

Observatorio económico

Caja Rural de Soria



Perfiles

José María Carrizosa Lanzuela
Responsable del área de negocio de banca digital de Caja Rural de Soria.



Especial **banca digital**

Número 7 / junio 2018

Presentación

La VII Edición del Boletín de Coyuntura de la Economía de Soria se estructura en cuatro secciones. En la primera se incluye el análisis de la evolución reciente y las perspectivas del entorno económico y financiero, internacional y español. La economía mundial seguirá creciendo en 2018 a una tasa anual cercana al 4%, mientras que la economía española se ralentizará y lo hará por debajo del 3%.

En segundo lugar, se aborda un análisis y seguimiento de la realidad socio-económica de la provincia de Soria. Las estimaciones apuntan a un crecimiento del 3,4% de la economía de Soria en el último trimestre de 2017, apoyado principalmente por el avance del empleo y del sector turístico. La provincia de Soria cerraría de esta manera el conjunto del año con un crecimiento del 3,3%, una tasa superior a la media nacional y regional (3,1% y 2,5% anual, respectivamente). En cuanto a las perspectivas para 2018, se espera una ligera ralentización del crecimiento acorde con la normalización de las tasas de crecimiento.

La monografía de este boletín se centra en el estudio de la transformación de los servicios financieros con la nueva era digital, haciendo énfasis en la banca digital y en las *finTech*. Por último, en esta edición se ha contado con la opinión experta de José María Carrizosa Lanzuela, responsable del área de negocio de banca digital de Caja Rural de Soria.

En nombre de Caja Rural de Soria, esperamos que la lectura y las conclusiones que se reúnen en este boletín sean de interés general de todos y cada uno de los agentes que promueven el desarrollo socio-económico de nuestra provincia.

Carlos Martínez Izquierdo
Presidente de Caja Rural de Soria

Dirección técnica: Diego Vizcaíno, Analistas Financieros Internacionales (Afi).
Analistas: María Romero, Analistas Financieros Internacionales (Afi). Cristina Gómez, Analistas Financieros Internacionales (Afi). **Periodista:** Carlos C. Ungría. **Edita:** Caja Rural de Soria.
Coordinación: Eduardo Munilla. **Diseño y maquetación:** Alfonso Pérez



Fuente: Thinkstock

Resumen ejecutivo

El crecimiento global se acelerará en 2018 hasta el 3,9% anual por el impulso de la economía de Estados Unidos, así como la recuperación de las economías emergentes. Aunque el crecimiento del área euro se desacelera ligeramente, con un avance del 0,6% en el 4T17, la economía española mantiene el buen ciclo económico de trimestres anteriores y crece un 0,7% trimestral en el último trimestre del año 2017.

La economía de Soria crece un 3,4% en el 4T17, apoyada en un avance del empleo del 2,9% anual, así como en un sector turístico que sigue creciendo con mayor dinamismo que sus comparables. Esta buena marcha de la economía soriana refuerza el tejido empresarial, con la creación neta de 110 empresas nuevas en el conjunto del año. A pesar de ello, el desempleo repunta y la actividad crediticia se reduce en el último trimestre del año.

La transformación digital ha modificado las relaciones que tradicionalmente existían entre clientes y entidades financieras. Los clientes exigen inmediatez, agilidad y personalización de los servicios financieros que las entidades responden de manera más eficiente, atendiendo a la creciente competencia y a la presión regulatoria. Así surge el concepto de banca digital. Su acogida en Soria dependerá del grado de digitalización de la población, que si bien es todavía modesto, presenta un margen de mejora que puede acelerarse gracias a acciones de inclusión y alfabetización financiera y digital.

“Debemos aprovechar la proximidad a los clientes para informarles de los servicios de banca digital”.

Este es uno de los principales mensajes que transmite José María Carrizosa Lanzuela, responsable de banca digital de Caja Rural de Soria.

Entorno económico y financiero

El crecimiento global se acelerará en 2018 hasta el 3,9% y la economía española crecerá un 2,8% anual

El crecimiento global se acelerará en 2018 hasta el 3,9% anual por el impulso de la economía de Estados Unidos, así como la recuperación de las economías emergentes. Aunque el crecimiento del área euro se desacelera ligeramente con un avance del 0,6% en el 4T17, la economía española mantiene el buen ciclo económico de trimestres anteriores y crece un 0,7% trimestral en este trimestre.

La economía mundial avanza un 3,7% interanual en el 4T17...

... y España mantiene el crecimiento de trimestres anteriores (0,7% trimestral).

Tras cerrar 2017 creciendo a tasas elevadas (+3,7% interanual en el 4T17), el crecimiento global se acelerará en 2018 hasta el 3,9% anual, gracias al mayor impulso esperado en Estados Unidos y la recuperación prevista de Brasil, entre otros países.

Entre las economías desarrolladas, el PIB del área euro avanzó un 0,6% trimestral en el último trimestre de 2017, desacelerándose desde el 0,7% trimestral del 3T17. Entre los grandes países, destacó el buen comportamiento de la economía francesa, que se aceleró hasta el 0,7% trimestral. Alemania perdió algo de impulso en el cierre de año, si bien sigue creciendo a tasas elevadas, e Italia mantuvo un crecimiento moderado. Por su parte, Estados Unidos cerró 2017 con un avance del 2,5% trimestral, por debajo de lo esperado. Se espera que el crecimiento anual en 2018 se sitúe en el 2,5%, frente al 2,3% de 2017.

El crecimiento de los países emergentes en el 4T17 mantuvo el tono del 3T17, de forma que 2017 se cerró con un avance de la actividad de estas economías por encima del 4% anual.

La desaceleración de México y de la India ha sido compensada por el crecimiento de países como Brasil, que avanzó un 1% anual en 2017 (frente al -3,5% anual en 2016). Para 2018 cabría esperar que la tendencia positiva entre los emergentes se mantenga.

El crecimiento de la economía española mantiene el buen tono de trimestres anteriores. En el 4T17, el avance fue del 0,7% trimestral, en línea con lo observado en el 3T17. La demanda interna explica gran parte del crecimiento, en especial, el comportamiento del consumo de los hogares y de la inversión. La demanda externa, por su parte, mantiene una aportación positiva, aunque de forma marginal.

De cara al primer trimestre del año, los indicadores adelantados señalan una estabilización del ritmo de crecimiento en el entorno del 0,7% trimestral que esperamos se mantenga a lo largo de toda la primera mitad del año. Posteriormente, el crecimiento se desaceleraría de forma gradual. En el conjunto del año, el crecimiento anual se situaría en el 2,8%, frente al 3,1% de 2017.

Crecimiento anual del PIB (%)

Fuente: Afi, INE

Tasa anual %	2017	2018	2019
Mundo	3,7%	3,9%	3,8%
Desarrolladas	2,3%	2,3%	2,0%
EEUU	2,3%	2,6%	2,4%
Área euro	2,5%	2,2%	1,7%
Alemania	2,5%	2,2%	1,8%
Francia	2,0%	2,2%	1,6%
Italia	1,5%	1,3%	1,1%
España	3,1%	2,8%	2,3%
Japón	1,6%	1,3%	1,2%
Reino Unido	1,7%	1,6%	1,1%
Emergentes	4,6%	4,9%	4,9%
Brasil	1,0%	2,4%	2,2%
México	2,3%	1,8%	2,3%
Rusia	1,5%	1,5%	1,4%
India	6,4%	7,7%	7,8%
China	6,9%	6,6%	6,3%

Cuadro macro de la economía española (variación anual)

Previsiones Afi

Fuente: Afi, INE

Tasa anual %	2017	2018	2019
PIB real	3,1	2,8	2,8
Consumo Final	2,2	2,0	1,8
Hogares	2,4	2,1	1,8
AA.PP.	1,6	1,4	2,0
FBCF	5,0	4,6	4,1
Bienes de equipo	6,1	5,6	4,7
Construcción	4,6	4,2	4,0
Demanda nacional (*)	2,8	2,5	2,3
Exportaciones	5,0	4,5	3,8
Importaciones	4,7	4,2	2,5
Demanda externa (*)	0,3	0,2	0,0
IPC (media anual)	2,0	1,6	1,8
Deflactor PIB	0,9	1,1	1,2
PIB nominal	4,0	3,9	3,5
Empleo	2,6	2,4	2,0
Tasa de paro	17,1	15,1	13,6
Saldo público (% PIB)	-3,1	-2,6	-2,0
Deuda pública (% PIB)	98,4	97,6	96,4
Balanza por cc (% PIB)	1,9	1,8	1,6

(*) Aportación al crecimiento del PIB

La economía soriana cierra el último trimestre de 2017 con un avance del 3,4%

La economía de Soria crece un 3,4% en el último trimestre del año apoyado en un avance del empleo del 2,9% anual así como en un sector turístico que sigue creciendo con mayor dinamismo que sus comparables. Asimismo, la buena marcha de la economía soriana refuerza el tejido empresarial con la creación de 110 empresas nuevas en el conjunto del año. A pesar de ello, el desempleo repunta en el trimestre y la actividad crediticia se reduce.

