

Santiago Fernández de Lis\*  
Pablo Urbiola Ortún\*\*

# TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y COMPETENCIA EN EL SECTOR FINANCIERO

*La transformación digital ha abierto el mercado de servicios financieros a nuevos tipos de proveedores: empresas emergentes conocidas como fintech y, más recientemente, las grandes empresas tecnológicas. Estas últimas presentan un gran potencial disruptivo para el panorama competitivo por su tamaño y por las características de los ecosistemas digitales en los que integran los servicios financieros. Este artículo explora cómo el alcance de esa integración está en parte condicionado por el marco regulatorio financiero, las normas de acceso a datos y la política de competencia.*

**Palabras clave:** servicios financieros, mercados digitales, regulación financiera, datos, política de competencia.

**Clasificación JEL:** G20, K20, L40, L86.

## 1. Cambios tecnológicos y entorno competitivo

La generación, el almacenamiento y la transmisión de información es un elemento nuclear del funcionamiento del sector financiero. En piezas de información se registran los derechos y obligaciones financieras de los clientes; en flujos de información se materializan pagos e intercambios de activos; y el análisis de información permite evaluar el riesgo de potenciales prestatarios. Son solo algunos ejemplos que evidencian hasta qué punto la industria financiera ha estado desde sus orígenes basada en el procesamiento de

información, lo que explica que sea uno de los sectores que más ha invertido históricamente en tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Desde finales de los años sesenta, con la incorporación de las primeras computadoras *mainframe* en los servicios centrales, y más adelante de ordenadores personales en las sucursales, las entidades financieras han mecanizado progresivamente operaciones y procesos internos que eran muy intensivos en papel y mano de obra (Ontiveros *et al.*, 2012). Esa primera oleada de adopción de las TIC permitió procesar operaciones cada vez más complejas y hacerlo de manera más eficiente. Además, las mayores economías de escala, fruto de la automatización, empujaron al sector financiero a operaciones de concentración para aprovechar más las ganancias de eficiencia.

---

\* BBVA Research.

\*\* Institute of International Finance y BBVA Research

Si hay algo que distingue la oleada más reciente de transformación digital es que, además de introducir nuevas ganancias de eficiencia en la operatividad de las entidades, ha alterado de forma significativa la forma de relacionarse con los clientes, ha dado lugar a nuevos servicios y modelos de negocio y ha reducido algunas de las barreras de entrada que hacían del sector financiero un mercado relativamente estanco. El resultado es una disrupción en marcha que está transformando el panorama competitivo y la estructura del mercado de servicios financieros. Detrás de estos cambios se encuentran principalmente tres grandes avances tecnológicos: *i)* las redes de banda ancha y los dispositivos móviles inteligentes, *ii)* los servicios de computación en la nube, y *iii)* la explotación de grandes cantidades de datos (*big data*) y la inteligencia artificial.

La expansión de redes de banda ancha fija y móvil y la adopción generalizada de dispositivos inteligentes ha supuesto la aparición de nuevos canales de atención y distribución de servicios financieros: los portales de banca electrónica, primero, y las aplicaciones de banca móvil más adelante. Los consumidores, acostumbrados a la inmediatez, ubicuidad y sencillez de servicios digitales como las redes sociales o el comercio electrónico, han abrazado estos nuevos canales para su operativa diaria, sobre todo las nuevas generaciones. Desde el punto de vista de la competencia, los portales electrónicos y las aplicaciones móviles permiten a los proveedores dirigir su oferta a mercados más amplios y beneficiarse de economías de escala sin necesidad de desplegar y mantener una extensa red física de oficinas. Una oportunidad que está siendo aprovechada por nuevos proveedores de servicios financieros con un modelo de distribución eminentemente digital. Además, los canales digitales tienden a aumentar la comparabilidad entre los productos y servicios de distintos proveedores y a reducir los costes de cambio de un proveedor a otro para los consumidores.

Junto a la conectividad permanente que facilitan las redes y dispositivos móviles, otro de los grandes

cambios detrás de la transformación digital es el incremento de la capacidad de computación y su abaratamiento, condiciones necesarias para poder procesar un volumen de operaciones que se ha multiplicado de manera exponencial en el entorno digital. En este sentido, la computación en la nube o *cloud computing* ofrece más eficiencia, flexibilidad y escalabilidad que los sistemas centralizados tradicionales. Las empresas pueden consumir bajo demanda capacidad de computación o aplicaciones informáticas (*software*) y beneficiarse así de las economías de escala de la nube independientemente de su tamaño individual. Esta sustitución de inversión en capital por gastos de explotación disminuye las barreras de entrada en mercados como el de servicios financieros que son intensivos en el uso de las TIC.

