

Intervención de Ana Botín en la XI Conferencia Internacional de Banca

I El futuro no es lo que era

Buenos días. Es un placer estar con todos vosotros en la Conferencia Internacional de Banca de Santander. Este año el tema es lo que significa ser un banco responsable en una época de disrupción.

Se ha hablado mucho de disrupción, y su factor determinante - la proliferación del uso de Internet y del móvil – durante años. Con todo, este evento no parece ser más de lo mismo y parece importante, incluso original.

Y es así porque el futuro ya no es lo que era.

Es evidente que están ocurriendo cosas preocupantes en el ámbito económico, político y social. El mundo cambia cada vez más rápido, pero no lo hace en la forma que anticipábamos hace sólo cinco años.

Pensábamos que la tecnología ayudaba a la democratización. Hace sólo unas semanas, la revista Wired aseguraba que la tecnología hace exactamente lo contrario. Un uso no adecuado de la inteligencia artificial podría conducir a una mayor centralización.

Hasta ahora Wired ha defendido más que nadie que la tecnología traería una utopía libertaria. Su santo Marshall MacLuhan fue quién acuñó el término de “aldea global”.

La tecnología e Internet traerían consigo una nueva era de libertad personal, creatividad y crecimiento. El fin de las grandes instituciones controladoras y jerárquicas.

Hoy, todas estas visiones utópicas de la tecnología parecen cada vez más alejadas de la realidad y de lo que consideramos como una sociedad inclusiva. Visiones del mundo que eran demasiado simplistas

Con el final de la Guerra Fría, la extensión de la democracia liberal a todo el planeta impulsada por la tecnología digital era asumida por todos. Sería “el Fin de la historia”. Sin embargo, el Fin de la Historia que parece acercarse es diferente y, además, hipervitaminado.

Hay mucha ansiedad, incertidumbre y enfado sobre cómo se reparten los costes y los beneficios del cambio tecnológico. Y hay buenas razones para ello.

Por eso, en momentos de pesimismo, aquellos que pensamos que un futuro mejor es posible tenemos la responsabilidad no sólo de hacernos oír sino de actuar.

II. Banca responsable

Y eso me lleva a las siguientes dos palabras: Banca Responsable

La responsabilidad es la base de la confianza. Pero hoy, la presión para ser responsables es mayor que nunca.

La gran recesión. La globalización. La tecnología digital. Todo esto ha llevado a una disrupción económica y social. Y además, los consumidores tienen más poder que nunca para movilizarse y comunicarse.

Nuestra respuesta es centrarnos aún más en dos cosas:

En ser responsables con todos con los que interactuamos, nuestros equipos, clientes, accionistas y con los ciudadanos. Con condiciones sencillas de entender. Con transparencia en el precio y en los servicios. Haciendo las cosas de forma personal. Siendo justos. Sencillo, Personal y Justo, las tres palabras que resumen como aspiramos a trabajar en Santander. Cuando lo hacemos así, consigues clientes vinculados. Si fallas, por ejemplo perdiendo datos o vendiendo productos de forma irresponsable, pierdes la vinculación en un instante. Afrontar este reto, que llamamos el reto del nuevo contexto del negocio, es clave.

El segundo tema es nuestra responsabilidad con la sociedad en general. Cómo usamos nuestras capacidades financieras para afrontar los grandes retos. Podemos jugar un papel relevante para asegurar que el crecimiento es inclusivo y sostenible. Inclusivo combatiendo la exclusión financiera, ayudando a emprendedores a lanzar sus compañías y crear puestos de trabajo y, por supuesto, ayudando a las personas a acceder la educación que necesitan con nuestro programa Santander Universidades. Sostenible financiando energías renovables, o apoyando infraestructuras inteligentes en mercados en desarrollo, tecnología para la agricultura o tecnologías verdes. Sostenible contribuyendo activamente a un sistema económico y social más balanceado e inclusivo.

Cuando hacemos esto, cumplimos con nuestra misión, contribuir al progreso de las personas y empresas, desde las necesidades de microcréditos de las empresas más pequeñas y los autónomos a las necesidades de las corporaciones más grandes.

Ejecutar esta estrategia requiere liderazgo para implantar una cultura fuerte, un gobierno interno sólido y métricas claras. Temas que tratará George Bridges más adelante en su panel.

III La tecnología importa

Y no hay duda de que la tecnología hace posible que los bancos cumplamos con esta misión de ser más responsables de forma que no era posible hace tan solo una década.

