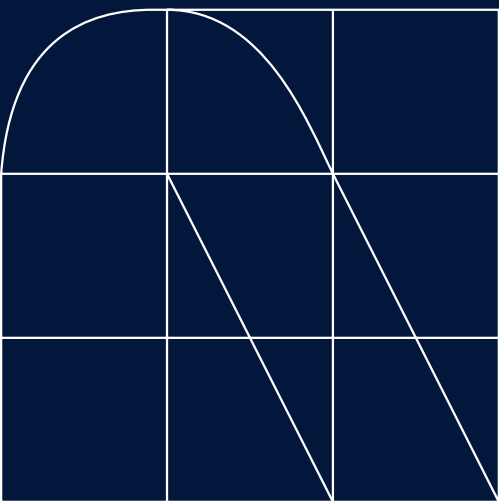


Outlook del sector bancario tradicional: LATAM

Índice

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
PRINCIPIO PARA OPTIMIZAR LAS VENTAS CRUZADAS Y AUMENTAR LOS INGRESOS	4
CANALES DIGITALES	5
VENTA CRUZADA: UNA TENDENCIA EMERGENTE PARA LOS BANCOS QUE BUSCAN MAXIMIZAR SUS BENEFICIOS	8
LA TENDENCIA DE INTEGRACIÓN DE PRODUCTOS	9
PRODUCTOS ESTRUCTURADOS.....	10
PLATAFORMAS DE PRODUCTOS Y TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS	11
FINTECHS Y BANCOS TRADICIONALES.....	12
GOBERNANZA AMBIENTAL, SOCIAL Y CORPORATIVA (ESG)	13
REGULACIÓN & CONFORMIDAD	14
CONCLUSIÓN: EL FUTURO DEL BANCO TRADICIONAL ESTÁ CENTRADO EN EL CLIENTE.....	16



RESUMEN EJECUTIVO

Dos grandes impactos afectaron al mundo financiero en los últimos 15 años. En 2008, la crisis financiera llevó a muchos bancos a repensar sus prácticas. Fue el inicio de una era de consolidación, en la que los bancos tuvieron que reajustar sus balances patrimoniales y sus relaciones. Además, los organismos reguladores se tornaron hostiles al sector, y eso exigió aún más ajustes. El sistema bancario como un conjunto necesitó desarrollar la seguridad y la eficiencia, con una mejora en la operación de back-office y en la modernización y digitalización.

Este trabajo fue fundamental cuando el segundo impacto ocurrió en 2020, con la pandemia del COVID-19. A pesar de su enorme efecto en las cuestiones globales, la pandemia fue superada relativamente bien por el sector bancario. Analizando el pasado, no está claro si los bancos tradicionales, que aún dependían de oficinas físicas, no lograron recuperarse tan rápidamente, o si los grandes players de tecnología y fintech del mundo bancario emergieron con fuerza de la pandemia global.

El resultado acumulativo de esos impactos es un cambio permanente y un mundo bancario corporativo que no regresará a los viejos tiempos. El modelo convencional no es más un cliente próximo a la mesa o una relación presencial. Ahora, los clientes corporativos quieren varios puntos de acceso a sus finanzas, cada vez más de acuerdo con sus propios requisitos. Ellos quieren servicios 24 horas al día, soporte global y mayor atención a las plataformas e interfaces digitales. Uno o dos canales no son suficientes. Los clientes ahora exigen un ambiente bancario sin interferencia, por medio de varios canales de comunicación e interfaz.

La tasa de transformación está cada vez más acelerada. Los bancos que saldrán con más éxito de ese período de cambios drásticos son los que estén evolucionando, invirtiendo y optimizando sus recursos tecnológicos para

estar al frente de la demanda de los clientes. A medida que los recursos de tecnología de los bancos y entidades financieras crecen, las soluciones que antes estaban en la vanguardia de la innovación están siendo utilizadas a larga escala. Las herramientas de inteligencia artificial (IA) son un buen ejemplo de ese tipo de innovación tecnológica, que los bancos de América Latina vienen adoptando de manera expresiva. La inteligencia artificial implantada de forma adecuada torna a los bancos más eficientes, mejores en la toma de decisiones y, por consiguiente, en condiciones de ofrecer un servicio de mayor calidad a sus clientes.

Además, la demanda del cliente no se limita a la tecnología. La sostenibilidad surgió como una prioridad fundamental para los clientes, y los gobiernos y organismos reguladores comienzan a implementar el ESG en las regulaciones financieras.

Con todo ese cambio en vista, queda la pregunta: ¿dónde encaja la banca tradicional? Históricamente, las empresas tradicionales son las más lentas a reaccionar a los grandes cambios y, muchas veces, se ven presionadas por las fintechs a innovar de forma rápida y eficiente. Ahora es el momento del cambio. Estas empresas no se pueden dar el lujo de ser morosas en un ambiente de rápidos cambios como sucede en la actualidad.

En este informe de investigación, hemos realizado un análisis completo de la situación del sector bancario en América Latina. Consultamos alrededor de 900 tomadores de decisión senior en todo el mundo para obtener insights sobre las necesidades actuales y futuras de grandes corporaciones para comprender las perspectivas de los bancos globales. El objetivo de este estudio es entender cuáles son las medidas que los bancos deben tomar para estar preparados para el futuro y mantenerse competitivos en un mercado en constante cambio.



Principio para optimizar las ventas cruzadas y aumentar los ingresos

Incluso antes de la pandemia, los bancos se estaban distanciando de las interacciones directas con los clientes. En función de la pandemia, hubo una aceleración de ese proceso, y la tecnología evolucionó rápidamente para adaptarse. Ahora, los clientes buscan disminuir las barreras, tener más agilidad y aumentar la eficiencia.

Si bien los clientes desean mantener un contacto mayor con los sistemas bancarios, no quieren acceder a los servicios bancarios en el modelo humanizado. En vez de eso, los clientes prefieren sistemas de autoservicio que funcionen en cualquier lugar que ellos estén.