El tercer gran avance tecnológico detrás de la transformación digital —la explotación de grandes cantidades de datos (*big data*) y la inteligencia artificial— está directamente relacionado con los anteriores. La interacción entre empresas y consumidores a través de canales digitales ha generado una explosión en la cantidad de datos disponibles, y la mayor capacidad de computación ha permitido procesarlos y explotarlos con nuevas herramientas predictivas. Las aplicaciones en el sector financiero son múltiples e irán aumentando con el tiempo: utilización de nuevas fuentes de datos en el análisis de riesgo crediticio, identificación de transacciones sospechosas de fraude o blanqueo de capitales, mayor personalización de las ofertas comerciales, asesoramiento financiero automatizado, etc. Los efectos sobre la competencia pueden ser, en teoría, de distinto signo: por un lado, los actuales proveedores del mercado cuentan con grandes cantidades de datos sobre sus clientes, lo que podría conferirles una ventaja adicional; pero, por otro lado, la explotación de nuevas fuentes de datos permite obtener por vías alternativas información relevante para competir en el mercado de servicios financieros. De ahí que la concentración o distribución de datos en el conjunto de la economía digital y las condiciones de

accesibilidad y usabilidad de los mismos condicionen enormemente el panorama competitivo.

Como ya hemos explicado, la utilización de canales digitales y de servicios de computación en la nube ha reducido algunas barreras de entrada a la provisión de servicios financieros tradicionales. Pero, además, el conjunto de avances tecnológicos descritos anteriormente ha permitido la emergencia de nuevos modelos de negocio que satisfacen con una estructura diferente las necesidades financieras de los consumidores. Las plataformas digitales o *marketplaces* son un claro ejemplo de esto. Las comunicaciones digitales han reducido los costes de transacción (búsqueda de contrapartes, negociación de contratos, monitorización, etc.) entre agentes individuales geográficamente dispersos y así han surgido plataformas que ponen en contacto a ofertantes y demandantes de financiación y que facilitan las transacciones entre ellos mediante mecanismos de confianza que reducen las asimetrías de información (Coyle, 2016). Esta transformación es clave para una industria como la financiera, donde las asimetrías de información han sido tradicionalmente la fuente de valor añadido de muchos modelos de negocio y han justificado algunas de las regulaciones.

En conclusión, las nuevas tecnologías digitales han sido determinantes en la apertura del mercado de servicios financieros, históricamente relativamente estanco, a nuevos proveedores, lo que ha generado un nuevo entorno competitivo que está en plena ebullición.

## 2. De la desagregación de la cadena de valor a la integración en ecosistemas digitales

Las nuevas empresas que han aprovechado la transformación digital para irrumpir en el sector financiero reciben comúnmente el nombre de *fintech*, un concepto que alude a las palabras «finanzas» y «tecnología», en inglés. Estas empresas emergentes suelen estar especializadas en un producto o servicio financiero concreto y a veces también en un segmento de clientes (Arner *et al.*, 2016). En general, operan en aquellos ámbitos del

sector financiero que no están sujetos a una fuerte carga regulatoria y que no son intensivos en capital, como los pagos y las transferencias. Ahí se concentra la mayor parte de la actividad *fintech*, junto a los servicios de financiación no basados en la captación de depósitos (como las plataformas de *crowdfunding*) o las aplicaciones que ayudan a la gestión de las finanzas personales (como los agregadores de cuentas o las herramientas de asesoramiento automatizado).

Al especializarse en un producto o servicio financiero concreto, estas empresas *fintech* han desagregado la cadena de valor del sector bancario, tradicionalmente unificada bajo el modelo de banca universal que intenta satisfacer el conjunto de necesidades financieras de los clientes (Ferrari, 2016). En el nuevo entorno, bancos y nuevos entrantes compiten en elementos individuales de la cadena de valor y al mismo tiempo colaboran, cada vez más, en otros. En algunos casos, las empresas *fintech* proveen de tecnología o soluciones a los bancos; y en otros casos, los bancos han integrado en su propuesta de valor los productos y servicios de terceros y los ofrecen a sus clientes.

