



LA EVOLUCION DE LA BANCA.

El desafío no es solo tecnológico.

El futuro de la banca no es sólo tecnológico. Es una tarea compleja de transformación de las instituciones bancarias tradicionales en organizaciones más ágiles que entreguen servicios financieros adaptados a los diferentes perfiles de clientes.

La excelencia operativa, la familiaridad y las alianzas con los clientes son otros elementos esenciales que las entidades deben desarrollar para el éxito en el futuro. Hoy en día los usuarios de los bancos no sólo buscan ahorrar o tener acceso al crédito, quieren más y el desafío de la banca está en crear los mecanismos y estrategias para satisfacerlos.

Dentro de los cambios, herramientas y estrategias de las tendencias globales del mercado financiero se encuentran:

- Las sucursales multipropósito que son las oficinas que ofrecen servicios las 24 horas, e incorporan todos los canales que el cliente necesite, adaptados a sus necesidades y requerimientos.



- Los servicios electrónicos de la bolsa de valores para hacer más rápido y eficiente el mercado de capitales.
- El diseño de servicios y segmentos a la medida de los clientes y el empleo de

herramientas que faciliten la medición del riesgo de cada uno de éstos y

- La capacidad de expandirse a mercados internacionales.

Por ello, en esta Semana Económica haremos una descripción de los principales factores que impulsarán la banca del futuro y de las tendencias tecnológicas de los diferentes canales y medios transaccionales.

El comienzo de la banca del futuro

El sector financiero colombiano está recorriendo el camino para ser más ágil, eficiente y virtual. Muestra de ello es la importancia que han ganado los medios electrónicos de pago en la economía.

Como se viene observando en los últimos años, el comportamiento de los medios de pago cambia de acuerdo con la evolución de la tecnología, la tendencia de los negocios y la implantación de nuevas medidas legales y regulatorias.

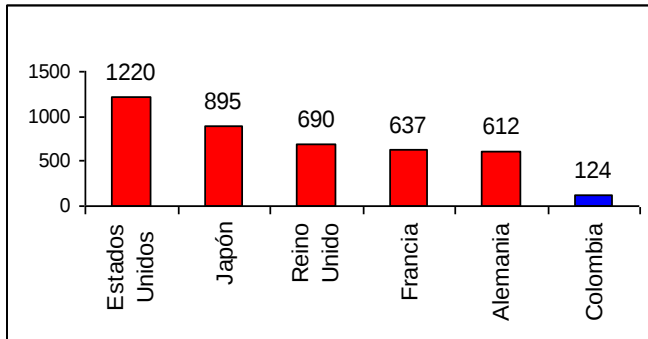
A continuación se presentan algunas cifras de canales y medios electrónicos de pago que permiten estimar sus tendencias, vigencia y utilización en la banca colombiana del futuro.

Cajeros automáticos (ATM)

Es evidente que los ATM son el primer canal en importancia, ya que facilitan la disponibilidad inmediata de efectivo.

En cuanto a cifras, el número de cajeros instalados es ascendente. A julio de 2005 se contabilizaron 5.980 cajeros automáticos, cifra que sin embargo, es todavía baja ya que los países desarrollados tienen en promedio cinco veces más equipos por cada millón de habitantes, según se aprecia en el siguiente gráfico.

Gráfico1. N°. de ATM por millón de habitantes



Fuente: BIS, Asobancaria. Datos a 2002

Por otra parte, se presentarán cambios en las tecnologías utilizadas. A futuro los cajeros automáticos no requerirán del uso de las actuales tarjetas de banda magnética, sino que implementarán mecanismos para la lectura de transacciones con tarjetas sin contacto o con teléfonos celulares.

Punto de venta (POS) o Datáfonos

En cuanto a los POS la tendencia es ascendente. A julio de 2005 se contabilizaron en Colombia cerca de 55.000 datáfonos.

En tecnología ya se observa la utilización de los POS inalámbricos, los cuales ofrecen mayor seguridad para los clientes que pagan con tarjetas principalmente en restaurantes, ya que no pierden de vista su tarjeta o dispositivo de pago.

