

La digitalización como interés común de bancos y pymes

Aunque la digitalización ya estaba en la agenda de muchas pequeñas y medianas empresas, la crisis sanitaria ha acelerado la necesidad de que éstas aborden canales no presenciales de negocio. En el actual contexto económico y social, parece pertinente que bancos y pymes alineen sus intereses para abordar juntos estos retos.



En Europa, los datos anteriores a la pandemia indicaban que sólo el 30% de las pymes utilizaba algún tipo de aplicación informática para la gestión de su actividad. Asimismo, solo una de cada cinco vendía a través de algún canal digital¹. Para un cambio de estas características es preciso el desarrollo de plataformas tecnológicas que faciliten el control de ingresos y gastos, y de pasarelas de pagos seguras, con el

fin de poder gestionar las ventas online.



Los vínculos financieros de largo plazo que unen a pymes y bancos, suponen para estos últimos una ventaja “relacional” para ayudar a las pymes a digitalizarse. En todo caso, es también importante que los bancos conozcan el funcionamiento del negocio de las pymes, para así comprender mejor sus necesidades y poder facilitarles su salto digital.

Las entidades financieras pueden apoyar el cambio en los canales de pyme de diferentes formas. La más obvia es la concesión de financiación para crear sus plataformas de venta online. Sin embargo, también pueden ofrecerles herramientas para realizar y recibir pagos, llevar una contabilidad en tiempo real o

¹ Digital economy and society statistics – enterprises. Eurostat. Septiembre 2020. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises#E-business_integration

gestionar la información de clientes y proveedores para mejorar los servicios que se les prestan o personalizarlos.



Aunque los bancos pueden tener una oportunidad de negocio y fidelización de clientes corporativos con estos servicios, las FinTech están también siendo muy activas. Se estima que el 25% de las pymes en todo el mundo² ha utilizado servicios de FinTech entre marzo y agosto en alguno de estos ámbitos: banca y pagos, gestión financiera, financiación y seguros.

Hay que tener también en cuenta que, a medida que las BigTech (como Amazon, Google o Facebook) penetran en áreas como los pagos o la financiación crediticia, es posible que los servicios de valor añadido digitales (creación de plataformas de venta online, principalmente) de las pymes se desarrollen, cada vez más, a través de plataformas creadas por grandes tecnológicas.

Es el caso, por ejemplo, de Facebook Shops³, una plataforma que ayuda a que las pymes puedan crear sus canales digitales a través de sus páginas de Facebook.

² Global FinTech Adoption Index 2019. EY. https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/banking-and-capital-markets/ey-global-fintech-adoption-index.pdf

³ Facebook Shops: The Next Power Move To Make Banks Irrelevant For SMEs. 20 mayo. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/danieldoderlein/2020/05/20/facebook-shops-the-next-power-move-to-make-banks-irrelevant-for-smes/#f9af7dd65512>