



**Banca y Servicios Financieros:**

*¡Muéstrame a los nuevos jugadores!*

## No más filas. Para siempre.

Antes que todo análisis, debemos tener muy claras estas tres claves en la transformación de la Banca y Servicios Financieros globales.

- **La banca tradicional tendrá que adoptar nuevos modelos de precios y flujos de ingresos.**
- **Las Fintech se potenciarán bajo el modelo de la Economía GIG.**
- **La irrupción de los bancos 100% digitales son una realidad que tomará mayor fuerza y adopción por parte del usuario.**

Luego de un importante evento sobre Transformación Digital en Santiago de Chile, meses previos a la pandemia, destinado a ejecutivos C-Level provenientes de múltiples industrias y sectores económicos, tres de ellos suben al ascensor del centro de eventos para

retirarse de la actividad. Luego de un pequeño silencio, uno de ellos pregunta con cierta timidez, “¿entendieron algo de lo que hablaron toda la mañana?”. Se miran los tres y lanzan a reír. Los otros dos ejecutivos revelaron que tampoco habían comprendido lo que los expertos speakers habían presentado: cloud, big data, cashless, colaboración, cambiar el core del negocio, incorporar tecnología, nuevo talento, entre otras temáticas.

Dentro de aquel ascensor había un cuarto personaje, quien solo guardó silencio. Era un periodista que cubrió el evento. Esta anécdota es real y ocurrió en una de las principales capitales de Latinoamérica.

## Tres oportunidades para impulsar la transformación digital



## Falta de conocimiento de cómo realizar transformaciones claves

Más allá de lo jocoso que pueda resultar esta escena, lo preocupante es que aún, y a pesar de la enorme cantidad de información disponible, existe un alto desconocimiento de cómo hacer las transformaciones claves y cuáles son estas realmente. Más aún cuando las predicciones del BID no son las mejores.

Uno de los sectores al cual más se aconsejó en dicha oportunidad una pronta transformación, no solo tecnológica, sino que también cultural (basada en un nuevo comportamiento financiero y de consumo en las personas), fue la Banca y los Servicios Financieros.

**No podemos desconocer que la banca ha experimentado una digitalización importante durante los últimos 10 años, gracias a la masificación de internet, la irrupción de los smartphones y una amplia gama de servicios financieros digitales. Conceptos como una billetera virtual eran impensados hace 15 años. Hoy están en las apps de todos los bancos. Incluso, algunos analistas de Forrester pronostican que la Apple Card será una realidad, de la mano de Goldman Sachs.**

Por lo mismo, el llamado a la Banca es abordar, no solo desafíos tecnológicos, sino que también sociales y de mercado (nuevas formas de monetizar). Incluso, antes de la llegada del covid-19, el panorama empresarial era ya más competitivo y volátil. El mismo informe del WEF, indica que, a mediados del siglo XX, las compañías Fortune 500 estaban en esa categoría por décadas. Hoy, es de solo 15 años en promedio, debido a la acelerada adopción de tecnologías digitales.

En el actual escenario de Transformación Digital, la Industria Financiera está experimentando acelerados cambios, y cada vez más los servicios de atención e interacción remotos, por medio de tecnologías virtuales en forma de apps y portales de auto atención, llevan a disminuir el contacto físico con los usuarios. Hoy no es necesario estar físicamente frente a un cliente para conocerlo mejor, sino que esto pasa por la gestión y análisis de la data que cada usuario genera con sus transacciones a través de internet.

## Capturando nuevo valor (y clientes) desde lo digital

Todas las industrias y sectores tienen sus particularidades, sin embargo, la competitiva economía digital de hoy posee el gran imperativo de la digitalización de procesos y servicios, los que benefician tanto a la misma operación de la compañía, como a sus clientes.

Por ejemplo, visualizamos algunas claves en que los bancos deben utilizar capacidades digitales para entregar un mejor servicio y no quedar marginados de los mercados financieros y las preferencias de los clientes.

### Tres beneficios para los bancos con sólidas ventas digitales



Increase in digital traffic

- Two- to threefold monthly increase in logins per active user



Greater monetization of existing traffic

- Two- to fourfold increase in conversion of logins to completed sales
- 70%–90% share of sales completed in digital channels (1.5 to 6 times more than today)



Stronger profitability

- 15%–20% increase in revenue per user
- Material decrease in branch and back-office costs associated with sales processes (amount of decrease depends on a bank's starting point)
- 2–4 percentage point improvement in cost/income ratio for every 10% increase in digital sales

Source: BCG analysis.

