

### «TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LOS MEDIOS DE PAGO»

La jerga tecnológica está invadiendo todos los ámbitos de la sociedad. La economía y el sector financiero no son una excepción. Los términos empleados no son siempre los más exactos pero la realidad es que conceptos como «digitalización financiera» o *fintech* inundan la realidad de los servicios financieros. En realidad, el cambio tecnológico siempre ha estado muy presente en el sector financiero, ya de forma muy importante desde la década de 1980. Sin embargo, recientemente, se está produciendo una eclosión en la transformación digital con una suerte de democratización del uso de la tecnología, la extensión de la economía colaborativa y el manejo de enormes volúmenes de datos (*big data*). Ingenieros, economistas, sociólogos, matemáticos y otros científicos colaboran de forma estrecha para afrontar este reto que ha de cambiar de forma radical un número importante de comportamientos empresariales y personales.

Sin embargo, se trata de uno de esos momentos llenos de tanta intuición como incertidumbre. La tecnología está ahí, pero su aplicación en cada caso es complicada porque forma parte de un nuevo paradigma industrial (que también lleva años gestándose) en el que las economías de red, las relaciones multilaterales y los sistemas de información complejos serán dominantes. Pero su concreción, la adopción del Facebook, Twitter o Amazon de los servicios financieros aún no se ha concretado.

Para la banca, el reto es también de grandes dimensiones, aún más en el entorno poscrisis tras una intensa reestructuración que no se ha cerrado y que se está solapando con el desafío tecnológico. Con el pro-

**SE ESTÁ PRODUCIENDO  
UNA ECLOSIÓN EN LA  
TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL CON  
UNA SUERTE DE  
DEMOCRATIZACIÓN  
DEL USO DE LA  
TECNOLOGÍA, LA  
EXTENSIÓN DE  
LA ECONOMÍA  
COLABORATIVA Y EL  
MANEJO DE ENORMES  
VOLÚMENES DE DATOS  
(BIG DATA)**

**PARA LA BANCA, EL RETO ES TAMBIÉN DE GRANDES DIMENSIONES, AÚN MÁS EN EL ENTORNO POSCRISIS TRAS UNA INTENSA REESTRUCTURACIÓN QUE NO SE HA CERRADO Y QUE SE ESTÁ SOLAPANDO CON EL DESAFÍO TECNOLÓGICO**

pósito de arrojar luz sobre estos temas, desde Funcas se publica este volumen de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA sobre «Transformación digital en los medios de pago». El número se publica tras la celebración de una jornada de reflexión sobre estos temas el 26 de mayo de 2016, con una buena representación de los autores del volumen y una intensa discusión y debate sobre un conjunto amplio de aspectos.

El número se abre con el artículo «Digitalización financiera: el *community banking* en la era de la disrupción digital» de **Camden Fine** (Independent Community Bankers of America). El artículo señala que ahora que las telecomunicaciones globales y la infraestructura de computación se han hecho disponibles para casi cualquiera, las nuevas innovaciones vienen, literalmente, de casi cualquier lugar. Este es el mundo de la disrupción. Aunque los *community banks* –como bancos de proximidad– se han visto también afectados por la tecnología, también están ellos mismos bien posicionados para convertirse en disruptores de los grandes bancos, ya sea como socios, como empresas *fintech* o con sus propias innovaciones. Señala el autor que como su historia ha demostrado los *community banks* son ágiles y adaptables, capaces de responder y ajustarse a las amenazas emergentes y, al mismo tiempo, permanecer como sólidos proveedores de servicios de financiación para las comunidades en las que operan.

**EL MODELO TRADICIONAL BASADO EN UN CONTACTO PRESENCIAL CON EL CLIENTE, SU CONOCIMIENTO DEL ENTORNO LOCAL Y SU EXPERIENCIA EN EL NEGOCIO, UNIDOS A LA TECNOLOGÍA QUE ESTÁ A DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR, SON EL FUTURO DE ESTOS BANCOS**

El modelo tradicional basado en un contacto presencial con el cliente, su conocimiento del entorno local y su experiencia en el negocio, unidos a la tecnología que está a disposición del consumidor, son el futuro de estos bancos.