En los últimos años, otro tipo bien distinto de nuevos jugadores está haciendo su incursión en el sector financiero: grandes empresas tecnológicas con posiciones ya consolidadas en mercados digitales. Es el caso, por ejemplo, de Amazon, Facebook o Apple en Estados Unidos y Europa o de Alibaba o Tencent en China. Al igual que las *fintech*, estas empresas también ofrecen productos y servicios financieros específicos, desagregados de la cadena de valor de la banca, pero lo que hacen es integrarlos en su propia propuesta de valor. Un movimiento que es consistente con la estrategia general de estas compañías: construir alrededor de los usuarios un ecosistema de productos y servicios (redes sociales, comercio electrónico, búsqueda, sistemas operativos, tiendas de aplicaciones, etc.) que están conectados entre sí.

La integración de servicios financieros en ecosistemas digitales tiene el potencial de alterar sustancialmente la estructura del sector financiero. La razón es que

los ecosistemas digitales de las grandes empresas tecnológicas cuentan ya con millones de usuarios activos y, además, poseen una serie de características que les confiere poder en los mercados en los que operan y les ayuda a entrar en nuevos mercados. Estas características son fundamentalmente tres: *i)* desarrollan efectos de red, *ii)* ejercen un rol de guardianes o puertas de acceso a mercados relacionados, y *iii)* generan y explotan grandes cantidades de datos.

Los efectos de red de los ecosistemas digitales suelen ser tanto directos como indirectos. Los primeros surgen en aquellos servicios que permiten a los usuarios conectarse e interactuar entre ellos, como las redes sociales. Los segundos aparecen en las plataformas o *marketplaces* que ejercen de intermediarios entre distintos tipos de agentes, como consumidores y proveedores en un sitio de comercio electrónico, o desarrolladores y usuarios en una tienda de aplicaciones móviles. Los efectos de red hacen que cuando un servicio alcanza una determinada masa crítica de usuarios se beneficie de un círculo de retroalimentación positivo que facilita la concentración del mercado (Evans y Schmalensee, 2007).

En segundo lugar, los ecosistemas digitales cuentan con productos y servicios que, por su naturaleza, ejercen un rol de guardianes o puertas de acceso a otros mercados relacionados. Es el caso, por ejemplo, de los sistemas operativos móviles, que establecen las condiciones para crear y distribuir aplicaciones, o de los motores de búsqueda, a través de los cuales los usuarios acceden a contenidos digitales o a sitios de comercio electrónico. Esto permite a los ecosistemas digitales ejercer un cierto grado de control sobre otros productos, y poder aprovechar esa posición para entrar a competir ellos mismos en esos mercados relacionados. Es lo que han hecho, por ejemplo, algunos sistemas operativos móviles al desarrollar sus propios servicios de pago móvil.

El tercer elemento clave para entender el poder de los ecosistemas digitales es que sus productos y servicios generan, agregan y explotan grandes cantidades

de datos sobre los usuarios. Esto les confiere una ventaja competitiva por varias razones. Por un lado, la acumulación de datos relevantes les permite beneficiarse de economías de aprendizaje o economías de escala dinámicas y mejorar cada vez más la calidad de sus servicios. Por otra parte, como los datos obtenidos en la prestación de un servicio pueden reutilizarse para desarrollar y/o distribuir otros productos y servicios, también se benefician de economías de alcance (Autorité de la concurrence y Bundeskartellamt, 2016). Además, los datos pueden producir efectos de bloqueo para los usuarios, ya que la personalización y el almacenamiento de datos personales dentro de un servicio pueden aumentar el coste de cambiar de un proveedor a otro.

Estas características de los ecosistemas digitales generan múltiples sinergias entre los distintos productos y servicios que los conforman. Por eso, los ecosistemas no solo añaden nuevos servicios como fuentes directas de ingresos, sino también para reforzar el conjunto del ecosistema: atrayendo nuevos usuarios y vinculándolos más, logrando control sobre mercados clave o generando nuevas fuentes de datos. Esto explica que los ecosistemas extiendan su actividad a productos y servicios tradicionalmente ofrecidos por diferentes tipos de empresas, algo que está disminuyendo las barreras entre los distintos sectores económicos.

En el caso de los servicios financieros, estos pueden desempeñar distintas funciones —no excluyentes— dentro de un ecosistema digital: *i)* servicios transaccionales (medios de pago) para las interacciones que se producen en el ecosistema; *ii)* servicios complementarios a otros productos del ecosistema, como la oferta de crédito o de seguros a los usuarios (consumidores o proveedores) de una plataforma de comercio electrónico; y *iii)* los servicios financieros pueden ser un componente más —relativamente autónomo— del ecosistema, como sería el caso de un servicio de pago móvil en comercios físicos o de una herramienta de gestión de las finanzas personales.

