



Carlos Barrabés, Carina Szpilka, Miguel Jiménez, Enrique Dans y Sebastián Muriel, en el coloquio de ayer. / GORKA LEJARCEGI

La banca debe integrar la tecnología en su trato al cliente

EL PAÍS, Madrid

La banca española ha integrado a la tecnología en sus procesos pero aún no en su experiencia con el cliente. Esta es una de las ideas centrales que se pusieron encima de la mesa de debate Nuevas tecnologías en el mundo financiero del encuentro de Bankia y EL PAÍS.

"El cambio más profundo de Internet es que da poder al consumidor. Nos piden más cercanía, más transparencia, no se fían tanto de la publicidad y quieren conocer las experiencias de otros", según Carina Szpilka, directora general de ING Direct.