Como en muchas de las evoluciones que discutiremos, eso no es algo que los bancos deban preocuparse. En cambio, los bancos deben verlo como una gran oportunidad. Esto permite un cambio de enfoque, para que las soluciones sean desarrolladas con base en los clientes y para que los servicios sean escalonados más fácilmente con ellos.

Sin embargo, se debe evaluar la necesidad de una considerable inversión en tecnología para alcanzar esos objetivos. La inversión en nuevos servicios y tecnologías permite la mayor flexibilidad que los clientes buscan y beneficia al banco al posibilitar opciones más personalizadas para los clientes y un mayor nivel de servicio y fidelidad.

En América Latina, el sector bancario se ha concentrado en acelerar su digitalización y crear un ecosistema de Open Banking gracias a las iniciativas regulatorias en toda América Latina.

Países como Brasil lideran el camino en la creación de una estructura regulatoria para que el sistema bancario pueda intercambiar información de clientes, cuando sean autorizados. Estas medidas permitirían que los bancos tengan una visión más completa de la salud financiera de sus clientes y, de ese modo, puedan personalizar la venta cruzada de acuerdo con las necesidades reales de su base de clientes.



Canales digitales

Otra tendencia emergente es el hecho de que los bancos tienen más dificultad para atraer y retener clientes. Al mismo tiempo, las empresas comienzan a simplificar sus relaciones bancarias y a darle a sus principales bancos una mayor participación en sus negocios.

Como resultado, los bancos de nivel 2 y 3 tienen una participación menor en las relaciones. Para hacer frente a esa tendencia, muchos bancos menores invierten en experiencias digitales. A partir de esa respuesta, ha quedado evidente la importancia de la implementación de canales digitales y plataformas bancarias para bancos corporativos globales. En el último año, las plataformas digitales para entidades financieras han surgido como una de las principales opciones para los bancos que buscan aumentar sus ingresos de esa manera.

Esas plataformas no solo facilitan la transición del banco físico al banco on-line, sino también pueden aumentar directamente los ingresos de los bancos. Los bancos y las entidades financieras que hacen uso de ese tipo de plataforma logran reducir sus costos operativos, disminuyendo la infraestructura de TI y automatizando procesos. Las plataformas también proporcionan a los bancos una ventaja sobre sus competidores directos,

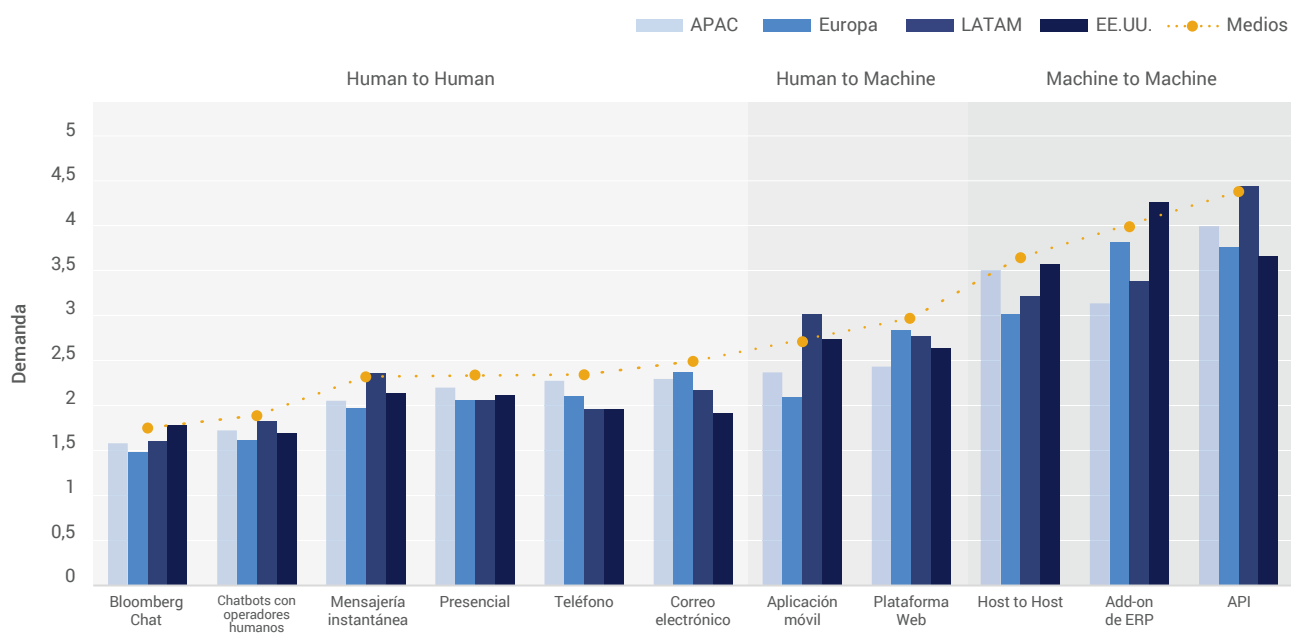
poniéndolos al frente de la corrida por la digitalización para atender a la creciente demanda.

Los canales digitales corporativos tienen una historia muy parecida. Principalmente, aumentan el nivel de accesibilidad a los servicios bancarios a todos los clientes, aumentando la oportunidad para que los bancos extraigan el máximo valor por sus servicios bancarios. Algunos ejemplos de oportunidades de crecimiento de ingresos incluyen:

- **EXPANSIÓN GLOBAL:** los bancos pueden expandir sus mercados hacia nuevos países sin necesidad de invertir en bancos físicos.
- **MONETIZACIÓN DE DATOS:** los datos recopilados pueden utilizarse para mejorar la experiencia del cliente, ofreciendo productos y servicios personalizados.
- **DIVERSIFICACIÓN DE PAGOS:** el banco digital permite que los clientes tengan una amplia gama de opciones para realizar pagos, aumentando el número de posibilidades de utilización de los bancos.

