



"Promoviendo el Desarrollo de la Banca y
de los países que Integran la Región"

Palabras del Secretario General de FELABAN Giorgio Trettenero Castro en la apertura del Congreso CLAB

Miami, Florida, 2 septiembre de 2015

Sr. David Schwartz Presidente y CEO, FIBA

**Sr. Daniel Garcia Presidente del Comité
latinoamericano de Automatización Bancaria
CLAB.**

Saludo a todos los participantes de esta nueva edición del CLAB, evento con gran participación y cada vez más relevancia. Quiero agradecer a los organizadores su decidida acción, compromiso y siempre renovada devoción para que este congreso sea un éxito. Agradezco a los integrantes del Comité Técnico Latinoamericano de Automatización Bancaria CLAB de FELABAN, quienes siempre nos aportan sus mejores ideas para el éxito y desarrollo profesional de esta actividad. También a FIBA por su empeño y compromiso dedicado a esta importante actividad de compartir las nuevas tendencias y mejores prácticas que desarrollamos de manera conjunta, a mi socio David, y al equipo de FIBA. Igualmente, a los

integrantes de la Secretaría General de FELABAN que aportan su profesionalismo para que este evento sea un éxito.

Agradeciendo a todos los participantes y a los expositores, quiero compartir con ustedes unas breves ideas sobre la industria bancaria y los cambios a los que se ve abocada con la aparición de nuevas tecnologías e innovación financiera en tiempos recientes.

Señores, el mundo cambió, y seguirá cambiando cada vez más rápidamente, los que no se suban a este tren de la tecnología, la innovación, en obtener mejoras en la eficiencia y en la competitividad quedaran afuera y otros tomaran su lugar.

Sin lugar a dudas, podemos afirmar que la tecnología tiene un impacto en todas las esferas de nuestra vida cotidiana. El transporte, tomar un taxi, las comunicaciones, la salud, la información, los viajes, la manera de estudiar, son tan solo algunos de los campos en los cuales hemos visto y veremos profundas transformaciones. Por supuesto, las finanzas y la banca no son la excepción.

La convergencia de tecnologías móviles, el auge de la Internet, el aumento de la penetración de la telefonía celular y los nuevos hábitos del público, han llevado a que de manera muy ágil, la presentación, comercialización y uso de los servicios financieros se esté transformando.

En medio de la crisis financiera de 2008 era escaso el crédito. Sin embargo, los agentes económicos superavitarios se pusieron en contacto con demandantes de crédito que no obtenían respuesta en las entidades financieras, a través de plataformas de comunicaciones de internet. Pronto estas plataformas se popularizaron entre la población que requería recursos. Un par de años después, estas plataformas cambiaron su presentación y ofrecieron historial crediticio, análisis de riesgo, y demás información necesaria para aquellos que ofrecen prestar sus recursos. Pronto se dio inicio a la consulta de los bureau de crédito y la construcción de nuevos modelos de riesgo que investigaron las necesidades de la gente en temas como préstamos para educación, salud y viajes. Una de las fuentes de información de estos actores fue el comportamiento de las personas en las redes sociales, así como las referencias que la gente brinda de un cliente en las mismas.

Inicialmente los agentes económicos fondeaban los préstamos con sus recursos, pero posteriormente otros actores formales como los *Hedge Funds* ofrecieron el cubrimiento de necesidades de liquidez en el corto plazo. Nombres como Leding Club, Prosper y Zopa se hicieron muy populares entre el público. Las plataformas de préstamos hacían que personas que no se conocen entre sí, encontraran una forma de hacer fluir sus recursos. También se conformaron comunidades de préstamos entre vecinos, familiares, colegas de trabajo y amigos.

Según cálculos del banco de inversión Goldman Sachs el crédito de 5 plataformas en los Estados Unidos hoy puede acercarse a los 2.500 millones de dólares. En el año 2008 este tipo de crédito era prácticamente inexistente. Se ha observado que los agentes económicos que prestan determinan tasas de interés muy diferentes a las del mercado generando incentivos para los préstamos bajo esta modalidad. Esto contrasta con el momento de tasas de interés cercanas a cero que tiene la Reserva Federal como mecanismo para estimular la economía.