La integración de servicios financieros en ecosistemas digitales que, por su naturaleza, tienden a la

concentración, puede alterar radicalmente la estructura actual del sector financiero. No tanto porque los ecosistemas reemplacen a los actuales proveedores —al menos no en la totalidad de productos y servicios financieros— sino por el control que los ecosistemas pueden ejercer sobre la relación con los clientes y, por ende, sobre la comercialización de servicios financieros y la distribución de márgenes.

En cualquier caso, el impacto dependerá del grado de integración de los servicios financieros en los ecosistemas digitales de las grandes empresas tecnológicas, del nivel de involucración de estas empresas en la provisión de servicios financieros, y de la capacidad de las entidades financieras para desarrollar sus propias propuestas de valor diferenciadas, emulando algunas de las características de los ecosistemas digitales anteriormente descritas. Estas variables dependen, a su vez, de algunos factores relativamente exógenos, como son la regulación y la política de competencia. Por un lado, la carga de la regulación financiera disuade la entrada de los ecosistemas digitales en aquellos servicios sujetos a una regulación más estricta, que además tiene implicaciones para el conjunto de la organización que los provee. Al mismo tiempo, nuevas regulaciones en el ámbito de pagos y del acceso a datos facilitan la entrada de nuevos competidores en algunos servicios financieros. El papel que puede desempeñar la política de competencia se explica por las posiciones de dominio que las grandes empresas tecnológicas ocupan en algunos mercados digitales. Esto las convierte en objeto de escrutinio de las autoridades de competencia y puede limitar las prácticas con las que intervienen en nuevos mercados. En los próximos apartados desarrollamos la discusión sobre estos aspectos regulatorios y de competencia.

### 3. El papel de la regulación

La banca es un sector altamente regulado, lo que encuentra su explicación en su papel clave en los sistemas de pagos y la financiación de la economía y en

su vulnerabilidad ante la pérdida de la confianza del público, que ha impulsado una serie de intervenciones públicas con el fin de asegurar la estabilidad financiera, entre las que cabe destacar el seguro de depósitos, el préstamo de última instancia y la regulación prudencial.

El seguro de depósitos persigue dar seguridad al poder liberatorio de los pagos contra cuentas bancarias y limitar los incentivos a retiradas de depósitos por parte de los clientes ante la primera señal o rumor de debilidad de una institución (corridas bancarias), así como limitar el contagio. El seguro lo cubren generalmente las propias entidades financieras, con la garantía implícita del Estado. Por su parte, el préstamo de última instancia proporciona liquidez de emergencia a entidades solventes pero ilíquidas. El banco central es la única institución que está en condiciones de otorgarlo en las cantidades y con la celeridad necesarias.

Por último, la regulación prudencial persigue limitar los riesgos de pérdidas para las redes de seguridad descritas más arriba, al asegurar unos niveles suficientes de capital, provisiones y pasivos con capacidad de absorción de pérdidas, así como unos sistemas de control de riesgos adecuados.

Este conjunto de intervenciones tiene como objetivo que las entidades financieras autorizadas a usar la etiqueta de «banco» tengan unos estándares de solvencia elevados y unas redes de seguridad sólidas en caso de que surjan problemas. La diferencia crucial entre los bancos y otros intermediarios financieros reside en la captación de depósitos del público, sobre la cual gira el sistema de pagos minorista. Como se ha señalado anteriormente, el poder liberador de los pagos vinculados a los depósitos exige una elevada confianza del público; de ahí que las autoridades establezcan una barrera clara entre lo que es y lo que no es un depósito, y por tanto entre lo que es y no es un banco. Las obligaciones regulatorias y el control supervisor que implica atravesar esa barrera ha mantenido a los nuevos entrantes alejados de la captación de depósitos del público.

