**Nivelar el campo de juego: innovación al servicio de los consumidores y del mercado**

20 de Abril del 2021

Discurso de nuestro CEO, Nikhil Rathi, en FinTech Week.



**Ponente** : Nikhil Rathi, CEO

**Evento:**  FinTech Week

**Entregado** : 20 de abril de 2021

**Nota:** Este es el discurso tal como está redactado y puede diferir de la versión entregada

**Reflejos**

* El éxito en la innovación financiera ha sido posible gracias a la amplitud de miras regulatorias.
* El apoyo a la innovación ha ido acompañado de acciones para proteger a los consumidores y los mercados.
* La FCA llevará adelante la recomendación de Kalifa Review para una Scalebox, incluida la creación de un vivero regulatorio.
* Las empresas de búsqueda en línea y de redes sociales deben asumir una mayor responsabilidad por su papel a la hora de conectar a los consumidores con estas ofertas de inversión.
* También debemos asegurarnos de que nuestros procesos internos permitan una acción rápida, por lo que actualmente estamos revisando cómo funciona nuestro Comité de Decisiones Regulatorias.

Gracias a muchos de ustedes que participaron en esta conferencia, la tecnología financiera del Reino Unido ha crecido con éxito en los últimos años, a la vanguardia de la innovación global.

Sus ingresos aumentaron a £ 11 mil millones en 2019, casi duplicándose en solo cuatro años y representando casi el 10% del total mundial. Ya este año, hemos visto más de mil millones de dólares en inversiones en tecnología financiera del Reino Unido.

Este crecimiento de los ingresos y la inversión se ha visto respaldado y, a su vez, alentado por cambios en el comportamiento de los consumidores.

Siete de cada diez de nosotros ahora utilizamos los servicios de al menos una empresa de tecnología financiera. Más consumidores están adoptando formas innovadoras de acceder a los servicios financieros en el Reino Unido que en mercados equivalentes, por ejemplo, utilizando servicios de agregación financiera para facilitar el ahorro y la gestión de los gastos.

Este éxito en la innovación financiera ha sido posible gracias a la amplitud de miras regulatorias; un rasgo que no siempre se asocia con los reguladores.

Entonces, ¿por qué la FCA ha tomado esta iniciativa?

En primer lugar, el Parlamento nos ha encomendado el deber de promover la competencia.

El desafío para nosotros es el acto de equilibrio requerido por el ciclista dentro de nuestro objetivo de competencia, en interés de los consumidores.

La elección creada por los mercados competitivos no es, en sí misma, un bien social o económico. Solo se convierte en uno cuando ofrece productos mejores o más baratos, un servicio mejorado o más personalizado, y empuja a los operadores establecidos a luchar más duro para atraer y retener a sus clientes. Fundamentalmente, los consumidores deben estar armados con información que puedan comprender fácilmente para ayudarlos a tomar la decisión correcta para ellos.

Al apoyar la innovación para ofrecer mercados más competitivos, se mantiene en equilibrio otro de nuestros objetivos: el de la protección del consumidor.

La innovación conlleva riesgos. Los nuevos productos y las nuevas empresas fracasan. Pueden llevarse el dinero de los consumidores. Como resultado, nosotros, como reguladores, necesitamos comprender nuevas ideas y permanecer cerca de empresas innovadoras.

Por eso, menos de un año después de la fundación de la FCA, creamos Project Innovate. Esto reconoció que la industria de servicios financieros tiene altos costos de entrada y, por lo tanto, aquellos que deseen unirse, con ideas genuinamente nuevas que respalden los mercados y brinden opciones a los consumidores, requieren apoyo regulatorio adicional.

Ahora hemos apoyado a más de 500 empresas altamente innovadoras, alrededor de un tercio de las que se postularon.

137 empresas también han pasado por el Sandbox, en el que las nuevas ideas innovadoras se prueban de forma segura antes de llegar al mercado. De ellos, más de la mitad completaron con éxito su prueba. Y esas pruebas que no salieron según lo planeado proporcionaron inteligencia sobre qué funciona y qué no, sin riesgo para los consumidores o los mercados.

Como resultado, ahora hay productos en el mercado que ofrecen nuevas formas de pagar, asegurar y acceder al asesoramiento. Y para respaldar el mercado en general, hemos probado soluciones regtech, por ejemplo, cómo gestionar el cumplimiento en la emisión de activos digitales o lidiar con los requisitos contra el lavado de dinero.

Este apoyo a la innovación ha ido acompañado de acciones para proteger a los consumidores y los mercados, donde creemos que los beneficios para el consumidor o el mercado son escasos o poco claros.