**A)** Las tecnologías digitales aumentan la conectividad de un banco con sus clientes, empleados y proveedores. Aumenta la interactividad y respuestas on line, mientras que el pago móvil, a través de las apps, hacen más fluida la experiencia para el cliente. Y las redes sociales, bien utilizadas, potencian la reputación del banco.

**B)** Los bancos, al digitalizar sus operaciones, obtienen una enorme cantidad de información de sus clientes. Lo que convierte al Big Data bancario en una gran fuente de extracción de valor, gracias al análisis avanzado de este. La idea es anticiparse a las necesidades y perfeccionar la toma de decisiones. Este análisis inteligente debe ser aprovechado por los bancos en diversos sectores dentro de su operación, tales como, ventas, diseño de productos, suscripciones, precios, así como nuevas experiencias omnicanal que puedan seducir a nuevos clientes y retener a los antiguos.

**C)** Migrar operaciones y servicios a lo digital aumenta el valor del banco. Ahora, la automatización y digitalización de una serie de procesos repetitivos, irán aumentando la productividad, facilitando, por ejemplo, el cumplimiento normativo.

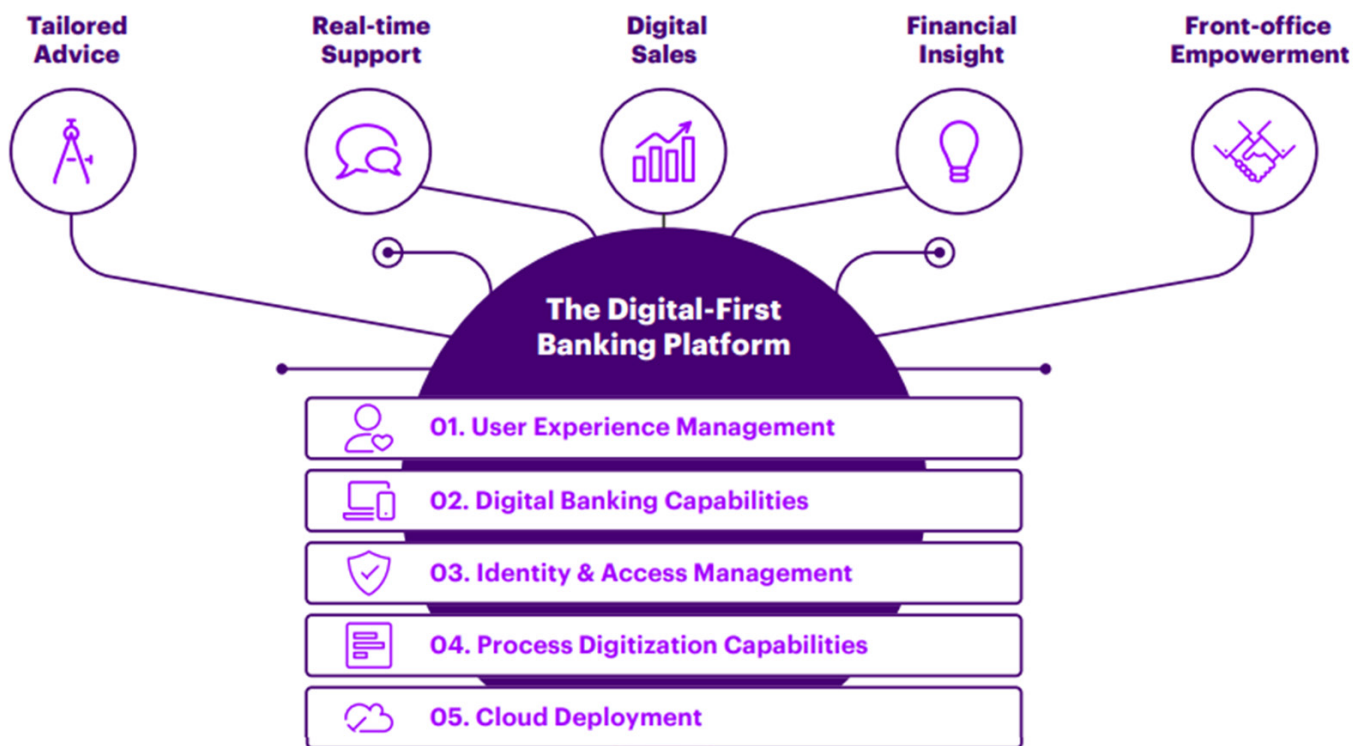
**D)** Este proceso fomenta y potencia la innovación en todos los productos y modelos comerciales del banco, empoderando, de paso, a todos los colaboradores. Pueden surgir nuevas estrategias como el marketing social, así como los modelos de negocio centrados digitalmente, gracias al Big Data bancario.