En este sentido la tecnología “móvil” podría reemplazar o complementar este canal, pues a través de un teléfono celular o agenda personal (PDA) se podría hacer el pago de una cuenta de restaurante o de cualquier compra, ya que bastaría hacer una transferencia en línea de la cuenta del cliente a la cuenta del restaurante o comercio. Obviamente, para que esto sea una realidad se deberá seguir un proceso de culturización y de masificación de los canales virtuales.

Cheques

La utilización de cheques continúa con la caída en volumen y valor que se viene registrando desde 1998, la cual se debe en parte al aumento en las transacciones realizadas con medios electrónicos y al gravamen a los movimientos financieros.

Sin embargo, este medio sigue vigente y para las transacciones de mayor valor los cheques continúan siendo los preferidos por los usuarios. El acumulado del valor de cheques compensados a septiembre de 2005 es de casi 244 billones de pesos y el número de cheques compensados en el mismo periodo fue aproximadamente de 45 millones.

Aunque el uso de cheques ha venido disminuyendo, se estima que se mantendrá durante un largo plazo, pues en Colombia continúa siendo un medio de gran aceptación.

Tarjetas

Definitivamente la tendencia de crecimiento de este medio de pago es evidente.

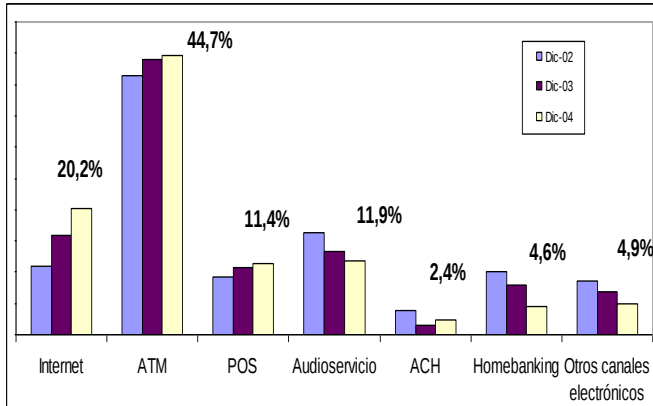
A futuro se vislumbra la utilización de dispositivos más seguros. Se pasará del uso del tradicional plástico con banda magnética a la tarjeta “chip”, o a la tarjeta sin contacto o a una tarjeta SIM instalada en los teléfonos celulares.

Para el caso de las transacciones por Internet ya no se requerirá del plástico, serán tarjetas virtuales. En Colombia algunos bancos ya están emitiendo éstas tarjetas.

Audiorrespuesta

Aunque este canal tiene una participación mayor que otros sistemas electrónicos (gráfico 2), se estima que a largo plazo no se desarrollará como la Internet o los ATM. Este canal es y será una alternativa adicional pero no es ni será la primera opción de los usuarios del sistema financiero.

Gráfico 2. Participación transacciones por canal electrónico



Fuente: Asobancaria; ATM: cajeros automáticos, POS: establecimientos comerciales, ACH: sistema de transferencias electrónicas entre entidades.

Sistema ACH: Sistema de compensación automatizada de pagos

Dicho sistema está diseñado principalmente para realizar pagos y recaudos de las denominadas transacciones de bajo valor.

A través de este sistema las entidades financieras ofrecen a sus clientes los siguientes servicios:

- **Créditos automáticos.** Mediante éstos las compañías pueden transferir fondos desde sus cuentas hacia cuentas de personas naturales o jurídicas en otras entidades financieras, para pagar nóminas de empleados, mesadas pensionales, subsidios y pagos de seguridad social.
- **Débitos automáticos.** Mediante éstos las personas naturales pueden autorizar que sus cuentas sean debitadas periódicamente por compañías para cubrir el valor de obligaciones adquiridas con ellas.
- **Transferencias.** Las personas naturales pueden realizar traslados entre cuentas de diferentes entidades financieras.

El crecimiento de la utilización del ACH en Colombia se ha consolidado cada vez más y el volumen de transacciones de bajo valor ha tenido un crecimiento porcentual importante.

Internet

Internet es un medio que ha venido evolucionando aceleradamente, en especial durante la última década, tanto en la realización de transacciones financieras, como en el desarrollo de todo tipo de negocios.

Colombia no es ajena a esta situación, esto se refleja en el número de usuarios que acceden a este servicio y que para diciembre de 2004 llegó a 3'865.660. Es decir, 8,4 por ciento de la población nacional tiene acceso a esta tecnología.¹

Gráfico 3. Evolución transacciones promedio mensual por Internet.