El número de afiliados crece al mismo ritmo que el trimestre anterior en la provincia de Soria...

La afiliación a la Seguridad Social en Soria mantiene el ritmo de crecimiento del periodo anterior al anotarse un avance del 2,9% anual en el último trimestre del año. El crecimiento del número de afiliados vuelve a situarse por encima de la media de la región de Castilla y León, que se mantiene entorno al 1,9%, y por debajo de la media nacional que se acelera ligeramente con respecto al trimestre anterior al crecer un 3,5% anual.

En el 4T17, el número de afiliados crece principalmente en el sector primario y el sector del transporte terrestre, que continúan siendo las mayores fuentes de creación de empleo en Soria. A continuación le sigue la industria de la madera, que este trimestre crea empleo con mayor intensidad en la provincia que el sector de fabricación de vehículos. Por el contrario, la silvicultura y los servicios de arquitectura e ingeniería continúan siendo por tercer trimestre consecutivo los sectores que acumulan mayores reducciones de empleo en Soria.

A pesar del mayor número de afiliados en Soria en el 4T17, el desempleo repunta ligeramente, contrastando con la caída registrada en el trimestre anterior. La tasa de desem-

pleo en la provincia crece más de un punto porcentual con respecto al trimestre anterior y pasa a situarse en el 9,5% (frente al 8,2% presentado en el 3T17). El aumento del desempleo se produce de forma habitual en la provincia de Soria en los últimos trimestres del año, pero el observado en este 4T17 es menor al registrado en el 4T16.

A pesar de ello, el nivel de desempleo en Soria sigue situándose por debajo de las tasas de desempleo de Castilla y León (13,7%) y España (16,6%), que se incrementaron ligeramente con respecto al trimestre anterior (0,7 y 0,2 puntos porcentuales, respectivamente).

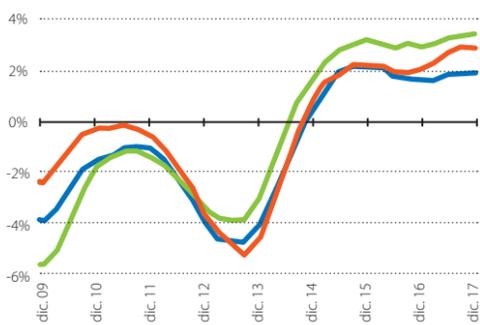
En coherencia con el repunte de la tasa de desempleo, también crece la proporción de parados de larga duración en Soria, que aumenta 4 puntos porcentuales con respecto al trimestre anterior y en el 4T17 se sitúa en el 44%. La proporción de parados de larga duración también se incrementa en la región castellano leonesa donde alcanza el 47,7% (frente a un 47,1% en el 3T17). Sin embargo, en el caso del conjunto nacional, los parados de larga duración se reducen hasta situarse por debajo del nivel registrado por la región (46,8% del total).

... sin embargo, el desempleo repunta en el 4T17, situando la tasa de paro en el 9,5%.

● Soria ● Castilla y León ● España

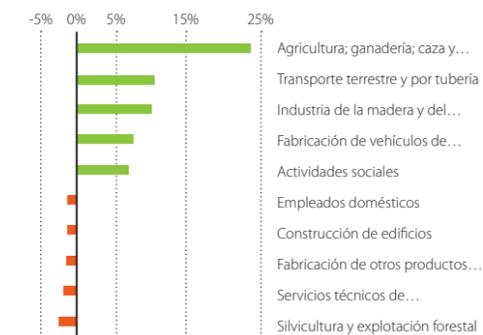
Afiliados a la Seguridad Social (variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, Ministerio de Empleo y Seguridad Social



Variación de la afiliación a la Seguridad Social por rama de actividad (promedio anual), 4T 17

Fuente: Afi, Ministerio de Empleo y Seguridad Social



La natalidad empresarial se dispara en Soria, a la par que se ralentiza la mortalidad.

La compraventa de viviendas crece un 2% anual en el 4T17, mientras que los visados se reducen un 24% anual en la provincia.

La creación de sociedades mercantiles en Soria se dispara en el 4T17 y el número de empresas creadas se incrementa un 21% anual. Una evolución que contrasta con la menor creación de empresas tanto en Castilla y León como en España, donde el número de empresas creadas se reduce un 5,2% y un 6,6% anual, respectivamente.

Por su parte, se ralentiza el ritmo de disolución de empresas en Soria. El número de empresas disueltas en el 4T17 se incrementa solamente de un 2,4% anual, contrastando con el fuerte aumento de las disoluciones experimentado en el trimestre anterior (96% anual). En el caso de CyL se reduce la mortalidad empresarial en el 4T17 que cae un 3,7% mientras que en España aumenta ligeramente un 1,6% frente al trimestre anterior.

En el 2017, el balance ha sido favorable para la demografía empresarial de la provincia, al haberse creado un total de 110 empresas, frente a la disolución de 43 empresas.

La compraventa de viviendas continúa con la tendencia positiva que se registra desde el 4T16 en Soria y repunta un 2,04% anual en el 4T17, aunque este aumento es inferior al registrado en el trimestre anterior (4,8% anual). No obstante, aún está lejos de registrar los avances obtenidos a nivel autonómico (11,6% anual) y nacional (16,3% anual).

Por su parte, el aumento de las compraventas sigue sin corresponderse con una mayor concesión de visados para la construcción de nuevas viviendas en Soria. En efecto, los visados de viviendas de nueva construcción siguen disminuyendo, pero con menor intensidad que en los trimestres anteriores (24% anual en el 4T17, 15 puntos menos que en el 3T17). Esta tendencia sigue contrastando con la evolución en Castilla y León y España, en los que se acelera el crecimiento de visados hasta el 26% anual en ambos casos.

● Soria ● Castilla y León ● España

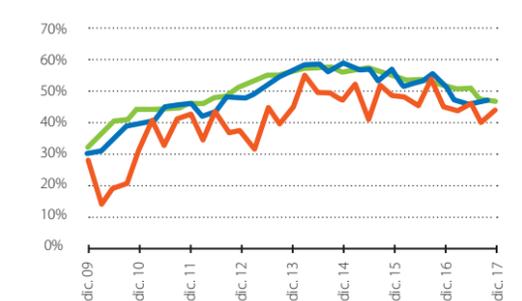
Tasa de paro (%)

Fuente: Afi, INE



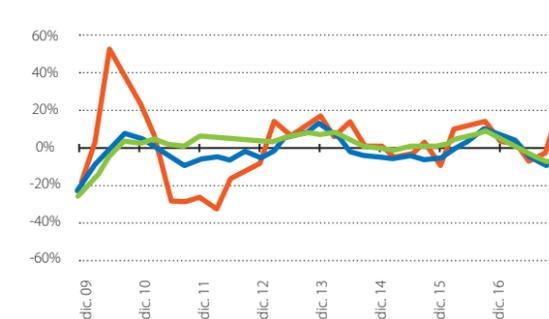
Parados que han trabajado anteriormente y buscan empleo desde hace más de un año (% total parados)

Fuente: Afi, INE



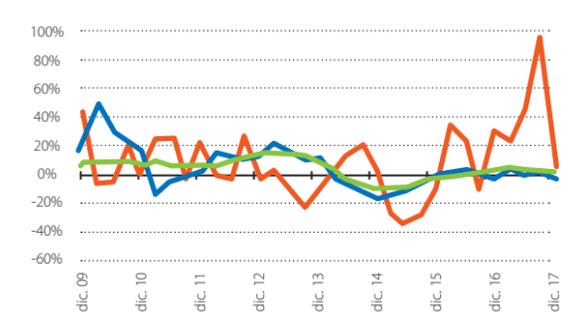
Sociedades mercantiles creadas (variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Sociedades mercantiles disueltas (variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Las pernoctaciones hoteleras siguen siendo las que explican el dinamismo del sector turístico en Soria aunque la aportación de los alojamientos rurales no es desdeñable.

