

SESIÓN DE CONTINUIDAD

e-banking: hacia la integración de los datos

Jordi Soley, profesor del IESE, y Fernando de la Mora, director de PwC, impartieron una sesión de continuidad organizada por el EBCenter en la que desglosaron las ventajas que Internet aporta a la tesorería empresarial. Según los ponentes, el siguiente paso del e-banking es la integración de la información procedente de diferentes entidades.



Ponente/s: Jordi Soley, profesor del IESE; Fernando de la Mora, director de PwC

Investigación original: *La gestión online de la tesorería empresarial como producto típico actual de e-banking*

Fecha: 25/02/2003

Las empresas obtendrán valor de Internet en la medida que logren integrar el e-business en sus competencias centrales. En este sentido, la gestión online de la tesorería ha permitido a las compañías aprovechar las ventajas que aporta la Red, tales como la reducción de costes y la mejora de la eficiencia.

Así se expresó el profesor del IESE Jordi Soley en una sesión de continuidad organizada por el e-Business Center PwC&IESE y dedicada al e-banking, en la que repasó la oferta de productos online para la gestión de la tesorería que las entidades han puesto a disposición de las empresas.

Sin embargo, Soley advirtió que la introducción de Internet en los procesos corporativos avanza de una forma más lenta de lo previsto. España, a pesar de su baja penetración de Internet respecto a otros países europeos, es uno de los países donde la banca online tiene una mayor penetración. Los usuarios utilizan muy a menudo los servicios de consulta de saldos (93%), transferencias (47%) y operaciones con tarjetas (34%) y, ocasionalmente, servicios asociados al factoring (2%), leasing (2%) y planes de pensiones (2%).

Todos estos servicios suponen poner a disposición de los clientes una información que antes el usuario debía preguntar a la entidad bancaria. Acceder a esta información "de forma sistemática" es, a juicio de Soley, la mejora más importante que Internet ha incorporado a la gestión de la tesorería.

Entre los beneficios del e-banking destacan la flexibilidad de horarios, la rapidez y la comodidad. Sin embargo, Soley considera que las principales ventajas son la mejora de la eficacia (reducción de costes y errores), de la eficiencia (menores tiempos de gestión y mayor rapidez en la toma de decisiones) y de la rentabilidad (mejor uso de los recursos financieros al agilizar sus flujos transaccionales).

El profesor Soley afirmó que las soluciones del e-banking para la gestión de tesorería afectan sobre todo a las tareas del cash management operativo (cobros, pagos, transferencias, etc.) y el cash management financiero, es decir, la toma y ejecución de decisiones relacionadas con actividades de financiación e inversión (avales, depósitos a plazo o fondos de inversión).

El siguiente paso del e-banking es la integración de la información procedente de diferentes entidades, que permita al cliente disponer de un único interlocutor (single point access) y la introducción de la facturación electrónica, que evite a las empresas la introducción manual de datos y permita la desaparición de los documentos físicos. Aunque ya es posible utilizar la denominada firma electrónica, Soley recordó la importancia de la multifirma electrónica para las empresas.

Liquidez y facilidad de transacción

Por su parte, Fernando de la Mora, director de PwC, explicó las posibilidades de Internet para las actividades de mercado de capitales y banca de inversión (e-capital markets). Dentro de este segmento se han puesto en marcha numerosos modelos de negocio, desde plataformas que eliminan el papel intermediario de los bancos hasta sedes web corporativas que ofrecen los distintos productos de mercado de capitales. Esta amalgama de iniciativas se ha ido concentrando en dos modelos: portales bancarios y marketplaces. Ambos funcionan mejor para los productos tradicionales que para los derivados, y para el mercado secundario de negociación más que para el primario de originación.

En el mercado secundario de renta fija, los bonos públicos gozan de una mayor aceptación que los corporativos y, según de la Mora, ya cuentan con un 40% de los usuarios y aglutinan el 25% de las transacciones online. Respecto a los productos de renta variable, el director de PwC afirma que las cifras se acercan al 65% de los usuarios y el 37% de las transacciones por la vía online.

Como se puede observar, la red se ha convertido en un canal complementario de gran potencial dentro de los negocios de mercados de capitales para obtener eficiencias en productos líquidos y de fácil transacción. La mayoría de los grandes bancos comerciales y de inversión han establecido portales con funcionalidades de investigación, análisis y comercio. De la Mora concluyó su intervención lamentando que, en España, "todavía son muy pocas las iniciativas de mercado de capitales desarrolladas".