El gráfico muestra la variación en la demanda global por los diferentes canales por medio de los cuales las empresas quieren interactuar.

Demanda de interacción corporativa por canal



Escala de demanda: 1 Baja demanda, 5 Alta demanda

Existen algunos motivos por los cuales los bancos de América Latina difieren del resto del mundo en ese aspecto. Particularmente, la demanda por herramientas como Bloomberg Chat y chatbots operados por equipos es mayor que el promedio global, y también existe una demanda por encima del promedio por el uso de mensajería instantánea como forma de interacción con los bancos.

APIs, herramientas de plataforma Web y aplicaciones móviles son otras áreas en las cuales existe una alta demanda en el sector bancario latinoamericano. Existe también un destaque para una mejor visualización y segmentación de los datos bancarios, tema que trataremos más adelante.

Como reflejo de un cambio en la manera de hacer negocios, es interesante notar que, en el sector bancario de América Latina, la demanda por formas más tradicionales de comunicación es considerablemente menor que en otras partes del mundo. Las interacciones presenciales, por e-mail y teléfono están disminuyendo en todos los lugares, sin embargo en América Latina esa demanda es menor que en cualquier parte del mundo. Existe un impulso fuerte y rápido hacia la automatización.

LAS EXPECTATIVAS ESTÁN CAMBIANDO: Por más que los clientes hayan reducido la interacción humana con sus bancos, la confianza en las entidades bancarias ha aumentado. En lugar de lidiar con el banco semanalmente, la evolución de la oferta de servicios representa que los clientes están interactuando con los bancos diversas veces al día. Si bien existen menos beneficios en el balance patrimonial con una única interacción, los bancos se benefician cada vez más con la alta frecuencia de clientes.

En definitiva, existe un importante impacto en los ingresos. Si bien cada interacción tiene un valor asociado, ese valor ha disminuido en los últimos años. Esto se debe al hecho de que la eliminación del elemento personal de los servicios bancarios ha reducido inevitablemente su margen de beneficios. La eliminación del costo de un gerente de cuentas bancarias que esté siempre a disposición y la capacidad de los clientes para hacer el propio trabajo del banco ha modificado la dinámica del margen. Ahora, las empresas esperan obtener servicios bancarios en varios canales sin la necesidad de interacción entre personas.

Además, estos cambios siguen avanzando. Cada vez más, se desarrollan innovaciones y nuevas herramientas. Esa funcionalidad avanzada está disponible por medio de API o recursos host-to-host, que, como hemos visto, los bancos norteamericanos vienen adoptando rápidamente.

Por último, la adhesión al modelo legado impide que los bancos tradicionales atiendan a las demandas de esas expectativas en constante cambio. Además, el mantenimiento continuo y costoso de los servicios legados, los retrasos y la falta de especialización son

factores que perjudican las innovaciones tecnológicas impulsadas por las fintechs. En el momento en que la complejidad arquitectónica de la relación entre bancos y clientes se profundiza, los bancos tradicionales enfrentan enormes dificultades y, a veces, retroceden para departamentos que funcionan en silos para tratar de solucionarlas. En el mercado actual, ese modelo es prácticamente garantía de fracaso.

TENDENCIAS NORTEAMERICANAS: El sector bancario, más que nunca, es un negocio global, y sus sistemas deben adaptarse y ofrecer el soporte necesario. Por otro lado, se trata de un negocio global con matices regionales. Solamente en Estados Unidos, por ejemplo, existen más de 4.000 empresas diferentes de servicios bancarios que trabajan dentro del sistema global.

Las diferencias lingüísticas y culturales demuestran que los bancos siempre tuvieron que tener algún grado de enfoque regional, y es revelador que incluso los principales bancos multinacionales tienden a ser más fuertes en sus países de origen. El conocimiento local de esos bancos es una gran ventaja para ellos, sin embargo, los principales bancos necesitan tener conocimiento vertical, además de conocimiento específico de la región.

Obviamente, la naturaleza globalizada de las finanzas revela que incluso el menor banco necesita ser capaz de interactuar con los principales bancos. Es por eso que vemos la creciente adopción de la ISO 20.022 como un modelo global emergente para el envío de instrucciones de pago entre entidades financieras locales, regionales y globales. Este es un modelo patrón relativamente nuevo en el esquema de los bancos globales y los primeros a adoptarlo están viendo los beneficios de estar al frente de esa tendencia.

Además, los bancos de diferentes partes del mundo dirigen sus inversiones de varias maneras, intentando atender a las demandas locales de sus clientes. La inversión en América Latina para mejorar la segmentación y la visualización de datos bancarios está notablemente al frente del resto del mundo. El sector bancario de América Latina también ocupa el liderazgo cuando se trata de avances en inteligencia artificial y sus respectivas inversiones. Productos y servicios más sostenibles también son priorizados.

MEJORA DEL SERVICIO A LOS CLIENTES ACTIVOS:

Los bancos invierten en nuevos servicios y sectores emergentes, y el Open Banking ha surgido como una gran prioridad, junto con los avances basados en inteligencia artificial y la automatización robótica de procesos (RPA).

El avance de la inteligencia artificial es uno de los principales factores de inversión en América Latina, mucho más que en otras áreas, como por ejemplo, en Estados Unidos. Los bancos latinoamericanos han invertido considerablemente en una mejor visualización y segmentación de datos bancarios, con la sostenibilidad también como prioridad.

Los bancos latinoamericanos están mucho menos interesados en utilizar datos derivados de IoT para mejorar sus productos de financiación comercial y usar DLT/blockchain para reducir el desgaste en la financiación comercial que en otras partes del mundo. Además, el sistema de Open Banking, que es la principal prioridad de inversión de los bancos norteamericanos, se encuentra en una posición confortable en el medio de la lista cuando se trata de América Latina.

