

Innovación para la Banca del siglo XXI - Parte 2

En la segunda parte de la conferencia de “Transformación Digital” de BBVA, en la cual el CIDEN tuvo participación, se habló acerca de las empresas del hoy y del mañana.

BBVA ha lanzado en España y México BBVA Spark con el objetivo de impulsar la innovación y ayudar en su crecimiento a las empresas que están defendiendo el futuro con propuestas innovadoras, basadas en tecnología y con estrategias claras. BBVA Spark apuesta por los futuros y actuales unicornios con la agilidad y flexibilidad que necesitan para alcanzar el éxito.



Se considera como la nueva banca para las empresas innovadoras de alto crecimiento, lanzando una propuesta integral de servicios financieros para acompañarlas en sus distintas fases de crecimiento. Además, BBVA Spark integra las actividades de Open Innovation para impulsar el ecosistema de innovación, la colaboración de ‘startups’ con el banco y crear aprendizajes para llevar a la compañía al siguiente nivel.

Ofrece modelos como el venture debt, el cual permite a las compañías acceder a financiación bancaria. Como servicios financieros está la amplitud de la oferta a las compañías tecnológicas en fases más avanzadas con financiación a través de productos como growth loans, que permiten entrar a nuevos mercados. La entidad cuenta con su propia red de banqueros y asesores especializados, por lo que ofrece consultoría en operaciones de fusiones y adquisiciones y la preparación para salir a la Bolsa.



Las compras y ventas en línea son cada vez más cómodas que las transacciones en tiendas locales, ya que las tiendas online pueden ofrecer una experiencia de compra segura sin necesidad de salir de su casa para hacerlo, y algunas veces, con mejores precios. En el 2020, las transacciones digitales tuvieron un crecimiento de más del 70%; este porcentaje sigue creciendo y probablemente se mantendrá en tendencia positiva en los próximos años.

El open banking fue un factor importante de cambio en el mercado de los servicios financieros porque además de digitalizar y automatizar procesos financieros, promovieron la aparición de nuevos servicios totalmente centrados en el cliente. Por ejemplo, la tarjeta de crédito Nu que, al simplificar los servicios financieros, derriban barreras históricas y al mismo tiempo contribuyen activamente para que millones de personas disfruten de productos y servicios financieros que antes eran inaccesibles.

La tecnología ha desempeñado un papel fundamental en ámbito del e-commerce para mejorar la experiencia del usuario. Son muchas las empresas que tienen previsto utilizar distintas innovaciones tecnológicas para impulsar el negocio. Tal como lo es el caso de Rappi, que desde su fundación ha sido una de las empresas de servicios a domicilio más innovadoras del mercado.

También se habló sobre la industria del lifestyle, la cual está evolucionando constantemente. Teniendo como principal ejemplo Ben & Frank, una plataforma que ofrece un innovador modelo de negocio en la industria óptica, pues ofrece venta de lentes a través de su tienda en línea a menos de la mitad de precio que las cadenas de ópticas tradicionales.



El consumidor del futuro (cercano) será cien por cierto digital, entendido en el Metaverso, apoyado en la tecnología de cadena de bloques y siempre conectado.

Todas aquellas marcas que quieran subsistir en un mundo en constante cambio tendrán que encontrar un equilibrio entre las necesidades actuales y las demandas futuras. Sin lugar a duda, esta nueva ola de disrupción tecnológica será la que permita a las empresas acercarse al consumidor más joven y nativo digital, es decir, el consumidor del mañana.