



CÓMO CAMBIÓ EL MUNDO PARA LAS ENTIDADES FINANCIERAS DE LATINOAMÉRICA

- *Los banqueros y ejecutivos están muy preocupados hoy por la crisis mundial, y entre los caminos de salida, han centrado su trabajo simultáneamente en dos áreas: Tecnología y Mercadeo*
- *Tienen como herramientas para seguir creciendo, el trabajar en forma mancomunada la Tecnología y la Mercadotecnia. Precisamente, los dos temas centrales que se desarrollarán en el IX Clab (Congreso Estratégico de Tecnología y Mercadeo Financiero,) de este año.*

De acuerdo con una investigación realizada por la firma D'Alessio IROL para FELABAN, la cual se efectuó en el mes de febrero con funcionarios de entidades financieras de América del Norte, Sur, Central y Caribe, queremos destacar los temas más relevantes relacionados con el tema de Tecnología y Mercadeo, al cual aludieron los encuestados.

Establecer el camino de ida y vuelta de la **comunicación con los clientes**; conocer sus nuevas demandas y armar acciones que permitan fortalecer el vínculo entidad-cliente, forman parte de las estrategias que más destacaron, las cuales ya se están implementando en las entidades de la región. Existe coincidencia en que los aspectos a trabajar para retener clientes se encuentran en la comunicación en dos vías: atender nuevas necesidades y brindar soluciones y elementos atractivos para mantener los negocios actuales.

LAS HERRAMIENTAS PARA SORTEAR LA CRISIS

Entre las herramientas específicas ante la crisis que se están poniendo a funcionar, sobresalen las basadas en Tecnología y Mercadeo. En cuanto a la **Tecnología**, las inversiones que efectúa la entidad deberán estar muy enfocadas a facilitar la baja en los costos de transacción, como por ejemplo, en sistemas para canales remotos. Por lo que se relaciona con el **Mercadeo**, hay dos puntos básicos: **retención del cliente actual**, un tema que adquirirá relevancia será la calidad de atención (solo el 3% piensa que este aspecto disminuirá su importancia); nuevamente el énfasis estará básicamente en los canales remotos más que en la red de sucursales. Y, las **Inversiones publicitarias**: la transformación en esta área surge como una de las salidas a la nueva coyuntura; se están impulsando con fuerza nuevos canales de promoción y comunicación con los clientes

Al preguntárseles sobre **¿Cuáles cree que serán las principales estrategias que se pondrán en funcionamiento en los bancos de la región?** Respondieron:

Tecnología

Mayor foco en inversiones en tecnología que reduzcan costo de transacción	35 %
Mayor foco en los canales remotos	17 %

Fidelización

Mayor foco en la calidad de atención	24 %
Mayor peso de la atención personal en Sucursales	8 %

Publicidad

Se efectuará un cambio en la distribución de inversión en medios de publicidad	24 %
--	------

SOBRE EL CL@B

El CL@B de FELABAN presenta un muy buen posicionamiento dentro de la gama de eventos similares. Los encuestados que han asistido en ediciones anteriores subrayan su utilidad e importancia.

EL CL@B 2009 contará con la presencia del señor Ricardo Marino, Presidente de FELABAN, Director del Banco Itaú-Unibanco, S.A.; John Rodríguez, Presidente de FIBA (Florida International Banking Association), y Alvaro Bernavides, Presidente del Comité Latinoamericano de Automatización Bancaria, CLAB, además de la valiosa participación de conferencistas tales como:

- De Argentina: Silvana Stabile, de GE Money; Nora D'Alessio, de D'Alessio IROL; José Pages del Banco Itau; Rodrigo Figueroa Reyes - FiRe Entertainment –
- De Colombia: Michel Arnau, Presidente DDB Colombia; Enrique De la Rosa y Valentín Echeverry Buitrago, Redeban Multicolor S.A.; Martha Jaramillo, Sufi y Olga Botero, Bancolombia.
- De Ecuador: Guido Cordero, Banco Pichincha; Clemente Calderón, Banco Guayaquil; Lenin Landázuri Aguirre, Produbanco.
- De Estados Unidos: Liliana Rojas, del Center for Global Development; Robert Steele de John Ryan; Husayn Alvarez Gomáriz y Vijayan Shanmugam, Value Optimized Solutions – VOS; Gerald Verdi, Verdi and Company; JO. Stapleton de Fd Kenesis; Fernando Méndez, VISA y Enrique Ramos O'Rielly, Potentia.
- Uruguay: Pablo Salomón, Banco de la República Oriental del Uruguay.
- De Venezuela: Rodolfo Gasparri, Banco Mercantil; Roberto Wallis, Banco Venezolano de Crédito; Carlos Fernández, Banco Occidental de Descuento y Alvaro Montoya de E2EWORKS..

FELABAN (Federación Latinoamericana de Bancos), es una institución sin fines de lucro constituida en 1965. Agrupa, a través de sus respectivas asociaciones en 19 países del continente, a más de 500 bancos y entidades financieras de América Latina.

SILVIA JARAMILLO

Asesora de Comunicaciones y Prensa

✉ sjaramillo@felaban.com

☎ (571) 6215848 Ext 104

☎ (571) 6217659

Bogotá, COLOMBIA



Antes de imprimir este mensaje, verifique si es absolutamente necesario.
FELABAN está comprometido con el medio ambiente.

XII

CONGRESO LATINOAMERICANO
DE DESARROLLO DE LA GESTIÓN HUMANA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

05-06-07 de julio de 2009 LIMA - PERÚ



La información contenida en este mensaje es confidencial y sólo puede ser utilizada por la persona u organización a la cual está dirigida. Si Usted no es el receptor, le agradezco borrar inmediatamente todas las copias e informármelo.