SCF EcoSystem com SAP Ariba – Estudio de caso para un banco global

Un banco global necesitaba crear una solución para cambiar la relación con los clientes con respecto al Supply Chain Finance (SCF). El banco buscaba una solución que conectase compradores, proveedores y bancos - una solución que pudiese ser totalmente integrada usando APIs y SFTP.

Contrataron a NTT DATA para desarrollar la plataforma y conectarla al SAP Ariba.

Diseñada en SAP Cloud Platform, la solución ahora permite que el banco ofrezca un servicio de adelanto de cobro a sus proveedores usando SAP Ariba Network.

Eso significa que los proveedores ahora pueden acceder a ofertas para simular o solicitar el adelanto. Los proveedores pueden acceder a toda la información en una única plataforma y rastrear el flujo de pagos.

Como un beneficio adicional, la plataforma ofrece firma digital y gestión de documentos para atender a todo el proceso.

NTT DATA y SCF

Históricamente, las soluciones SCF corporativas son administradas localmente, con tecnología descentralizada y funciones de soporte distribuidas en varias regiones geográficas. NTT DATA ofrece servicios para crear una solución totalmente global e integrada para sus clientes, con el apoyo de datos en tiempo real y análisis avanzados.



Venta cruzada: una tendencia emergente para los bancos que buscan maximizar sus beneficios

La venta cruzada es un área fundamental para la generación de ingresos, ya que no se basa en la adquisición de nuevos clientes. De acuerdo con un estudio del Grupo Everest, realizado para un gran banco de Estados Unidos, la segmentación de clientes existentes posee una tasa de conversión 60 a 70% mayor que la probabilidad de 5 a 10% de conversión de un nuevo cliente. Para reforzar ese hecho, se constató que 70 a 80% de los beneficios futuros de un banco vendrán 20% de su base de clientes existentes.

Un punto en común de las estrategias de ventas cruzadas exitosas es la hiperpersonalización - el análisis de datos de los clientes puede permitir una evaluación más precisa de las necesidades de cada cliente y predecir dónde es posible ofrecer más valor. Otro factor eficaz es la capacitación del

equipo bancario. El equipo del front-office posee un impacto enorme en la satisfacción del cliente, porque es el que responde a consultas, recomendaciones, reclamaciones y se concentra en el lanzamiento de productos. Cuando ese equipo es capacitado para hacer su trabajo de la mejor forma posible, los clientes se tornan mucho más abiertos a ventas cruzadas.

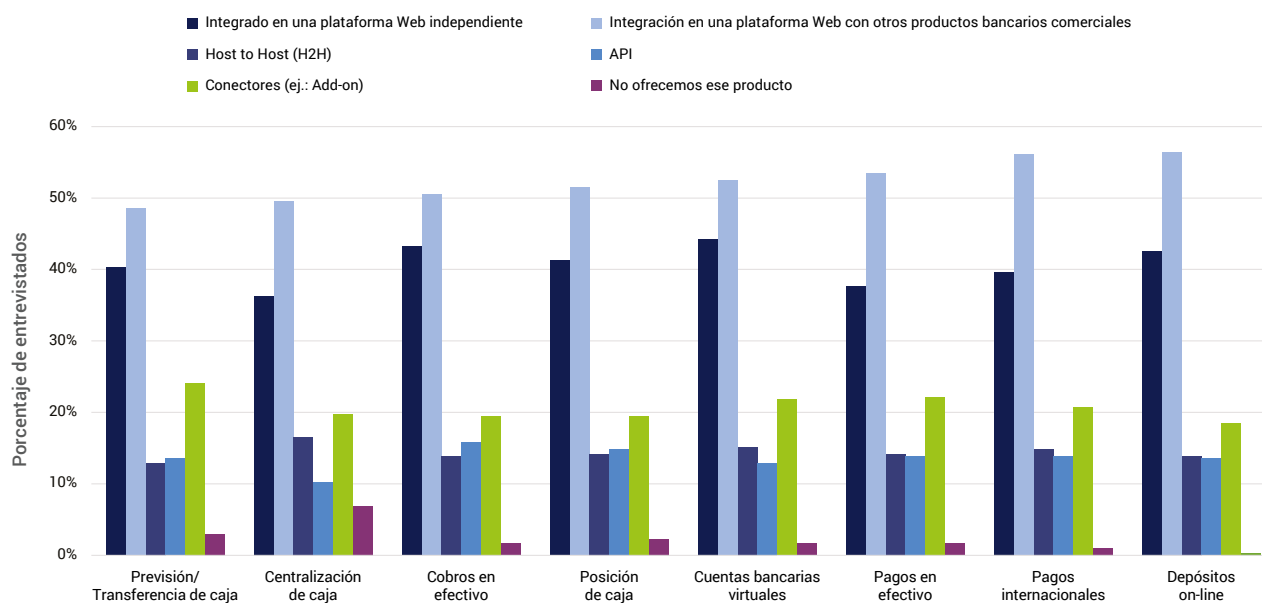
La comunicación con la base de clientes existente de un banco también es muy importante - eso ayuda al banco a tener una visión alineada a las necesidades del cliente, entendiendo cómo y por qué él debe migrar de lo físico hacia lo digital y brindar aplicaciones optimizadas con una amplia gama de servicios en un único lugar.