El mes pasado Openbank, el banco 100% digital del grupo Santander, lanzó su robo-advisor, que ofrece asesoramiento y servicio que antes sólo estaba disponible para los clientes de rentas altas a cualquiera con un smartphone, en cualquier momento o lugar, e incluso para invertir cantidades pequeñas.

En Brasil y en México ofrecemos microcréditos para aquellos que aún no están bancarizados. La gran presencia de smartphones, la interactividad de las apps y la capacidad de la nube ha hecho posible estos proyectos. El éxito en su implantación y el impacto social de Prospera, nuestro proyecto en Brasil, ha sido reconocido por las Naciones Unidas.

Por supuesto, los bancos siempre han sido grandes inversores en tecnología. Y todavía hoy los bancos comerciales gastamos alrededor de tres veces más en ciberseguridad que empresas de nuestro tamaño de otros sectores.

Pero hoy la transformación digital es crítica: Nuestros clientes tienen el equivalente a un superordenador de 1995 en su bolsillo y esperan más que nunca de los bancos.

Los bancos tienen que ser seguros, eficientes y responsables, ser capaces de ofrecer productos y servicios personalizados, interacciones relevantes cuando y como lo decida el cliente y a bajo coste. Y la lista sigue y sigue

Por todo ello, el Banco Responsable del Siglo XXI tiene que estar a la vanguardia en tecnología para sobrevivir.

No es sorpresa entonces el que Responsabilidad y Tecnología sean pilares de la estrategia de Santander.

Nuestra visión es ser la plataforma digital, responsable y abierta de servicios financieros.

Pero la tarea de fomentar una banca responsable no se puede solucionar por un solo banco. La cultura se desarrolla desde las normas, y las normas se basan en reglas y leyes. Trabajamos con otros tanto aquí como a nivel global, para impulsar esta cultura. Y Santander será uno de los firmantes de los Principios de Naciones Unidas para la Banca Responsable, de los que se publicará un borrador este mes.

IV La disrupción no es lo que era

Y esto nos lleva al tema de la regulación responsable.

En el pasado la norma era que nuevas compañías revolucionarían un sector. Ahora, algunos de los llamados “disruptores” son las mayores compañías del mundo.

Silicon Valley está generando menos start-ups. Y las que consiguen sobrevivir y tienen potencial, acaban siendo compradas e integradas en plataformas o se copian sus principales características y la empresa termina desapareciendo.

La disrupción hoy ya no es lo que era.

¿La razón? Las plataformas globales

Estas compañías han llegado a ser tan grandes por tres razones: las economías de escala generadas por el mundo digital, los llamados network effect, en los que cada nuevo usuario añade valor a la red, y la importancia de los datos, multiplicada por la inteligencia artificial y el machine learning. Se estima que una de las cinco grandes plataformas recopila en 15 días suficientes datos de un usuario como para rellenar 23.000 folios A4.

Estos beneficios se acumulan y refuerzan. Cuántos más datos recopilas, mejores sistemas puedes construir y cuánto mejores son tus sistemas, más datos puedes recopilar.

V Igualando el terreno de juego

¿Por qué deberíamos entender mejor estos modelos de negocios? Os voy a contar una historia

Admiral es una compañía británica de seguros que diseñó un sistema para analizar los datos que generaban los usuarios en una gran plataforma global. El objetivo era ofrecer mejores precios a algunos de sus clientes.

Solo dos horas antes del lanzamiento del servicio, la gran plataforma global forzó a la aseguradora a parar el lanzamiento. ¿La razón? La plataforma global dijo que proteger la privacidad de sus usuarios era “la prioridad máxima”. ¿Hasta aquí todo bien? Bien, salvo que un año más tarde nos enteramos de que esa misma plataforma estaba utilizando los datos de sus clientes sin su permiso.

Peor aún, si esta plataforma hubiera sido Santander y Admiral un agregador de información financiera, la actual regulación europea no nos habría permitido negarnos.

Esto se debe a que, bajo la nueva directiva europea de pagos (PSD2), los bancos tienen la obligación asimétrica de dar a los proveedores de servicios de pago y agregadores los datos sobre sus clientes. Incluso aunque no haya obligación recíproca para que las empresas no financieras incluyendo las plataformas globales compartan con terceros esos datos de los clientes.

En otras palabras, las empresas no financieras tienen una clara ventaja competitiva al poder combinar los datos bancarios de un consumidor con la información no financiera que tienen de él.

Y no es la única regulación que se aplica a la banca, pero no a nuestros competidores que hacen lo mismo. Hay numerosas asimetrías regulatorias europeas relacionadas con el asesoramiento financiero, los requerimientos de capital y, por supuesto, las leyes fiscales.