Fuente: Asobancaria

En el sector financiero colombiano esta situación se manifiesta en la evolución del número de transacciones mensuales realizadas por Internet, que pasó de 2 millones en el 2001 a 14,9 millones en el 2004 (gráfico 3).

Por otra parte, se observa que es cada vez mayor el número de clientes que usa Internet para realizar transacciones financieras. Durante el 2004, más de 2 millones de usuarios efectuó operaciones por este canal.

Otro punto para destacar sobre la utilización de Internet, es su participación en los canales electrónicos. Aproximadamente el 20,2 por ciento de las transacciones realizadas en 2004, son operaciones de Internet, lo cual equivale a

¹ Internet en Colombia – Informe semestral diciembre de 2004– Resolución 502/02. Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Julio de 2005.

un aumento en el uso de este canal del 27 por ciento frente a 2003 (gráfico 2).

Lo anterior muestra que Internet será uno de los canales de mayor desarrollo en la banca del futuro.

Tendencias tecnológicas

Tecnológicamente no estamos muy lejos de la banca del futuro, con la implementación de Internet ya se ha avanzado bastante en este camino.

Otro punto a considerar en este aspecto es que gracias a la evolución de las soluciones desarrolladas por terceros en la industria financiera, los bancos han pasado de una estrategia de desarrollo de su propio software interno a una de compra de soluciones a terceros, lo cual hace más fácil el cambio e implementación de nuevas tecnologías.

Banca por Internet

Dentro de los canales financieros, Internet ha cobrado una ostensible importancia. De las personas que hoy en día tienen acceso a esta red, la gran mayoría realiza sus pagos y transacciones a través de ella y no concibe la idea de ir a las oficinas del banco a pagar sus cuentas de servicios públicos o telefonía celular. Estos servicios se han vuelto indispensables en la sociedad moderna y han transformado nuestras costumbres.

No obstante lo anterior, la penetración de Internet en Colombia es baja y es el principal obstáculo para la masificación de la banca virtual.

Actualmente, el gobierno junto con otros sectores económicos, incluido el sector financiero, están en la tarea de crear mecanismos y acciones efectivas que masifiquen el uso de Internet llegando a los estratos más bajos y a todas las regiones del país. La idea es aprovechar los beneficios y ventajas de este canal para aumentar el grado de escolaridad y bancarización en Colombia, entre otros.

Sin embargo, esto no es una tarea sencilla ya que los costos para el acceso a Internet siguen siendo altos para los estratos más bajos, por lo que hay que trabajar y definir estrategias desde todos los frentes para llegar a tarifas más asequibles.

Banca móvil

Dados los obstáculos para la masificación de la banca por Internet, se hace necesario revisar otras alternativas que resulten más asequibles en términos de costo, por ejemplo el sistema de telefonía celular. En Colombia el índice de penetración de este sistema es casi tres veces el de Internet y ya empieza a ser popular en los estratos bajos. Ello hace pensar que el hecho de realizar transacciones bancarias a través de un teléfono celular no está muy lejos.

En Japón está tomando fuerza el uso del celular como medio de pago en almacenes, sistemas de transporte y restaurantes, entre otros.

En Tokio opera una empresa denominada bitWallet dedicada a ofrecer este tipo de soluciones que funciona mediante la carga y descarga de dinero desde el celular. Antes de hacer las compras se recarga el celular, desde una cuenta bancaria, con el dinero que se requiere, en una estación diseñada para tal fin o desde Internet, directamente.

Luego, en los sitios de compra se acerca el teléfono celular a un lector que se encarga de tomar la información y descuenta el monto de la transacción. En Tokio son más de 25.000 locales que utilizan este sistema de pago.

Otro ejemplo se presenta en España donde la empresa Telefónica Móviles cuenta con un servicio denominado Mobipay que permite a sus clientes pagar los consumos realizados en máquinas expendedoras de gaseosas o golosinas. Para esto el usuario debe digitar el código del producto y de la máquina en su celular y enviar esa información a una central que autoriza la operación unos segundos después.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede asegurar que la banca “móvil” es la próxima tendencia tecnológica de la banca colombiana, porque:

- El nivel de penetración es mayor y presenta un crecimiento acelerado y
- La inversión tecnológica es marginal, ya que la infraestructura que hoy en día tienen los bancos es suficiente y soporta ampliamente este canal.