La tendencia de integración de productos

La disponibilidad de recursos de productos posee doble beneficio: ahorrar dinero y expandir las opciones disponibles. Los bancos utilizan APIs e integraciones de plataformas Web desde hace algún tiempo, siendo muy bien recibidas por los clientes. El gráfico a seguir muestra las ofertas de los bancos por producto en términos de desarrollo de conectividad:

Integraciones de productos ofrecidas por los bancos



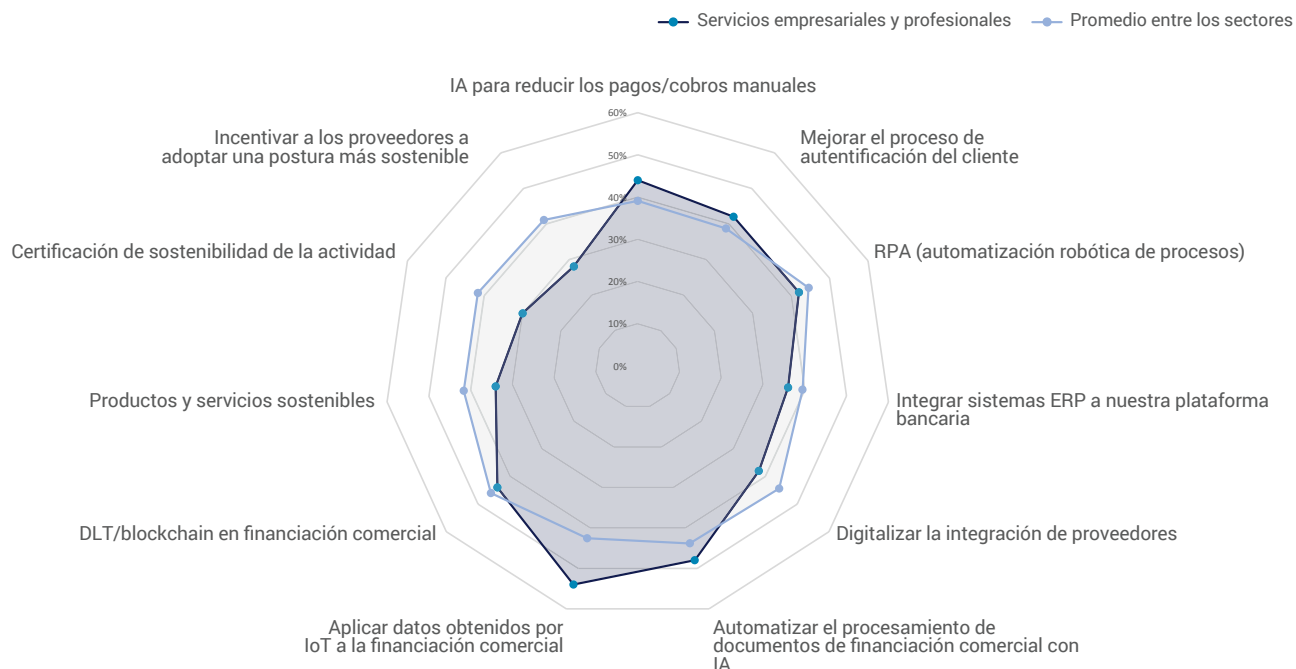
Es importante observar las variaciones por producto. Los productos de previsión/transferencia de caja tienen más probabilidades de ofrecer conectores e integraciones complementarias de terceros, externos al sistema bancario comercial. Sin embargo, es más probable que los depósitos on-line y los pagos internacionales estén totalmente integrados, lo que parece lógico, considerando la importancia de esos servicios.

Esa historia es controversial. Los bancos de América Latina están muy al frente de los promedios globales cuando se trata de depósitos on-line y cobro de pagos internacionales, pero quedan atrás en términos de cash pooling, por lo menos cuando se integran en una plataforma web independiente.



Financiación de la Cadena de Suministros

Servicios comerciales y profesionales: Demanda no atendida por los proveedores de servicios bancarios



Productos estructurados

Los servicios comerciales y la financiación de la cadena de suministros ofrecidos por los bancos están cada vez más integrados al factoring. Los analistas recomiendan que los bancos adopten esa tendencia, ya que permite no solo proporcionar recursos útiles a los clientes, sino también asegurar y vender esos activos en el mercado secundario. Algunas empresas están utilizando tokens no fungibles (NFTs) como medio de asegurar sus cuentas a pagar y a cobrar.

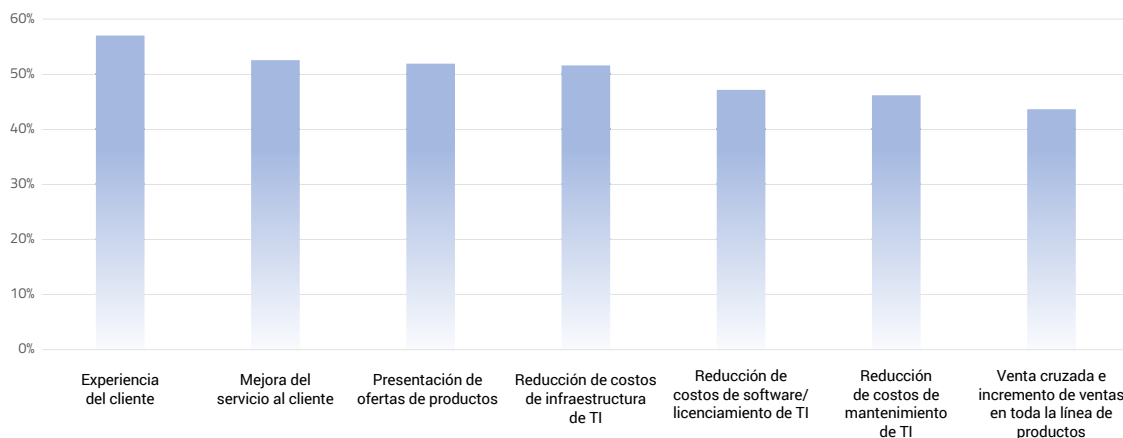


Plataformas de productos y tecnologías disruptivas

El alto liderazgo generalmente requiere una visión única del cliente, y los clientes exigen visibilidad e integración entre los productos. Como resultado, la racionalización del uso de la tecnología es importante en el sector bancario. Muchos bancos ya lo han reconocido, a pesar de que su progreso sufra variaciones. Por ejemplo, en Brasil y en México, la mayoría de los bancos tienen por lo menos algún tipo de trabajo de racionalización de portales en marcha, pero los índices de conclusión aún no son satisfactorios. Los principales motivos presentados para que los bancos busquen la racionalización son:

- Mejora de la experiencia del cliente. Con el 59% de los bancos de LATAM citando ese motivo para la racionalización. Ese número es menor de lo registrado en EE.UU. (64%), sin embargo mayor de lo observado en Europa (50%).
- Presentar las ofertas de productos del banco de una manera mejor y más atractiva. Según el 51% de los entrevistados, eso es importante para ellos, contra el 46% en EE.UU.
- Reducción de costos. Cerca del 52% de los entrevistados piensa usar su trabajo para reducir los costos con software y licencias de TI. Una diferencia drástica con relación a EE.UU., donde esa es una prioridad mucho menor (31%).
- Además, apenas el 43% intenta reducir los costos de infraestructura de TI, y cerca del 36% también trata de reducir los costos de mantenimiento de TI.
- Aproximadamente el 39% utiliza el trabajo de racionalización para ayudar en la venta cruzada y en el aumento de ventas en sus líneas de productos.

Factores que impulsan la racionalización de varios portales



A medida que los bancos avanzan en sus alianzas con soluciones de fintech, son capaces de expandir sus recursos y aprovechar tecnologías innovadoras para atender mejor a sus clientes.

Fintechs y bancos tradicionales

Tanto las fintechs como los bancos tradicionales actúan como intermediarios financieros. Los bancos están en el mercado desde hace siglos, pero ahora necesitan cambios radicales para atender a las necesidades de los clientes.

Desde el punto de vista tecnológico, las fintechs ofrecen a los usuarios recursos más avanzados y casi todos los mismos servicios ofrecidos por los bancos tradicionales. No podemos esperar que las personas muden totalmente del banco a la fintech, pero si las fintechs y los bancos cooperasen y colaborasen, ambos tendrán mayor impacto. La alianza ofrece ventajas directas para ambas partes.

Los bancos tradicionales se benefician de la innovación y de la agilidad de las fintechs, y por lo tanto aumentan la confianza en las fintechs en virtud de décadas de fidelidad de los clientes, del porte de la empresa y de una red de relación ya establecida.

Algunas ventajas de la colaboración entre fintechs y bancos tradicionales:

- En comparación con las fintechs, los bancos cuentan con grandes volúmenes de recursos. En caso de asociarse a las fintechs, la creación de mejores sistemas financieros traerá mayor facilidad para los bancos.
- Si el sector de fintech colabora con los bancos, los mismos organismos gubernamentales capaces de ayudar a crear confianza serán responsables por su reglamentación.
- El sistema financiero en general mejorará debido a la tecnología avanzada que las fintechs pueden ofrecer al sector bancario.

Para atender a las demandas tecnológicas de los consumidores actuales, los bancos han adoptado recursos de fintech para mejorar la experiencia del usuario. Como todo el sistema financiero continúa evolucionando, la asignación de recursos para la agilidad digital es cada vez más una prioridad para los bancos. Una situación ventajosa para ambos es la alianza de largo plazo que combina innovación (fintech) y soporte y confianza (bancos) con el objetivo de construir el sector para el futuro digital.

La situación en América Latina nunca fue tan alentadora en virtud del número de empresas de fintech en el mercado.

Esos servicios se desarrollan por medio de análisis predictivo y/o inteligencia artificial. Los comportamientos son definidos y los servicios son ofrecidos casi instantáneamente a los clientes. La diversidad de negocios está compuesta por contratos inteligentes, criptomonedas, Open Banking, Insurtech, desbancarización y ciberseguridad, entre otros.

De acuerdo con un informe reciente publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), IDB Invest y Finnovista, el número de fintechs en América Latina y en el Caribe llegó a 2.482 en 2021, lo que representa un crecimiento del 112% entre los años 2018 y 2021.

América Latina concentra casi un cuarto de todas las fintechs del mundo y la concentración de ese tipo de empresa continúa siendo liderada por Brasil (31%), seguido por México (21%), Colombia (11%), Argentina (11%) y Chile (7%).

Con relación a las soluciones más comunes de las fintechs, si bien el segmento de Pagos y Remesas continúa siendo el de mayor peso, representando 25% del mercado, impulsado por los recientes desarrollos regulatorios en Brasil y en México, el estudio destaca que los segmentos de Préstamos Digitales (19%) y Crowdfunding (5,5%) están creciendo y tornándose mayoría en la región. Enseguida, vienen las plataformas de tecnología empresarial para entidades financieras (15%) y la gestión financiera empresarial (11%), entre otros.

Los proveedores globales de servicios de TI también han desempeñado un papel importante. A inicios de este año, junto con CDP, una organización sin fines de lucro, NTT DATA desarrolló C-turtle, una plataforma diseñada para reducir las emisiones en toda la cadena de suministro. Soluciones de ese tipo tendrán un papel importante a medida que los bancos corren para promover la sostenibilidad de sus operaciones.

Muchos de los bancos más grandes del mundo, como Deutsche Bank, el Banco Mundial y el Banco de Inglaterra, han trazado estrategias de sostenibilidad para el año fiscal de 2022-23 y para los próximos años. En sus planes están la oferta de más préstamos verdes para financiar acciones como la instalación de paneles solares o turbinas eólicas y el incentivo a la reducción de la huella de carbono de la cadena de suministro de una organización.

A medida que la sostenibilidad se torna cada vez más una prioridad importante para los bancos y las entidades financieras en todo el mundo, nuevas ideas e innovaciones tecnológicas son fundamentales para promover cambios positivos.