Las pernoctaciones de viajeros en Soria crecen un 6,4% anual en el 4T17, un aumento similar al experimentado en el trimestre anterior y que vuelve a poner de manifiesto la buena marcha del sector turístico de la provincia. A nivel autonómico y nacional las pernoctaciones aumentan, pero se mantienen lejos de los elevados crecimientos experimentados por el sector soriano (4,9% y 3,3% anual, respectivamente).

Por tipos de alojamiento, los hoteles siguen siendo los que gozan de un mayor atractivo en la provincia y son las pernoctaciones hoteleras las que más han contribuido al crecimiento total del 4T17, con 4,4 puntos porcentuales de los 6,4 puntos de aumento del agregado. No obstante, el alojamiento rural también es una fuente relevante de turismo en la provincia, con una aportación en el 4T17 de 2 puntos porcentuales al crecimiento del total de las pernoctaciones turísticas en Soria en la parte final del ejercicio.

La actividad crediticia cae un 6% anual en Soria, siendo el retroceso especialmente notable en el caso de los créditos hipotecarios.

La actividad crediticia en Soria, así como en Castilla y León, y España sigue retrocediendo en el 4T17, si bien la caída del crédito del 6% anual en la provincia supera la observada en sus dos comparables (3,5% y 2,5% anual, respectivamente).

El descenso del saldo vivo del crédito bancario se debe, entre otros, a la menor concesión de créditos hipotecarios, que retrocede en el 4T17 más de un 10% anual, casi 8 puntos más que en el trimestre anterior. Se incrementa así la divergencia con el buen comportamiento de la concesión de hipotecas en Castilla y León y en el conjunto de España, cuyo dinamismo se mantiene a niveles del 8% y del 17% anual, respectivamente. La menor concesión de créditos hipotecarios en Soria está seguramente ligada a la ralentización del ritmo de crecimiento de las compraventas de viviendas observado en el 4T17 que se analizaba con anterioridad.

● Soria ● Castilla y León ● España

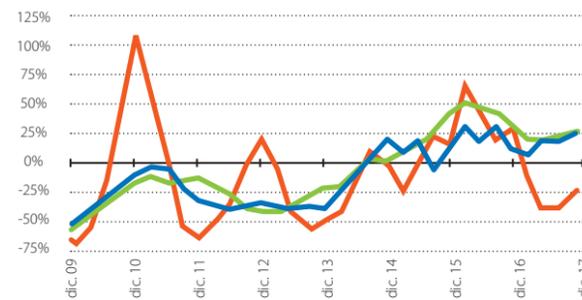
Transacciones de viviendas
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, MFOM



Visados de viviendas de nueva construcción
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, MFOM



● Hotel ● Rural ● Total

Pernoctaciones en Soria por tipo de alojamiento
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Pernoctaciones de viajeros
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



La inflación crece en Soria al situarse en el 2,15% en el 4T17.

Los precios continúan progresando en Soria y crecen un 2,15% en el último trimestre de 2017, un aumento ligeramente superior al del 3T17, poniendo de manifiesto la favorable evolución de la economía soriana. Este avance de la inflación es muy similar al de Castilla y León, donde los precios crecen un 2,13% anual en el 4T17 y se sigue situando por encima del incremento de los precios en el conjunto nacional (1,9% anual).

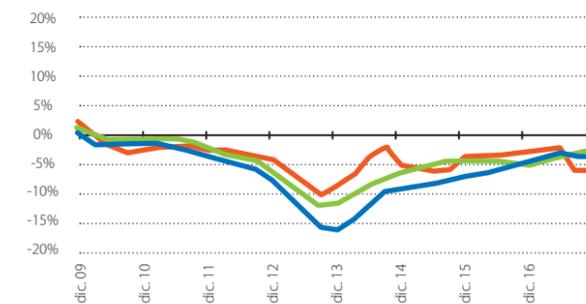
La evolución de la inflación subyacente refleja una ligera desaceleración de los precios frente al trimestre anterior

con un crecimiento del 1,49% (frente al 1,6% en el 3T17). La diferencia con la inflación general viene motivada por el importante incremento de los precios de los productos energéticos (electricidad, gas y otros combustibles) que, junto con los paquetes turísticos y la utilización de vehículos personales, constituyen las categorías que ejercen mayor presión inflacionista en el último trimestre del año. En sentido contrario, los equipos de telefonía y fax, y equipos audiovisuales y fotográficos constituyen los productos que más han contribuido en reducir el coste de la "cesta de compra" en Soria.

● Soria ● Castilla y León ● España

Crédito
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, BdE



Hipotecas concedidas
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



● General ● Subyacente

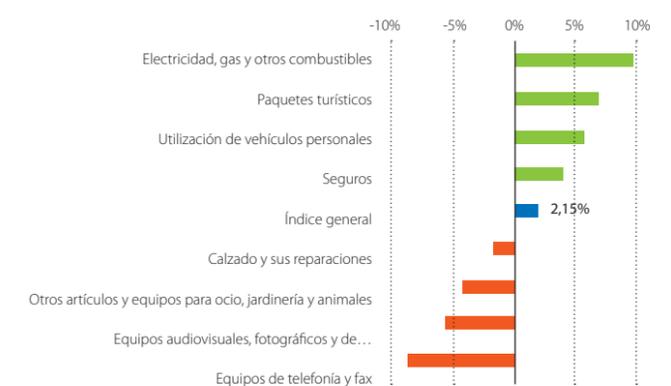
Inflación general y subyacente en Soria
(promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Inflación en Soria por subgrupos
(variación interanual de los precios, promedio anual) 4T17

Fuente: Afi, INE



Estimaciones y previsiones de la economía soriana

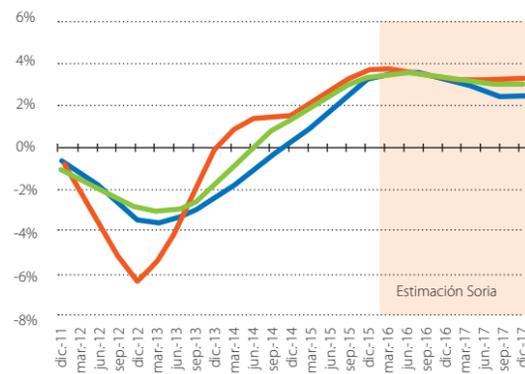
La economía de Soria crece un 3,4% el 4T17 y cierra el conjunto del año con un avance superior al de la media nacional y regional.

En coherencia con el buen comportamiento del empleo en Soria en este último trimestre de 2017, las estimaciones señalan un incremento del PIB del 3,4% interanual. Con este dato, la economía soriana crecería un 3,3% anual en el conjunto del año 2017, un crecimiento ligeramente superior al 3,1% anual de España y del 2,5% anual registrado en la economía regional.

Las previsiones apuntan a una ligera desaceleración de la economía soriana, tal y como ocurre en el caso de la economía nacional y regional. Sin embargo, la desaceleración en la economía soriana sería menos pronunciada que en el caso de sus comparables, con unas previsiones de crecimiento del 3,2% anual para 2018 y del 2,9% anual para 2019. Estas tasas de crecimiento se mantendrían tal y como se ha observado hasta ahora por encima de las previsiones para la economía regional (2,3% y 1,8% para 2018 y 2019, respectivamente) y nacional (2,8% y 2,3%).

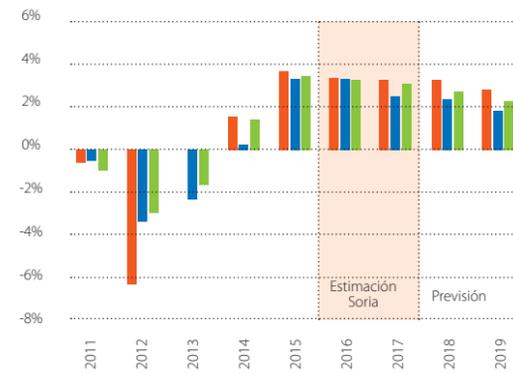
Crecimiento del PIB real en Soria (variación interanual)
Estimación Añi 1T15-4T17

Fuente: Añi, INE



Crecimiento del PIB en Soria (variación anual)
Previsión Añi 2018-2019

Fuente: Añi, INE



La transformación digital de los servicios financieros

La transformación digital ha modificado las relaciones que tradicionalmente existían entre clientes y entidades financieras. Los clientes exigen inmediatez, agilidad y personalización de los servicios financieros que las entidades responden de la manera más eficiente, atendiendo a la creciente competencia y presión regulatoria. Así surge el concepto de banca digital. Su acogida en Soria dependerá del grado de digitalización de la población, que si bien es todavía modesto, presenta un margen de mejora que podría impulsarse gracias a acciones de inclusión y alfabetización financiera y digital.

