

25 de abril de 2019



¿Cuál es el estado de los servicios financieros digitales en América Latina?

La convergencia entre las tecnologías de la comunicación y el internet sigue siendo hoy por hoy un desafío de proporciones titánicas para todos los sectores económicos. Si bien se abren inmensas oportunidades para la transformación de los modelos de negocios tales como menores costos, mayor velocidad, mayores niveles de cobertura y romper fronteras geográficas también aparecen algunos riesgos.

La otra cara de la moneda tiene que ver con lo que estudiosos de la economía como John Komlos han denominado la "destrucción creativa"¹. Basado en el concepto del economista Joseph Schumpeter, este concepto explica cómo la innovación crea procesos nuevos, a la vez que destruyen las antiguas etapas del proceso productivo.

Una aseveración que soporta este pensamiento fue mencionada en el año 2015 por parte Jhon Chambers, CEO de la firma tecnológica CISCO, quien mencionó que en 10 años el 40% de las firmas no existirá de forma significativa.²

La prestación de servicios financieros está lejos de ser ajena a esta realidad. El profesor de *IESE Business School*, Xavier Vives³, ha señalado que en 10 años posiblemente el sector bancario luzca diferente al de hoy. Sobre el particular es enfático en afirmar que la adaptación al

llamado ecosistema digital será quizás el principal óbice a superar en dicho camino. Las estrategias empresariales, los desarrollos internos, la capacitación, y por supuesto la regulación y supervisión serán determinantes para forjar el futuro.

Caso aparte nos merece el análisis del entorno digital, factor estructural que depende mucho más de la política pública estatal, que de la voluntad de empresarios, individuos y banqueros. Según datos del Observatorio Digital de CAF en Latinoamérica, el 54.4% de la población accede a internet (77.2% en los países OCDE), el 46.3% de la población posee teléfonos inteligentes (67.1% en los países de la OCDE), y el costo mensual de banda ancha móvil representa el 2.3% del ingreso per cápita (0.96% en los países de la OCDE). Adicionalmente, la velocidad promedio de descarga en banda en ancha es de 4.09 Mbps, mientras que los países OCDE el mismo indicador se ubica en 11.11 Mbps. Mientras que en la región latinoamericana la inversión per cápita en infraestructura de telecomunicaciones es de USD 462, el mismo registro en los países de la OCDE es de USD 852.

Si la economía digital es el camino a recorrer por todos los sectores de la economía, incluido el financiero, es ingente que estos números mejoren. De lo

¹ <https://www.nber.org/papers/w20379.pdf>

² <https://www.businessinsider.com/chambers-40-of-companies-are-dying-2015-6>

³ Vives, Xavier, "The Impact of Fintech on Banking", *European Economy. Banks, Regulation, and the Real Sector*, Vol. 2017, No. 2, December 23, 2017, pp 97 - 106



contrario, los rezagos y brechas con el mundo industrializado podrían incrementarse tanto en nivel de producción como en términos de productividad marginal de los factores.

El tema cultural no se queda atrás, y sumado a las restricciones estructurales del entorno digital, el bajo uso operacional del internet es un factor que juega en contra. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo,⁴ los latinoamericanos gastan en promedio 5.3 horas por trámite para completar algún tipo de trámite. Sin embargo, solo el 7% de las personas usa los canales de digitales para completar los mismos.

FELABAN, con el auspicio de CAF y la participación activa del centro de investigaciones económicas ANIF, entrega un aporte académico en forma de libro digital⁵ en concordancia con este relevante debate tanto desde el punto de vista macroeconómico, como desde la óptica del quehacer empresarial.

Una breve mirada de este documento muestra que desde el punto de vista del activo bancario los canales digitales están disponibles mayoritariamente por la banca latinoamericana (83%) en temas de transferencias y pagos de servicios públicos, mientras el crédito estaría en un 50%. En el caso del pasivo, la apertura de cuentas de ahorro/corriente está disponible en un 53%. Otro hallazgo de suma relevancia está relacionado con la relevancia en la

distribución del presupuesto anual de tecnología e innovación. Una encuesta realizada entre bancos de la región y compilada en el estudio muestra que la asignación presupuestal de nuevos canales digitales (rango 20% al 40% del gasto anual) y la prevención del riesgo del fraude son dos aspectos cruciales en la actualidad bancaria.

De cara al futuro, en 5 años el 33% de los encuestados ve las alianzas con FINTECH como una estrategia de desarrollo, mientras que 28% considera importante el desarrollo de tecnologías como parte del trabajo interno.

Otro aspecto de mucho interés tiene que ver con la predominancia de los medios físicos como canales de utilización desde el punto de vista de la demanda. Pese a que los bancos y el sistema financiero han hecho esfuerzos por ofrecer servicios sus productos y servicios por canales más modernos, la oficina tradicional aún es de suma importancia en los resultados del sondeo en América Latina.

Muchos capítulos restan por escribir en esta rápida carrera. Un entorno favorable ayudará indudablemente. Sin embargo, la innovación y la rápida adaptación al cambio serán primordiales, en consonancia con educación al público. Innovar es clave para atender un público más exigente y ávido de soluciones que faciliten su vida. Tal y como lo mencionó el escritor británico del siglo XIX Lewis Carroll en su obra Alicia en el país de las maravillas, *“la imaginación es la única arma en la guerra contra la realidad”*.

⁴ Wait No More: Citizens, Red Tape, and Digital Government. Roseth, Benjamin; Reyes, Angela; Santiso, Carlos. Banco Interamericano de Desarrollo. Junio de 2018

⁵ Descargue el documento completo aquí: http://felaban.s3-website-us-west-2.amazonaws.com/documentos_interes/archivo20181204163600PM.pdf



Consulte el informe completo

Aquí 



Los Servicios Financieros Digitales en América Latina

**SECRETARÍA
GENERAL
DE FELABAN**

SECRETARIO GENERAL
Giorgio Trettenero Castro
gtrettenero@felaban.com

DIRECTOR ECONÓMICO
Jorge Arturo Saza.
jsaza@felaban.com

DIRECTOR TÉCNICO ADJUNTO
Daniel González Vargas
dgonzalez@felaban.com

ASESOR DE COMUNICACIONES Y PRENSA
Deiby Ramírez
dramirez@felaban.com

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Katia Marcela Tovar G.
ktovar@felaban.com