La segunda aportación, titulada «El reto de regular las entidades de pago no bancarias: la respuesta de la directiva PSD2», de **Charles M. Kahn** (Universidad de Illinois) muestra cómo, durante siglos, los bancos han desempeñado un papel medular en los sistemas de pago. Su solvencia ha aportado el medio de cambio para celebrar transacciones comerciales, y las interacciones entre unas entidades y otras han configurado la red para efectuar transacciones de gran cuantía, tanto en el interior de un país como fuera de sus fronteras. El profesor Kahn sugiere que, hasta ahora, los reguladores no tenían la necesidad de distinguir entre los proveedores de pagos y los bancos, pues ambos eran una y la misma cosa. Las consideraciones sistémicas al regular los pagos eran indistinguibles de las consideraciones sistémicas al regular a los intermediarios financieros. Los aspectos sobre competencia y eficiencia a la hora de regular los pagos se integraban simplemente dentro del mandato general de la regulación bancaria.

Pero hoy en día muchas de las nuevas tecnologías podrían, al menos en teoría, operar de particular a particular fuera de la esfera regu-

latoria. Así pues, la nueva y acuciante pregunta que se plantea es: ¿cómo deberían reaccionar los reguladores bancarios a la introducción de sistemas de pago por parte de actores no bancarios? Indica Kahn que, si bien la Segunda Directiva de Pagos Europea (PSD) no precisa los detalles técnicos, dejando su concreción en manos de los órganos regulatorios nacionales y la Asociación Bancaria Europea, sí establece con cierta claridad el conjunto de principios rectores por los que se ha de regular la previsible competencia que se establecerá entre las nuevas y las viejas tecnologías de pagos minoristas en Europa.

A continuación, **Sujit (Bob) Chakravorti** (experto internacional en medios de pago), en su artículo «Nuevas tecnologías de pago: *back to the basics*», indica que la provisión de servicios de pago es una función nuclear de los sistema bancarios. Sin embargo, un número importante de intermediarios no bancarios está irrumpiendo en este entorno de los pagos. Los pagos pueden hacerse mediante dinero fiduciario o con *criptomonedas*, con crédito o con depósitos, o con transferencias bancarias registradas en los libros de proveedores no bancarios. Gran parte del foco de este artículo está en las tecnologías emergentes que pretenden mejorar la intermediación en las transacciones con pagos minoristas, ya sea incrementando su alcance, su conveniencia, las ventas de los comerciantes o aportando ahorro de costes para los usuarios finales o los proveedores de los servicios de pago.

En su artículo, el autor compara las antiguas innovaciones en medios de pago con las que ahora se están produciendo. Se definen hasta ocho atributos necesarios para que una innovación en medios de pago tenga éxito. Aunque se han producido avances tecnológicos que conducirán a cambios en el modo en que pagamos por los bienes que consumimos, los atributos básicos para que un instrumento de pago sea exitoso apenas han cambiado.

El volumen contiene también algunas contribuciones sobre casos específicos de preferencias por los medios de pago. Así, en el artículo «¿Cómo eligen los consumidores sus formas de pago?», **Joanna Stavins** (Federal Reserve Bank of Boston), sugiere que la transformación de los servicios de pago en Estados Unidos se concreta progresivamente en un cambio desde el uso de medios basados en papel hasta las tarjetas y otros medios de pago electrónicos. Pero existe también un grado de heterogeneidad muy importante en el modo en que cada consumidor paga. En este artículo se analiza qué factores afectan al comportamiento de los usuarios de medios de pago en Estados Unidos y se repasan los resultados de algunos estudios recientes.