Introducción

El fenómeno de la digitalización está transformando el ecosistema bancario en todos los eslabones de la cadena de valor. La emergencia de un nuevo tipo de demanda que valora la inmediatez, agilidad y comodidad, junto con el surgimiento de nuevos *players* como las *fintech*, hacen necesaria la rápida adaptación de la banca tradicional a este nuevo entorno competitivo. Sin embargo, el uso de la banca digital en Soria es todavía limitado, siendo necesario fomentar la inclusión y alfabetización digital del consumidor con acciones que van desde la mejora de la penetración de las nuevas tecnologías hasta la formación en competencias digitales.

Por ello resulta conveniente analizar en primer lugar el fenómeno de la digitalización de la economía soriana, así como sus implicaciones para la oferta de servicios financieros en la provincia. A continuación se analizará el potencial de la demanda de servicios bancarios *online* en Soria, así como los retos a los que deberán enfrentarse las entidades financieras para transformarse y adaptarse a este nuevo entorno. Finalmente, se presentarán las acciones llevadas a cabo por la Junta de Castilla y León para impulsar la inclusión y alfabetización digital en la región.

Hacia un nuevo ecosistema bancario digital

La transición hacia la era digital afecta a todos los ámbitos de la economía y la sociedad, incluyendo los servicios financieros, y son varios los indicadores que señalan el avance hacia un nuevo ecosistema bancario digital a través de un cambio tanto en la demanda como en la oferta de servicios financieros. Por un lado, la mayor utilización de medios de pago electrónicos o digitales sustenta y facilita un mayor uso del comercio electrónico que genera nuevos tipos de necesidades financieras por parte de las empresas y particulares. Por otro, los cambios en la demanda y las nuevas tecnologías han generado un contexto donde tienen cabida nuevos operadores financieros nativos digitales -las denominadas *fintech*- y la adaptación de la oferta de las entidades bancarias a través del impulso de digitalización del negocio bancario.

Mayor utilización de medios de pago digital

La transformación de los medios de pago es un indicativo del tránsito hacia la era digital. Así, el uso de tarjetas de pago en el punto de venta se incrementa cada año frente a la retirada de efectivo de los cajeros. Según datos publicados por Servired en su Informe anual 2016¹, el volumen de compras realizado con tarjeta en el conjunto de España se incrementó un 10,6% interanual ese año hasta los 94.309 millones de euros. También se ha incrementado de manera significativa el número de comercios con TPV. En 2016¹ más de 1,1 millones de comercios españoles contaban con este dispositivo con el que se realizaron unas compras de 109.366 millones de euros, un 10,8% más que en 2015.

El fenómeno de digitalización impulsa la transición hacia un nuevo ecosistema bancario digital

Un reflejo del avance de la era digital es la tendencia hacia el mayor uso de medios de pago electrónicos...

¹ Servired (2016). Informe anual 2016. Servired es junto con 4B y Euro 6000 una de las tres redes de medios de pago en España y la más extensa de ellas. La utilización de los datos publicados por Servired se debe a la disponibilidad de información desagregada a nivel provincial.

...que facilitan el crecimiento del comercio electrónico

En la provincia de Soria, la utilización de la tarjeta es todavía inferior a los niveles observados en sus comparables. Una manera de medir la preferencia de los medios de pago digitales frente al efectivo es la ratio entre las operaciones efectuadas con tarjeta y las realizadas en efectivo por persona. Así, según este mismo informe de Servired, en 2016, los habitantes de la provincia de Soria realizaron en media 2,5 operaciones de pago con tarjeta por cada operación de retirada de efectivo en cajeros, siendo una de las provincias de Castilla y León con menor uso de la tarjeta de pago. Su uso es menor que el que se registra en la media de la región (2,7 operaciones de pago con tarjeta frente a cada retirada de efectivo). Asimismo, se encuentra muy por debajo de la media nacional, donde las operaciones con tarjeta fueron 4 veces superiores a las operaciones en cajeros en 2016.

Las divergencias entre Soria y sus comparables ponen de manifiesto el margen de mejora existente en la provincia, dada la tendencia nacional hacia el mayor uso de la tarjeta. Una tendencia que las entidades financieras sorianas deben impulsar y aprovechar.

El comercio electrónico gana mayor relevancia

La posibilidad de realizar pagos a través de medios de pago alternativos al efectivo y otros sustentados en papel ha facilitado la cada vez mayor utilización, tanto por parte de empresas como de particulares, del comercio electrónico, otro indicativo del nuevo ecosistema digital.

Reflejo de esta evolución es que en la última década se han multiplicado por 5 las personas que realizaron compras por Internet en Castilla y León, superando los 800.000 usuarios en 2017, lo que equivale a cerca de un 35% de la población de la región. En el conjunto de España, la cifra se eleva al 40%, reflejando también un incremento muy significativo con respecto a 2007, año en el que solamente el 13% de los españoles realizaba compras a través del canal online.

Conscientes de la necesidad de adaptarse a los nuevos clientes digitales, también crece el número de empresas que vende a través de Internet. En España, un 20% de las empresas vendieron a través del canal online en el año 2016. Además, el volumen de negocio generado a nivel nacional a través de Internet no ha cesado de crecer, alcanzando los 6.061 millones de euros en el segundo trimestre de 2017 (último dato disponible), un 21% más que en el mismo periodo del año anterior, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En 2016, se realizaron más de 365 millones de actos de compra online (pagadas con tarjetas) por un valor superior a los 24.000 millones de euros. Las facilidades del comercio electrónico han permitido además el incremento de las exportaciones de las empresas españolas y especialmente de las pymes. Según datos publicados por Amazon, las pymes españolas que vendieron a través de su plataforma registraron una cifra récord de sus exportaciones en 2017, al superar los 250 millones de euros. Sin embargo, las perspectivas de crecimiento de la exportación a través del comercio online son amplias dado que aún es una práctica poco extendida entre las empresas españolas.

La digitalización y nuevas exigencias de la demanda han propiciado la aparición de nuevos competidores en la oferta de servicios financieros, como son las fintech...

Con todo, las entidades financieras deben tener en cuenta la creciente relevancia del comercio electrónico para adaptar su oferta de servicios financieros a las necesidades de este nuevo tipo de demanda.

Nuevos entrantes en el sector financiero: las fintech

Además, las nuevas exigencias de la demanda –entre otras, las derivadas de la mayor relevancia del comercio electrónico así como las nuevas tecnologías, han favorecido la aparición de nuevos competidores tecnológicos de los servicios financieros tradicionales, las denominadas fintech. Se trata de una nueva generación de empresas que aprovechan las posibilidades de la tecnología para ofrecer productos y servicios financieros alternativos a los tradicionales adaptándose a las exigencias digitales que demandan los clientes, más concretamente los denominados millennials o la generación Z. Este nuevo modelo de negocio posee importantes ventajas derivadas, entre otras, del uso intensivo de las tecnologías, ya que son entidades que han nacido de forma eminentemente digital lo que les permite responder y ofrecer al cliente soluciones de la manera más eficiente y rápida posible.

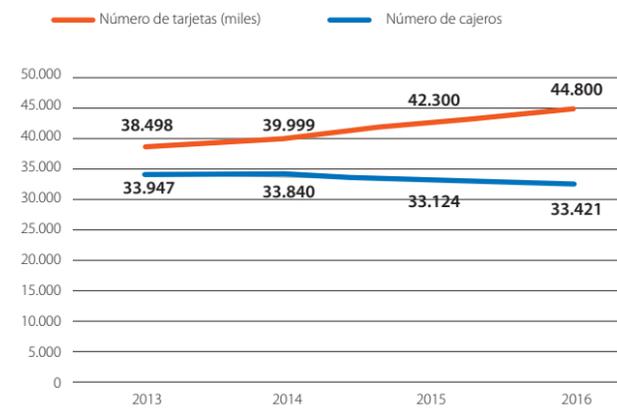
Según el centro de financiación alternativa de la Universidad de Cambridge, las fintech ofrecieron en 2016 financiación alternativa a más de 14.500 empresas europeas, por valor de 1.126 millones de euros (estas cifras no incluyen a Reino Unido). Según esta misma fuente, España fue el quinto país europeo con mayor volumen de financiación alternativa y el tercero con mayor financiación alternativa destinada a empresas en 2016.

