

Fuente

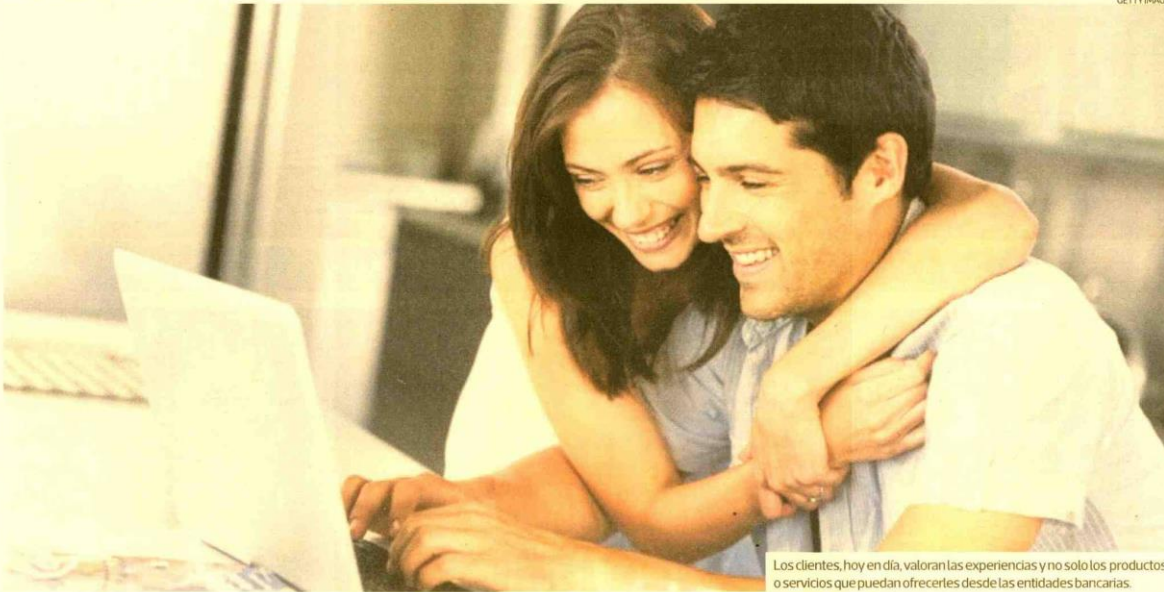
Fecha

El Comercio - Día 1

12/Ago/2019



Por los cambios y eficiencias obtenidos con la transformación digital, los bancos crecieron 10% en sus ganancias en el primer semestre del año, pese al enfriamiento de la economía.



Los clientes, hoy en día, valoran las experiencias y no solo los productos o servicios que puedan ofrecerles desde las entidades bancarias.

APUESTA POR EFICIENCIAS

La evolución de la banca

Estrategias. Los bancos han emprendido cambios para ganar eficiencias y captar a más clientes, con oferta diferenciada.

A un con la desaceleración de la economía local, los bancos consiguieron incrementar en un 10% sus ganancias al cierre del primer semestre del año. El resultado no es un hecho aislado, refleja los cambios que están adoptando estas entidades para ser más eficientes a fin de atender a un cliente más exigente y aumentar los márgenes.

Para conseguir sus objetivos, los bancos se están enfocando principalmente en buscar eficiencias, invertir en tecnología y realizar cambios a nivel interno para mejorar los procesos del negocio, según refieren los expertos consultados por **Día 1**.

“Los bancos han realizado inversiones importantes en convertir a la plataforma digital en su mejor canal de atención. Esto no solo se limita a la web, sino en el desarrollo de apps para realizar todo tipo de transacción desde el celular”, sostiene Edgar Vera, director de Tax & Legal de KPMG en el Perú.

Hoy por hoy, los esfuerzos al momento de crear propuestas de valor se dirigen hacia el cliente. “Muchos bancos se dan cuenta de que el formato de actuación

frente al cliente tiene que cambiar. Hoy los clientes valoran la experiencia y no solo productos o servicios”, dice Claudio Rodríguez, docente de Pacifico Business School.