## LA NUEVA Y ACUCIANTE PREGUNTA QUE SE PLANTEA ES: ¿CÓMO DEBERÍAN REACCIONAR LOS REGULADORES BANCARIOS A LA INTRODUCCIÓN DE SISTEMAS DE PAGO POR PARTE DE ACTORES NO BANCARIOS?

Desde la perspectiva de la demanda, los factores demográficos y los ingresos, las preferencias de los consumidores, su valoración de los atributos de cada medio de pago y las economías de red se identifican como variables determinantes de la elección de la forma de pagar. Todos los estudios analizados utilizan un número creciente de fuentes de datos, que incluyen diferentes encuestas y datos extraídos de diarios de comportamiento del consumidor realizados en Estados Unidos y en otros países.

La perspectiva institucional es también esencial en este contexto. En el artículo «La transformación digital de los instrumentos de pago», **Olivier Guersent** (Comisión Europea, Dirección General de Estabilidad Financiera, Servicios Financieros y Unión del Mercado de Capitales) muestra cómo la transformación digital ha alterado radicalmente el panorama de la industria de pagos: nuevos *jugadores*, nuevos instrumentos, más competencia y menores precios. Esta excitante transformación está en desarrollo y no tiene un fin previsible a la vista. A pesar de esta nueva competencia, los bancos todavía mantienen la mayor cuota de mercado en pagos minoristas y serán la principal fuerza de cambio en la transformación digital, ya que propiciarán una adopción masiva por parte de los consumidores. Sin embargo, aunque el ecosistema de pagos es muy innovador y competitivo, es también frágil. La Comisión Europea, en su papel de regulador, tiene que asegurar que las reglas necesarias están en funcionamiento para que se logre que la competencia y la innovación produzcan los mayores beneficios posibles.

Señala Guersent que los pagos han evolucionado de forma radical gracias a la transformación digital. A pesar de la competencia, los bancos todavía mantienen la cuota más importante de cuentas de pago y serán los que conduzcan la transformación digital y su adopción masiva por parte de los consumidores. En todo caso, debemos recordar siempre los riesgos de estas innovaciones. La Comisión Europea ha tratado de ofrecer un equilibrio para garantizar la aparición de estas innovaciones con un adecuado grado de competencia competitiva y, en este sentido, resulta especialmente importante la aprobación de la Segunda Directiva de Pagos europea (PSD2 o *Second Payment Services Directive*).

Desde el Banco Central Europeo, **Monika Hempel** y **Francisco Tur Hartmann** en «La digitalización de los servicios financieros y su impacto en los medios de pago» señalan que la industria europea de los pagos minoristas ha sufrido una enorme transformación en los últimos años. Dicha transformación se debe, en su mayor parte, a los esfuerzos hechos por la industria y los reguladores para proveer al mercado interior europeo de una infraestructura de pagos en línea

con estas ambiciones integradoras. El desarrollo y la implementación de la zona única de pagos en euros (SEPA) ha demostrado que no solo se precisan enormes esfuerzos sino también perseverancia por parte del mercado y de los órganos reguladores.

Los autores inciden en que una consecuencia de la presión ejercida a la comunidad de proveedores de servicios de pago por parte de los órganos reguladores fue la creación del Consejo Europeo de Pagos (EPC) que se encargó de desarrollar, no sin poco esfuerzo, los instrumentos de la SEPA para las transferencias y los adeudos. En lo que respecta al mercado de las tarjetas de pago, la integración europea sigue estando aún lejos de ser una realidad. Aparte de las tradicionales redes de tarjetas internacionales, que sí permiten transacciones a nivel transfronterizo, la gran mayoría de redes de tarjetas limita su ámbito al entorno puramente nacional.

También en el campo de la innovación, el proyecto de pagos instantáneos tiene una enorme importancia, según los autores. El proyecto de pagos instantáneos es de enorme envergadura y complejidad debido, en buena parte, al objetivo establecido por el ERPB de proporcionar una experiencia paneuropea. Los proveedores de servicios de pagos conjuntamente con el eurosistema y las infraestructuras de mercado correspondientes están en estos momentos analizando la manera de colaboración necesaria para implementar el proyecto de forma exitosa y, en particular, la manera en que se puede facilitar una solución paneuropea mediante modelos de compensación y liquidación adecuados.

