



Evolución de la banca digital en la Argentina y en el mundo

Sergio Saravia, Fintech Entrepreneur - MIT MBA, analiza la transformación digital en las finanzas y cómo los bancos tradicionales se adaptan a los cambios que generan las nuevas tecnologías.

- De a poco se está produciendo una innovación en el ámbito financiero que es la Banca digital ¿Cómo explica este fenómeno?

El tema de la velocidad es normal, todos los procesos de transformación digital empezaron de a poco, mientras se va desarrollando y ajustando el nuevo paradigma, hasta que en un punto determinado alcanzan una masa crítica y un nivel de eficiencia que permite que se acelere la innovación y la transformación. De esa forma se convierte en el nuevo modelo normal. Esto pasó con internet, con el e-commerce, con los pagos digitales, con las plataformas vinculadas al turismo y con tantas otras cosas. En cuanto al fundamento del por qué se está dando la innovación en el ámbito financiero, que puede llamarse banca digital o fintech, lo veo como algo natural. Lo digital está cambiando la vida de las personas, y así como se modificaron las relaciones sociales a través de las redes (como Facebook, Snapchat, WhatsApp, etc.) también se modificó la vida económica de la gente. Es decir, es natural que la innovación impacte en los servicios financieros, porque éstos son una parte complementaria de las transacciones económicas, y por lo tanto son parte de la vida de las personas.

- ¿Cómo impacta la transformación digital en las finanzas?

La transformación digital está cambiando partes fundamentales de los modelos de negocios financieros. Uno de los elementos importantes tiene que ver con la asimetría de

información, que es un factor clave en estos negocios. Actualmente es posible tener información online de lo que están haciendo las personas en sus redes sociales, dónde y qué compran, con quién se comunican, cuáles son sus gustos. El valor de la información pasa a ser tremendamente importante, y se potencia por su fácil disponibilidad.

Todo esto cambia los servicios de intermediación financiera (préstamos); la industria del seguro (gestión de riesgos); se modifica la forma en la que se administran los activos financieros (administración de patrimonios); el financiamiento de riesgo (Venture Capital), y otros.

Por otro lado, la transformación digital también cambia de dónde se obtiene el valor del negocio. En la banca tradicional te cobran por el mantenimiento de una cuenta y por las transacciones financieras que se hacen, pero los nuevos jugadores digitales no cobran por esos servicios ya que buscan que las personas interactúen más en sus plataformas para capturar más información y a partir de ello generar las oportunidades de negocios. La información se monetiza y por ahí pasa mucho del valor a capturar. Claramente la transformación digital está cambiando los modelos de negocios. Y esto genera oportunidades a nuevos jugadores que si trabajan bien con la tecnología pueden resolver de forma eficiente algún producto o servicio.

- ¿Qué ventajas tiene operar con un banco digital?

Para una persona, la ventaja que tiene es que puede resolver sus necesidades

“en cualquier momento y en cualquier lugar”. Es importante como propuesta de valor porque, así como las empresas consumen servicios/productos que les permiten reducir costos o aumentar sus ventas, las personas buscamos consumir servicios que nos ahorren tiempo, generen felicidad/satisfacción o reduzcan costos.

Es importante que el servicio se adapte a la vida de las personas y no las personas al servicio. Si los bancos digitales cumplen con sus promesas van a lograr una mayor migración desde los servicios tradicionales a los digitales.

- ¿Piensa que la banca digital va a lograr confianza en sus clientes? ¿Cómo se preparan los bancos tradicionales para afrontar esta transformación digital y el mercado que se viene?

La confianza de los clientes se va a lograr si cumplen con lo que prometen. El desafío es lograr que un cliente nuevo se anime a probar si cumplen con la promesa de valor. En este punto he observado, tanto en Argentina como en Estados Unidos -donde tuve la oportunidad de formarme sobre lo que es la innovación financiera, fintech, blockchain y acerca de todas las nuevas tecnologías que transforman la industria financiera a nivel mundial- que uno de los grandes desafíos pasa por no focalizarse en la tecnología sino en el cliente y en desarrollar un vínculo con él. Este vínculo es fundamental para enfrentar las fallas del producto, que al principio siempre existen. Si uno tiene creado un vínculo fuerte, el cliente te

vuelve a dar otras oportunidades, caso contrario nunca más te usa.

Con relación a la banca tradicional, ésta tiene la oportunidad de transformarse y mantener a sus clientes por medio de un modelo híbrido, entre la interacción digital y la física. Ésta última sigue siendo un elemento importante en la generación de confianza.

El cliente es agnóstico a la tecnología, un usuario promedio no sabe si una tecnología es mejor que la otra, pero sí sabe si el servicio se adecuó más a sus necesidades o no. Es importante entender la usabilidad del cliente y entenderlo a éste en su entorno, en su contexto. A partir de ahí se puede generar un puente o una transición a un mundo más digital.

