

REPORTE ESPECIAL

eleconomista.mx



El futuro de la banca

El sistema bancario mexicano apuesta por los corresponsales y por nuevas tecnologías para transformar su relación con los clientes y procesos. El reto es llegar a nuevos mercados, atender a la población no bancarizada y aumentar la participación del sector en el Producto Interno Bruto. No hay temor ante las reglas de Basilea III, los bancos ya cumplen con los requisitos de capitalización.

DICEN ANALISTAS Y AUTORIDAD

En el 2011, el reto en materia regulatoria son los cambios en la ley de lavado de dinero, así como aterrizar lo relacionado con telefonía móvil, falta un acuerdo entre las telefónicas.

El futuro de la banca

Las instituciones ofrecen nuevos productos, muchos revolucionarán la manera de llevar sus servicios a consumidores más exigentes

Luis Miguel González
EL ECONOMISTA

EL BANCO del futuro lleva años entre nosotros. En 1971, Jacques Tati imaginó una sucursal más parecida a una nave espacial que a un centro de negocios: sin empleados, con cámaras para identificar al cliente y un cajero automático que se conectaba a una tubería neumática para mover el dinero. Ese despliegue tecnológico tenía castillo, pero le faltaba el toque humano. Eso hacia al banco del futuro algo hostil. Después de todo, somos gente, cerrada el corrimetraje del cineasta francés.

En el 2011 sabemos que no existe una división entre la tecnología y la dimensión humana. El futuro de la banca mexicana está en las responsabilidades que le permitirán utilizar la caja de la tienda del pueblo, ferreterías y farmacias para llevar los servicios a poblaciones y territorios que ahora están poco atendidos. Se materializarán en dispositivos móviles, pantallas inteligentes y uso de la biometría para garantizar la seguridad de las operaciones. La tecnología permitirá bajar los costos, conocer y atender a los clientes con precisión de laser. Habrá tarjetas que dejarán de autorizar dinero a las 24 de la mañana para un joven que está de fiesta, anticipa Lieberth Hasfeldt, directora de MasterCard en México. La banca será intrínsecamente tecnológica. Tendrá la capacidad para operar plenamente 24 horas al día y siete días a la semana, todo el año. Podrá estar en casi cualquier rincón del territorio nacional.

Tendrá servicios para la población que sabe usar la tecnología más sofisticada y también para la que está en la base de la pirámide.

“Intento a buscar a los clientes y aprovecharnos a la tecnología para atenderlos donde ellos estén. No esperamos a que lleguen adonde estamos”, dice Fernando Al-

varez, director general de Banco Compartamos.

BBVA proyecta inversiones por 600 millones de dólares en tecnología y procesos. “Se trata de tener productos para los jóvenes que aún no son clientes y a los que no les atrae ir a sucursales. Al mismo tiempo ayudar a nuestros clientes actuales utilizando tecnología que sea fácil de usar, que baje nuestros costos por transacción y sea muy segura”, dice Ignacio Deschamps, presidente del Consejo de Administración de BBVA Bancomer. Es hardware, software, pero también un nuevo enfoque en recursos humanos. La banca incorporará plenamente a la mujer en los cargos directivos y la toma de decisiones, proyecta a Luis Vivia Kozel, director general de HSBC de México. “Ahora nos poco mujeres en la cima. En una década esto será más paritario y un poco más adelante serán mayoría, quizá”.

La banca mexicana representa ahora 23% del PIB nacional. Tiene condiciones para crecer a un ritmo que duplicará el crecimiento del PIB en los próximos 10 años, pronostica Juan Manuel Valle, titular de Banca y Ahorro de la Secretaría de Hacienda. Eso significa que podría ser casi 50% del PIB, bastante respetable si se compara con 40% que tiene Brasil y un poco más parecido a 70% de Chile. Es una cifra que superará el registro de 1994, pero que se da en circunstancias absolutamente diferentes. “El análisis de riesgos es muy bueno ahora y el marco regulatorio está a la altura de los mejores del mundo”, dice Guillermo Ortíz, presidente de Banorte.

El escenario está puesto para que la banca crezca, pero el crecimiento no será automático, advierte Guillermo Babatz. “La atención a grupos que ahora no están atendidos requiere el diseño de productos específicos para ellos”. La banca del futuro ya existe entre nosotros. El 2025 empezó a tomar forma desde antes.



“ El reto es hacer los ajustes para atender a una nueva generación de clientes: los jóvenes que están usando de manera intensiva la tecnología . Para ellos, acercarse a una sucursal no tiene atractivo alguno. Ellos buscan hacerlo a través de sus dispositivos móviles que es como ellos se comunican ahora”.

Ignacio Deschamps
DIRECTOR DE BBVA BANCOMER

“ Si queremos que el canal de los corresponsales sea un detonador de la bancarización, los clientes de este sector deben tener productos específicos para atender sus necesidades. Probablemente este producto no será el mismo que está demandando la banca tradicional”.

Guillermo Babatz
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES

“ México es uno de los países que tiene mucho potencial en telefonía móvil y el hecho de poder realizar las operaciones vía celular, a través de corresponsales móviles, favorecerá mucho la inclusión financiera y la realización de operaciones electrónicas”.

Eduardo Gómez Alcalá
SOCIO DEL ÁREA REGULATORIA DE FWC

“ La banca por celular podría estar operando antes de que termine el año, sólo falta que terminen de ponerse de acuerdo los bancos y las telefónicas. Hay un gran potencial si se considera que tenemos 90 millones de celulares en nuestro país y muchos de sus dueños no tienen una cuenta bancaria”.

Juan Manuel Valle
TITULAR DE LA UNIDAD DE BANCA Y AHORRO DE LA SHCP