Con el entramado institucional señalado y los retos de la industria financiera, se configura un «Nuevo ecosistema digital en el sector de pagos», que **Pablo Tramazaygues** (The Boston Consulting Group) observa como un entorno en el que la digitalización del sector y la entrada de nuevos competidores de perfiles muy distintos a lo largo de toda la cadena de valor de pagos (desde gigantes tecnológicos hasta *start-ups* financieras-*fintechs*) lo convierte en un mercado especialmente dinámico y en continua evolución y reconversión.

El autor indica que la innovación del mundo de los pagos se produce en varios frentes, desde la infraestructura o *hardware* que se utiliza desde hace décadas para el momento del pago (nuevos terminales de punto de venta, TPV) hasta nuevos soportes para el pagador, como son las nuevas carteras digitales (*e-wallets*) o los nuevos servicios de valor añadido generados a través de la explotación de la rica información implícita en los flujos de pagos. Se señala que lo que está en juego es la pérdida de uno de los activos más valiosos de los bancos: sus puntos de contacto y relación con el cliente.

**NO SOLO SE PRECISAN  
ENORMES ESFUERZOS  
SINO TAMBIÉN  
PERSEVERANCIA POR  
PARTE DEL MERCADO  
Y DE LOS ÓRGANOS  
REGULADORES**

La perspectiva bancaria, como principal intermediario en los servicios financieros minoristas, es también muy valiosa. En el artículo «La transformación de la banca: reorientación de los canales y servicios digitales», **Antonio Massanell** (Caixabank) sugiere que en la actualidad el mundo vive uno de los momentos más interesantes por los cambios que se producen en todos los ámbitos. El factor común de todos estos cambios es la rapidez con que ocurren y, a su vez, la facilidad con la que son asumidos por las personas. Hoy en día todo sucede a velocidad instantánea y nos hemos acostumbrado a vivir con esta intensidad. Massanell indica que en el origen de esta aceleración encontramos una acumulación de avances científicos producidos en el siglo XX que, complementándose, han permitido avances impensables en cortos periodos de tiempo. Una de las tecnologías que mejor representa los catalizadores de la aceleración del cambio es la informática, bautizada en la actualidad como tecnología de la información (TI).

También se explica que cuando analizamos el impacto de los cambios producidos por la TI en la sociedad, nos damos cuenta de que este proceso no ha hecho más que empezar. Las predicciones sobre el aumento de la capacidad de los ordenadores en el manejo de la información prevén que en menos de cincuenta años superen ampliamente las capacidades del cerebro humano, con lo que ello implica de transformación en todos los ámbitos de la vida de las personas. Para Massanell, el primer factor clave para el éxito en el proceso de transformación de la banca consiste en implantar una nueva cultura corporativa que introduzca el valor de la capacidad de adaptación, la adaptación continua al cambio acelerado. En este proceso se debe reforzar la posición del cliente como único referente de la cultura corporativa. Por tanto, es el cliente el que nos juzga de forma continua, nos compara, nos exige permanentemente que seamos lo que él necesita.

Desde Cecabank, **Agustín Márquez Dorsch** en «La digitalización de los pagos: oportunidades y beneficios», comenta que las nuevas aplicaciones digitales generan nuevas pautas de relación e interacción, animando toda una transformación que trasciende hacia el «exterior» de ellas mismas, modificando los hábitos y psicología de la «demanda», las relaciones sociales y la cultura de las nuevas generaciones. Pero tales nuevas aplicaciones digitales exigen adaptar también «el interior» de los negocios, el propio entramado de la «oferta», redefiniendo procesos, el trabajo en equipo y las pautas de dirección.