Desmaterialización de los medios de pago

En cuanto a los medios pago, a nivel internacional se han implementado otros mecanismo como las tarjetas inteligentes o con “chip”, las tarjetas sin contacto o “contactless”, mecanismos de seguridad biométricos (reconocimiento de huella, de iris, facial y geometría de mano) entre otros, cuya principal característica es que son un mecanismo más seguro de identificación y autenticación que las tarjetas de banda magnética.

En este punto vale la pena resaltar que la telefonía celular además de constituirse en un canal transaccional, se puede convertir también en un medio de pago. Es decir, además de hacer transacciones desde el teléfono celular, la tarjeta estará incorporada dentro de este.

Las tendencias y factores claves de la banca del futuro

Dentro de los principales factores que impulsarán la banca del futuro se encuentran la *eficiencia operativa* y la *inversión en tecnología*.

En esta vía de la maximización de la eficiencia y la generación de sinergias entre bancos se ha visto una oportunidad en las fusiones. Según TowerGroup, internacionalmente las últimas fusiones demuestran un aumento promedio anual de activos de 9,6 por ciento.

Sin embargo, esta alternativa no es una garantía de éxito, pues encontrar la fórmula exacta no depende de un cambio radical de punta a punta sino de determinar las áreas es-

tratégicas que permitirán llegar al máximo de eficiencia operativa y a un aumento de la generación de utilidades. Según TowerGroup, una buena medida es que los bancos líderes en el mundo han aumentado sus ingresos a una razón de 14 por ciento. Revisando por productos, por ejemplo las tarjetas de crédito, tienen aumentos de más del 30 por ciento.

Otro de los desafíos es la administración del riesgo, ya que las medidas regulatorias son cada vez más y por ende los gastos en este rubro. Para esto se requiere crear una solución holística por productos y clientes, que tenga en cuenta:

- Las políticas de negocios
- La administración de procesos y de riesgo y
- La tecnología de soporte

De esta manera los bancos se vuelven proactivos y no reactivos a los requerimientos de ley y a lo formulado por Basilea II, evitando así desgastes por dobles esfuerzos y pago de multas y penalidades. De manera adicional, lo anterior genera una mayor capacidad de resistencia para soportar las cargas de volumen y de crisis e imprevistos de todo tipo, económicos, de mercado y desastres naturales.

Por otra parte, la generación de valor para el cliente es una de las mayores fuerzas impulsoras. Los bancos son empresas de servicios que deben ofrecer al cliente respeto, conocimiento, respuesta oportuna y trato justo.

Para esto las entidades deben invertir cada vez más en capacitación a sus empleados para que resuelvan las dudas e inquietudes del cliente y le ofrezca productos y servicios que satisfagan sus necesidades. Así mismo las entidades deben reflejar una visión de líderes, una cultura corporativa y una habilidad de simplificar procesos.

Finalmente, es necesario que los bancos establezcan relaciones con socios estratégicos, como las compañías de comunicaciones, telefonía celular y los comercios para crear sinergias que faciliten el ofrecimiento de otros servicios y el establecimiento de precios diferenciales y asequibles a la comunidad en general.

Conclusiones

El sector financiero ha hecho grandes esfuerzos e inversiones de recursos para implementar tecnologías de punta con los más altos estándares internacionales.

El desafío de la banca no es sólo lograr mayor eficiencia operativa sino aumentar el nivel de ingresos, lo cual podría incentivar aún más las fusiones y alianzas estratégicas. Sin embargo, no se trata de un cambio radical sino de identificar áreas estratégicas que impulsen el negocio a través de procesos simples que respondan por un lado a la demanda del mercado y por otro, no menos importante, a las exigencias de los entes regulatorios.

Para los bancos la tecnología juega un rol estratégico y es la base que soporta todas las áreas, desde sus operaciones centrales y nuevos canales de distribución hasta sus ofertas y gestión con clientes. Asimismo, ésta es de suma importancia para el cumplimiento de los requisitos normativos, tales como Basilea II, donde se requiere realizar informes y cálculos de riesgo en tiempo real.