

Nuevos negocios digitales

Indra prevé un aumento de competencia en medios de pago con la nueva regulación

D. L.
MADRID

El rápido crecimiento del comercio electrónico en los últimos años está impulsando el uso de los métodos de pago electrónicos por parte de los usuarios. A ello se sumará un nuevo marco regulatorio el año próximo que, según un informe de Indra, supondrá un proceso de transformación digital que traerá consigo soluciones disruptivas y aumento de la competencia.

La compañía tecnológica presentó ayer el séptimo Informe Indra-Tecnocom de tendencias en medios de pago 2017. Fernando Abril-Martorell, presidente del grupo, aseguró que las herramientas financieras son un 25% de los ingresos de la compañía y que uno de sus principales objetivos tras la integración de Tecnocom es convertir a esta filial en "un líder global" en medios de pago, aprovechando la presencia de Indra en Latinoamérica. "Esta industria tiene un gran atractivo", subrayó el directivo.

Indra prevé que el crecimiento en este campo se acelere el próximo año, debido a la entrada en vigor de la nueva directiva comunitaria, la PSD2. Este nuevo marco supondrá un aumento de la presión competitiva, con la entrada de nuevos actores y se crearán "modificaciones sustanciales del modo en que pagamos cotidianamente".

"En 2018 llegarán soluciones muy disruptivas", aseguró Abril-Martorell. El informe de la tecnológica española apunta a avances en la identificación biométrica así como en *blockchain*, como los principales ejes de innovación en el sector. "Queremos ser protagonistas en este proceso", subrayó el presidente de Indra.

El informe asegura que el ritmo de adaptación de las entidades proveedoras de métodos de pago dependerá de tendencias externas, como el desarrollo de nuevas tecnologías, así como factores internos, tanto de industria como de estrategia institucional.



Uno de los temas clave que señala el informe de las tendencias futuras es el del uso de los datos de los usuarios. El estudio apunta que los clientes no muestran gran disposición a compartir su información financiera, especialmente sin tener claridad respecto a los beneficios obtenidos como contraprestación.

De este modo, los expertos recomiendan a las compañías buscar herramientas que estimulen la cesión de datos, para lo que animan a ofrecer mejores productos y servicios financieros o ventajas comerciales, siempre y cuando sean claras y suficientes para poder justificar dicha cesión.

El informe concluye que el uso de tarjetas de crédito y débito está recuperando los niveles previos a la crisis gracias al alza en el comercio electrónico. Según dicho estudio, se realizaron 365 millones de operaciones de compra online en España en 2016, un 30% más que en 2015, sumando un gasto de 24.000 millones de euros, un 20,8% más. A ello se unió

Javier Rey, director de medios de pago de Indra; Borja Ochoa, director financiero de Indra; Ladislao Azcona, expresidente de Tecnocom; Fernando Abril-Martorell, presidente de Indra, y Emilio Ontiveros, presidente de Afi.

PABLO MONGE

El informe alerta de la existencia de mayor oferta de estas herramientas que demanda por parte de los consumidores

un alza de su uso en el punto de venta del 13,5%, un incremento que duplica el ritmo de mejora de 2015, que fue del 7,5%. Por el contrario, el crecimiento del pago en efectivo fue de apenas un 0,9%.

El informe apunta que el crecimiento económico y de consumo ha afianzado el cambio de tendencia en el número de tarjetas. El parque total alcanzó los 74,5 millones de unidades, 4,6 millones más que un año antes. Cinco millones de tarjetas pasaron de débito a crédito. Las operaciones con tarjetas de débito crecieron un 22,7% y las de crédito, un 7%. Estas últimas se usaron de media 80 veces al año.

El informe también advierte de que España no muestra una gran disposición a acoger a las empresas *fintech*. Indra concluye que esto se produce por la relación entre las entidades bancarias y la seguridad de los depósitos bancarios. Por contra, señala que Latinoamérica sí es un mercado más dispuesto a aceptar a estas nuevas compañías tanto en relación a los ser-

vicios de información como en la eventual oferta de productos y servicios financieros.

Verónica López, una de las autoras del estudio realizado entre Tecnocom y Analistas Financieros Internacionales, apuntó que pese a los avances, el efectivo sigue siendo el medio de pago preferido. "Todavía no hay tanta demanda como alternativas diferentes de medios de pago existen en la actualidad", argumentó.

La analista destacó la importancia de avanzar en ciberseguridad para lograr que se genere una mayor confianza entre los usuarios, que permitan que las herramientas disruptivas de métodos de pago se asienten en España. "Será necesario que se colabore a nivel de industria", recomendó López.

Según el informe de Indra, entre los distintos útiles de seguridad, la doble confirmación con mensajes de texto o SMS fueron los más utilizados, por el 90% de los clientes, seguido por la tarjeta de coordenadas, con un 62,5%.

El alza del comercio electrónico dispara un 30% las transacciones con tarjeta

La tecnológica quiere convertir a Tecnocom en proveedor "líder"

"El dinero está condenado a desaparecer"

► Emilio Ontiveros, presidente de Afi, aseguró ayer que "el dinero en efectivo estorba" y defendió que "está condenado a desaparecer".

► El economista argumentó que el primer paso en esta "transición" es la eliminación de los billetes grandes, como está ocurriendo en EE UU y en Europa. Posteriormente, impulsarán este cambio la nueva directiva comunitaria y el incremento de la disrupción en el contexto competitivo.

► Ontiveros recordó que ya se llevó a cabo en un pueblo cántabro una "experiencia piloto" en el que se eliminó el uso del efectivo. "Hubo reticencias, falta alfabetización digital por la falta de confianza y alfabetización financiera", señaló. "Es necesario que la legislación camine hacia marginar los pagos en efectivo".

► Javier Rey, director de desarrollo de negocio de medios de pago de Indra, apuntó que "todo el mundo querrá tener su propia plataforma de pago", llegando incluso a nivel local o de tiendas concretas. "Se está perdiendo la idea de universalidad", lamentó. El directivo considera que en la actualidad se está realizando "una prueba y error" y que con el tiempo se consolidará el sector.

► Verónica López avanzó que "no será raro" ver que el próximo año los bancos centrales de países desarrollados comiencen a emitir moneda digital, como ya se ha tanteado en Suecia.