

La contratación bancaria en los tiempos del “hashtag” v la transformación digital

Autor: Luis Miguel Balcázar Espinoza

Publicado el 31 de diciembre 2018

Abogado titulado por la Universidad César Vallejo con estudios de post-grado en la Maestría de Derecho Bancario y Financiero en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Asesor Legal en asuntos bancarios, comerciales, regulatorios en Scotiabank Perú.

La banca tradicional, tal y como la conocemos, en poco tiempo no será más que una vieja imagen difusa en la historia que dará paso a una nueva forma de ver la actividad bancaria. Las agencias bancarias, los cajeros automáticos, las tarjetas, los contratos, las cuentas de ahorro y hasta el propio dinero contenido en ellas no serán entendidos del mismo modo, no serán más físicos; se unirán, si es que ya no lo están haciendo, a la ola de transformación digital, que viene calando todos los sectores de la economía actual bajo un mismo hashtag¹ denominado “#BancaDigital”

Banca Digital.

Se le denomina banca digital al conjunto de servicios otorgados por una empresa del sistema bancario a través de canales no presenciales como un teléfono celular, computadora, tablet o televisor. Nace como una forma de responder a la necesidad apremiante de la mayoría de los usuarios de tener al alcance de sus manos, parte de los servicios, o al menos lo más indispensable, que usualmente recibirían en una agencia bancaria.

En la actualidad todos los bancos de nuestro sistema cuentan con una página web en la que brindan información sobre sus tasas, tarifas, campañas publicitarias, condiciones de contratación, además de cualquier otra información de interés para los clientes y usuarios. Algunos bancos ponen a disposición solo de sus clientes la posibilidad de ingresar a un portal exclusivo², conocido como Banca por Internet, que permite realizar consultas, solicitudes, pagar servicios, abrir cuentas de ahorros o solicitar un préstamo personal.

Asimismo, los bancos también ofrecen aplicativos móviles para celulares, conocidos como Banca Móvil, que contienen básicamente el mismo menú de servicios de la Banca por Internet y también es de uso exclusivo para los clientes.

La banca digital trae consigo muchos beneficios. Los más importantes son el ahorro de tiempo, la velocidad de las operaciones, considerable nivel de seguridad y la posibilidad de monitoreo de los movimientos de una cuenta bancaria. Todos estos beneficios generan otro que favorece a la banca: la reducción de la desconfianza que la banca tradicional ha provocado en algunos sectores, como el de consumo en el que los niveles de servicio han dejado ventanas de reclamos y en consecuencia la intervención de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP e INDECOPI con su potestad regulatoria y sancionadora.

La transformación digital ha llevado a los bancos a reformular su idea de negocio al punto de decidir transformarse a la Banca Digital de manera total o morir. Mientras más rápido lo haga un banco será mejor, y lo pondrá en mejor posición frente a sus competidores. Atrás han quedado las largas horas en las agencias bancarias para solucionar los

problemas financieros comunes. Hoy desde la comodidad de una casa, podemos realizar las transacciones de la vida doméstica y otras un tanto más complejas, mañana tal vez, las agencias no existan y la banca sea sinónimo de servicio de plataforma digital como Amazon, Google o Facebook.

Contratación digital bancaria.

En la era digital los bancos están dejando de lado los formularios y contratos con soporte físico o impresos para dar paso a los archivos electrónicos, enlaces con contenido descargable o la sola puesta a disposición de los documentos contractuales en un soporte virtual, pagina web o nube. Esta nueva forma de proporcionar al cliente el contenido contractual o las condiciones generales de un producto ha generado grandes ventajas tanto para el banco como para sus clientes. Desde un punto de vista presupuestal los bancos han reducido costos operativos y han ganado celeridad en los procesos de contratación, mientras tanto los clientes han logrado sacar provecho de la información contractual contenida en la web y de esa forma poder arbitrar en el propio sistema financiero un determinado producto para así poder contratar el que más favorezca sus necesidades.

