

Alejandra Kindelán Oteyza

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BANCA, AEB



En abril de 2022, la economista **Alejandra Kindelán Oteyza** aterriza en la presidencia de la Asociación Española de Banca (AEB) y de la Fundación AEB, precedida por una larga trayectoria profesional estrechamente ligada al ámbito bancario.

La actual presidenta de la AEB es licenciada en Economía y Ciencias Políticas por el Wellesley College de Massachusetts, ha realizado los programas de Dirección General (PDG) del IESE en Madrid y el bancario del INSEAD.

Dentro de su experiencia profesional ha sido consultora del Banco Mundial, analista de economía internacional del Banco Central Hispano (posteriormente fusionado con el Santander), responsable del Servicio de Estudios y Public Policy del Grupo Santander. Ha sido presidenta del Comité de Asuntos Económicos y Monetarios de la Federación Bancaria Europea y fue miembro del Comité de Regulación del Institute of International Finance (IIF); vicepresidenta ejecutiva del Consejo Asesor Empresarial de la OCDE, miembro del Instituto de Estudios Económicos, del Patronato de la Fundación de Estudios Financieros y del Observatorio de la Escuela de Organización Industrial.

En esta entrevista nos habla del estado de nuestra banca y su comportamiento en una coyuntura singular para el sector, y del grado de acercamiento de las entidades financieras a las necesidades, nuevas y tradicionales de sus clientes.

Como sabe, el plan de Educación Financiera del Banco de España, la CNMV y el Ministerio de Asuntos Económicos está centrado este año en las finanzas inclusivas. Precisamente la AEB ha puesto en marcha su Observatorio de Inclusión Financiera. ¿Cuál es su principal público objetivo?

Te diría que toda la población, pero con especial atención a los que tienen más dificultades. El observatorio tiene tres grandes ejes de actuación: mejorar el servicio personalizado a los mayores e informar sobre ello; formar a aquellos que quieren operar en digital a través de talleres y cursos de capacitación digital; y la extensión de los servicios en la España rural.

En el capítulo de mejora de esa atención presencial hemos ampliado el horario de caja, los que llamen por teléfono, previa identificación, son atendidos por personas; se están simplificando los menús de las aplicaciones y las webs, ampliando los tipos de letra.

Y estamos volcados en que quienes quieran aprender a manejar sus dispositivos para sus gestiones cotidianas puedan hacerlo. Nuestro compromiso es que nadie se quede atrás. Y que quien quiera y pueda tenga los conocimientos y las herramientas necesarias.

La educación financiera es una prioridad para la AEB y para su fundación. Tenemos en marcha, en colaboración con otras asociaciones y de todo el sector el Aula Financiera y Digital, una plataforma web de formación para mejorar los conocimientos financieros y las habilidades digitales de toda la población. Recibió en 22 el premio que concede Gobierno, Banco de España y CNMV.

Se pueden encontrar recursos escritos, audiovisuales, para pequeños, adolescentes, emprendedores, inversores... estructurado por temática y por colectivos.

Precisamente hablando de inclusión y para el caso de los jóvenes, el último informe PISA muestra que un 15 % de los estudiantes no alcanzan el nivel básico de competencias financieras, un porcentaje significativo de población joven. ¿Cree que este hecho, unido al menor trato personal del cliente bancario, fruto de la digitalización, puede aumentar la litigiosidad?

Esto debe ser una prioridad de todos, formar para que se tomen decisiones informadas y responsables. Sería muy deseable que la educación financiera se incluyera en el currículum escolar. De todas, formas, como he señalado, para las entidades y para la propia AEB es fundamental.

Creo que lo que tenemos que hacer es redoblar el esfuerzo como se está haciendo, en todas las etapas educativas. Eso es lo que está haciendo el sector.

La AEB y sus bancos socios han acercado la educación financiera a unos 249.000 alumnos a través de los talleres y seminarios físicos y digitales organizados en el año 2022.

Los datos del último año, suponen un incremento de horas de formación y reflejan este empeño.

Con más de medio centenar de iniciativas activas, la formación en finanzas promovida desde el sector bancario ha superado 1,8 millones de horas en el último ejercicio.

Este impacto educativo en la sociedad ha sido posible gracias a más de 1.500 empleados de banca que dedicaron un total de 4.200 horas a esta labor voluntaria de enseñanza.

En el ámbito digital los bancos han logrado sensibilizar en el ámbito de la educación financiera a más de 10,3 millones de usuarios únicos, un 27% más que el año previo.

