

2 Contratación digital de servicios financieros

La identidad electrónica como elemento clave

Hoy en día los consumidores tienen la posibilidad de comprar y contratar *online* infinidad de productos y servicios. Esta práctica, tan habitual en otros ámbitos, no está completamente extendida en los servicios financieros. La dificultad principal se produce cuando un usuario decide iniciar una relación comercial con una entidad financiera a través de Internet. Para que este sencillo paso pueda llevarse a cabo es necesario que la regulación permita a los bancos verificar a distancia la identidad de sus nuevos clientes. Así pues, un mecanismo de identidad digital fehaciente es fundamental para el completo desarrollo de los servicios financieros *online*.

Crear una cuenta de usuario en Google o Facebook, comenzar a utilizar Skype, o comprar en Amazon son actividades que cualquier persona realiza habitualmente desde un ordenador, tableta o teléfono móvil. Los servicios financieros también llevan años ofreciendo a sus clientes la posibilidad de operar con su dinero a través de estos canales digitales. Sin embargo, el alta de un nuevo cliente en una entidad financiera, por ejemplo para contratar una cuenta corriente, usando estos medios digitales, no siempre es posible. Existen algunas restricciones, normalmente relacionadas con las regulaciones de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, y en particular con la obligación que tienen los bancos de identificar fehacientemente al cliente antes de proceder a la contratación de cualquier producto o realización de ciertas operaciones.

Esta diferencia es fundamental respecto a otros proveedores que ofrecen sus productos y servicios en Internet. Google, Facebook o Skype no necesitan verificar la identidad real de la persona que accede a sus servicios, ni siquiera Amazon necesita verificar la identidad real de sus clientes cuando compran un producto, aunque intentará asegurarse de que las compras no son fraudulentas, obviamente.

En el entorno de los servicios financieros, una vez que la identidad del cliente ha sido verificada la primera vez, el banco proporciona unas credenciales y mecanismos de autenticación para las posteriores interacciones que, a menudo, permiten la contratación de nuevos productos u operar con los ya contratados, de manera equivalente a los otros servicios online mencionados anteriormente.

El marco regulatorio que afecta al alta de clientes en el sector financiero no es completamente homogéneo a nivel global. Algunos países prohíben los procesos de alta a través de canales digitales y requieren una reunión presencial para proceder a la identificación del cliente y comprobación de sus documentos de identidad. Por otra parte, en aquellos lugares donde sí está permitida la contratación no presencial, a veces es difícil establecer mecanismos de verificación de la identidad en estos canales digitales que permitan conocer, de manera unívoca, quién es el cliente.

En aquellos países que poseen una versión electrónica del documento oficial de identidad emitido por el gobierno, normalmente puede usarse este mecanismo para proceder a una identificación fehaciente del cliente de forma remota. Aun así, en algunos de estos casos, no siempre es fácil para el usuario la utilización de estas versiones electrónicas del documento de identidad, como cuando las credenciales están almacenadas en tarjetas inteligentes (con chip) y el usuario no posee un periférico que lea dicha tarjeta; o simplemente quiere usar su móvil o *tablet* en lugar de un ordenador convencional, una tendencia creciente en los últimos años.

En otros casos, como Reino Unido o Estados Unidos, no existe un documento de identidad oficial emitido por el gobierno (aparte del pasaporte, documento que no todos los ciudadanos poseen), por lo que se recurre a otros mecanismos como la validación de datos del cliente usando información proporcionada por

terceros o apoyándose en otros documentos que pueden ayudar a la identificación, como pueden ser los permisos de conducir. Estos mecanismos basados en el contraste de la información proporcionada por el cliente, mediante el uso de terceras partes, pueden tener el inconveniente de obligar al potencial cliente a completar más información durante el proceso de alta.

En general, todos estos mecanismos de diligencia debida hacen que la experiencia de usuario, en el proceso de alta como cliente en una entidad financiera, a través de canales digitales, quede mermada respecto a los estándares establecidos por los gigantes de Internet, que la mayoría de clientes tienen como referencia.

Además de la identificación del cliente, para poder completar el proceso de alta completamente *online*, es necesario que exista cobertura legal para los procesos de firma electrónica, de forma que el cliente pueda proceder a la firma remota de los contratos relacionados con los productos a contratar. Por citar dos casos extremos, la firma electrónica puede ser tan simple como marcar una casilla diciendo que se han leído los términos y condiciones del producto a contratar y se está de acuerdo con los mismos, o llegar a métodos tan sofisticados como el uso de certificados digitales almacenados en elementos seguros de creación de firma electrónica (ej DNle). A este respecto, como ocurre con la información que debe recabar la entidad financiera de los clientes con los que inicia una relación, entra en juego tanto el marco regulatorio como el nivel de riesgo que quiera asumir cada entidad, dando así lugar a algunas diferencias entre los procesos de distintos bancos en un mismo mercado.