Sin embargo, al caracterizarse como remota o no presencial la contratación de los servicios o productos financieros se han ideado mecanismos para demostrar dos aspectos, básicamente: (i) la identidad del tomador del servicio o adquirente del producto financiero; y (ii) la aceptación de los términos y condiciones contractuales. Estos dos aspectos son de gran relevancia para el banco al tomar la decisión de ofrecer la contratación virtual, considerando que nuestro sistema de justicia carece de destacado precedente jurisprudencial al respecto. La identidad del futuro contratante en una operación digital seguro resulta ser el aspecto más importante en este tipo de contratación. La respuesta a la pregunta ¿Quién eres? Es resuelta por algunos mecanismos de identificación como el lector biométrico de huella digital, usado en la actualidad en muchas empresas no solo bancarias, que básicamente toma la huella dactilar del cliente y la contrasta con otra contenida en una base de datos alimentada por un sistema legítimo de información biométrica, es decir por el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) para dar una respuesta positiva o negativa a la consulta de identificación. Otro medio usado para lograr la identificación del contratante es la clave PIN³, sin embargo, este mecanismo solo puede ser usado por clientes del mismo banco que previamente han confirmado de forma presencial su identidad en una agencia bancaria. Esta clave PIN contiene por lo menos 4 dígitos numéricos que solo el cliente conoce y que hacen presumir a la entidad bancaria la identidad de su ejecutor en una operación digital. Este último mecanismo de identificación es usado aún con cautela debido al descuido de la confidencialidad y reserva que le dan sus titulares.

El segundo aspecto relevante a tomar en cuenta es la aceptación del contratante que en un plano presencial y con documentos impresos se resuelve a través de la firma autógrafa reconocida por RENIEC, sin embargo, estando en un ambiente digital no presencial se destacan dos alternativas que reemplazan la firma autógrafa: La firma digital y la firma electrónica.

La firma electrónica se desarrolla a través de la consignación de un conjunto de datos que junto a otros o asociados a estos le permite a la otra parte contratante presumir la identificación del firmante. El concepto de firma electrónica es más amplio y genérico que el de firma digital, que es un tipo de firma electrónica que utiliza una técnica de

criptografía asimétrica, es decir, una combinación entre una clave pública y privada relacionadas entre sí de manera que quien conoce la clave pública no conoce la privada⁴.

Si bien es cierto la firma digital es más segura que cualquier otra firma electrónica (incluso no puede ser repudiada por quien la otorga), la toma de decisiones para elegir una u otra estará relacionada a los costos que quieran asumir las partes. En la contratación de servicios y productos bancarios, la firma digital al tener un mayor costo para su implementación es remplazada por otros mecanismos de firma electrónica, tales como la clave Token o la misma clave PIN usada para la identificación.

La contratación digital tiene asidero legal en el artículo 141 – A del Código Civil, el mismo que permite la manifestación de la voluntad a través de medios electrónicos, ópticos o análogos. Este artículo, incluido en el código civil en el año 2000, nos da un panorama general sobre la contratación digital y al menos, por algunos años les permitió a los bancos constituir algunos contratos de forma no presencial. Por su parte la regulación específica del sistema bancario ha recogido las características de la contratación digital y ha regulado desde hace algunos meses las consideraciones que los bancos deben adoptar al momento de contratar bajo esta modalidad. Es así que el artículo 49.1 del Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero⁵ regula la identificación del cliente y los mecanismos de autenticación que los bancos pueden utilizar en estos casos.

Lo que se viene

La transformación digital en la banca está en su etapa inicial y las siguientes traerán consigo nuevos retos con interrogantes que necesitarán, además de respuestas técnicas, respuestas legales que protejan los intereses de los clientes y los bancos en forma proporcional. No en vano los bancos han destinado parte de su presupuesto en crear áreas especializadas para la creación de productos y servicios digitales. Precisamente han invertido en la innovación y digitalización para mejorar sus niveles de servicios, generar mayor rentabilidad y dar respuestas inmediatas a los requerimientos del cliente que cada vez son más dinámicos en su complejidad.