Por ejemplo, si bien podemos ver cuán útil puede ser la tecnología de contabilidad distribuida (de hecho, varios productos que se basan en ella han pasado por la caja de arena), hemos dejado en claro nuestras preocupaciones sobre ciertas inversiones en criptoactivos, que dependen de DLT.

El año pasado, prohibimos la venta de derivados criptográficos a consumidores minoristas porque la mayoría perdió dinero, a pesar de los importantes aumentos de precios de los activos subyacentes.

También advertimos que la inversión directa en criptoactivos es de alto riesgo, con pocas protecciones regulatorias.

Hemos sido francos. Si invierte, debería poder permitirse perderlo todo.

**Apoyo continuo a la innovación**

En la carta de recomendaciones del canciller para la FCA del mes pasado, se le pidió a la FCA que "asegurara el equilibrio adecuado entre un sector financiero que sea competitivo a nivel mundial, funcione para los consumidores y sea seguro a largo plazo".

Como parte de este cuidadoso acto de equilibrio, el Canciller anunció que la FCA llevará adelante la recomendación de Kalifa Review para una Scalebox.

Aquí, nos basamos en las lecciones del Proyecto Innovate, que ha demostrado que una vez autorizadas, las empresas continúan necesitando niveles más altos de apoyo del regulador y, a menudo, una supervisión mejorada.

Para el otoño, desarrollaremos planes para crear un 'vivero' regulatorio.

Esto creará un período de supervisión mejorada a medida que las firmas recién autorizadas se desarrollen y se acostumbren a su estatus regulatorio.

*Actualmente, las empresas obtienen un estatus regulatorio y son tratadas de la misma manera que una empresa con una larga trayectoria. El vivero regulador nos mantendrá en estrecho contacto con las empresas inmediatamente después de la autorización para que podamos brindar apoyo y, cuando sea necesario, intervenir antes para orientar a las empresas en la dirección correcta.*

Además, en breve comenzaremos a permitir aplicaciones durante todo el año para Sandbox y anunciaremos mejor el soporte que ya ofrecemos a aquellas empresas que buscan desarrollar su oferta innovadora.

Ayudaremos a conectar entidades de escalamiento con nuestros pares internacionales, a través de la Red Global de Innovación Financiera, que ahora incluye más de 60 organizaciones comprometidas con apoyar la innovación financiera en interés de los consumidores. Apoyaremos la entrada y el crecimiento de empresas en escala en otros mercados y desarrollaremos aún más las pruebas transfronterizas de productos y servicios innovadores.

Trabajando en asociación con la Corporación de la Ciudad de Londres, también perfeccionaremos Digital Sandbox, que se puso a prueba con éxito el año pasado y nos centraremos, específicamente, en la sostenibilidad.

Y en sostenibilidad, seguiremos liderando. Ayer anuncié el nombramiento de Sacha Sadan como Director de Medio Ambiente, Social y Gobernanza de la FCA. Sacha es un líder reconocido en este campo. La innovación financiera es vital si queremos lograr una economía neta cero. Cuando se una en el verano, Sacha acelerará nuestro trabajo para fomentar el desarrollo de un mercado de inversión verde y sostenible, respaldado por la protección de los inversores y el uso innovador de los datos.

**La transformación de la FCA**

También quiero que la FCA sea un regulador más eficiente y eficaz.

Nuestro trabajo durante la pandemia, ya sea en préstamos o en seguros de interrupción del negocio, ha demostrado lo que podemos lograr cuando nos movemos rápidamente para abordar el riesgo de daños al consumidor. Además, nuestro enfoque durante muchos años en la resiliencia operativa de las empresas se vio reivindicado por su capacidad para adaptarse a las restricciones de Covid.

Para aprovechar estos éxitos, hemos realizado cambios internos significativos, con una nueva estructura y contrataciones de alto nivel. Estos incluyen a Jessica Rusu como directora de datos, información e inteligencia, quien se une a la FCA a finales de este año desde una fintech y tiene una experiencia significativa en análisis de datos desde su tiempo en el comercio minorista en línea.

Apoyando a Jessica en la mejora de la función de inteligencia de la FCA estará Ian Phoenix, quien llegará a la FCA fresco después de ayudar a liderar la respuesta digital del NHS a Covid.

Abordar muchos de los problemas a los que nos enfrentamos, ya sea encontrar la aguja del abuso del mercado en el pajar de datos de transacciones, mapear el acceso al efectivo contra la vulnerabilidad del consumidor, buscar en la web publicidad deficiente o el surgimiento más rápido de banderas rojas sobre aquellos a quienes regulamos. se basa en el uso innovador de la tecnología y los datos, en muchos casos aprovechando las lecciones de otros en la industria.

