

**Recensión a Giménez Zuriaga, Isabel (Dir.): *Retos de la sociedad digital y medios de pago*, Thomson Reuters, Navarra, 2019, 341 pp. (ISBN 9788413095127)**

**Book review of Giménez Zuriaga, Isabel (Dir.): *Retos de la sociedad digital y medios de pago*, Thomson Reuters, Navarra, 2019, 341 pp. (ISBN 9788413095127)**

**David López Jiménez**

EAE Business School

Calle del Príncipe de Vergara, 156, 28002 Madrid, España

dlopez@eae.es

<https://orcid.org/0000-0002-7013-9556>

noviembre 2021

**RESUMO:** Recensión a Giménez Zuriaga, Isabel (Dir.): *Retos de la sociedad digital y medios de pago*, Thomson Reuters, Navarra, 2019, 341 pp. (ISBN 9788413095127)

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumidores; Derecho; pagos; regulación; tecnología.

**ABSTRACT:** Book review of Giménez Zuriaga, Isabel (Dir.): *Retos de la sociedad digital y medios de pago*, Thomson Reuters, Navarra, 2019, 341 pp. (ISBN 9788413095127)

**KEY WORDS:** Consumers; Law; payments; regulation; technology.

**Recensión a Giménez Zuriaga, Isabel (Dir.): *Retos de la sociedad digital y medios de pago*, Thomson Reuters, Navarra, 2019, 341 pp. (ISBN 9788413095127)**

La sociedad digital es protagonista de numerosos cambios, entre los que cabe destacar el de las entidades financieras. Existen numerosas modificaciones que merecen nuestra atención como el incremento de los canales en virtud de los cuales pueden relacionarse con los potenciales clientes -analógicos y virtuales-. El sector financiero, a nivel global y español, se encuentra en una adaptación permanente. A este respecto, ha incorporado la innovación, buscando un trato cada vez más personalizado y adaptado al potencial cliente. Se recurren a instrumentos que hasta hace relativamente poco eran impensable. Entre los mismos, podemos, sin ánimo agotador, referirnos a robots, que, a modo de bróker, invierten los ahorros; la cadena de bloques -*blockchain*- con usos muy prometedores en el sector bancario, inteligencia artificial, el *Big Data*, billeteras digitales, técnicas y soluciones de *machine learning*.

El sector financiero históricamente se ha caracterizado por su capacidad para su rápida integración de los avances tecnológicos presentes en cada momento. A fecha de hoy, podemos afirmar que acudir presencialmente a la entidad bancaria no es una necesidad. En la actualidad, cada vez más actividades se efectúan a través de la Red.

La presente monografía aborda, desde una perspectiva multidisciplinar, los efectos de los cambios en los medios de pago para los ciudadanos de la sociedad digital. Seguidamente, nos referiremos a cada uno de los capítulos (obviando el primero de ellos que resulta de carácter netamente introductorio).

El capítulo segundo se refiere a los principales retos que plantea el Derecho en el ámbito digital. El autor analiza un elenco muy significativo de conceptos cuales son la sociedad digital; el ciberespacio; y los instrumentos jurídicos precisos en la sociedad de la información. También se aborda la problemática que se deriva de la seguridad física, jurídica y digital, los sistemas de información y los nuevos marcos normativos en el ámbito de la información corporativa, la seguridad y la privacidad. Como acertadamente apunta, todos los retos que plantea la sociedad digital y, en concreto, todas las tecnologías emergentes para el Derecho deberán determinar nuevos marcos regulatorios, si bien, en estos momentos, a juicio del autor, se disponen de nuevos instrumentos jurídicos actualizados para poder responder a algunos de ellos. De esta forma, puede darse lugar a ese necesario ecosistema de seguridad y confianza, fundamental para el desarrollo de la sociedad.