Los bancos están sujetos además a otras regulaciones no directamente relacionadas con su papel como generadores de depósitos, pero que pueden ser igualmente exigentes y onerosas desde el punto de vista del cumplimiento. Un ejemplo es toda la regulación contra el blanqueo de dinero y la financiación del terrorismo (AML/CFT por sus siglas en inglés), que aprovecha el papel central de los bancos en los flujos financieros para limitar o controlar las actividades económicas ilícitas, a través de requisitos muy exigentes de conocimiento del cliente. Es importante entender que estas regulaciones no están relacionadas con la preocupación por la estabilidad financiera que impregna toda la regulación bancaria, ni son consustanciales a la actividad financiera, sino que las autoridades aprovechan la infraestructura de los bancos y su papel central en los flujos de pagos de la economía para perseguir objetivos diferentes, no especialmente relacionados con el sector bancario. Por eso, a medida que surgen nuevas formas de mover dinero en la economía, las regulaciones de AML/CFT han ido incorporando nuevos sujetos obligados, como los emisores de dinero electrónico o las casas de cambio de activos virtuales.

En este artículo nos interesa sobre todo una tercera línea de regulaciones que inciden sobre el sector financiero y que persiguen objetivos de competencia y protección al consumidor. Su naturaleza es diferente de las regulaciones relacionadas con la estabilidad financiera y la prevención del blanqueo de dinero. Se trata en este caso de asegurar que los proveedores de servicios financieros realizan su función de manera eficiente y que no se benefician de manera abusiva de las asimetrías de información inherentes a la labor de intermediación financiera.

Por supuesto, todas estas regulaciones están relacionadas, se complementan, interaccionan y exigen equilibrios. Por ejemplo, la estabilidad financiera contribuye a la protección del consumidor (en la medida en que los consumidores son las principales víctimas de las crisis financieras), y la prevención del blanqueo

de capitales beneficia, a la larga, tanto a la eficiencia como a la estabilidad financiera.

Estabilidad financiera y competencia son objetivos aparentemente contradictorios: un excesivo énfasis en la competencia puede poner contra las cuerdas a los competidores más débiles, provocando quiebras e inestabilidad financiera; una preponderancia excesiva de los objetivos de estabilidad puede provocar ineficiencias que termina pagando el cliente bancario, tanto el ahorrador como el prestatario. Pero esta relación de intercambio entre ambos objetivos se circunscribe al corto plazo. A largo plazo solo un sistema financiero eficiente es realmente estable, del mismo modo que una estabilidad artificial, al precio de un mercado escasamente competitivo genera, a la larga, debilidades que terminan minando la solvencia.

Las regulaciones con objetivos de competencia y protección al consumidor generalmente son específicas a los distintos productos o servicios financieros y no suelen afectar al conjunto de la entidad que los provee, a diferencia de la regulación prudencial bancaria. En este sentido, a medida que la transformación digital ha dado lugar a nuevos servicios o modelos de negocio, el marco regulatorio ha ido evolucionando y extendiéndose para hacer frente a los riesgos y las asimetrías de información inherentes a las distintas actividades. Las nuevas normativas que regulan las plataformas de financiación participativa o *crowdfunding* son un ejemplo de esta evolución. Un marco regulatorio proporcional a los riesgos de las nuevas actividades puede favorecer su desarrollo al proveer certidumbre y confianza tanto a los proveedores como a los potenciales clientes.

En algunos casos, más allá de reaccionar a los cambios en el mercado, la regulación ha desempeñado un papel proactivo en abrir el sector financiero a nuevos competidores, sobre todo en el ámbito de los pagos minoristas (González-Páramo, 2016). El caso más notable es probablemente la nueva directiva europea de servicios de pago (PSD2 por sus siglas en inglés), que ha obligado a los bancos a abrir sus sistemas a otros

jugadores que, con la autorización de los clientes, pueden acceder a las cuentas bancarias para ofrecer servicios de iniciación de pagos o de información sobre cuentas<sup>1</sup>. La nueva directiva establece los requisitos de autorización para los nuevos proveedores que quieran ofrecer este tipo de servicios. Una oportunidad que puede ser aprovechada por *fintech* especializadas en uno o varios servicios financieros o por empresas con ecosistemas digitales más amplios, tal y como explicamos en el segundo apartado del artículo.

