

EN EXCLUSIVA

Ex directivos de American Express negocian con la banca española un sistema de pagos por Internet

[American Express](#)

@D. Toledo - 29/12/2008 06:00h



Varios ex directivos de American Express encabezados por **Manuel Montero**, que fuera ejecutivo de la compañía en España y Europa, negocian con la gran banca española la puesta en marcha durante el primer trimestre de 2009 de un sistema de pagos por Internet que permite las compras online en tiendas nacionales o internacionales sin necesidad de utilizar la tarjeta de crédito ni de revelar a los vendedores los datos personales o financieros. Según los promotores del proyecto, “permitirá a los clientes de los

bancos y cajas afiliados una seguridad total en el pago por Internet en un entorno libre de fraudes”.

“Con los primeros que se van a cerrar los acuerdos es con Ibercaja, Banesto y Caja Madrid. Luego irían BBVA y Santander y finalmente entrarían otras entidades, como la CAI, en una tercera fase”, aseguran fuentes conocedoras de las conversaciones. El líder en banca online en España, La Caixa, “no puede entrar de momento porque, por su régimen interno, tiene prohibido avalar el juego online. Tendría que modificar sus Estatutos”, explican estas fuentes. ¿Beneficios para la banca? Abrir una nueva vía de negocio online, que permitirá el cobro de comisiones por transacción -procedentes de compartir la tasa de descuento con la tienda- e incrementará los créditos al consumo en la Red, advierten los promotores.

El sistema, denominado Saftpay, funcionaría bajo la premisa de compra anónima. Cuando se selecciona en un comercio online afiliado este modo de compra, el cliente obtiene un código de transacción y una hora de expiración o caducidad. Con esos datos se completa el pago a través del servicio de banca por Internet de la entidad financiera. “El banco o la caja informa a la tienda que la compra ha sido pagada, y de que ésta puede realizar el envío del producto o servicio adquirido, teniendo total garantía de cobro”, se explica desde el proyecto. Hasta ahora se habrían incorporado comercios entre los que se incluyen el Grupo Globalia o HP, mientras que BBVA y Santander ya operan con el sistema en sus filiales de Perú y México.

Frustración electrónica

La sede operativa del grupo se encuentra en Miami y cuenta con otros ejecutivos veteranos de American Express como fundadores y asesores. Es el caso de **Bernard J. Hamilton**, presidente de la firma para Latinoamérica durante 10 años, o de **James R. Collins**, responsable financiero de diferentes filiales y divisiones de la sociedad de medios de pagos. **Adrian Neuhauser**, fundador del sistema, asegura haberlo desarrollado “por su propia frustración ante los problemas para completar transacciones electrónicas desde fuera de EEUU”. Durante 2009, el plan de negocios implementado por el grupo para España pretende agrupar en torno al proyecto a seis grupos bancarios y llegar a más de 24 millones de clientes.

Además, el lanzamiento incluye también otros países europeos como Reino Unido, Portugal y Alemania, con el objetivo a medio plazo es incorporar a 24 grupos bancarios y cerca de 150 millones de clientes sólo en el Viejo Continente. En los mercados de México y Perú, además de BBVA y Santander, están afiliados Banamex, Banco Continental, Banco de Crédito de Perú y Scotiabank. Son la punta de lanza en Latinoamérica. Entre estos dos países y EEUU hay ya registrados unos cien comercios electrónicos y 33 millones de clientes, tras un año de operaciones. En 2009, año en que se pretende lanzar con fuerza el proyecto, la ambiciosa previsión del grupo es estar operativo en 13 países (seis europeos y siete latinoamericanos), atrayendo a 50 grupos bancarios y 235 millones de clientes en apenas doce meses.

Según los datos que maneja la empresa, la cifra de negocios prevista para el comercio electrónico en Europa alcanzará los 210.000 millones de euros en 2010, lo que supondría un crecimiento aproximado del 50% respecto a 2006. También resulta alentadora la evolución en España, después de que en la primera mitad de 2008 el 16% de los españoles ya comprara por Internet. No obstante, los 4.250 millones que se movieron en 2007, sólo representan un 2,5% del total del comercio electrónico europeo. Además, apenas el 8% de las pymes dispone de una plataforma de ventas online, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Y es que en España, los consumidores siguen teniendo reservas importantes para realizar compras a través de la Red. No en vano un 35,2% reconoce tener desconfianza respecto a las formas de pago a través de Internet, según un informe elaborado recientemente por Red.es. Es la principal causa de reticencias. Además, un 18,8% más reconoce que tiene miedo de dar sus datos personales o financieros por Internet.