A continuación, se abordan los retos más significativos que plantea la banca en la nueva era digital. Se presta especial atención a la cadena de bloques como novedosa herramienta que elimina intermediarios, disponiendo de un alto nivel de seguridad. Resultan especialmente sugerentes los usos que menciona la autora sobre al momento en que *blockchain* alcance su máximo potencial referidos al ámbito financiero y otros espacios conexos. Entre los mismos, podemos citar, sin ánimo agotador, el caso de los micropagos donde destaca el caso de Verse que es una aplicación móvil fundamentada en *blockchain*. En este sentido, en Noruega con

poco más de cinco millones de habitantes, el banco DNB ha lanzado la aplicación VIPP. Se recurre a la misma para múltiples usos como el envío de dinero, abonar el café, el alquiler, el coche u otras actividades cotidianas. Tal sistema, que es considerado muy seguro, está determinando la práctica desaparición de las monedas y billetes.

Por su parte, el capítulo siguiente versa sobre el reto del almacenamiento de datos en la nube para las Pymes. La nube representa un servicio que se ha extendido entre las empresas en tiempos relativamente recientes y que puede generar una ventaja competitiva en la Pyme. El autor del capítulo, además de efectuar un análisis de la evolución del fenómeno central de su estudio, se refiere a ciertos casos de éxito en la implantación de soluciones *cloud*. En definitiva, debemos considerar que el *cloud* no representa tan solo un nuevo concepto de hosting, dado que constituye una nueva forma de entender el desarrollo de productos de carácter digital. La nube no es solo una tecnología, sino que es un nuevo modelo de negocio que permite llegar a donde antes no se podía y, de esta manera, obtener valor de los datos. El *cloud* se erige en un nuevo paradigma que está transformando la manera de entender el software dentro de las propias compañías.

Seguidamente, se analizan los aspectos legales de la robotización e inteligencia artificial. Tal capítulo efectúa un análisis histórico acerca de estos conceptos, estado del arte, los eventuales escenarios futuros y los previsibles desafíos susceptibles de plantearse. Asimismo, se examina la personalidad jurídica especial, la ordenación vigente, el status jurídico de los robots como sujetos con derechos y obligaciones y las posibles respuestas del ordenamiento jurídico actual y futuro.

Las principales implicaciones que conlleva la ciberseguridad del espacio compartido en el ámbito gubernamental -sector público- y empresarial se estudian en el capítulo sexto. Especialmente sugerentes resultan las apreciaciones que el autor formula respecto a las manifestaciones de la autorregulación en este ámbito. La preocupación por la ciberseguridad de estos últimos años no ha sido exclusiva del sector público y de los legisladores. El sector privado ha desarrollado códigos de buenas prácticas diseñados para implantar sistemas de gestión de seguridad certificables por una entidad independiente que establecen los mecanismos necesarios dentro de una organización para mejorar la seguridad. La implantación de este tipo de sistemas, de manera voluntaria, puede ser tenido en consideración, en el supuesto de que sea necesario, como un eximente en el supuesto de que se deriven responsabilidades penales por algún incidente.

La digitalización de los medios de pago y, en concreto, las soluciones tecnológicas sobre los medios de pago se estudian en el siguiente capítulo. Se parte de una mirada histórica sobre los medios de pago, así como una valoración referida al impacto de la digitalización y los distintos ritmos de convergencia. Se presta especial atención al cliente digital, las posibles soluciones a medida, los casos de éxito y los distintos sistemas de pago por móvil. Asimismo, se analizan novedosas experiencias de compra con especial consideración del denominado modelo europeo y la PSD2. Finalmente, se centra en los sistemas de geolocalización, el *big*

*data*, los *wearables*, el *Internet of the Things*, las criptomonedas, así como los posibles escenarios que se plantea para los medios de pago en el futuro.