La apertura exigida por PSD2 tiene diversas implicaciones para el panorama competitivo del sector financiero. Por un lado, los servicios de iniciación de pagos tienen un impacto directo en el mercado de pagos minoristas. La posibilidad de que un tercero inicie transferencias bancarias en nombre de un cliente permite que surjan nuevos instrumentos de pago, basados en el movimiento de fondos cuenta a cuenta, que compitan con las tarjetas en el pago en comercios, especialmente electrónicos. Si bien el movimiento de fondos sigue ocurriendo dentro de la infraestructura de los bancos, estos pierden la relación directa con el cliente en el momento del pago y se convierten en proveedores de la infraestructura subyacente. Por otra parte, los servicios de información de cuentas —que agregan las transacciones de un cliente en distintas entidades— aumentan la comparabilidad entre servicios de cuentas de pago y reducen el coste para el consumidor de cambiar de un proveedor a otro, al poder mantener un repositorio de sus transacciones. Además, al igual que los servicios de iniciación de pagos, ejercen un rol de interfaces o intermediarios entre los clientes y las entidades financieras, lo que contribuye a diluir la relación directa entre ambos (González-Páramo, 2017).

<sup>1</sup> PSD2 define a los primeros como servicios de que permiten «iniciar una orden de pago, a petición del usuario del servicio de pago, respecto de una cuenta de pago abierta con otro proveedor de servicios de pago». Los segundos son servicios en línea «cuya finalidad consiste en facilitar información agregada sobre una o varias cuentas de pago de las que es titular el usuario del servicio de pago bien en otro proveedor de servicios de pago, bien en varios proveedores de servicios de pago».

Por último, pero no por ello menos importante, los servicios de información de cuentas acceden a los datos financieros transaccionales de los clientes, cuyo valor trasciende el propio mercado de cuentas y servicios de pago. Esos datos permiten conocer los hábitos y patrones de consumo de un cliente, inferir sus necesidades de ahorro o crédito o analizar su perfil de riesgo. Como PSD2 facilita el acceso a esos datos por parte de otros bancos y de nuevos jugadores, puede aumentar la competencia en diversos productos y servicios financieros.

En este punto, es importante recordar que, tal y como explicamos en el segundo apartado del artículo, la acumulación y explotación de grandes cantidades de datos es una de las características clave para entender el poder que acumulan los ecosistemas digitales. Por eso, la relación entre el acceso a datos y la competencia en los mercados digitales merece especial atención en el próximo apartado.

#### 4. Datos y competencia en los mercados digitales

El acceso a datos o información ha sido siempre un activo competitivo para las empresas de cualquier sector, pero su importancia sobresale como central en la economía digital porque muchos productos y servicios están basados en datos y las nuevas capacidades de procesamiento y técnicas de análisis posibilitan un uso más intensivo y sofisticado de los mismos. La explotación de datos permite a las empresas mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen y desencadenar un círculo de retroalimentación positivo: la calidad atrae a nuevos usuarios y aumenta la participación de los ya existentes, y esto permite acceder a más datos y seguir refinando los productos. Además, los datos también pueden ser utilizados para desarrollar y/o distribuir otros productos y servicios distintos a aquellos gracias a los cuales se obtuvo la información original.

Estas economías de aprendizaje y de alcance implican que la concentración de grandes cantidades de

datos en unas pocas empresas —algo que ocurre en los ecosistemas digitales— puede levantar barreras de entrada y reducir la competencia en algunos mercados digitales. De ahí que permitir a los consumidores mover los datos que generan de una empresa a otra surja como una posible solución para tratar de promover la competencia (Prüfer y Schottmüller, 2017). En este sentido, el nuevo Reglamento General europeo de Protección de Datos (conocido como GDPR por sus siglas en inglés) incluye un derecho a la portabilidad de los datos personales, cuyo impacto efectivo dependerá de su desarrollo e implementación práctica. Sin una cierta estandarización de las categorías de datos y los mecanismos de transmisión es difícil que surjan casos de uso prácticos por parte de posibles empresas receptoras de datos.

La nueva directiva europea de servicios de pago también facilita el movimiento de datos entre empresas, pero los flujos de información que genera no son simétricos o recíprocos porque hay empresas que, al ofrecer servicios de información de cuentas, se benefician del acceso a nuevas fuentes de datos (los pagos) sin estar obligadas al mismo tiempo a hacer accesibles sus propias fuentes de información sobre los consumidores. Esto genera una desventaja en el acceso potencial a datos entre los bancos y otros jugadores de la economía digital, especialmente las grandes empresas tecnológicas que controlan ecosistemas digitales, que gracias a PSD2 podrían acumular aún más datos y reforzar así su posición en los mercados que ya controlan o en aquellos mercados adyacentes a los que intentan expandir sus ecosistemas. Los servicios financieros son o pueden ser uno de esos mercados.