Esto ha sido posible gracias al despliegue de un importante número de fintech. Según el último mapa fintech de marzo de 2018, España cuenta con 298 empresas fintech identificadas, si bien el ecosistema fintech abarca una amplia variedad de servicios y productos (financiación, pagos, seguros).

En este sentido, la regulación actual se aplica en función de la naturaleza de las actividades de las fintech, aunque solamente las plataformas de financiación están reguladas por una normativa específica (la Ley 5/2015).

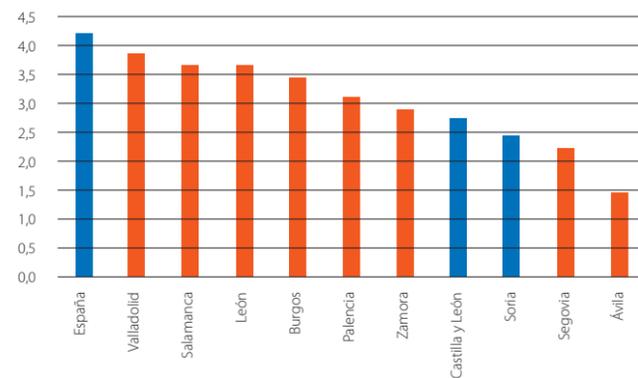
Evolución del número de tarjetas vs número de cajeros en España

Fuente: Afi, Informe Anual 2016 Servired



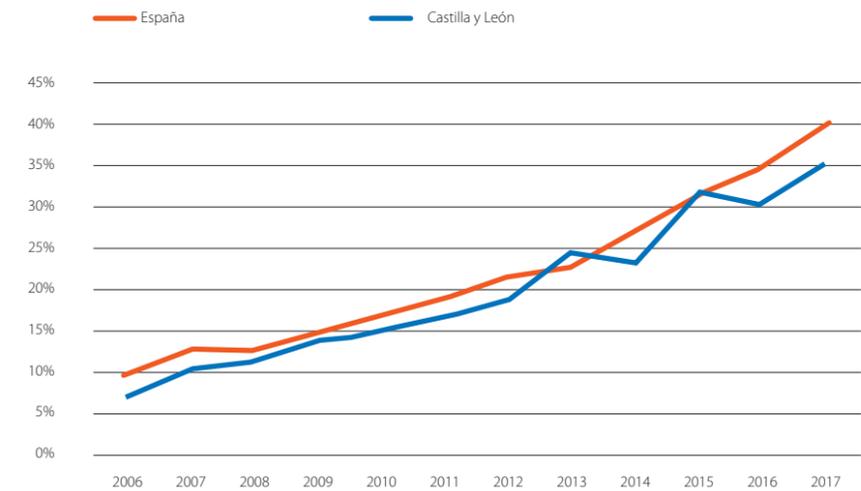
Proporción de operaciones con tarjeta con respecto a operaciones realizadas en cajeros por persona, 2016

Fuente: Afi, Informe Anual 2016 Servired



Personas que han comprado a través de Internet, 2006-2017 (en %)

Fuente: Afi, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2017



El impulso de la banca digital

Las entidades financieras no han permanecido ajenas al fenómeno de digitalización y a la consecuente transformación de la demanda, impulsando también su oferta de servicios de banca digital.

La utilización de la banca digital, es cada vez más frecuente en Castilla y León. En 2017, según datos de Eurostat, un 41% de los internautas castellanoleonés entre los 16 y los 74 años utilizaron la banca digital, ya fuera para realizar transacciones o simplemente para consultar su cuenta bancaria. Una cifra que todavía se sitúa por debajo de la media nacional (46%) y la media europea (51%). Castilla y León se sitúa además entre las Comunidades Autónomas españolas donde menor uso se hace de los servicios de banca online. Sin embargo, la tendencia es positiva y el número de usuarios de la banca digital se ha incrementado en casi 20 puntos desde 2011 en la región, un incremento similar al del conjunto nacional.

En cuanto a la contratación de productos financieros a través de canales online, los datos revelan que es todavía modesta. La Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (TIC-H) de 2017 refleja que, tanto en España como en Castilla y León, solo 11 de cada 100 internautas realizó actividades financieras como la suscripción de pólizas, formalización de préstamos o transacciones de activos

²Foncillas, B. (2017). El sector financiero ante el reto digital, Revista ICE (Septiembre-Octubre 2017).
³KPMG (Abril 2017). El nivel de madurez digital.

financieros. Según Eurostat, esta misma cifra se eleva al doble (concretamente, un 23%) en el caso de la media europea.

Asimismo, las entidades financieras se han visto abocadas a adoptar una estrategia frente a la aparición de las *fintech*, decantándose entre la confrontación o la colaboración. Hasta ahora las entidades financieras europeas han optado, principalmente, por un posicionamiento competitivo frente a estos nuevos entrantes². Un hecho que contrasta con la tendencia internacional reflejada en las empresas estadounidenses, que parecen pasar de la confrontación hacia la colaboración, con un 60% de las inversiones realizadas con el objetivo de colaborar con las *fintech* en 2015.

En efecto, a pesar de su oferta innovadora y conocimiento tecnológico, las *fintech* -en su mayoría start-ups- no poseen acceso a la amplia clientela con la que sí cuentan las entidades financieras tradicionales. Por ello, la colaboración entre las entidades financieras y las *fintech* se ha convertido en un elemento clave de la estrategia digital de estas últimas. Según un informe de KPMG³, el 75% de las entidades financieras españolas posee acuerdos con empresas *fintech*. Esta estrategia colaborativa ha sido adoptada asimismo por Caja Rural de Soria, que cuenta con un acuerdo de colaboración con la *fintech* MytripleA.

El menor grado de digitalización en Soria con respecto a sus comparables, pone en evidencia un margen de mejora

La demanda potencial en Soria y retos del sector bancario

La digitalización ha supuesto la transformación de las relaciones de las entidades financieras con los clientes. El cliente es ahora el eje central y las entidades financieras deben adaptarse para ofrecerle la mejor experiencia posible, a través de una experiencia y oferta de servicios multicanal y adaptable a cualquier tipología de cliente.

La hiperconectividad de los individuos desde múltiples dispositivos ya sean smartphones, tablets u ordenadores, está transformando los patrones de consumo habituales. Los clientes tienen ahora nuevas expectativas buscando accesibilidad, inmediatez, ubicuidad y autonomía.

Sin embargo, la demanda potencial de servicios financieros digitales depende principalmente del grado de digitalización de la población objetivo, así como de sus conocimientos en el uso de las nuevas tecnologías.

En este sentido, el margen de mejora sigue siendo amplio, tanto en Castilla y León en su conjunto, como en la provincia de Soria. Según algunos índices de digitalización elaborados recientemente⁴, Castilla y León es junto con Castilla-La-Mancha y Extremadura, una de las comunidades autónomas con menor grado de digitalización de sus ciudadanos y empresas, muy por debajo de la media nacional. Además, Castilla y León presenta uno de los grados de confianza en Internet más bajos de España, con un 37,5% de los internautas que confían poco o nada en Internet en 2017.

La falta de información estadística dificulta la elaboración de un índice de digitalización para la provincia de Soria. Sin embargo, sí es posible realizar un análisis parcial de alguno de sus componentes, como lo son las infraestructuras digitales.

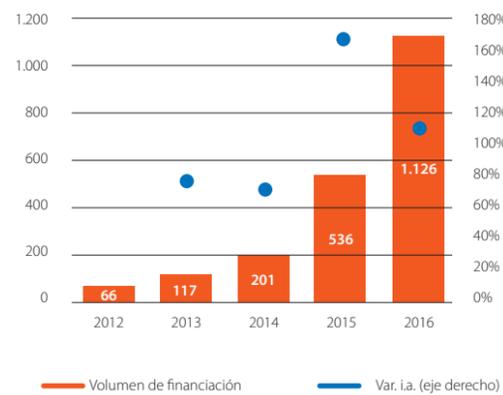
En este sentido, el bajo grado de digitalización es también latente en la provincia de Soria, donde el nivel de cobertura de banda ancha sigue siendo ligeramente inferior al de Castilla y León, situándose entre el 75% y el 85% según el tipo de tecnología. Sin embargo, la penetración de las redes móviles en Soria es mayor y alcanza a casi la totalidad de la población soriana en términos de 3G, aunque la tecnología 4G apenas cubre el 70% de la población frente al 94% en el caso de España. Además, la velocidad de la conexión en Soria es también inferior a la media regional y nacional. Mientras la cobertura de tecnologías de velocidad mayor a 100 Mbps es del 47,1% en Soria, esta se incrementa al 56% en el caso de Castilla y León y al 70% en el caso del conjunto nacional.

