

Gonzalo Landaluce, director general de Tas Group en España

# Tas Group potencia su operativa en España

El director general de Tas Group en España, Gonzalo Landaluce, explica las razones de la llegada del grupo italiano a través de su filial RT. Apunta que los principales objetivos en nuestro país son consolidar el liderazgo para la emisión de tarjetas EMV en entidades financieras, y abrir nuevos mercados en grandes superficies y en las administraciones públicas.

## ¿Cuáles han sido las razones para la fusión con Tas Group?

Pertenecer al grupo Tas, además de aportar una solidez financiera y una mayor capacidad para dimensionarnos, abre un portfolio de soluciones sobre sistemas de pago que abrirá nuevas puertas en España. En concreto, son soluciones orientadas a la normativa SEPA, cumplimiento del partnercross y para implementar las liquidaciones vía swift. Tas está certificado como Swift Business Partner. Tenemos como clientes en Europa a bancos centrales e instituciones que han confiado en Tas Group para la realización de la infraestructura Target 2 y están trabajando con nosotros en el nuevo proyecto europeo Target 2 Securities.



## ¿Y ésta era la mejor coyuntura para hacerlo?

Había unos beneficios muy claros para la compañía española en adquirir una estructura multinacional. Las compañías del grupo siguen operando como si fueran compañías nacionales, pero su integración crea sinergias: son fábricas de software para todo el grupo además de ser canales de distribución, soporte y mantenimiento.

## La gran mayoría de las entidades financieras son sus clientes, ¿qué les aporta esta nueva dimensión?

Antes la compañía ofrecía soluciones y servicios fundamentalmente en el mercado español. Ahora nos hemos convertido en dos compañías. Una es la fábrica de software, cuyos productos se integran con los del grupo y son distribuidos en otros países. Por otra

parte, Tas Iberia aporta a sus clientes los servicios que antes se ofrecían más los que tiene el grupo en otros países europeos. Lógicamente se beneficiarán de soluciones probadas de sobra en Europa de las que antes no disponían. Además, ahora disponen de una plataforma específica de medios de pago para multinacionales que les permite operar en los países en los que tienen actividad desde España.

## ¿Cuál es la razón de su éxito entre las entidades financieras?

Tecnológicamente somos muy competentes. Cuando nace RT en 1994, ya se partía de una experiencia en medios de pago. Se desarrolla una solución para la gestión de las tarjetas chip que ha ido evolucionando hacia un producto líder tecnológicamente. Nuestro sistema permite además gestionar la seguridad de manera muy sofisticada, hasta el punto de que en

Israel lo han comprado los tres emisores de tarjetas EMV, que representan el 100% del mercado israelí. Además, el chip aporta a las tarjetas aplicaciones muy interesantes tanto para los emisores como para los usuarios, que pueden beneficiarse de más servicios.

### **¿Qué objetivos se han marcado para el mercado español?**

El primero, construir una compañía sólida de productos y soluciones en sistemas de medios de pago. No obstante, somos conservadores en nuestro objetivo de negocio y nos planteamos para este año un crecimiento del 1%. Mantenernos como estamos es un desafío suficientemente grande en la actual situación económica, pero afortunadamente partimos de una situación de liderazgo que vamos a consolidar. Nuestro negocio se reparte básicamente en tres objetivos: uno es el desarrollo de tarjetas chip como medios de pago, fundamentalmente para entidades financieras.

Hay otros dos mercados potenciales en los que este año vamos a insistir: las grandes superficies y comercios, que necesitan integrar sus medios de pago, tanto para gestionarlos como para aportar nuevos servicios a sus clientes; y las administraciones públicas, ya sean ayuntamientos o el Gobierno cen-



tral, que están promoviendo la utilización de los medios telemáticos para que los ciudadanos accedan a sus servicios.

Una idea especialmente interesante es ofrecer a los ciudadanos de un determinado municipio una tarjeta que le permita, además de pagar los impuestos y servicios sin esperar colas, que el usuario se identifique y acceda estas contraprestaciones por vía telemática. La llamamos la tarjeta-ciudadano y puede convertirse en la marca de la ciudad. Esto ya es una realidad en Gijón y Avilés y también se ha llevado a la práctica en la región de Toscana, en Italia.