

## Empresas & Finanzas Jornada 'La digitalización de la inversión y los medios de pago'



I. a d.: J. Domínguez, nodo de programación de Blockchain España; C. Triana, jefa de redacción de 'elEconomista'; I. Anglada, dir. de Samsung Pay; J. Vicario, dir. de Negocio de Banca Digital de Bankinter; S. Mas, dir. digital de Allfunds Bank; Á. Nigorra, dir. gral. de Bizum; A. Ayora, dir. de 'elEconomista'; y C.A. Sanz Luengo, dir. del Dpto. de Sistemas de Pago del Banco de España. FOTOS: NACHO MARTÍN Y DANIEL G. MATA

# La banca retiene la confianza de los clientes en la era digital frente a las tecnológicas

El sector financiero ve a los usuarios reacios a ceder sus datos bancarios, pese a la normativa PSD2

elEconomista MADRID.

La irrupción de las nuevas tecnologías se ha asentado en forma de teléfono inteligente en la sociedad abriendo un abanico de servicios al usuario y cambiando su forma de relacionarse. La digitalización ha transformado la economía global y al sector financiero en particular, que ha tenido y aún tiene que adaptarse a un cliente más exigente, pero también con más ofertas competidoras a su alcance.

Sin embargo, la marca banca pesa. En la era digital donde la inmediatez se hace factible a golpe de clic, las entidades han conseguido retener la confianza de los clientes pese al atractivo de los gigantes de Internet. Ésta ha sido una de las principales conclusiones que se extraen de la jornada bautizada *La digitalización de la inversión y los medios de pago*, organizada ayer por *elEconomista* y patrocinada por Popcoin, de Bankinter. En el encuen-

tro participaron Julia Vicario, directora de Negocio de Banca Digital de Bankinter; Inmaculada Anglada, directora de Samsung Pay; Javier Domínguez, nodo de programación

**Entidades y firmas no financieras apuestan por aparcar los recelos y colaborar**

de Blockchain España; Ángel Nigorra, director general de Bizum; y Salvador Mas, director digital de Allfunds Bank.

Julia Vicario aseguró que, a pesar de que cada vez hay más *fintech* (empresas de tecnología financiera) en España, los consumidores siguen valorando mucho que haya una entidad financiera detrás de un servicio. "En base a nuestra expe-

riencia, lo que más valoran nuestros clientes de Popcoin es que ofrecemos un servicio como una *fintech* pero hay una entidad solvente detrás", aseguró. En la misma línea, Salvador Mas, aseveró que la marca bancaria continúa siendo un incentivo muy alto para hacer transacciones frente a un gigante de Internet como Google, un hecho que "cuesta cambiar" en la mentalidad de los usuarios. Del mismo modo, Ángel Nigorra señaló que otros gigantes de la red como Apple o Facebook no quieren ser bancos porque la marca de un banco pesa y que haya una entidad detrás de una operación genera confianza.

### Nuevos jugadores

La digitalización ha democratizado dos áreas del terreno. De un lado, ha permitido que los clientes tengan cada vez mayor acceso a distintos productos y servicios financieros y, de la mano, ha hecho emerger a nuevos jugadores no financie-

ros, como *startup*, *fintech* o grandes tecnológicas, que ofrecen servicios financieros. Sin embargo, el espíritu de muchas de estas compañías no pasa por convertirse en un banco.

**La tecnología pone a disposición de la sociedad nuevos modelos y opciones de inversión**

De hecho, Inmaculada Anglada, de Samsung Pay, asegura que la filosofía de la compañía es que no son especialistas en materia de finanzas ni lo quieren ser. "Nuestra filosofía es colaborar con especialistas financieros porque nosotros somos especialistas en otros ámbitos como el de la seguridad o en experiencia de usuario y creemos que iniciativas como Samsung Pay permiten

enriquecer la experiencia del cliente", reseñó.

La digitalización del cliente financiero, según Julia Vicario, no sólo se queda en transacciones habituales como pagos o transferencias, sino que también se amplía al ámbito de la inversión. "Encontramos ahorradores que buscan más rentabilidad de su dinero, pero también otra forma de relacionarse con nosotros", asegura. Para ello, Bankinter ha desarrollado el *robo-advisor* Popcoin que da estrategias de inversión, antes restringidas a altos patrimonios, a inversores minoristas desde la cantidad mínima de mil euros. "Hemos democratizado la banca privada", destaca. Por el momento, tras un año de funcionamiento, Popcoin ya tiene 4 millones bajo gestión con más de mil clientes y expectativas de crecimiento exponenciales. "Aprovechamos lo mejor de la tecnología, pero nos apoyamos en el equipo de expertos de Bankinter que lleva más de

diez años dedicado a la gestión de activos”, explicó.

Para Javier Domínguez, los medios de pago digitales se utilizan desde hace ya unos años en España y ahora llega una fase en la que hay que prestarle atención a la seguridad. Domínguez destaca que las tecnologías como Blockchain han surgido de la detección de fallas y corrección y en ellas, entra en juego la seguridad de las matemáticas y la criptología. “La confianza del cliente es fundamental, pero ¿en qué o en quién confiar? De lo que sí nos podemos fiar es de las matemáticas y la criptología”, expone.

### Regulación

La transposición de la normativa europea PSD2, que entre otros aspectos, obliga a la banca a compartir los datos de sus clientes con terceros, siempre que éstos den su autorización, democratiza la entrada de nuevos jugadores en la actividad financiera. No obstante, Inmaculada Anglada recuerda que no todo el mundo tiene una experiencia demostrada para entrar ahí, aunque la regulación es muy necesaria “para definir el terreno de juego en el que estamos todos”.