La menor penetración digital en Soria puede explicarse por el envejecimiento de la población soriana. La población adulta es, por lo general, menos proclive a adoptar nuevas tendencias, especialmente las que conllevan aprendizaje tecnológico.

⁴BBVA Research (2017). BBVA-DiGiX Comunidades Autónomas: digitalización desde un enfoque regional. Índice de digitalización elaborado por BBVA tiene en cuenta 21 indicadores agrupados en 6 dimensiones: infraestructuras, costes, regulación, adopción usuarios, adopción empresas, contenidos.

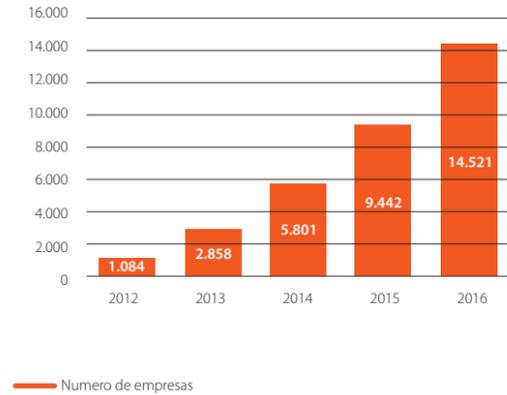
Volumen de financiación alternativa a empresas en Europa (millones €) (UE excepto UK)

Fuente: Afí, Cambridge Centre for Alternative Finance



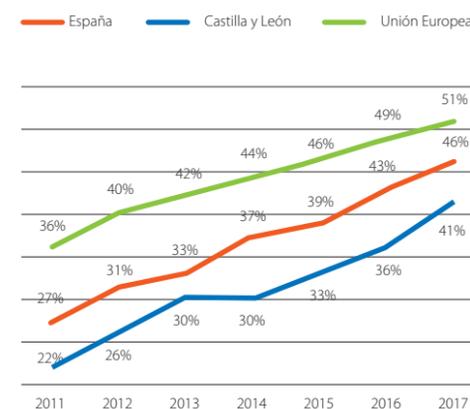
Número de empresas europeas con financiación alternativa (UE excepto UK)

Fuente: Afí, Cambridge Centre for Alternative Finance



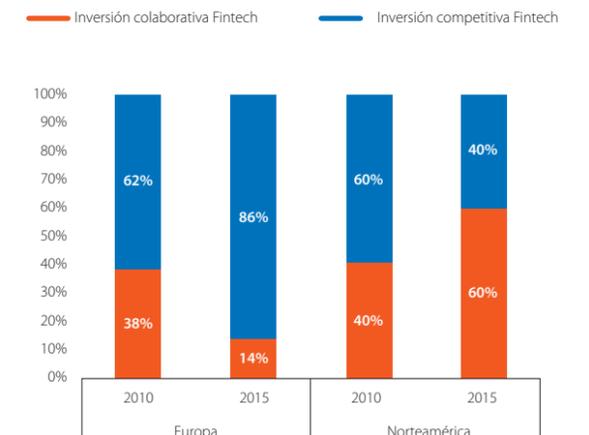
Evolución de la utilización de la banca digital en Castilla y León con respecto a España y la UE

Fuente: Afí, Eurostat



Inversión colaborativa vs Inversión competitiva Fintech, 2010-2015 (en %)

Fuente: Afí, Accenture (2016)



Retos del sector bancario

Las entidades financieras deben, por tanto, ser conscientes de la realidad digital de sus clientes, debiendo acompañar los avances tecnológicos en su oferta con una mayor inclusión y alfabetización digital para incrementar la demanda potencial de sus servicios.

Sin embargo, este no es el único reto a afrontar. Además de la necesidad de sumarse a la transformación digital, que se ha convertido en una de las prioridades en las estrategias del 80% de las entidades financieras españolas, el principal reto es aprovechar la digitalización para modernizar la oferta financiera tradicional y ajustarse a las nuevas expectativas del consumidor.

Las entidades financieras poseen una ventaja competitiva en este sentido, al disponer de un gran volumen de información sobre sus clientes. Mejorar la capitalización de esta información es una de las principales preocupaciones de las entidades financieras, como refleja el cada vez mayor uso de las nuevas técnicas de tratamiento y análisis de

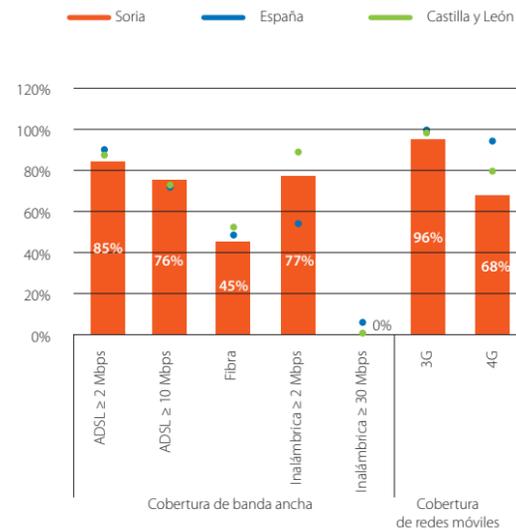
datos. Un estudio de KPMG de 20176 revela que el 73% de las entidades españolas encuestadas llevaron a cabo proyectos de tratamiento de datos a través de técnicas avanzadas como el Big Data y Advanced Data Analytics, que permiten identificar tendencias para predecir y anticipar patrones de consumo. El 47% de las empresas llevaron a cabo procedimientos de Machine Learning, que supone que las máquinas adquieren cierta autonomía al aprender de sus propias acciones; y el 60% contaba con iniciativas de Knowledge Management Systems, una técnica para gestionar el conocimiento. El mayor aprovechamiento de la información que disponen permitirá a las entidades conocer mejor a sus clientes y favorecer su fidelización, anticipándose a sus necesidades y ofertando servicios financieros únicos y personalizados.

Sin embargo, esta transformación implica llevar a cabo cambios estructurales, tanto a nivel estratégico como organizativo, que hacen de la transición un proceso complejo no exento de barreras internas.

El sector bancario debe adaptar un enfoque omnicanal convirtiendo al cliente en el eje central de su estrategia digital

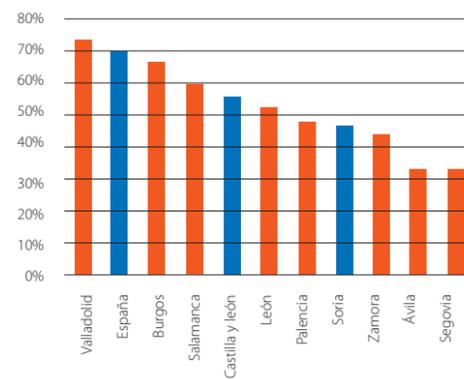
Cobertura de banda ancha y redes móviles en Soria y sus referentes, 2016

Fuente: Afi, Informe de cobertura de banda ancha en España a mediados de 2016, Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital



Velocidad de la cobertura en Soria y resto de provincias de Castilla y León

Fuente: Afi, Informe de cobertura de banda ancha en España a mediados de 2016, Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital



Por otro lado, la regulación es otro factor clave a tener en cuenta en el proceso de la bancarización digital. Con el objetivo de crear un Mercado Único Digital a nivel europeo, la Unión Europea está impulsando un nuevo marco regulatorio que favorece el entorno digital y al que deberán adaptarse las entidades financieras. En materia de medios de pago, la nueva Directiva europea de Servicios de Pago (PSD2) que entró en vigor en enero de 2018 permite a los proveedores de servicios terceros, fundamentalmente, pero no solo, fintech, el acceso –bajo ciertas condiciones- a las cuentas bancarias de los clientes. Esto supone una disrupción en el sistema bancario y las entidades financieras deberán adaptarse a estos nuevos cambios.

Además, el 25 de mayo de 2018 será de obligado cumplimiento el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que supone importantes modificaciones y retos de adaptación en este ámbito.

