre todo por el alcance tan amplio que abarca la Ley Fintech. Para la mayoría de los bancos, esta iniciativa es un tema prioritario en sus estrategias de desarrollos tecnológicos, como parte de sus esfuerzos de transformación digital, ya que ven en el OF una oportunidad para ofrecer más valor a los consumidores e integrarlo a sus funciones como factor para lograr que los clientes “se enamoren” de los nuevos canales digitales. Hay otros bancos que no tienen al OF como prioridad ya que consideran que pueden mantener el *status quo* en el mercado por las características del mismo, como el alto uso de efectivo, la baja bancarización, concentración de mercado en pocos competidores, etc. y prefieren darle prioridad a otros proyectos. Se mencionó que el sector bancario debiera ya estar bien preparado para lo que se viene en materia de OF ya que han tenido suficiente tiempo para prepararse. Desde el punto de vista tecnológico, no se le ve tanta complejidad al OF para la implementación, como si lo puede ser a nivel estratégico, porque se debe tener un entendimiento muy claro de hacia dónde se quiere ir y cómo se va a aprovechar el uso de los datos para mantener sus ventajas comparativas. Va a ser muy importante el impulso coordinado entre el sector público y privado para que se alcance el máximo potencial de esta iniciativa, de manera acelerada. Para ello, será necesaria una actitud de colaboración entre todas las partes, dentro de cada sector y transversalmente.
- Fue común la opinión de que persiste cierto nivel de desconocimiento sobre el tema de OF en el mercado y dentro de los propios bancos. Específicamente, se mencionó más de una vez que las áreas de cumplimiento normativo y de riesgos no tienen el mismo nivel de conocimiento que las áreas de innovación o desarrollo de negocios. Lo anterior sugiere que a través de los canales de comunicación formales de los bancos no está permeando la iniciativa de OB/OF. Para promover el conocimiento dentro de las instituciones, se sugiere: i) crear awareness en las capas de mando alto para permear hacia abajo; ii) difusión con origen en las áreas de innovación y transformación digital y iii) mayor capacitación.
- Con respecto al apetito que hay en la industria, la banca sí lo tiene. Especialmente, el interés se enfoca en el consumo de datos. Se mencionó, incluso, que no se trata de tener más o menos apetito, sino que todos los bancos deben de tener algún tipo de estrategia de OB/OF que les permita seguir manteniendo o mejorando su posición en el mercado ya que, de no hacerlo, pueden perder oportunidades y quedarse atrás. Dentro de las preocupaciones que deben ser atendidas, están, entre otras: i) riesgo de abrir la puerta al cibercrimen y al fraude por lo que la regulación debe de ser muy robusta; ii) el OF va a implicar esfuerzos para la automatización y limpieza de datos



y no todas las entidades están preparadas; iii) las instituciones de otros sectores pueden enfrentar otro tipo de desafíos, como el contar con los recursos suficientes para implementar los requisitos de seguridad; iv) entrada al mercado de las BigTech con soluciones de OF; etc. Entre las recomendaciones que se mencionaron, están: a) régimen de autorización de terceros robusto para que se genere un entorno seguro y de confianza en el sistema; b) la carga regulatoria y de autorización debe ir en función del tipo de dato que se va a consumir; c) lista negra pública de aquellos terceros que no cumplan con los requisitos regulatorios; etc.

- El éxito del OF deberá ser medido, no en función del número de usuarios que otorgan su consentimiento para compartir datos, sino en función del número de clientes que realmente obtengan un beneficio por el uso de soluciones basadas en OF. La adopción se volverá relevante en la medida en que los usuarios le encuentren valor al hecho de compartir sus datos, es decir, que las soluciones de OF ofrezcan información útil, basada en los patrones de transaccionalidad de los usuarios, a pesar de que pueda haber cierto nivel de desconfianza para compartir datos o comprometer su privacidad. Será clave para que los consumidores adopten esta iniciativa, el que estén claramente informados sobre lo que están compartiendo, la finalidad del uso de sus datos y el alcance de su consentimiento.
- Finalmente, con respecto a las expectativas del desarrollo a 3 y 5 años, se estima que esta iniciativa ya se encontrará en una etapa de maduración o escalamiento. Algunos entrevistados concuerdan en que el OF va cuesta arriba y que para el 2021 se empezarán a ver las primeras soluciones de OB, especialmente aquellas que aprovechen la información de ATMs. No obstante, la mayoría creen que a partir del 2023 se empezarán a ver los productos más personalizados y atractivos. Toda vez que hay entidades que no tienen al OF como un proyecto prioritario, en 3 y 5 años se va a notar el efecto de las que se prepararon para el OF vs. aquellas que no lo hicieron o que entraron tarde.



CONCLUSIONES

Es claro que la evolución de los servicios financieros tiende a promover cada vez mayor personalización, que represente una mejor experiencia de los clientes y usuarios de servicios financieros, quienes cada vez demandarán productos y servicios que se adapten mejor a sus propias necesidades.

Si bien en el contexto de UK se ha visto un acelerado incremento en el número de usuarios de OB y la mayoría de nuestros entrevistados opinan que el impacto debe ser medido en función de los usuarios beneficiados por el uso de las soluciones OB, en Open Vector creemos que ese indicador no es desdeñable toda



Unleashing the power of data

vez que aquellos usuarios pueden haber ya experimentado algún tipo de beneficio mediante el uso de sus aplicaciones.

El OF tiene el potencial de lograr personalización y por ello se ha convertido en una tendencia mundial que está siendo adoptada por más países, cada uno con distintos enfoques y alcances, que, ciertamente, representa nuevos riesgos que la industria en su conjunto habrá de mitigar, pero las instituciones financieras no la deben ignorar ya que, de hacerlo, pueden perder la oportunidad de generar más beneficios para sus clientes y mayor capacidad de competir en un mercado donde los participantes están haciendo esfuerzos para transformarse digitalmente.

Por otra parte, para entender bien las implicaciones de una iniciativa de esta naturaleza, las entidades deben capacitar a su personal para que los equipos puedan alinear sus estrategias y atajar la resistencia a establecer estrategias de OF como una prioridad.

El OB/OF no debe de verse como un tema de cumplimiento regulatorio. Son varias las entidades que están considerando utilizar la “*apificación*” con distintas funcionalidades, que les producirá, por ejemplo, nuevos canales para llegar a más clientes a través de terceros, como la apertura de cuentas mediante una app de transportación, de uso cotidiano (i.e. UBER).

Esta iniciativa va a requerir la colaboración de, al menos, entidades financieras, reguladores, expertos desarrolladores en tecnología y firmas de consultoría para que se logre un marco de desarrollo robusto, pero balanceado, que permita el impulso a la innovación, protección al consumidor y mayores posibilidades para una sana competencia.