Salvador Mas considera que a la regulación hay que adaptarse, aunque por el momento ve mucha expectativa defensiva desde los bancos a la hora de compartir datos y aboga por colaborar más entre los distintos tipos de entidades. Al respecto, Ángel Nigorra considera que, por lo general, la regulación siempre va por detrás del mercado y debería ser más viva. Aunque ve la PSD2 “muy positiva”, a su juicio una normativa debe cumplir tres funciones: generar confianza al usuario, fomentar la innovación y fijar claridad en las reglas del juego. Finalmente, Javier Domínguez, en lo que respecta al ámbito de las criptomonedas, señala que ahora mismo en España no hay regulación para estas inversiones y pese, a estar ya iniciadas las negociaciones con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), aún quedan dos o tres años para que la haya.

Julia Vicario considera que a los clientes aún les cuesta dar información sobre su patrimonio y menos, si no es para recibir a cambio un valor añadido. A lo que Inmaculada Anglada añade que los usuarios aún requieren de una educación a nivel financiero y también de protección de datos.

Salvador Mas, en la misma línea, señala que la gente es “sensible” a dar sus datos bancarios y no los va a regalar pese a la normativa PSD2. Recuerda que, en su día, Facebook ya propuso mostrar a los usuarios sus datos financieros en una pestaña dentro de la red, sin éxito. “Los usuarios darán sus datos bancarios si se les da algo a cambio. ¿Qué puede ser valioso? Que te ayuden a tomar buenas decisiones de ahorro e inversión”, señala. Para ello, Javier Domínguez advierte que el factor humano es clave para el asesoramiento.



“Hemos democratizado la banca privada con Popcoin”

**Julia Vicario**  
Directora de Negocio en Banca Digital de Bankinter



“Nuestra filosofía es colaborar con especialistas en finanzas”

**Inmaculada Anglada**  
Directora de Samsung Pay



“La regulación va por detrás del mercado, debe ser más viva”

**Ángel Nigorra**  
Director general de Bizum



“La gente es sensible a dar sus datos sin recibir nada a cambio”

**Salvador Mas**  
Director de digital de Allfunds Bank



“Estamos en la fase de dar importancia a la seguridad”

**Javier Domínguez**  
Nodo de programación de Blockchain España

## El Banco de España pide reglas comunes para todos los actores

elEconomista MADRID.

En un entorno en el que nuevos jugadores no financieros han irrumpido para ofrecer servicios financieros, el Banco de España considera que debe haber estándares comunes para operaciones de un mismo ámbito. Carlos Antonio Sanz Luengo, director del Departamento de Sistemas de Pago del Banco de España, señaló ayer durante su discurso de apertura en la jornada organizada por elEconomista que con la entrada en el mercado de actores no tradicionales, como los gigantes tecnológicos y las startups, “la regulación debe adecuarse a la nueva realidad estableciendo reglas comunes para todos los actores, a la vez que permita el desarrollo de las actividades tecnológicas”.

Sanz Luengo señaló que la sociedad ya es digital y lo será cada vez más, lo que ha supuesto un impacto sustancial en el plano económico y en los sectores existentes, entre ellos, el mundo de los pagos, uno de los que más ha notado el cambio. “El papel del Banco de España pasa por tratar que estos cam-



C. A. Sanz Luengo, dir. del Dpto. de Sistemas de Pago del Banco de España.

bios se traduzcan en el mayor beneficio posible para la economía en su conjunto”, aseveró. El director del Departamento de Sistemas de Pago del organismo señaló que la actuación debe realizarse en igualdad de condiciones y respetando los elevados estándares de seguridad para hacer frente a los riesgos y amenazas que pueden cernirse sobre el sector. Así, el Banco de España ha llevado a cabo diversas actuaciones como catalizador de

las diferentes iniciativas del mercado y apoyo al diálogo entre los distintos participantes.

“Competencia sí, que sea máxima, pero en un entorno cooperativo”, destacó Sanz Luengo. A su juicio, la reticencia de la entrada de nuevos jugadores en el sector financiero debe quedar atrás y mirar hacia un futuro de oportunidades. “Hay que aparcarse la actitud defensiva para optar por una proactiva”, culminó.

## La patronal bancaria aboga por las oficinas como valor añadido

elEconomista MADRID.

El tesoro de las entidades sigue siendo la confianza que le profesan sus clientes. José Luis Martínez Campuzano, portavoz responsable de Comunicación, de Educación Financiera y de RSC de la Asociación Española de Banca (AEB), puso el broche final a la jornada sobre digitalización y medios de pago recordando que, a pesar del entorno tecnológico actual, el principal activo de los bancos son los empleados, que mantienen la relación con el cliente. Campuzano aseguró que lo importante de la actividad bancaria se hace de persona a persona. “Los clientes piden una estrategia multicanal por parte de los bancos y aquí es importante reconocer el valor de las oficinas, que permiten una atención más completa y de mayor valor añadido para los clientes”, añadió al respecto.

Campuzano señaló que la digitalización es fundamental en el desarrollo económico y el sector financiero es una parte clave en el proceso de digitalización de la



J. Campuzano, portavoz de Comunicación y Educación Financiera de la AEB.

sociedad. “Los bancos se pueden considerar como los que impulsan el proceso de innovación del sector financiero y de la propia economía”, dijo.

No obstante, reconoció que este nuevo escenario digital ha traído también nueva competencia como las startups y las fintech. Campuzano consideró que las startups son valoradas de forma positiva por el sector para colaborar y

fomentar la innovación y, sobre las segundas señaló que los bancos son, en sí mismos, fintech tradicionales porque lideran la aplicación de tecnologías al mundo financiero.

Finalmente, el portavoz de la AEB pidió que, “a igual actividad, misma regulación y supervisión” puesto que ambos aspectos tienen un doble objetivo: estabilidad financiera y protección al cliente.