Acciones para fomentar la inclusión y alfabetización digital

La inclusión y alfabetización digital de la población soriana son factores esenciales para extender el uso de la banca digital.

Inclusión digital

Contar con una buena infraestructura tecnológica es fundamental para el éxito de la banca online y para ello es necesario que la población soriana disponga de una amplia cobertura y alta velocidad de conexión. Tal es la importancia de la conectividad de los individuos que se ha convertido en un servicio de primera necesidad, siendo varias las iniciativas a nivel europeo y regional que buscan acabar con la exclusión digital.

Así, la iniciativa de la Unión Europea “Wifi4EU” tiene como objetivo proveer de conexión a aquellas zonas y municipios a los que no lleguen los operadores habituales creando 8.000 puntos de wifi nuevos para 2020. El objetivo final es acabar con las zonas “blancas” desconectadas y constituir un Mercado Digital Único con una Europa plenamente conectada.

Castilla y León también ha desarrollado proyectos de apoyo a la implantación de TIC en las empresas, a través del impulso de la innovación tecnológica y de la incorporación de las TIC en las pymes, especialmente, de las del sector industrial. Asimismo, la aceleradora ADE 2020 tiene como objetivo apoyar la creación de empresas innovadoras en el ámbito de las TIC. El Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León (ICE) también promueve acciones para incorporar las TIC en las pymes de la región.

Alfabetización digital

La educación y competencias digitales de la población son factores esenciales para impulsar una mayor utilización de la banca online. Por ello, además de la inclusión digital es necesario formar a la población soriana en el uso y comprensión de las nuevas tecnologías, dando también a conocer los nuevos servicios financieros disponibles a través de los medios digitales.

El gran dinamismo de los avances tecnológicos contrasta muchas veces con el avance de los conocimientos de la población, dando lugar a una brecha digital que debe reducirse.

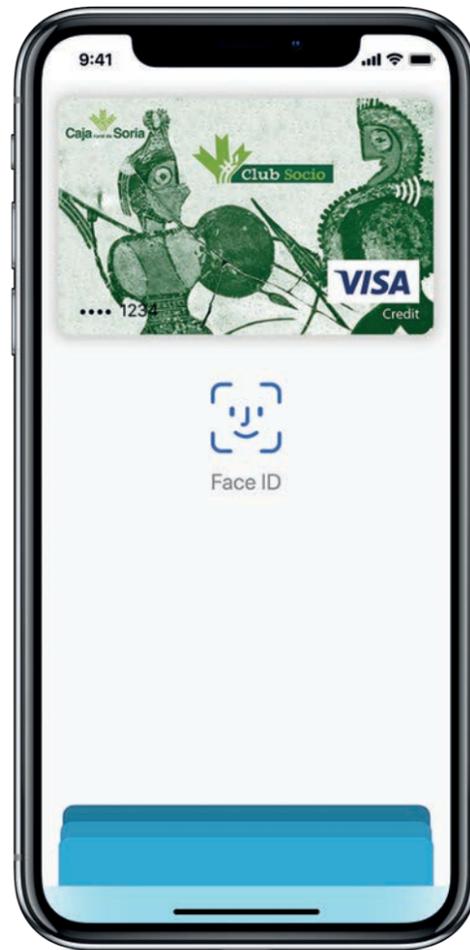
Por ello, las entidades financieras sorianas deben tener en cuenta que el proceso de digitalización en Soria está todavía poco extendido y se mantiene lejos de la media de la región. La poca confianza de los consumidores sorianos en Internet, así como su todavía mayor dependencia del efectivo frente a medios de pago electrónicos, pone en evidencia la necesidad de mantener una red comercial física que permita apoyar la transición hacia el mundo digital de los servicios financieros. Así, las oficinas bancarias tienen un papel fundamental en la alfabetización digital de los consumidores sorianos, al convertirse en un soporte de contacto directo para el cliente.

Además de las acciones de cada entidad, la Junta de Castilla y León ha puesto en marcha iniciativas para impulsar los conocimientos digitales de la población. El Programa CyL Digital tiene como objetivo impulsar la formación digital y dar asesoramiento a ciudadanos y trabajadores a través de una red conocida como “Espacios CyL Digital”, que cuenta con nueve centros de referencia situados en las capitales provinciales. Entre las acciones del programa se encuentran también la impartición de cursos online a través de la plataforma MOOC del programa CyL Digital, o el proyecto “Robótica educativa CyL Digital”. Este último consiste en la realización de talleres prácticos en los que se inicia a alumnos de primaria, secundaria y formación profesional en tecnologías innovadoras relacionadas con las profesiones TIC del futuro.

Asimismo, existen varios proyectos de innovación en el ámbito educativo para 2017-2018 como son INGENIA (Robótica y programación), CREA (Diseño e impresión 3D) y EXPLORA (Realidad Virtual).

Por su parte, el Programa de Capacitación y Apoyo a la I+D+i Empresarial-Centratec creado en 2017 incluye actividades de formación así como servicios personalizados de innovación para empresas y entidades castellano-leonesas en varios ámbitos como la Incorporación de TIC, o la Industria 4.0., entre otras.

Caja Rural de Soria con Apple Pay Va contigo



Paga de forma fácil y segura con tus tarjetas*
de Caja Rural de Soria en Apple Pay



*Consulta condiciones en www.ruralvia.com/applepay

La opinión experta

José María Carrizosa Lanzuela | Responsable de Banca Digital y segmento Joven In en Caja Rural de Soria

El responsable de Banca Digital de Caja Rural de Soria, José María Carrizosa Lanzuela (Zaragoza, 1979), destaca la importancia de que los socios y los clientes de la entidad conozcan las ventajas de las herramientas digitales que ofrecen.

"Debemos aprovechar la proximidad a los clientes para informarles de los servicios de banca digital"



"Caja Rural de Soria está apostando por la formación, organizando acciones como el Campus Tecnológico Joven In y ofreciendo a los comercios que forman parte del Club del Socio la posibilidad de iniciarse en el comercio online."

Pregunta. En general, Soria presenta margen de mejora en cuanto al grado de digitalización. ¿Cómo se puede acercar más la tecnología a la población?

José María Carrizosa Lanzuela. La digitalización puede mejorar la calidad de vida de todos, incluso en entornos apartados de los grandes cascos urbanos, aunque no creo que sea un bálsamo milagroso. Por eso es importante que todo el mundo disponga de información sobre la tecnología disponible, para que después elija si la quiere utilizar o no. En Soria hay proyectos interesantes como Cyl Digital, que acerca el uso de la tecnología a la sociedad.

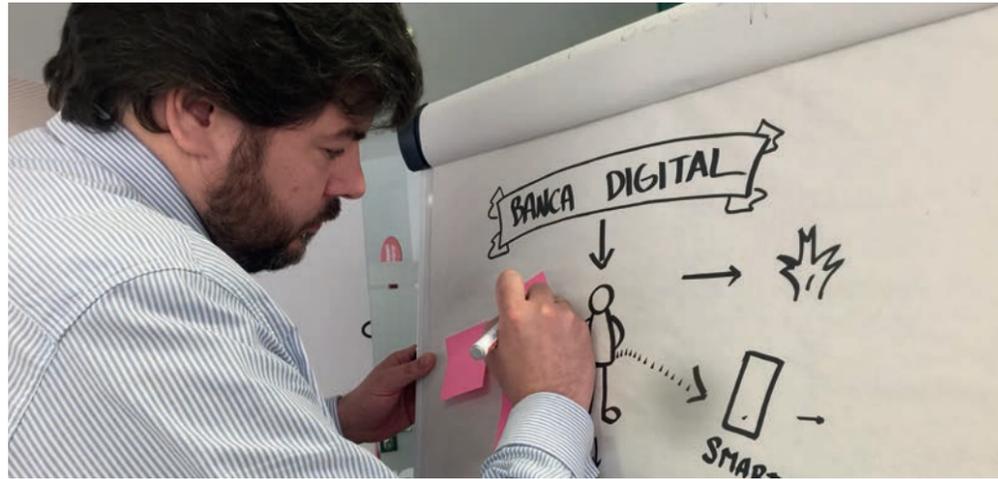
En nuestro caso, Caja Rural de Soria está apostando por la formación, organizando acciones como el Campus Tecnológico Joven In y ofreciendo a los comercios que forman parte del Club del Socio la posibilidad de iniciarse en el comercio online. También entendemos que la formación tiene que empezar desde dentro, y por eso hemos diseñado un programa en banca digital, para que todo el mundo en la casa, empezando por el Consejo Rector, conozca las herramientas digitales y pueda explicar mejor sus ventajas a nuestros socios y clientes.