Gobernanza ambiental, social y corporativa (ESG)

La sostenibilidad ha sido motivo de presión en los últimos años, y ahora empieza a tornarse algo más concreto para los bancos y las entidades financieras. Los organismos reglamentarios y los legisladores están impulsando ahora iniciativas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por su sigla en inglés) y, en algunos casos, transformándolas en leyes.

El escenario en América Latina es caracterizado por una legislación menos rigurosa que en Europa. Sin embargo, es notable la participación de los bancos de América Latina en asuntos de sostenibilidad. La inversión en esa área está al frente del resto del mundo cuando se trata de priorización, impulsada, en gran parte, por la demanda corporativa por sostenibilidad que los bancos de América Latina aún no atienden plenamente, pero están con esperanzas próximas de tal objetivo.

El cambio hacia una economía de bajo carbono es compleja y difícil, pero es un aspecto fundamental para los bancos. Cada vez más, las corporaciones quieren realizar operaciones bancarias con empresas que reflejen sus

visiones y creencias, y la fuerte presencia de la generación de millennials en la dirección ejecutiva también está provocando un cambio generacional en el enfoque y en la actitud.

El menor impacto regulatorio en América Latina permite que los bancos avancen con relativa agilidad y estén al frente del juego. Los modelos establecidos ya son adoptados e integrados. Bancos ágiles y con visión de futuro pueden ser los guardianes de la información ESG. De ese modo, pueden ofrecer un servicio moderno y con visión de futuro.

Los bancos más ágiles ya cuentan con equipos de productos para crear soluciones y adaptarse a los modelos antes incluso de que sean aprobados. Ellos pueden desarrollar modelos de referencia de ESG para cada sector y ofrecerles a sus clientes orientación sobre cómo cumplirlos y tornarse más sostenible. Ese sería un tipo de servicio diferenciado para los clientes y ayudaría a aumentar la fidelidad.

Préstamos vinculados a sostenibilidad en bancos corporativos

Britvic, fabricante británica de gaseosas, volvió a financiar recientemente un préstamo de 400 millones de libras esterlinas (US\$ 540 millones) con varios bancos comerciales por medio de un acuerdo vinculado a sostenibilidad que ofrece a la empresa tasas más bajas en caso de que atienda a sus diversas metas de ESG.

Ciertamente, ese no es el primer préstamo vinculado a criterios de sostenibilidad. Y todo indica que no será el último.

Fuente: Comunicado a la prensa de Britvic, 17 de febrero de 2020

Con el aumento de la demanda por productos bancarios sostenibles y un ambiente regulatorio favorable para los bancos, una estrategia sólida de sostenibilidad ayudará a reducir la exposición de los bancos a riesgos relacionados al ESG y a aumentar sus beneficios.

Muchos bancos ya han iniciado su jornada para tornarse organizaciones orientadas por propósitos y comenzar a integrar la sostenibilidad en sus principales negocios, incorporando factores de ESG en su gestión de riesgos, diseño de productos, funcionamiento interno, estrategias de largo plazo y gestión de la fuerza de trabajo.

De acuerdo con el informe sectorial de ESG de S&P Global sobre bancos en América Latina, los factores de crédito de ESG están influenciando directamente la calidad de crédito de alrededor del 16% de las 197 entidades financieras analizadas en la región. En la mayoría de los casos, la gobernanza es el factor con mayor influencia sobre la calidad de crédito de los bancos. En general, los factores sociales tienen más influencia sobre la calidad de crédito de los bancos públicos de la región que los de sus pares del sector privado, dada su relación con las políticas públicas. Los factores ambientales poseen un efecto moderado y, muchas veces, indirecto. Sin embargo, los bancos están incorporando cada vez más esos factores en sus modelos de negocio.

Regulación & Conformidad

Know Your Customer (KYC): El fraude es un problema siempre presente en el sector bancario. Impulsados, en parte, por las normas de prevención al lavado de dinero, los bancos son constantemente desafiados a probar que sus clientes son idóneos. Eso afecta la velocidad de integración de nuevos clientes, y dejar de lado el KYC amenaza la forma de trabajo simplificada que muchos clientes exigen.

La tecnología está probando ser de gran ayuda.

La inteligencia artificial, en la cual los bancos de América Latina están invirtiendo más rápidamente que la mayoría, puede detectar puntos débiles en los procedimientos de prevención al lavado de dinero y ayudar a implantar medidas preventivas, además de proporcionar avisos cuando se producen errores humanos. Hasta el momento, el uso de la inteligencia artificial para detectar comportamientos sospechosos ha tenido un impacto positivo notable en la detección de fraudes. Eso se encuadra en la categoría de "RegTech" (tecnología y regulación), un área de crecimiento considerable en los espacios de fintech y bancos de inversión, en el que el término Electronic Know Your Customer (EKYC) se ha vuelto mucho más predominante.

Paralelamente, la implementación de la inteligencia artificial para identificar modelos de comportamiento sospechoso viene causando un impacto positivo en la detección de actividades fraudulentas. Todo eso está bajo la cobertura de Regtech - tecnología y regulación - un área de crecimiento considerable para las fintechs y las inversiones bancarias.

Los bancos latinoamericanos están invirtiendo en KYC, si bien no tanto como en otras partes del mundo. Por ejemplo, Estados Unidos priorizan más la digitalización del procesamiento de KYC y la prevención al lavado de dinero. Para 65% de los bancos en Estados Unidos, esa es una prioridad absoluta, en comparación con 51,7% en América Latina. Sin lugar a duda, los bancos norteamericanos están

quedando para atrás en esa área y, por lo tanto, necesitan avanzar con más rapidez. Los bancos en América Latina están por debajo del promedio global cuando se trata de la mayoría de las áreas de inversión en Regtech - lo que es mucho más significativo cuando se compara a los bancos de la región Asia-Pacífico.