Para Márquez, los pagos representan una actividad transversal a todos los sectores, lo que hace que su eventual transformación pueda constituir una palanca de efecto multiplicador sobre el resto de apli-

**EL PRIMER FACTOR  
CLAVE PARA EL ÉXITO  
EN EL PROCESO DE  
TRANSFORMACIÓN  
DE LA BANCA CONSISTE  
EN IMPLANTAR UNA  
NUEVA CULTURA  
CORPORATIVA**

caciones, y por tanto también catalizador de cambios profundos en la sociedad y en la economía. Y la disrupción digital de los pagos, sin duda, no dejará de apoyarse en los tres grandes factores antes referidos: la interactividad social, los dispositivos móviles y el procesamiento inteligente de datos. Muchas son las oportunidades de crear valor que la tecnología digital nos ofrece, y muchos son los desafíos que hay que superar para conseguirlo, pero también es mucho lo que se puede conseguir. Si miramos a dichas oportunidades bajo la ambición de constituirnos en promotores del cambio con el que sentar las bases de la nueva economía, solamente cabe enfrentarnos a los desafíos con la intención de cambiar el modelo actual, y no de simplemente introducir parches o maquillajes manteniendo las mismas esencias.

Señala el autor que un modelo disruptivo estaría en condiciones de definir un nuevo identificativo de titular interbancario (*bank-id*), sustituyendo el uso del código internacional de cuenta bancaria (IBAN, por sus siglas en inglés) o del número de tarjeta (PAN, por sus siglas en inglés), eliminándose así el riesgo de que dichos identificativos de cuentas o tarjetas pudieran ser capturados y reutilizados. Podría contemplarse una solución universal a la identidad digital apoyada en las propias entidades financieras. Asimismo, las entidades financieras podrían certificar documentos intercambiables. Las entidades podrían utilizar sus propios certificados para añadir su firma y estampado digital (asegurando su integridad) a documentos o mensajes intercambiables entre clientes últimos. De esta manera podrían certificar la conformidad de sus clientes a tales documentos (contratos, mandatos...) sin necesidad de incorporar firmas de los propios clientes, pero sobre todo podrían añadir con ello compromisos de garantía o financiación. Así, las propias entidades podrían generar pagarés bancarios, cartas de garantías, u otros que los clientes podrían intercambiar entre sí.

Los proveedores de servicios de pago están también muy alerta a estos cambios. En «La nueva era digital de los medios de pago», **Javier Pérez** (MasterCard Europa) observa que hace unas décadas nadie podría haber vaticinado que una tarjeta de plástico sustituiría al dinero en efectivo a la hora de realizar las compras del día a día. Como también habría resultado extraño pagar en un establecimiento cinco años atrás acercando al datáfono una tarjeta *contactless* o un *smartphone* (teléfono inteligente). Sin hablar de qué habría pasado hace únicamente dos si alguien hubiera intentado autenticar su pago haciéndose un *selfie*, con las huellas dactilares o con el ritmo de su corazón, rasgos únicos e intransferibles de cada persona. Y sin embargo, todos estos métodos ya existen, como los pagos sin contacto, que ya son parte de las transacciones diarias de muchos ciudadanos,

o, como en el caso de las soluciones biométricas, pronto estarán disponibles también en España para aumentar la seguridad de las transacciones digitales.

Para el autor, esta correlación de fechas nos puede hacer conscientes de los cambios tan sustanciales que estamos viviendo en la manera en que pagamos en nuestro día a día y de las posibilidades que se están abriendo para poder hacerlo casi desde cualquier dispositivo y lugar. En la actualidad, según el último barómetro de MasterCard, el 20,8 por 100 de los clientes digitales españoles ya realiza pagos móviles en cualquiera de sus modalidades, siendo el pago móvil en tienda física, a través de la tecnología NFC (*Near Field Communications*, por sus siglas en inglés y la que posibilita los pagos móviles), el mayoritario. Unos datos que irán en lógico aumento, gracias a una mayor preferencia de los consumidores y a una tecnología móvil que asegura más que nunca la seguridad, fiabilidad y comodidad a la hora de pagar.