### **Política de competencia**

Como ya hemos explicado anteriormente, la expansión de los ecosistemas digitales hacia los servicios financieros está condicionada por la regulación, que ejerce en algunos casos de obstáculo (regulación prudencial) y en otros de facilitador (nuevas regulaciones

de pagos). Otro condicionante de esa expansión, cada vez más importante, es la política de competencia. A medida que las grandes empresas tecnológicas han adquirido posiciones de dominio en diversos mercados digitales, como los motores de búsqueda o los sistemas operativos móviles, sus conductas se han convertido en objeto de escrutinio por parte de las autoridades de competencia. El objetivo es evitar que abusen de su posición dominante y excluyan a competidores por medios distintos al mérito de sus productos.

Si bien cada caso de competencia requiere un análisis pormenorizado de las circunstancias y los efectos concretos, algunas posibles prácticas anticompetitivas de los ecosistemas digitales tienen que ver con las conexiones que establecen entre los distintos productos y servicios que ofrecen, normalmente con el objetivo de aprovechar su dominio en un mercado para extenderlo hacia otros. Esas conexiones pueden ser la vinculación o «paquetización» de productos (es decir, condicionar la venta de un producto a la compra de otro o vender varios productos únicamente en un paquete o con condiciones ventajosas) o el uso de la posición del ecosistema como intermediador o puerta de acceso a otros mercados para dar un trato preferencial a sus propios productos y discriminar a los de terceros. El abanico de posibles prácticas anticompetitivas es amplio y está sujeto a multitud de matices, así que no pretendemos ofrecer aquí una explicación exhaustiva. Además, algunas características de los mercados digitales (múltiples lados, precios cero, los datos como insumo central de producción, etc.) plantean retos técnicos para las autoridades de competencia a la hora de identificar los mercados relevantes y analizar adecuadamente las prácticas anticompetitivas (OCDE, 2016).

Sobre todo en la Unión Europea, las autoridades de competencia ya han impuesto algunas sanciones reseñables a ecosistemas digitales por el tipo de prácticas anteriormente descritas. En junio de 2017, la Comisión Europea impuso a Google una multa de 2.420 millones de euros por abuso de posición dominante como

motor de búsqueda por dar una ventaja ilegal a su propio servicio de compras comparativas (*Google Shopping*), y en julio de 2018, el gigante tecnológico recibió una segunda multa de cerca de 4.340 millones de euros por prácticas ilegales en relación con los dispositivos móviles Android. Ambas han marcado sucesivamente récords históricos como las mayores multas impuestas nunca por la Comisión Europea a una sola empresa.

No obstante, es difícil que el cese de las prácticas anticompetitivas —requerido por la Comisión junto a las multas— logre revertir el impacto que estas ya han tenido sobre la estructura de los mercados, con posiciones de dominio consolidadas. De ahí que surjan propuestas más drásticas para introducir regulaciones *ex ante* de neutralidad o no discriminación en el tratamiento que las plataformas digitales dan a sus propios productos y servicios y a los de terceros. De momento son discusiones en el plano teórico, pero el clima de creciente preocupación sobre el poder que acumulan las grandes empresas tecnológicas y el temor a posibles intervenciones regulatorias podría persuadir las para adoptar a partir de ahora estrategias más abiertas a la competencia en la expansión de sus ecosistemas digitales.

## 5. Conclusiones

La transformación digital de la economía ha alterado profundamente la estructura de un buen número de sectores empresariales, desde la industria de contenidos hasta el comercio minorista. El impacto también se está dejando notar en el sector financiero, aunque de forma más paulatina, en parte por el peso de la regulación financiera. Nuevas empresas conocidas como *fintech* han entrado a competir en servicios financieros específicos y, más recientemente, las grandes empresas tecnológicas han empezado a integrar algunos productos financieros en sus ecosistemas digitales; una expansión que presenta un gran potencial disruptivo para el sector financiero por el tamaño de esas

empresas y por las características de los ecosistemas digitales que construyen. No obstante, el alcance final de esa expansión es incierto y está condicionado por el marco regulatorio y de competencia. Sin ánimo de adentrarnos en la predicción del futuro, es más probable que los ecosistemas digitales intervengan activamente en la distribución y comercialización de productos financieros que en su provisión final, al menos en aquellas áreas más reguladas, como la captación de depósitos.