En España, la administración pública del Estado está estableciendo nuevos mecanismos de identificación, autenticación y firma electrónica basados en claves concertadas como alternativa al DNI electrónico, en concreto con el sistema [CI@ve](#). Además, parece que el sistema CI@ve ofrecerá servicios de firma electrónica en la nube mediante certificados centralizados y DNI en la nube. Si se produjera una apertura de este sistema hacia el sector privado, y su aceptación como mecanismo de identificación fehaciente por parte de los organismos supervisores en el caso de la banca, podría facilitar los procesos de alta de clientes en las entidades financieras. Adicionalmente, la nueva versión del DNI electrónico, 3.0, dispone de interfaz NFC (Near Field Communications), que facilitará la interacción con él desde aquellos teléfonos y tablets que posean dicha interfaz, cada vez más comunes.

Desde el punto de vista regulatorio, en el ámbito europeo el Reglamento [eIDAS](#), publicado en 2014, pretende armonizar los sistemas de identificación electrónica de los estados miembros, así como el reconocimiento mutuo para los servicios prestados en línea por los organismos públicos a efectos de la autenticación transfronteriza. Entre los objetivos del reglamento están reforzar la confianza en las transacciones electrónicas en el mercado interior europeo proporcionando una base común para lograr interacciones electrónicas seguras entre los ciudadanos, las empresas y las administraciones públicas e incrementando, en consecuencia, la eficacia de los servicios en línea públicos y privados, los negocios electrónicos y el comercio electrónico en la Unión.

Como hemos visto, existen ciertas dificultades que hacen que la experiencia de usuario, a la hora de establecer nuevas relaciones de negocio con las entidades financieras por mecanismos no presenciales, no sea tan sencilla y cómoda para los clientes como en otros sectores. Uno de los retos para el futuro será establecer métodos fehacientes de identificación electrónica, de forma que la contratación digital de productos financieros por nuevos clientes de una entidad se pueda llevar a cabo con las garantías que exige la ley y ofreciendo altos niveles de comodidad y sencillez a los usuarios.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por la unidad de Regulación Digital:

Economista Jefe de Regulación Digital

Álvaro Martín
alvaro.martin@bbva.com

Vanesa Casadas
vanesa.casadas@bbva.com

Pablo Urbiola
pablo.urbiola@bbva.com

Con la colaboración de:

David Tuesta
david.tuesta@bbva.com

Israel Hernanz
israel.hernanz@bbva.com

Sang Gu Yim
sanggu.yim@bbva.com

Alfonso Arellano
Alfonso.arellano@bbva.com

Alicia Sánchez
alicia.sanchezs@bbva.com

Javier Sebastián
jsebastian@bbva.com

BBVA Research

Economista Jefe Grupo BBVA

Jorge Sicilia Serrano

Área de Economías Desarrolladas

Rafael Doménech
r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso
miguel.cardoso@bbva.com

Europa

Miguel Jiménez
mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp
Nathaniel.Karp@bbva.com

Área de Economías Emergentes

Análisis Transversal de Economías Emergentes

Álvaro Ortiz
alvaro.ortiz@bbva.com

Asia

Le Xia
le.xia@bbva.com

México

Carlos Serrano
carlos.serrano@bbva.com

Turquía

Álvaro Ortiz
alvaro.ortiz@bbva.com

Coordinación LATAM

Juan Manuel Ruiz
juan.ruiz@bbva.com

Argentina

Gloria Sorensen
gsorensen@bbva.com

Chile

Jorge Selaive
jselaive@bbva.com

Colombia

Juana Téllez
juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea
hperea@bbva.com

Venezuela

Julio Pineda
juliocesar.pineda@bbva.com

Área de Sistemas Financieros y Regulación

Santiago Fernández de Lis
sfernandezdelis@bbva.com

Sistemas Financieros

Ana Rubio
arubiog@bbva.com

Inclusión Financiera

David Tuesta
david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas

María Abascal
maria.abascal@bbva.com

Regulación Digital

Álvaro Martín
alvaro.martin@bbva.com

Áreas Globales

Escenarios Económicos

Julián Cubero
juan.cubero@bbva.com

Escenarios Financieros

Sonsoles Castillo
s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos

Oscar de las Peñas
oscar.delaspenas@bbva.com

Interesados dirigirse a:

BBVA Research

Calle Azul, 4
Edificio de la Vela - 4ª y 5ª plantas
28050 Madrid (España)
Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00
Fax: +34 91 374 30 25
bbvaresearch@bbva.com
www.bbvaresearch.com