Por ejemplo, la normativa actual sitúa el requerimiento de capital inicial para empresas no bancarias en negocios de pago en 50.000 euros. Los bancos estamos compitiendo con start-ups y plataformas globales con reglas sobre requerimientos de capital, requerimientos de seguridad, cumplimiento y uso de los datos radicalmente diferentes.

E igual que con la regulación, con los impuestos. Tenemos leyes tributarias del siglo XX para una era digital. ¿El resultado? Un sector cada vez mayor de la economía no está pagando su parte justa de los impuestos. Así lo explica el Financial Times: “Las multinacionales en general han perfeccionado el arte de localizar, en términos legales y contables, sus sedes fiscales en jurisdicciones con bajos impuestos.” Pero los negocios digitales globales pueden producir sus servicios en un solo sitio y venderlos en el mercado global con una mínima infraestructura local.

VI Una llamada a la acción

¿Qué tiene todo esto que ver con la responsabilidad? Está claro que el sector privado tenemos que hacer nuestra parte, y tenemos que reflexionar sobre el rol tanto del sector privado como del público y la responsabilidad de todos en una época de disrupción. De hecho, tenemos que decidir qué clase de era de disrupción queremos. En particular, cual es el gobierno que queremos tener para hacer contrapeso a la concentración de poder y la distribución desigual de los beneficios.

Necesitamos normas claras y efectivas que nos garanticen a todos, consumidores y empresas, que Europa es realmente un espacio digital único que impulsa la innovación en el

que los derechos y las obligaciones, así como los efectos externos y no deseados se reparten de forma equitativa.

La gente asume que tiene los mismos derechos independientemente del canal o el proveedor que escojan. Esto es lo que piensa el consumidor, pero no es siempre lo que dice la ley. La legislación -ya sea de protección al consumidor, fiscal o regulatoria- sigue sin entender un hecho básico de la nueva economía: las fronteras entre sectores y mercados se han diluido.

Y enfrentados a esta evidencia irrefutable, lo que necesitamos son leyes y regulaciones neutrales y que traten a las empresas de la misma forma cuando realizan el mismo tipo de negocio, independientemente del sector al que les asignen los analistas.

Necesitamos normas que fomenten la “innovación disruptiva” real y eso requiere, entre otras cosas, entender los modelos de negocio monopolísticos. La consecuencia clásica de estos modelos es la extracción de rentas.

El control de tecnologías e infraestructuras críticas da acceso a las plataformas a la vida privada de las personas de una forma casi inexpugnable. Esta posición no es sostenible si realmente queremos una sociedad digital justa e innovadora.

Regular los negocios según lo que hacen y no según lo que son, promover la transparencia es la mejor forma de garantizar la innovación que promueve la competencia y el crecimiento sostenible. Y es la forma de asegurar el bienestar de la mayoría para que toda la sociedad se beneficie

Esto incluye regulación de datos, para garantizar que las empresas utilizan los datos de forma responsable. El derecho a la seguridad y a la privacidad de los datos es un derecho fundamental en la nueva sociedad digital.

Cada vez más voces alertan de que las plataformas globales se han convertido en parte tan fundamental en nuestras vidas que si alguna de ellas colapsara podría tener consecuencias sistémicas. Aunque no ofrezcan servicios financieros.

Finalmente, necesitamos leyes que garanticen que todas las empresas, sin importar su código postal o el código de su industria, contribuyen con su parte justa y donde se genera el beneficio a las necesidades sociales de nuestras sociedades, de forma que podamos reforzar de forma proporcional [todas las empresas digitales y tradicionales] las instituciones de Gobierno de las que dependemos.

Estos cuatro temas – negocios responsables, competencia y regulación justa, derecho a la privacidad y normas fiscales justas - deberían ser elementos indispensables de cualquier estrategia europea.

Poner parches a las normas del mundo anterior a Internet no funciona. Para lograr un crecimiento inclusivo y sostenible, mayor justicia e innovación en la Era Digital lo que se necesita es repensar el sistema operativo de nuestras sociedades, que necesariamente incluye leyes y regulaciones.

Tener las nuevas normas que puedan reconciliar a la Sociedad Digital con nuestros valores tradicionales de cohesión, solidaridad y progreso es importante y urgente.

Esta es una conversación que ni las compañías, ni las autoridades, ni los agentes sociales ni las instituciones educativas podemos seguir posponiendo.

Os invito a sumaros a esta conversación.

Gracias.