La conformidad con KYC y la prevención al lavado de dinero es un área que está siempre en evolución para las entidades financieras. El sector se esfuerza continuamente para simplificar y automatizar procesos que aumenten la eficiencia de la integración y, al mismo tiempo, mantengan modelos sólidos de conformidad. El objetivo es eliminar los procesos manuales y aumentar el rigor de la conformidad y, al mismo tiempo, acelerar el proceso de integración.

¿Cómo mejorar el proceso de integración de clientes?

Mantener a los clientes informados:

Transparencia de los procesos y decisiones, actualizaciones regulares.

Incorporar la innovación: Uso de tecnologías como la automatización de procesos robóticos.

Racionalizar los portales: Uso de sesión única en todos los productos para mejorar la experiencia del cliente.

Digitalización de procesos de end-to-end: Reducción del desgaste asociado a las interacciones manuales.





Los bancos de América Latina presentan un desempeño extremadamente positivo en lo que se refiere a la integración. Un bajo número de clientes corporativos relatan problemas, y el 90% de los entrevistados en América Latina consideró el proceso "relativamente fácil". Latinoamérica fue la única región del mundo en la que ningún entrevistado consideró el proceso muy difícil. Eso es alentador, y el 40% de los entrevistados de la región declaró la integración con su banco fue "rápida y fácil" colocaron a la región confortablemente por encima del promedio global que registró un 34%.

La integración es un área en la que la adopción de la inteligencia artificial en los bancos de América Latina ya está generando dividendos. Utilizada de forma adecuada, la automatización de procesos robóticos (RPA) posibilita un proceso más fluido, que atiende a las exigencias de los organismos reguladores y, al mismo tiempo, permite una rápida integración.

La inteligencia artificial no solo es una tecnología, sino también un conjunto de tecnologías relacionadas con el potencial de automatizar flujos de trabajo y analizar rápidamente grandes volúmenes y diferentes tipos de datos. Algunos de los posibles beneficios del uso de la inteligencia artificial en KYC y la prevención al lavado de dinero son:

1. Reconocimiento de modelos estándar:

En la mayoría de los casos, la red delictiva de lavado de dinero oculta sus acciones por medio de una serie de etapas, haciendo que el dinero derivado de fuentes ilegales o no éticas parezca tener su origen legítimo.

Como resultado, y para disminuir el número de falsos positivos que los analistas de monitoreo de transacciones de prevención al lavado de dinero necesitan investigar, la mayoría de los grandes bancos del mundo está migrando de sistemas de software basados en reglas a sistemas basados en inteligencia artificial. Esos sistemas son más robustos y eficaces en el descubrimiento de una gama más amplia de modelos estándar de monitoreo de transacciones de prevención al lavado de dinero potencialmente ilícitas.

2. Automatización del flujo de trabajo:

La inteligencia artificial puede utilizarse también en la creación de documentos, informes, registros de auditoría y notificaciones.

Los informes pueden generar perfiles de riesgo de empresas e individuos en apenas unos minutos, brindando información completa y detallada sobre due diligence global.

Además, los informes proporcionan acceso a fuentes de datos, lo que permite que sean totalmente auditables y con detalles vitales para equipos de auditoría interna y examinadores que normalmente quieren saber la fuente de cualquier información utilizada en la toma de decisiones sobre la prevención al lavado de dinero.

Ese recurso se torna aún más importante a medida que los cambios recientes y futuros en los reglamentos globales relacionados al KYC exigirán la identificación y la debida diligencia de los propietarios beneficiarios.

CONCLUSIÓN: el futuro del banco tradicional está centrado en el cliente

La realidad es que la mayoría de los clientes no quiere comunicarse más con su banco por teléfono. De acuerdo con lo demostrado por los resultados de nuestra investigación, esos días han terminado. Actualmente, las empresas demandan la capacidad de tomar decisiones rápidas en todos los niveles de sus interacciones bancarias. Como resultado, el servicio al cliente está siendo lentamente sustituido por el autoservicio, lo que lleva a una experiencia altamente personalizada y optimizada para cada cliente.

Los bancos son liderados por sus clientes, y eso no necesariamente afectará de manera negativa a sus resultados financieros. En realidad, los impulsores de innovación y tecnología que están causando un cambio sistémico en la forma de cómo operan los bancos, de hecho, pueden incrementar la cadena de valor de un banco. Para finalizar, el banco del futuro debe ser capaz de encontrar una manera de combinar las tecnologías nuevas y emergentes con las ideas radicales de las fintechs y las tradiciones consolidadas así como con el alcance global de los grandes bancos. NTT DATA trabaja para ayudar a los bancos a encontrar el equilibrio ideal entre esos dos ejes.

Naturalmente, reconocemos que ese no es un proceso que se llevará a cabo de un día al otro. Será necesario tiempo, pero los bancos corporativos que actúen con antelación y construyan su estrategia con una visión centrada en el cliente tendrán más probabilidades de éxito. En la próxima década, esperamos ver muchas nuevas alianzas entre grandes bancos y fintechs, el desarrollo continuo de APIs abiertas y otras soluciones de Open Banking. Y, lo más importante, un sector bancario que haya evolucionado para atender a las exigencias del aspecto más valioso de cualquier relación bancaria: el cliente.



Acerca de NTT DATA

NTT DATA ha sido reconocido como proveedor de servicios Challenger para el Cuadrante Mágico de Gartner de 2021. Eso refuerza el compromiso que NTT DATA tiene el objetivo de ayudar a los clientes a maximizar el valor de sus negocios por medio de la experiencia en implementación de tecnología, prácticas de innovación y datos e inteligencia (D&I) confiables.

La empresa, como parte del Grupo NTT, comparte el ADN de innovación, que impulsa la evolución del ecosistema abierto y promueve la inteligencia artificial responsable en todas sus operaciones. En el papel de innovador global confiable, nuestros valores provienen de la "creencia consistente" de moldear la sociedad futura con los clientes y del "coraje de transformar" al mundo con tecnologías digitales innovadoras.



Visítanos en nttdata.com