## Nuevos jugadores: bancos 100% digitales

El arribo de los servicios digitales a la banca, están cambiando la forma en que se procesan las transacciones y especialmente cómo los clientes interactúan con los bancos y otras entidades financieras. La consecuencia de esta nueva realidad, es la llegada de nuevos jugadores a competir en la industria de servicios financieros. Jugadores 100% virtuales.

No es ciencia ficción. Ya existen. Tome nota: KakaoBank, Monzo, N26, Nubank, Revolut y Tinkoff Bank, son algunos de los bancos digitales que ya están generando demanda. Las bajas tasas de interés dificultan que los bancos tradicionales respondan con ofertas competitivas, y esta irrupción provocará mayor presión sobre los márgenes de interés netos de los bancos.

## Componentes de una primera plataforma de banca digital



Estos nuevos bancos digitales atraen actualmente a más de 12 millones de clientes y sumando cientos de miles de clientes al mes. Accenture nos indica que este impulso acelerado, está cambiando las expectativas de los clientes. Al igual que con Uber o Airbnb, los clientes también quieren decidir cómo y cuándo interactuar con sus proveedores de servicios financieros, utilizando las plataformas disponibles, las cuales día a día son más intuitivas y accesibles.

Muchos se preguntan, qué sucederá con gigantes como Google, Apple, Facebook o Amazon y la enorme cantidad de data que poseen de sus usuarios. ¿Se sumarán a esta nueva tendencia de servicios financieros 100% digitales? La clave está en los mismos clientes-usuarios de estas y otras compañías, quienes desean que las fricciones entre proveedores, aplicaciones y servicios, sea cada vez más simple y directa. Estas expectativas de los clientes deben ser tomadas muy en cuenta por los bancos.



Hoy en día, las nuevas tecnologías y las plataformas digitales están ayudando a los bancos y a otros servicios financieros, a emprender transformaciones de alta velocidad para seguir siendo relevantes en la vida financiera de sus clientes.