Se señala que otro hecho que ha sido dinamizador de este tipo de pagos ha sido el importante incremento del comercio *online*. Según los últimos datos publicados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en el segundo trimestre de 2015, el *e-commerce* creció en nuestro país un 27 por 100 respecto al mismo periodo del año anterior, lo que supuso una facturación de 4.900 millones de euros a través de 70 millones de transacciones. Estos datos, que en solo cuatro años se han casi triplicado, demuestran una vez más el cambio de hábitos de la sociedad y cómo los actores en los medios de pago debemos trabajar para ofrecer soluciones nuevas que respondan a las crecientes necesidades.

Todos estos avances hacia la digitalización de los pagos responden a la apuesta de compañías como MasterCard por satisfacer las necesidades de los consumidores de la mejor manera posible en cada momento.

El caso español se aborda en «Digitalización y preferencias por los medios de pago en España» donde **Santiago Carbó Valverde** (Bangor University y Funcas) y **Francisco Rodríguez Fernández** (Universidad de Granada y Funcas) opinan que aunque es difícil precisar cuáles serán las aplicaciones y servicios específicos que cambiarán radicalmente la forma de pagar y que tendrán una penetración y adopción masiva en el mercado, existe una coincidencia en que ese cambio se está produciendo de forma más o menos acelerada y merece un estudio continuado. En este artículo, se analiza el impacto que la digitalización financiera puede tener sobre los medios de pago en España. Como en el resto de Europa, estos desarrollos tienen mucho que ver

con el propósito de avanzar hacia una zona única de pagos en euros, la llamada SEPA (*Single Euro Payments Area*). España constituye un caso particularmente interesante de estudio. Pocos países a escala mundial realizaron una inversión en infraestructura tecnológica para pagos (como es el caso de los cajeros automáticos y los terminales para pagos en puntos de venta) similar a la española.

El análisis de los datos para España revela, como en otros países, que la transición desde los tradicionales pagos en efectivo hacia otros medios ha estado conducida fundamentalmente por la adopción de las transferencias y las domiciliaciones bancarias y por las tarjetas de pago. El artículo ofrece también una estimación empírica sobre el impacto que el *fintech* puede tener sobre la reducción del uso de efectivo en España. Esta aproximación revela que, aunque el desarrollo más importante de la digitalización está aún por producirse, hay ya algunas alternativas de pago –sobre todo las relativas al comercio *online* y pagos por móvil– que tienen un importante efecto dinamizador. En los próximos años, se espera que estas nuevas modalidades de pago tengan un impacto notable en la reducción del uso de efectivo en España. Dicho esto, nuestras estimaciones muestran la resiliencia del efectivo como instrumento de pago en nuestro país, que puede venir explicado en buena parte por factores culturales, demográficos y fiscales (economía informal). Sin duda, la más que probable revolución de los medios de pago asociada con la digitalización financiera en los próximos años coadyuvará a erosionar esa resiliencia del efectivo pero parecen también necesarias acciones públicas en materia de tecnología y fiscalidad que ayuden a obtener un *mix* de pagos de nuestro país que permitan alcanzar mayores cotas de eficiencia tecnológica y económica en la sociedad española.

En «Medios de pago, seguridad e identidad digital» **Eduardo Avenaño** (Accenture Strategy), **David Pérez Lázaro** (Accenture, Security lead) y **Bárbara Queizán** (Accenture Strategy) muestran que la seguridad en pagos electrónicos se entiende como la protección de la información de las transacciones, garantizando su confidencialidad (solamente accederá a la misma quien se encuentre autorizado), su integridad (la información será exacta y completa) y su disponibilidad (los usuarios accederán a la información cuando lo requieran).