También hay que decir que de acuerdo con un análisis hecho por Citigroup publicado por la revista The Economist mientras que un banco gasta el 7% del valor de un crédito en su proceso de administración, una plataforma de crédito *peer to peer* gasta en el mismo rubro un 2.7%. Esto empieza a ser un indicador del reto que se nos viene.

Los comentarios técnicos alrededor de estos hechos son múltiples.

Por un lado, se ve la que la política monetaria pierde efectividad en la economía, y se generaría una nueva fuente del multiplicador monetario; en otras palabras el proceso de creación secundaria de dinero podría estar cambiando con lo cual la medición de los agregados monetarios estaría rumbo a redefinirse.

Para algunos el crecimiento de los créditos en esta modalidad con tan poco análisis de crédito, ausencia de documentación y quizás sin historial crediticio de buena calidad lleve a la formación de una nueva burbuja de crédito que en algún momento genere sobresaltos a la economía. Esto puede agudizarse si se tiene en cuenta actores de la industria financiera como los Venture Capital y los Hedge Funds tienen recursos involucrados.

Otros como Tony Greenham del Think Tank New Economics, se preguntan si no estaremos frente ¿a final de una era de la banca?¹ Viene lo virtual y servicios más personalizados para el público a través de los productos hechos a su medida, y diseñados por el mismo en una plataforma virtual.

Para completar este expediente, aún existen dudas sobre si esta forma de crédito es sujeta de regulación y supervisión. Si la respuesta a esta pregunta es positiva, yo creo que si, aún no se sabe qué tipo de regulación aplicar y que ente debe generarla, lo que está claro es que la supervisión debe ser homogénea y para todos igual y no generar arbitrajes regulatorios. La realidad y los hechos muestran en

¹<http://www.neweconomics.org/blog/entry/crowdfunding-the-end-of-banking-as-we-know-it>

este caso que mientras la tecnología y los negocios van en un Ferrari, la supervisión y la regulación van caminando.

Los impactos de estas plataformas y mecanismos de créditos apalancados en la tecnología móvil, no se han limitado al mundo del crédito. Muchos empiezan a ofrecer productos de consumo que compiten con las tarjetas de crédito. Igualmente, hay formas de hacer compras en línea, transferir recursos, realizar pagos de obligaciones a terceros entre otras. Todo esto con unos costos muy inferiores a los que tradicionalmente la banca ha manejado.

También se ha dado un proceso mediante la cual los jóvenes (18 a 30 años) se muestran reacios a ser atendidos por asesores financieros. De acuerdo con una encuesta revelada por la revista US NEWS el año pasado se encuentra su baja proclividad al uso de asesores financieros. Ellos prefieren recibir información financiera en videos o aplicaciones móviles².

Una encuesta de la Reserva Federal realizada en el año 2012 menciona que los ciudadanos entre 14 y 29 años el 43.5% mencionó usar la banca móvil en el último año, mientras que los mayores de 60 años tan solo lo hicieron en un 6.1%. Esto evidencia todo un

² <http://money.usnews.com/money/personal-finance/articles/2014/10/22/6-smart-money-habits-of-millennials>

cambio de comportamiento que se viene gestando al interior de las nuevas generaciones.

No puedo dejar de mencionar el tema de transacciones de pagos y la entera conexión que viene con la convergencia de tecnologías. Gracias a la existencia de nuevos canales tecnológicos, existen agentes económicos que ofrecen al público, la realización de pagos y transacciones, compras y giros mediante el uso de teléfonos celulares conectados a redes de datos digitales que permiten hacer operaciones, sin que en muchos casos medie la banca. Esto ha generado una verdadera transformación de parte del público para la realización de sus pagos y más cotidianas operaciones en la vida diaria.