CAMBIOS NECESARIOS

Conscientes de los nuevos desafíos, los bancos están apostando por diversas estrategias. En el caso del Banco de Crédito del Perú (BCP), su gerenta central de Transformación, Francesca Raffo, refiere que el modelo de negocio de la firma está evolucionando y buscan posicionarse como un banco digital.

Asegura que la digitalización está propiciando una reducción en los costos de distribución. “El desembolso de un crédito web o apertura de cuenta de ahorros online cuesta la sexta parte que hacerlo vía presencial”, dice a modo de ejemplo.

Para mejorar el trabajo de los cuadros directivos y las diversas áreas, el BCP ha adoptado el modelo de agilidad a escala. Además, la planeación a nivel banco ahora se hace cada

trimestre, y ya no cada año. “Aún estamos en proceso de inversión en digitalización. Este año hemos invertido más que en el 2018, lo



La apertura de una cuenta de ahorros online puede costar la sexta parte de hacerlo por vía presencial.

que se materializará en rentabilidad a partir del 2020 y 2021. No obstante, hemos logrado mantener tanto el ROE (21%) como el ratio de eficiencia relativamente estable desde que aceleramos nuestra transformación, a fines del 2016”, señala Raffo.

El trabajo en Scotiabank Perú, en cambio, se enfoca en tres líneas. La primera es analytics, tanto de la data como de los customer insights, para que el diseño de los productos calce con las necesidades del cliente. Un segundo aspecto es la mejora de los procesos y de todos los canales (físicos, automáticos y digitales). Y el tercer elemento es la sensibilidad empresarial para propiciar cambios en la sociedad.

También se modificó el organigrama del banco. Este año, se creó una vicepresidencia senior de Operaciones y se repotenciaron las áreas de Analytics y Riesgo Financiero.

Los cambios emprendidos están permitiendo que los volúmenes de préstamos y depósitos crezcan a doble dígito. A esto se suma que el banco también busca una mejor gestión del gasto operativo.

“Tenemos el mejor ratio de eficiencia de los bancos de la familia Scotiabank y uno de los mejores del mercado peruano, con 36,6%. En cuanto al beneficio antes de impuestos, al cierre de junio del 2019, contamos con un incremento del 5%”, destaca Ignacio Quintanilla, vicepresidente senior & head de

36,6%
es el ratio de eficiencia de Scotiabank Perú

El banco ha iniciado una serie de cambios basados en tres líneas, para afianzar sus procesos y mejorar la experiencia de sus clientes.

Banca Retail del banco.

Por su parte, Jaime Mourao, gerente de Monetización de BBVA Perú, refiere que la transformación digital tiene un impacto positivo en términos de eficiencia, productividad y transaccionalidad.

“Nos propusimos que ciertos productos de la banca minorista, como tarjetas de crédito y préstamos de consumo, sean vendidos por canales digitales. Al cierre del 2018, estas ventas digitales representaron alrededor del 40% de las ventas del banco”, remarca.

El BanBif también avanza para ser más eficiente y maximizar sus utilidades. Hernán Berenguel, vicepresidente de Estrategia e Innovación, afirma que se enfocan en crear oferta de valor. “Hemos creado posiciones para afrontar la transformación digital”, agrega. Y está dando resultado: las utilidades del BanBif crecieron un 30% por segundo año consecutivo.

La mirada de EY

Tendencias en el sector bancario

Cambios

El sector financiero afronta una serie de cambios a nivel global, y los bancos locales no son ajenos a ello. ¿Cuáles son las principales tendencias?

Tecnología

Según Numa Arellano, socio de consultoría para la Industria Financiera de EY Perú, los bancos están desarrollando proyectos orientados a digitalizar sus procesos y redefiniendo sus estrategias de crecimiento por el uso de nuevas tecnologías.

Experiencia

También apuestan por mejorar la experiencia de los clientes a través de la omnicanalidad y la digitalización de servicios. Hay entidades que se están asociando con Fintechs. Además, hay interés por invertir en cibersecurity para evitar ataques cibernéticos.