P. ¿Cuáles son las principales herramientas que han introducido en banca digital?

J.M.C. Nuestro buque insignia es Ruralvía, que presta servicios de banca electrónica desde hace más de 15 años. Está disponible en tres canales: la página web, que está muy consolidada; la versión móvil, que se ha mejorado y cada vez tiene más adeptos; y la versión tablet, que también está funcionando bien.

También tenemos Ruralvía Mi Negocio, la última app en llegar (se lanzó a finales de 2017). Estamos muy orgullosos de ella, porque ninguna entidad tiene algo similar en el mercado, con información tan completa y gráfica, comparativas anuales, resultados por cada tienda (si hay varias) o por terminal TPV, etc.

La oferta se completa con Ruralvía Pay, que permite realizar pagos con el móvil, gestionar las tarjetas y también da acceso a Bizum, el servicio de pagos inmediatos entre particulares a través del número de teléfono. Además, pronto contaremos con el servicio Apple Pay, que ahora solo es ofrecido por dos bancos tradicionales.



“Nuestro buque insignia es Ruralvía, que presta servicios de banca electrónica desde hace más de 15 años. Su uso está creciendo a un ritmo sostenido en los tres canales: en febrero se procesaron casi 1.500.000 transacciones, un 40% más que el mismo mes de 2017.”

P. ¿Qué grado de implantación tiene Rural Vía entre los clientes?

J.M.C. Su uso está creciendo a un ritmo sostenido en los tres canales: en febrero se procesaron casi 1.500.000 transacciones, un 40% más que el mismo mes de 2017. Si hablamos sólo de las operaciones realizadas a través de la versión móvil, el crecimiento es mucho mayor: ha doblado su volumen desde 2017 y esperamos que siga creciendo hasta superar a la página web.

P. ¿Cuál es el perfil de cliente que utiliza este servicio?

J.M.C. Tanto las empresas como los particulares utilizan esta herramienta. En general, el 75% de los usuarios particulares de banca digital tienen entre 30 y 55 años. No obstante, y esto es algo que ocurre en todos los tramos de edad, los clientes que son usuarios de banca digital operan con la Caja infinitamente más que los que no lo son.

En el caso de las empresas, son clientes que valoran enormemente la eficiencia y el ahorro de tiempo y costes. Prácticamente todas las empresas que tienen una carga operativa importante utilizan la banca electrónica, ya que eso les permite prescindir de la figura del “gestor de bancos” y agilizar las operaciones desde el ordenador.

P. ¿Cómo acogen los clientes estas nuevas herramientas? ¿Es necesario hacer más pedagogía?

J.M.C. Es importante tanto la formación como hacer pedagogía de sus ventajas. No obstante, no creo que haya que digitalizar a todo el mundo, quiera o no, ni mucho menos mirar por encima del hombro a aquellos que decidan no sumarse. El tono que se emplea es importante a la hora de comunicar, porque si nos equivocamos podemos alejar para siempre a usuarios potenciales y, además, molestar con razón a aquellos que han decidido libremente ser ‘analógicos’. Es muy importante que el cliente conozca todos los canales que tenemos disponibles y sea él quien decida cómo quiere relacionarse con nosotros.

P. ¿Cómo se puede incorporar a los clientes más mayores a las nuevas tecnologías en banca?

J.M.C. Una de las cosas más sorprendentes que descubrí cuando comenzamos a analizar el perfil de los usuarios de banca digital de la Caja fue que los que tenían mayor volumen de transacciones por persona eran aquellos que contaban entre 50 y 70 años, una franja que no es especialmente representativa en cuanto a número de usuarios (apenas un cuarto de ellos).

La lectura que hicimos es clara: no es fácil convencer a las personas mayores para que usen la banca electrónica, pero, una vez que la conocen, son los que más la utilizan. Esto nos lleva otra vez al asunto de la formación, la pedagogía y el tono. No podemos forzar a nadie a usar estas herramientas, pero sí podemos explicar cómo funcionan y qué ventajas tienen.

P. ¿Se están captando clientes jóvenes gracias a estos proyectos?

J.M.C. Tenemos unas herramientas de banca digital de primer nivel, pero si bien en la banca tradicional contamos con unas cuotas de mercado altísimas, que nos hacen líderes en nuestra zona, en el área digital tenemos que mejorar y explicar mejor lo que ofrecemos. Queremos mantener el servicio a aquellos clientes de las oficinas de fuera de Soria, a los que han tenido que irse fuera y también a aquellos que no nos conocen ni viven cerca de una oficina.

Con las herramientas competitivas que disponemos y a través de campañas como la dirigida a los clientes Joven In (menores de 31 años), que van a disponer de más de 28.000 cajeros de manera gratuita, tenemos que ser capaces de cumplir este año el ambicioso objetivo de aumentar el número de clientes jóvenes.

P. La entidad destaca por su vínculo al territorio, con una amplia red de oficinas. ¿Su mantenimiento puede ayudar a promocionar la banca digital?

“Es muy importante que el cliente conozca todos los canales que tenemos disponibles y sea él quien decida cómo quiere relacionarse con nosotros.”



“El acuerdo de colaboración con la fintech MyTripleA está siendo un acuerdo provechoso para ambas partes, y encaja con la idea de que en un futuro los bancos y las fintech tendrán que colaborar para prestar servicios complementarios y ofrecer una mejor experiencia a los clientes.”

J.M.C. Caja Rural de Soria está donde no está nadie más. Eso es un hecho. Por ello, debemos aprovechar la proximidad y confianza con nuestros socios y clientes para informarles y recomendarles, honestamente, las ventajas de cada una de las aplicaciones y servicios de banca digital.

P. Caja Rural de Soria posee un acuerdo de colaboración con la fintech MyTripleA. ¿Qué frutos ha dado?

J.M.C. MyTripleA es una fintech que nace en Soria y que se dedica al crowdlending, una fórmula que permite a aquellos que necesitan un crédito obtener financiación directa de particulares y/o empresas, en operaciones que coordina la propia fintech.

El acuerdo de colaboración consiste en que Caja Rural de Soria financia determinados proyectos presentados por MyTripleA que estén avalados por Sociedades de Garantía Recíproca. Desde la primera operación en junio de 2017 hasta la fecha, ya se han firmado más de 30 por un importe total de unos 5 millones de euros.

Entendemos que está siendo un acuerdo provechoso para ambas partes, que encaja con la idea de que en un futuro los bancos y las fintech tendrán que colaborar para prestar servicios complementarios y ofrecer una mejor experiencia a los clientes.

P. ¿Cómo puede afectar la regulación en la oferta de servicios financieros? ¿Qué impacto tendrán las nuevas directivas europeas sobre protección de datos (GDPR) y pagos digitales (PSD2)?

J.M.C. La previsión es que el peso de la regulación siga creciendo, tanto con la aprobación de nuevos marcos regulatorios como por el endurecimiento de los existentes. Parece claro que quien mejor y más rápido sepa adaptarse a los cambios tendrá una ventaja sobre el resto.

La GDPR es una normativa muy restrictiva, pero que va a afectar a todo el mundo, independientemente de su actividad. Es pronto para anticiparse, pero en principio es una buena noticia que exista un marco regulatorio común para toda la UE y que afecte igual a todos los que manejamos datos de clientes o usuarios europeos, seamos empresas europeas o no. Respecto a la PSD2, va a ser interesante ver qué pasa cuando finalmente entre en vigor, ya que parece que va a cambiar completamente los pagos tal y como los conocíamos hasta ahora. En mi opinión, a medio plazo habrá menos cambios de lo que se piensa y al final los que mejor sepan explotar las sinergias entre bancos y fintech serán los que mayor ventaja obtengan.

P. ¿Qué tendencias y oportunidades de futuro detecta en la banca digital?

J.M.C. Desde hace años se habla de la importancia del Big Data en todos los sectores, especialmente el bancario. Estamos acercándonos al punto en el que toda la inversión que han hecho los actores del sector bancario (incluido el Grupo Caja Rural) tiene que empezar a dar sus frutos en forma de modelos que permitan a los bancos ofrecer a sus clientes productos hechos realmente a su medida y en el momento preciso. Cuando eso se consiga, la adopción de la tecnología digital será mucho más fácil para todos.