La influencia de este tema se ve en las tendencias de la inversión productiva. Hoy por hoy, los nuevos emprendimientos provenientes de Silicon Valley, han venido creando empresas que buscan que las personas naturales y las empresas tengan la posibilidad de hacer giros de dinero de manera instantánea, con la sola tenencia de un teléfono celular, o con el acceso a páginas de internet que funcionan como interfaces de las llamadas APP's. Con esto se ha dado nacimiento a una nueva fase del llamado dinero electrónico o transacciones comerciales digitales.

Esta tecnología puede implementarse además de manera transfronteriza e utilizarse para el giro de las remesas. Según el último índice FINDEX publicado por el Banco Mundial ya el 4.3% de los adultos mayores de 15 años de América Latina recibe sus remesas utilizando su teléfono celular. De acuerdo con dicha institución la búsqueda de bajos costos de transacción, accesibilidad y menores comisiones por parte de la población más pobre, estarían entre las razones para preferir este método de recepción de giros internacionales.

Esto además generó lo que la investigadora de la Reserva Federal Cynthia Merritt denominó un "nuevo ecosistema de pagos". En el mismo se encuentran compañías de telecomunicaciones, centrales de información financiera, proveedores de internet, compañías de programación, firmas con portales de Internet (el mejor estilo de google, Amazon) y grandes marcas de celulares (Apple, Samsung)³. Todos ellos quieren ofrecer servicios de pagos en supermercados y tiendas al por menor, algunos usando plataformas de terceros, otros usando su propia creación con la cual compiten con el sistema financiero tradicional muy rápidamente.

³ Mobile Money Transfer Services: The Next Phase in the Evolution in Person-to-Person Payments. Cynthia Merritt Retail Payments Risk Forum White Paper Federal Reserve Bank of Atlanta, August 2010)

Según el diario estadounidense *Business Insider*⁴ la nueva industria de los pagos digitales, en línea y con uso del celular llegó para quedarse. Un análisis hecho por su redacción de negocios muestra que en los próximos años estas compañías se reacomodaran, tendrán nuevos socios, algunas saldrán a cotizar en bolsa y rediseñaran permanente sus productos para estar cada vez más cerca del consumidor. La influencia de estos nuevos canales para la realización de pagos se siente con más fuerza en la economía. En el último Black Friday los pagos vía plataformas móviles participaron en el 20% de los pagos de comercio electrónico en los Estados Unidos mostrando el nuevo comportamiento del consumidor a la hora de elegir sus formas de pago.

Quiero hacer esta reflexión con el objetivo de que los banqueros de nuestra región tengan muy en cuenta las tendencias que se están dando con respecto a la tecnología y el ofrecimiento de servicios financieros. La banca debe repensar su modelo de negocio de cara a unos consumidores que vienen cambiando sus hábitos, y unos competidores que vienen con mucha fuerza a irrumpir en los mercados. Los debates que se generaran sobre temas como los cambios en los negocios, la nueva regulación y supervisión que dicha actividad exige, el control para el lavado de activos entre muchos otros temas.

⁴ <http://www.businessinsider.com/the-big-digital-payments-trends-in-2014-2014-1>



"Promoviendo el Desarrollo de la Banca y
de los países que Integran la Región"

Quiero decir que nada de extraño tendría que, tarde o temprano, estos competidores decidan expandirse en países como los nuestros, compitiendo con nuevas formas de conquistar los clientes. Sin formas de regulación clara y con entidades bancarias ancladas en modelos que fueron muy exitosos en el siglo XX muy seguramente encontrarán terreno fértil para competir y ensancharse.

Por eso, el llamado a la banca es a realizar innovación, a invertir en tecnología y a brindar seguridad financiera a sus clientes acorde con lo que los tiempos exigen. Los tiempos son cambiantes y también lo son la forma de abordarlos, frente a consumidores que nos exigen nuevas formas de relacionarnos con ellos.

Vamos por ellos, y no esperemos que otros lo hagan por nosotros

¡Muchas gracias!