La educación financiera es una prioridad para la AEB y para su fundación. Tenemos en marcha, en colaboración con otras asociaciones y de todo el sector el Aula Financiera y Digital, una plataforma web de formación para mejorar los conocimientos financieros y las habilidades digitales de toda la población.

En este sentido, ¿cómo cree que se está tratando por parte de las entidades bancarias el favorecer un mayor y mejor uso de la banca digital por parte de la población más mayor y con menor acceso a Internet?

La banca somos un sector que tiene a las personas en el centro. Está, por convicción, haciendo un esfuerzo en dos ámbitos: impulsando la innovación y la digitalización para facilitar la operativa del día a día. Y en la mejora de la atención presencial a los más mayores.

Estamos convencidos de que **la digitalización ES inclusión:**

- Amplía el acceso a los servicios.
- Elimina barreras geográficas o temporales. Las 24 horas día los 7 días de la semana. Cuando cada uno quiere y sin esperar, sin hacer colas.
- Ofrece más autonomía, flexibilidad y libertad para gestionar.
- Se pueden hacer consultas de manera más directa y por tanto tomar decisiones más informadas.
- La digitalización también ofrece seguridad a la hora de operar... reduce los riesgos.
- Bueno, y de lo primero que se aprende, a usar Bizum, una creación de los bancos españoles, que es un sistema de pago inmediato único en Europa, que tiene ya 25 millones de clientes, la mitad de la población española y que ha incrementado notablemente su uso entre la población más mayor

Dicho esto, también sabemos que hay clientes que prefieren o necesitan atención presencial, y se la damos a través de 17.600 oficinas. Es la tercera red más densa por millón de habitantes en la Unión Europea. Además, nos esforzamos en la capacitación digital de estos colectivos para que el que quiera pueda.

Especialmente relevante en este sentido es el esfuerzo que ha hecho el sector para llevar los servicios banca-

rios a la España rural. Hace un año, las asociaciones firmamos la "Hoja de ruta para reforzar la inclusión financiera en las zonas rurales". El objetivo es asegurar acceso presencial a servicios bancarios y cubrir el 100% de territorio. Identificamos los municipios de menos de 500 habitantes sin estos servicios y se encontraban en esta situación 243 municipios.

Un año después, después de las licitaciones públicas, convenios de colaboración y la disposición de las entidades, el informe que hemos presentado estos días recoge que el 93% de los municipios de más de 500 habitantes tendrán ese punto de acceso a través de cajeros, ofibuses, oficinas o agentes financieros. Son casi 200.000 personas que en un año van a tener ese acceso a servicios presenciales.

Algo que ha quedado en suspenso por ahora es la creación de la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero. ¿Cree que es necesaria la creación de este organismo?

Ya lo dijimos en su momento. Entendemos que se tenía que transponer esta directiva europea, pero desde que conocimos los primeros textos, que han sido enmendados en algunos aspectos importantes, ya dijimos que no considerábamos necesario crear un organismo nuevo. Considerábamos mejor opción, en línea con lo que se ha hecho en otros países, que se mejorara o se ajustaran algunos aspectos de lo que hay en BdE, CNMV y en la Dirección general de Seguros. No vemos grandes problemas en estos servicios de reclamaciones... siempre se puede mejorar lo que existe.

La única experiencia parecida es la que tenemos en el Reino Unido que fue diseñada para 300 trabajadores y con el objetivo de disminuir la litigiosidad, y una vez puesta en marcha, tanto la estructura como el número de reclamaciones se ha multiplicado.

Es cierto que en el trámite parlamentario se han matizado algunos aspectos, como la fórmula de financia-

Las asociaciones firmamos la "Hoja de ruta para reforzar la inclusión financiera en las zonas rurales". El objetivo es asegurar acceso presencial a servicios bancarios y cubrir el 100% de territorio.



La banca somos un sector que tiene a las personas en el centro.

ción con una tasa de 250 euros por reclamación a pagar por los bancos con independencia de quien tuviera razón. Una estructura de financiación que, sin duda, generaba un pésimo incentivo. Este y otros aspectos no estaban ya en el último texto que decayó por la convocatoria electoral y es lo que tenemos a día de hoy.

Según recientes noticias, el sector bancario español se ha revalorizado este año más de un 24% en bolsa y está en máximos de marzo. Una tendencia mejor que la de los bancos europeos. ¿A qué cree que se debe ese mejor comportamiento de la banca española frente a la europea?

A mí me gusta decir que los bancos españoles están entre los mejores de Europa y del mundo.