En cualquier caso, la integración de servicios financieros en ecosistemas digitales que tienden a alcanzar posiciones de dominio en los mercados en los que operan plantea retos para la estabilidad financiera, la competencia y la protección de los consumidores. Por un lado, algunos riesgos podrían concentrarse en un número muy reducido de jugadores, con una importancia parecida a la de las infraestructuras críticas. Por otra parte, la separación de la producción y la distribución de servicios financieros podría desalinearse algunos incentivos y generar problemas de riesgo moral en la concesión de crédito, o diluir algunas responsabilidades de protección al consumidor.

Los reguladores y supervisores financieros deben seguir de cerca la evolución del mercado, identificar los riesgos emergentes y, cuando sea necesario, ajustar el marco regulatorio, de forma que garantice la estabilidad financiera y la protección del consumidor y al mismo tiempo promueva la competencia en igualdad de condiciones. En un entorno en el que coexisten, cada vez más, distintos tipos de proveedores y modelos de negocio, esto implica avanzar hacia un marco regulatorio y de supervisión más basado en actividades y riesgos que en el tipo de entidad que las desarrolla.

Promover la competencia en igualdad de condiciones requiere también regulaciones sobre la portabilidad y el acceso a datos que sean recíprocas y no generen asimetrías entre distintos tipos de jugadores. De lo contrario, pueden tener la consecuencia indeseada de contribuir a la tendencia de los mercados digitales hacia la concentración en unas pocas grandes

empresas que acumulan grandes cantidades de datos y extienden su poder de un mercado a otro. En este sentido, el papel de las autoridades de protección de datos y de las autoridades de competencia es vital para evitar que menoscaben los derechos de los usuarios como titulares de datos y que abusen de su posición de dominio para restringir la competencia.

Un problema al que se enfrentan las autoridades en este nuevo entorno es cómo hacer frente con políticas nacionales a compañías y ecosistemas digitales que son globales. Es difícil regular y controlar desde autoridades nacionales a servicios que circulan libremente en la Red y traspasan fronteras. Algunos países tienen políticas intrusivas con las que tratan de aislar sus mercados digitales, como es el caso destacado de China, pero en general las autoridades nacionales sienten una cierta impotencia.

Europa es en este sentido pionera, ya que dispone de un marco institucional en el que una autoridad como la Comisión Europea tiene competencias de protección del mercado interior, que son transfronterizas en la medida en que puede usarse ese término dentro de la UE. Algunos estándares europeos tienden a tomarse como referencia en otros países o regiones. Por eso el enfoque que está dando la UE a la protección de datos o la política de competencia tiene una gran relevancia para la discusión global sobre los mercados digitales. Un debate que plantea la cuestión de si no sería necesario un organismo internacional — auspiciado quizás por el G20— que promueva una

mayor coordinación en cuestiones relacionadas con la privacidad o la competencia.

### Referencias bibliográficas

- [1] ARNER, D.W.; BARBERIS, J. y BUCKLEY, R.P. (2016). «The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm». *Georgetown Journal of International Law*, vol. 47, nº 4, pp. 1.271-1.319.
- [2] AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE y BUNDESKARTELLAMT (2016). *Competition Law and Data*. París y Bonn.
- [3] COYLE, D. (2016). *Making the Most of Platforms: A Policy Research Agenda*. Toulouse School of Economics - Jean-Jacques Laffont Digital Chair Working Paper.
- [4] EVANS, D. y SCHMALENSEE, R. (2007). «The Industrial Organization of Markets with Two Sided Platforms». *Competition Policy International*, vol. 3, nº 1, pp. 151-179.
- [5] FERRARI, R. (2016). «FinTech Impact on Retail Banking – From a Universal Banking Model to Banking Verticalization». En: CHISHTI, S. y BARBERIS, J. (eds.). *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. London: Wiley, pp. 248-252.
- [6] GONZÁLEZ-PÁRAMO, J. M. (2016). *Reinventar la banca: de la Gran Recesión a la Gran Disrupción Digital*. Discurso de ingreso en la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. Madrid.
- [7] GONZÁLEZ-PÁRAMO, J. M. (2017). «Financial Innovation in the Digital Age: Challenges for Regulation and Supervision». *Revista de Estabilidad Financiera*, nº 32, pp. 9-37.
- [8] OCDE (2016). *Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era*. Background Note by the Secretariat, DAF/COMP (2016) 14.
- [9] ONTIVEROS, E. *et al.* (2012). *Las TIC y el sector financiero del futuro*. Barcelona: Fundación Telefónica, Ariel.
- [10] PRUFER, J. y SCHOTTMÜLLER, C. (2017). *Competing with Big Data*. Tilburg Law School Research Paper nº 6, 2017.