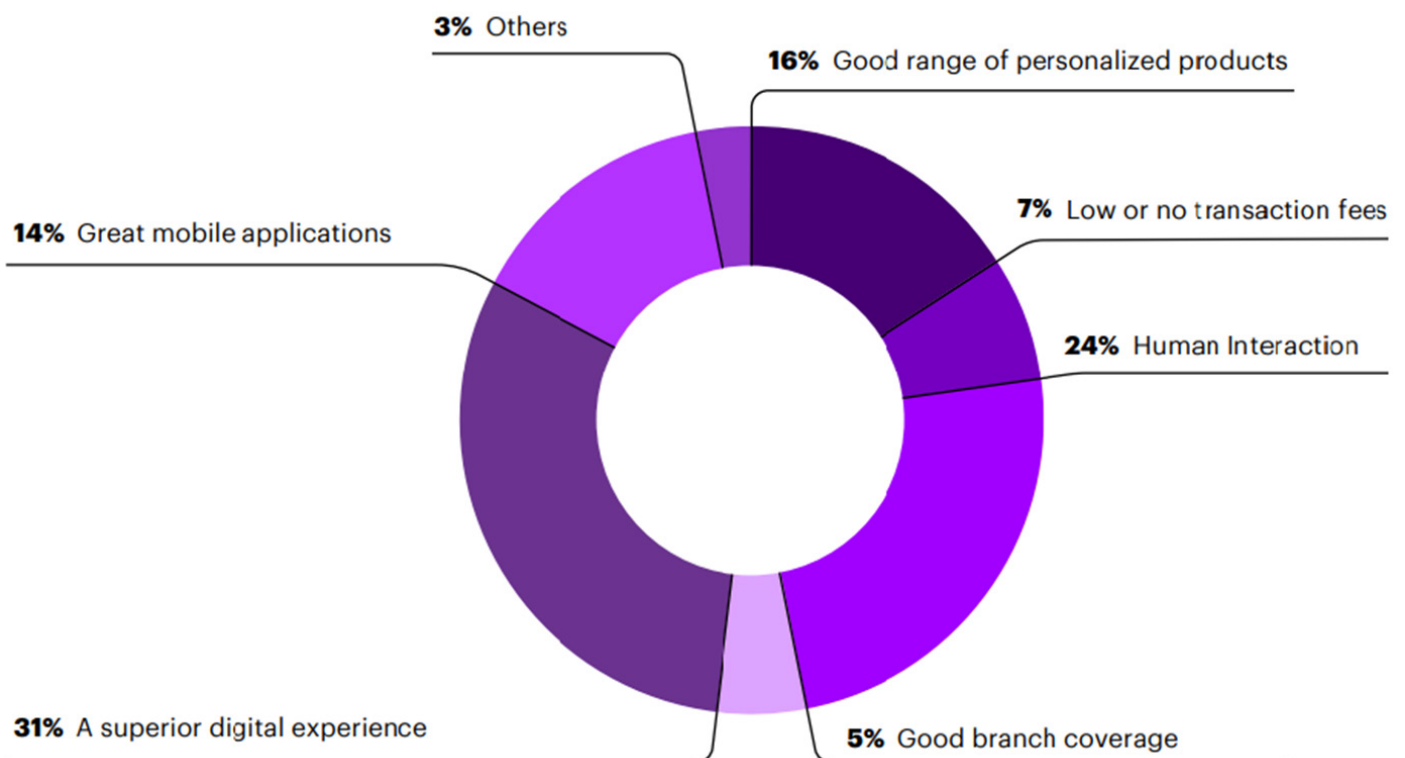
La clave para la industria financiera es aplicar innovaciones en:

- **Crear una experiencia centrada en el usuario.**
- **Establecer una alta personalización, gracias al Big Data y análisis avanzado.**
- **Experimentación rápida y desarrollo ágil.**

## Disrupciones e innovaciones deben ser el nuevo core de la banca

### Elementos de fidelización y retención de clientes

¿Cuáles son los factores más importantes para mantener la fidelidad de los clientes de su banco?



Los clientes quieren experiencias digitales superiores, además de interacción humana. Estos tienen mayor impacto en la lealtad y la retención.



La industria de los servicios financieros ya no es la misma. Donde años atrás pertenecer a un banco determinado era un asunto ‘de la familia’ e incluso heredado y sin tener una competencia que preocupara al sector; en la actualidad, se ha transformado en un conjunto de ecosistemas con numerosos participantes y con diferentes y mejoradas propuestas de valor.

Resulta interesante un estudio que realizó BCG: reunieron clientes reales de más de 140 bancos en todo el mundo, bajo una metodología de “compradores misteriosos”, para que interactuaran con más de 210 funciones relacionadas con sus operaciones en aplicaciones y sitios web de la banca digital. A continuación, las principales claves a tener en cuenta:

- Marketing y compromiso
- Investigación de productos
- Productos de terceros
- Facilidad de uso y satisfacción
- Cumplimiento del producto
- Ventas asistidas y soporte

Ante lo anterior, la buena noticia es que la mayoría de los ejecutivos bancarios se están acostumbrando al rápido ritmo de la innovación y cambio en la industria.

Como cierre a este whitepaper, no podemos dejar de mencionar que el covid-19 está representando un impacto sin precedentes en los mercados financieros a nivel mundial y local, afectando las operaciones mismas de los bancos e instituciones, los empleados, proveedores y clientes.

Bhavesh Gandhi, Socio, Auditor y Jefe de Servicios Financieros de KPMG en Kuwait, resume muy bien el futuro de la banca:

***“Estamos siendo testigos cómo los bancos evolucionan a un ritmo más rápido que antes y, en algunos casos, transforman sus modelos comerciales, aventurándose al ‘New Age Banking’, ya sea mediante el uso de inteligencia artificial, automatización de procesos o el lanzamiento de sucursales exclusivamente digitales para atender a su base de clientes de manera más eficaz. Esperamos que los bancos continúen persiguiendo agresivamente los avances tecnológicos y utilicen plataformas comerciales renovadas, asociándose y colaborando con varias empresas de tecnología financiera”.***

La natural evolución llevará solo a los bancos ágiles, flexibles y dispuestos a transformarse, a tener éxito y asegurar una solidez financiera para el crecimiento futuro y la satisfacción de sus clientes.