Los bancos tradicionales se están preparando, ya han potenciado su home banking. Actualmente los bancos de Argentina y del resto de América latina brindan un servicio amigable, de uso más intuitivo. Incluso muchos ya ofrecen sus propias aplicaciones para hacer servicios transaccionales. Es decir que tienen creada, en mayor o menor medida, la confianza con los clientes y existe un vínculo con ellos. Igualmente está claro que ningún cliente es 100 por ciento fiel a un banco. Las personas que están bancarizadas eligen qué servicios toman de cada banco y van arbitrando los beneficios que les brinda cada uno, pero hay una forma de interactuar. En cambio la banca digital tiene que recorrer ese camino.

Además, hoy en día tanto los bancos tradicionales como las fintech entienden que hay una necesidad de interacción y que existen más oportunidades de negocios potenciando las capacidades de cada uno, que viéndose como excluyentes.

-¿Cómo se manifiesta la explosión de la banca digital y las transacciones electrónicas en Argentina y en el mundo?

En Argentina y en los países en desarrollo, es incipiente. Se escucha mucho hablar de las fintech, de los “Mercado Pago”, “Todo Pago” y otras empresas, pero a nivel agregado representan una porción menor. En los países desarrollados está más evolucionado, pero también la banca digital sigue siendo la parte no mayoritaria. Por otro lado, a la digitalización del

sistema financiero se la asocia muchas veces con oportunidades de inclusión financiera. Hoy en el mundo, según el Banco Mundial, la mitad de la población no accede a sistemas financieros formales. Es decir que hay una oportunidad para que los servicios financieros lleguen a esa porción gigante de personas que hoy están fuera del sistema financiero formal. Pero para que eso ocurra tienen que existir modelos de negocios orientados a generar esa transformación apalancándose en la tecnología.

- ¿Los bancos van en camino a ser 100% digitales?

Si nos focalizamos sólo en los bancos, diría que un sistema bancario 100% digital lo veo como una visión aspiracional pero no como una realidad, y menos en el corto o mediano plazo.

Para que eso ocurra sería necesario que todos sus clientes cambien su conducta y no sólo quieran, sino que puedan usar aplicaciones como las que ofrecen los bancos digitales. Esto implicaría tener un 100% de penetración de smartphones y asegurar su acceso a internet o los servicios de datos para celulares. Hay otro punto que es crítico y tiene que ver con la alfabetización. Hoy existen muchas personas que cobran sus ingresos a través de los bancos, pero se acercan a las cajas de las sucursales de la entidad para retirar el dinero porque no saben leer o porque no saben usar las pantallas del cajero automático. Lo mismo ocurre cuando analizamos el lenguaje que utilizan los bancos, como por ejemplo “activá tu token” o “generá tu clave alfanumérica”.

Entonces, hay factores claves a resolver, que no dependen de los bancos, que van a hacer que el camino hacia una banca 100% digital no sea tan rápido.

- Desde el punto de vista de los profesionales de Informática, ¿cuál es su rol en el desarrollo del soporte tecnológico para la Banca Digital?

Desde el punto de vista de la industria financiera digital, que vas más allá de la banca, en mi experiencia particular, trato que las personas de IT se focalicen en tres aspectos.

Uno de ellos está vinculado con el modelo mental. Me gusta que piensen todos los

desarrollos en términos de estructuras tecnológicas modulares, porque esto permite ir creciendo y desarrollando por partes. Hay una fuerte tendencia a querer desarrollar todo y lo mejor desde el principio. Para mí es un error, porque si es algo realmente nuevo es muy difícil saber qué es lo mejor para el cliente/usuario. Esto lleva a que muchas veces se generen estructuras muy complejas que al momento de usarlas el cliente no las comprende. Es importante tener en cuenta el feedback de los clientes para saber qué les pasa cuando usan el producto y observar cómo lo usan, e ir iterando el desarrollo en paralelo.

El segundo aspecto es el de la conectividad o las interfaces. No creo que el futuro de los bancos digitales pase por ser bancos universales, que desarrollen y ofrezcan todos los servicios. Creo que va a haber especialistas en partes del negocio del banco, por eso va a ser importante que las empresas de servicios financieros que quieren crecer, no solamente de forma vertical sino también horizontalmente, tengan que conectarse con otras. Hay que pensar desde el principio que va a existir la necesidad de interconectarse con otras plataformas, con otros sistemas, con otras empresas. Por lo tanto, hay que ver que la interacción sea segura, fácil, rápida y de calidad.

El tercer punto que me parece importante para los profesionales de informática, tiene que ver con estar cerca del usuario final. Hay una tremenda tendencia en los profesionales de IT a quedarse pegado a las computadoras, a las líneas de códigos, analizando los datos, programando y una fuerte resistencia a salir a la calle, a interactuar con el problema que se le presenta al usuario. Los profesionales que dediquen tiempo a aprender ciencias blandas, como antropología, para observar y comprender cómo se dan las interacciones, van a desarrollar habilidades con una enorme ventaja competitiva y van a enriquecer sus capacidades técnicas.

Las capacidades técnicas hoy son las más fáciles de replicar. Entonces, la diferencia entre un profesional de informática bueno y uno muy bueno consiste en entender cómo darle la herramienta tecnológica adecuada al usuario, que no siempre es la más sofisticada ■