Los bancos apuntan a ampliar la cartelera de servicios que se ofrecen de manera digital hasta transformar casi todo el negocio en uno de plataforma digital. Esto traerá consigo que paulatinamente las agencias bancarias desaparezcan y se requiera la atención presencial para casos puntuales y de considerable envergadura. Para la identificación de los clientes y la autenticación de los términos y condiciones contractuales que estos realicen, se proyecta, explorarán nuevas y mejores fuentes. Es así que los bancos están explorando nuevas alternativas como la identificación facial y de retina lo cual permitirá resultados aún más seguros que la identificación por huella dactilar. Por su parte la autenticación masiva con firma digital traerá consigo la reducción de costos en la certificación digital, lo que permitirá su uso total en los contratos bancarios.

Conclusiones:

- La banca tradicional tal como la conocemos cederá su paso a la banca digital con nuevos y mejores beneficios, así como desafíos que deberán ser resueltos en un marco tecnológico y legal.

- La contratación digital de servicios y productos bancarios debe resolver siempre dos interrogantes: (i) ¿Quién es mi contraparte?; y (ii) ¿Cómo aceptará los términos y condiciones dicha contraparte?
- El sistema bancario ha optado por utilizar mecanismos de autenticación de contratos relacionados a la firma electrónica que permiten demostrar, ante las autoridades en caso de conflicto, bajo cierto nivel de seguridad, la fehaciente aceptación de las condiciones contractuales por parte del cliente.
- Los bancos están invirtiendo en innovación y tecnología para estar a la vanguardia de la transformación digital que permitirá, satisfacer las necesidades de sus clientes de manera oportuna y eficiente, además de reducir sus propios costos operativos.

Citas

1. *Del inglés hashtag, que significa “etiqueta”. Es un conjunto de caracteres concatenados y precedidos por un numeral o almohadilla (#). Es usada en redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, entre otros para señalar un tema específico sobre el que gira una conversación.*

2. *Es denominado Banca por Internet por la mayoría de bancos. En el caso de Scotiabank es denominado Scotia en línea*

3. *Personal Identification Number, por sus siglas en inglés PIN.*

4. *Concepto recogido en el artículo 3 de la Ley de Firmas y Certificados Digitales – Ley 27269.*

5. *Artículo 49.- Contratación de productos y servicios financieros*

49.1 En la contratación de productos y servicios financieros, se debe considerar lo siguiente: 1.La empresa debe verificar la identidad del cliente y dejar constancia de la aceptación del contrato, que incluye la hoja resumen o cartilla de información, así como de cualquier otra información que corresponda. 2.Para la celebración del contrato y durante su ejecución, la empresa debe emplear algún factor de autenticación o una combinación de ellos para llevar a cabo lo dispuesto en el inciso 1, de acuerdo con lo establecido en la normatividad vigente. 3 Pueden implementarse factores de autenticación, tales como: dispositivos físicos o virtuales en posesión del cliente, su firma manuscrita, huella digital, clave de identificación, firma o certificado digital, medios biométricos, entre otros.

Bibliografía:

- Castellares Aguilar, Rolando (1992). Los Documentos y los Títulos Valores Electrónicos. Lima: MAC EDITORES
- Puémape, Daniel (2013). Tratado Elemental Derecho Bancario Peruano. Enfoque Legal y Financiero. Lima: Aries Editores
- Arias-Schreiber Pezet, Max (1996). Los Contratos Modernos. Tomo I. Lima: Gaceta Juridica.
- Dávalos Mejía, Carlos (1992). Títulos y Contratos de Crédito, Quiebras. Tomo II: Derecho Bancario y Contrato de Crédito. México: Harla.

- Arellano, Alfonso (2018). BBVA Research: Los productos financieros online y el Realismo Literario. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/opinion/bbva-researchproductos-financieros-online-realismo-literario-240728>