## Global Offices

**AlfaPeople** - Headquarters  
Støberigade 14, 4. sal  
2450 **København SV**  
**Denmark**  
Phone: +45 70 20 27 40

**AlfaPeople** Brazil - Barueri  
Al. Tocantins, 125 - Conj. 250,  
Alphaville Industrial  
06455-931 **Barueri-SP**  
Phone: +55 (11) 4082-3232

**AlfaPeople** Brazil - Belo Horizonte  
Avenida Raja Gabáglia, 4343,  
4º andar, sala 7, Cidade Jardim  
30350-577 **Belo Horizonte-MG**  
Phone: +55 (31) 3360-8411

**AlfaPeople** Brazil - Porto Alegre  
Rua Mostardeiro, 777 - 14º andar,  
Moinhos de Vento,  
90430-001 **Porto Alegre**  
Phone: +55 (51) 3017-1325

**Brazil** - Recife  
Rua da Alfândega, 35, Lj. 0401,  
Shopping Paço Alfândega,  
**Bairro do Recife** 50030-030  
Phone: +55 (81) 2626-1238

**AlfaPeople** Chile  
Av. Tajamar 481, of. 607  
Torre Sur, World Trade Center  
Las Condes, **Santiago**  
Phone: +56 (2) 2 751 90 00

**AlfaPeople** Colombia  
Ave Cra 9 # 123-86  
Edificio Uraki - Ofi 401,  
**Bogotá**  
Phone: +571 6054222

**AlfaPeople** Costa Rica  
Calle 36. Av 4 y 6.  
Edificio Don Bosco. Tercer Piso  
**San Jose**  
Phone: +506 2233 7000

**AlfaPeople** Ecuador  
Edificio Trade Building Torre B  
Oficina L-530 Calle Leopoldo Benítez y  
Joaquín Orrantía, **Guayaquil**  
Phone: +593 (09) 93267791

**AlfaPeople** Germany  
Elsbach Haus,  
Goebenstraße 3-7  
32052 **Herford**  
Phone: +49 5221 28440-0

**AlfaPeople** Guatemala  
Edificio Insigne  
Of. 1101  
Blvd. VH 1,  
Zona 15  
**Guatemala**  
Phone: +502 2386 9981

**AlfaPeople** Mexico  
Baja California # 245 Piso 8  
Colonia Hipódromo. Condesa 06170  
**México, D.F.**  
Phone: +56 (2) 2751 9000

**AlfaPeople** Saudi Arabia - Jeddah  
Mohammed Bin Abdul-Aziz Road  
Al-Andalus Distinct  
**Jeddah**  
Phone: +966 920007822

**AlfaPeople** Saudi Arabia - Riyadh  
Prince Mansour Bin Abdulaziz Street  
Malaz Distinct  
**Riyadh**  
Phone: +966 920007822

**AlfaPeople** Switzerland  
Hohenbühlstrasse 2  
8152  
**Glattbrugg**  
Phone: +41 43 355 30 60

**AlfaPeople** United Kingdom  
Phoenix House  
18 King William Street,  
**London, EC4N 7BP**  
Phone: +44 (0) 20 3167 4911

**AlfaPeople** United Arab Emirates  
Sidra Tower (1801)  
Sheikh Zayed Road  
PO Box 9588, **Dubai**  
Phone: +971 4 5585066

**AlfaPeople** US  
Chrysler Building  
405 Lexington Avenue,  
26th Floor, **NY 10174**  
Phone: +1 (855) 732-6484

[dynamics365team@alfapeople.com](mailto:dynamics365team@alfapeople.com)



Gold Cloud Business Applications  
Gold Application Development  
Gold Cloud Platform  
Gold Cloud Productivity  
Gold Data Analytics  
Gold Enterprise Resource Planning

2020/2021  
**INNERCIRCLE**  
for Microsoft Business Applications