Estos son días de presentación de resultados, y los bancos españoles han demostrado que tienen **fortaleza y sensibilidad**, que se está viendo en los compromisos que hemos comentado para mejorar la atención a mayores, inclusión en la España rural, impulso de la capacitación digital y la Educación Financiera y la ayuda a los hipotecados con problemas, recogido en el CBP acordado con el gobierno.

Además hay un alto grado de competencia. Me gustaría apuntar una serie de factores que son los pilares de esa fortaleza. Modelo de negocio, solvencia, liquidez, morosidad, banca comercial minorista, geográficamente diversificada en el caso de las principales entidades, basada en la prestación de servicios financieros y en la intermediación del ahorro, la inversión y el consumo de familias y empresas.

Una parte muy significativa de su balance está representada por depósitos minoristas con la que se financia la cartera de crédito a familias (principalmente para adquisición de vivienda) y a empresas (en buena parte pymes). Más del 50% del balance está representado por créditos y depósitos a familias y sociedades no financieras, aproximadamente 10 puntos porcentuales más que la media del SSM

Se trata, por tanto, de una estructura de inversión/financiación muy diversificada que otorga mucha estabilidad al balance y una elevada recurrencia a la cuenta de resultados.

En materia de solvencia, la reciente publicación de los resultados del ejercicio de *stress test* desarrollado por la EBA ha puesto de manifiesto que los bancos espa-

Los bancos pagan más impuestos, con un tipo del 30pc en Sociedades, además de otros impuestos específicos. El sistema bancario español es el que más paga de la eurozona. Resta competitividad con los socios europeos. Un informe elaborado por PWC Señala que la gran banca contribuyó con 6.439 millones de euros en impuestos en 2021. Esto supone el 51% de los beneficios.

ñoles se encuentran entre los más resilientes y con capacidad para afrontar con solvencia un eventual empeoramiento de la economía global, incluso en un escenario adverso.

En cuanto a la liquidez, los bancos españoles tienen una cómoda posición de liquidez. Todas las ratios (LCR, NSFR, *Loans to deposits*) están por encima de la media de la zona euro.

Y la morosidad, continúa en niveles bajos, la ratio de morosidad está en mínimos desde la crisis de 2008.

Como conclusión de todo lo anterior, el nivel de rentabilidad de los bancos españoles casi dobla al promedio europeo. La rentabilidad es imprescindible para la sostenibilidad.

Me gusta decir que la rentabilidad es la primera línea de defensa... y es una buena noticia para la economía y para el país.

Algunas de las principales entidades bancarias de España se han mostrado en contra de extender el impuesto a la banca. ¿Cuáles cree que serían los efectos de una posible extensión de este impuesto para el sector bancario?

El sector, entidad por entidad y también las patronales hemos recurrido el impuesto. En el caso de la AEB, la orden Ministerial.

Se argumenta con unos beneficios caídos del cielo que no son tales, venimos de una década a 0 o negativo y en un rescate que no fue tal, hasta 26.000 millones pusieron los bancos en el fondo de garantía de depósitos y SAREB.

Desde el primer momento hemos alertado de los efectos contraproducentes sobre la economía y, muy especialmente sobre el crédito. Hemos calculado que

tendría un impacto sobre el crédito de 50.000 millones, con sus efectos sobre PIB y empleo.

En las actuales circunstancias geoestratégicas y ante la previsión de desaceleración de la economía, una medida de extensión no parece lo más adecuado.

Los bancos pagan más impuestos, con un tipo del 30pc en Sociedades, además de otros impuestos específicos. El sistema bancario español es el que más paga de la eurozona. Resta competitividad con los socios europeos. Un informe elaborado por PWC Señala que la gran banca contribuyó con 6.439 millones de euros en impuestos en 2021. Esto supone el 51% de los beneficios antes de impuestos.

Por tanto los bancos son el sector que más contribuye al "estado del bienestar" en el seno de la UE.

Hechas estas reflexiones creo que lo que hay que evitar sobre todo es el tono de señalamiento hacia el sector con el que se justifica este impuesto.

En el seno del Consejo General de Economistas tenemos un órgano especializado, EAF, que aglutina a más del 80% de las empresas de asesoramiento financiero registradas en la CNMV. ¿Qué papel otorga el sector a estas empresas, el de agentes colaboradores o como una competencia?

La competencia siempre es positiva porque obliga a mejorar, y esto es positivo para los clientes. Estos también se benefician de la mayor transparencia y el aumento de las redes de distribución de productos. Además, estas empresas y los bancos tenemos un objetivo común: mejorar la educación financiera de los clientes. Estos deben tomar decisiones informadas, algo que sin duda es muy positivo para reforzar la estabilidad financiera ■