Las plataformas de pago en el comercio electrónico chino, como Alipay y Tencent (BAT) se abordan en el capítulo octavo. Ambos se erigen en líderes mundiales en el pago por móvil, el proceso de expansión internacional -sobre todo en Asia-, así como las perspectivas estratégicas para el sector de la distribución. La transformación digital del sector de la distribución comenzó con los cambios en los hábitos de los consumidores -la demanda- obligando a cambiar la orientación del marketing y los canales de venta de productos y servicios. El caso de China es particularmente llamativo, pues ha logrado ser un país avanzado en Internet sin madurez digital en las tiendas físicas.

El capítulo noveno se refiere a la experiencia al cliente como plan estratégico, instrumento fundamental en la sociedad digital. El autor del mismo efectúa un análisis conceptual de este novedoso enfoque de negocio, para posteriormente examinar los factores clave del éxito, sus aplicaciones para el sector financiero y un fascinante supuesto de hecho. En efecto, todo cuanto conocemos está en permanente cambio. En la actualidad somos más exigentes, valorando, de manera significativa, aspectos como la confianza, la transparencia, la conveniencia, la sencillez o el hecho de que exista cierta personalización. En virtud de las redes sociales y los efectos que las mismas comportan, los consumidores son poderosos y soberanos, logrando que el valor de las opiniones tenga un gran impacto -en algunos casos equiparable a la publicidad de las marcas-.

A continuación, el capítulo décimo analiza el presente y futuro de los medios de pago internacionales, a partir de una sinopsis de su evolución histórica, los pagos simples, la situación actual, sus nuevos desarrollos para finalmente detenerse en los pagos documentarios. Además de la regulación aplicable a esta materia, el autor dedica parte de su contenido al examen de los contratos complejos y la inteligencia contractual. La cadena de bloques presenta un enorme potencial de reducción de costes, conservando e incluso aumentando la seguridad, haciendo posible el auge de los *smart contracts*. Su enorme capacidad de desintermediación nos lleva a nuevos factores -Fintech- y a tratar de hacerse con nichos que hasta ahora eran muy cautivos del sector financiero. Por todo ello, podemos concluir que el *blockchain* tiene mucho recorrido y un futuro prometedor, siendo uno de los nichos en el que puede alcanzar un notable éxito el del comercio exterior.

El capítulo once alude a la regulación europea de los servicios de pago y en concreto a la Directiva PSD2 y sus implicaciones para las entidades financieras. La nueva Directiva sobre servicios de pago parte del hecho de que su predecesora, la Directiva PSD, efectuó un trabajo adecuado en cuanto al hecho de contribuir a la creación de un área única de pagos en la Unión Europea. La PSD2 representa una gran oportunidad para los nuevos competidores en el mundo de la provisión de servicios de pago, pero también lo es para las entidades tradicionales y, en concreto, para las entidades de crédito.

Finalmente, el capítulo doce versa sobre un caso de éxito de la economía colaborativa radicado en la Comunidad Valenciana, como experiencia Fintech en materia de medios de pago. Se trata de la plataforma *crowdfunding* Colectual con autorización oficial de la CNMV. Parte de un examen de los conceptos básicos en el ámbito de la economía colaborativa y la financiación participativa para, seguidamente, referirse al funcionamiento del *crowdelending*, su marco legal en España, las barreras normativas y las eventuales propuestas de cambio. La economía colaborativa es una de las corrientes sociales de mayor desarrollo tanto por las facilidades que la tecnología y las redes sociales ofrecen a la hora de poner en contacto a las personas como por las ventajas objetivas de acceso y precio de bienes y/o servicios y por una conciencia social referida a una utilización eficiente de recursos que supone la economía colaborativa.

En definitiva, estamos ante una obra de referencia en materia de los medios de pago en el ámbito electrónico. La sociedad digital plantea nuevas formas de relación, permitiéndonos llegar mucho más allá de lo que consideramos los límites de la sociedad tradicional, potenciando nuestra interacción y relaciones con los demás, con independencia de la ubicación física. El gran reto para la banca y, en suma, para cualquier empresa pasa por situar al cliente en el centro de la estrategia.