Pero cumplir con nuestros objetivos a largo plazo requiere que no solo mejoremos nuestra estructura, tecnología y capacidades de análisis de datos, sino también que adaptemos nuestra cultura y nuestro apetito por el riesgo, y que aprovechemos nuestras capacidades innovadoras.

Nuestros poderes, y cómo los ejercemos, también deben seguir el ritmo de la innovación y los cambios en el comportamiento del consumidor. Por ejemplo, en un entorno de tipos de interés bajos, hemos visto un número creciente de inversores que buscan mejores rendimientos online. Demasiadas de estas oportunidades de inversión resultan demasiado buenas para ser verdad.

Hemos pedido al Gobierno que tome medidas para brindar una mejor protección financiera a los consumidores en línea; reitero ese mensaje hoy.

En última instancia, las empresas de búsqueda en línea y de redes sociales deben asumir una mayor responsabilidad por su papel a la hora de conectar a los consumidores con estas ofertas de inversión.

Mientras tanto, creo que hay cosas que podemos hacer.

Anteriormente, las plataformas online estaban exentas del régimen de promociones financieras. Esta exención se eliminó cuando salimos de la UE.

*No vemos ninguna razón por la que deban aplicarse estándares diferentes a un motor de búsqueda o redes sociales en comparación con un periódico.*

Si estas plataformas optan por mostrar y beneficiarse de los anuncios de inversiones arriesgadas, y en algunos casos fraudulentos, también deben cumplir con las reglas de promociones financieras.

La influencia que estas plataformas tienen en los inversores está creciendo, especialmente con los nuevos inversores autodirigidos. En comparación con los inversores más experimentados, aquellos con menos de tres años de experiencia tienen más del doble de probabilidades de confiar en YouTube o las redes sociales para investigar o encontrar oportunidades de inversión. Entre ese mismo grupo, solo 2 de cada 5 creen que perder parte del dinero que invierten es un riesgo real.

Los consumidores no deberían estar sujetos a estándares más bajos ni a mayores riesgos porque encuentran una inversión en línea. Estamos viendo cómo las plataformas de redes sociales se están adaptando a estas nuevas reglas. Si es necesario, tomaremos medidas. Los consumidores, y las empresas, se benefician cuando las reglas de promoción financiera se aplican de manera justa tanto a los medios digitales como a los más tradicionales.

También debemos asegurarnos de que nuestros procesos internos permitan una acción rápida.

Es por eso que actualmente estamos revisando cómo funciona nuestro Comité de Decisiones Regulatorias. El RDC es el responsable final de la toma de decisiones sobre las intervenciones controvertidas de ejecución, supervisión y autorización.

Podemos permitir que las empresas operen o no. En última instancia, podemos quitarles la capacidad a las personas para ganarse la vida en la profesión que elijan. El RDC, por lo tanto, juega un papel vital para garantizar que nuestras decisiones sean justas.

Nuestra revisión pregunta si las decisiones sobre la autorización o sobre las intervenciones de supervisión podrían tomarse de una manera más ágil. Y si esto permitiría una acción rápida y decisiva, en particular para evitar la entrada o permitir la eliminación de nuestros mercados de aquellos que no pueden o no quieren cumplir con nuestros estándares.

Esto, una vez más, demuestra la necesidad de equilibrar nuestros objetivos: permitir que las empresas compitan con los operadores tradicionales, pero que se tomen medidas rápidas contra aquellas que ponen en riesgo la protección del consumidor o la integridad del mercado.

El apoyo fundamental para la innovación está escrito en el ADN legislativo de la FCA. Está ahí en cómo equilibramos nuestros objetivos y en el mandato que nos asigna el gobierno.

Como resultado, debemos buscar constantemente nivelar el campo de juego; para ayudar a los nuevos participantes a probar ideas innovadoras y obtener la aprobación regulatoria. Esto puede hacer mucho por los consumidores que buscan un acceso más fácil e intuitivo a los servicios y nuevas formas de realizar transacciones e invertir, además de respaldar el futuro de la economía del Reino Unido.

Pero para lograr mercados verdaderamente justos y competitivos al servicio de los consumidores, debemos ser rigurosos. La confianza en nuestros servicios financieros solo se puede construir si también se nivelan las condiciones para que aquellas empresas que cumplen las reglas, que trabajan genuinamente en los intereses de sus clientes, no se vean perjudicadas por aquellas que no pueden o no quieren.

Y debemos seguir adoptando la innovación, en nuestra estructura, en nuestras capacidades y en el uso de nuestros poderes, si queremos cumplir nuestros objetivos a largo plazo.