Para los autores, la seguridad constituye una de las principales preocupaciones para las entidades financieras puesto que cualquier brecha implica no solo importantes pérdidas económicas sino un daño potencialmente irreversible a la reputación de la compañía. Algunos ejemplos recientes en diferentes industrias ponen de relieve el impacto del fraude: en 2012, Global Payments sufrió un robo de

**HAY YA ALGUNAS ALTERNATIVAS DE PAGO –SOBRE TODO LAS RELATIVAS AL COMERCIO ONLINE Y PAGOS POR MÓVIL– QUE TIENEN UN IMPORTANTE EFECTO DINAMIZADOR**

10 millones de tarjetas de crédito con un coste directo de 100 millones de dólares; en 2012, a Subway le sustrajeron 146.000 tarjetas con un coste directo asociado de 10 millones de dólares; en 2012, StarDust padeció el robo de 20.000 tarjetas; en 2013, Target sufrió un robo de 40 millones de tarjetas y datos de 110 millones de clientes, con un coste directo de 30 millones de dólares; en 2014, Home Depot fue objeto de robo de 56 millones de tarjetas.

La ciberseguridad está en la agenda de los comités de dirección de las entidades financieras, fundamentalmente debido al incremento de la presión normativa y los cambios legislativos que han ocurrido en el último año. Aunque todavía no se ha instalado totalmente en su ADN hasta el punto de formar parte del núcleo de su responsabilidad empresarial y de su estrategia de transformación digital, se están lanzando iniciativas que van a permitir dar un salto exponencial en sus capacidades e incrementar, por tanto, la confianza digital de sus clientes.

La última contribución del volumen, «Incentivos al uso de los medios de pago electrónico» **Diego Vizcaíno** y **Verónica López** (Analistas Financieros Internacionales, AFI) observan que en los últimos tiempos venimos escuchando voces autorizadas que anuncian que el fin del efectivo, del dinero físico tal como lo conocemos y con el que hemos convivido desde el siglo VII a. C., está en peligro de extinción. Otras denominan a este fenómeno la «guerra contra el efectivo», dando a entender que el efectivo es un enemigo a reducir. Otros, evitando connotaciones negativas, lo llaman «sociedad sin efectivo» (*cashless society*). Sin dejar de ser interesantes ninguna de las tres aproximaciones, cabe no obstante contextualizarlas y, en opinión de los autores, ir tomando posiciones con relación a esta cuestión en particular, entre otras razones, porque como se expone en las siguientes páginas, es una tendencia global por la que están apostando numerosos gobiernos y sociedades.

Se sugiere que la desaparición del dinero en efectivo no implica la vuelta a la economía del trueque, aunque bien es cierto que el crecimiento de la economía colaborativa está resucitando esta práctica de intercambio bilateral de bienes y servicios. El de la economía colaborativa y sus implicaciones es, no obstante, un tema aparte.

Sobre la relación existente entre efectivo y economía sumergida son muchos los académicos y profesionales los que afirman que la clave para controlar la segunda está en el diseño adecuado de mecanismos que desincentiven el uso del primero frente a otros medios de pago electrónico. De hecho, son ya muchos los países que han tomado nota de estas ideas y han puesto en marcha incentivos (normativos,

fiscales, económicos, etc.) para conseguir acercarse, a distintos ritmos y puntos de llegada, a un escenario en el que la sociedad sea capaz de vivir libre de efectivo. Como ejemplo, destacar que Dinamarca ha sido el primer país del mundo en declarar y comprometerse al objetivo de convertirse en país libre de efectivo en 2020; esto es, en apenas tres años. Pero no es el único (a él se han sumado inmediatamente Suecia e Islandia), ni las vías para su consecución las mismas, aunque sí las motivaciones.

En conclusión, este volumen de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA se nutre de un prestigioso conjunto de autores, de la industria, la supervisión, el regulador y la academia para ofrecer al lector una visión de conjunto de un tema tan apasionante cómo la forma en que se van a realizar los pagos en el futuro inmediato que, a todas luces, será muy distinta de la actual.