

LA BANCA EN LA ERA DE LOS ECOSISTEMAS



 pradojj

Julio José Prado

Presidente Ejecutivo

Presentado en

ASAMBLEA ANUAL FELABAN

HOLLYWOOD

Algo de historia reciente...

EVOLUCIÓN DE FINTECH



FINTECH 1.0

1950

1950's

Las tarjetas de crédito aparecen para sustituir al efectivo.

1960's

Aparecen los primeros cajeros automáticos (ATM).

1970's

El *trading* electrónico de acciones se hace presente.

1980's

Los bancos empiezan a usar computadoras para guardar y llevar registro de los datos.





FINTECH 2.0

1987:
BLACK
MONDAY

1990's

El internet y las compañías *e-commerce* florecen.

2000's

Primeros sitios web para hacer transacciones bancarias.

2008

Crisis Financiera en Estados Unidos se convierte en crisis económica mundial.



FINTECH 3.0

2009:
CREACIÓN
BITCOIN 0.1

2011

- Google establece Google wallet.
- Primeras *startups* en América latina.

2018

- Ant Financial, Fintech China, es valuada 50% más que Goldman Sachs.
- Las empresas Fintech rebasan la marca de las 12,000 a nivel mundial.²
- El volúmen de transacciones de las Fintechs en el segmento pagos digitales superan los \$4 billones de dólares.³

Apple
Facebook
Amazon
Google
Netflix
Uber

Experiencia:

100% Digital
En control
Sencilla
CashLess
FrictionLess
OmniChannel
Network

¿Camino al Fintech 4.0?

la Era de los ecosistemas financieros y
(Consolidación Fintech y el ingreso de las BigTechs).

(Resumen: No somos el centro, ni estamos solos.)

Payments & Remittances



Payments: Crypto



Lending: P2P



Wealth Management



Lending

Enterprise Financial Management



PFM: Comparison



Personal Financial Management



Financial Education & Savings



Insurance



Scoring, Identity & Fraud



Crowdfunding

Trading & Markets



FINTECH RADAR MEXICO

Payments & Remittances



FINNOVISTA FINTECH RADAR MEXICO

Crowdfunding



Enterprise Technologies for Financial Institutions



Personal Financial Management



PFM: Comparison



Trading & Markets



Digital Banking



Enterprise Financial Management

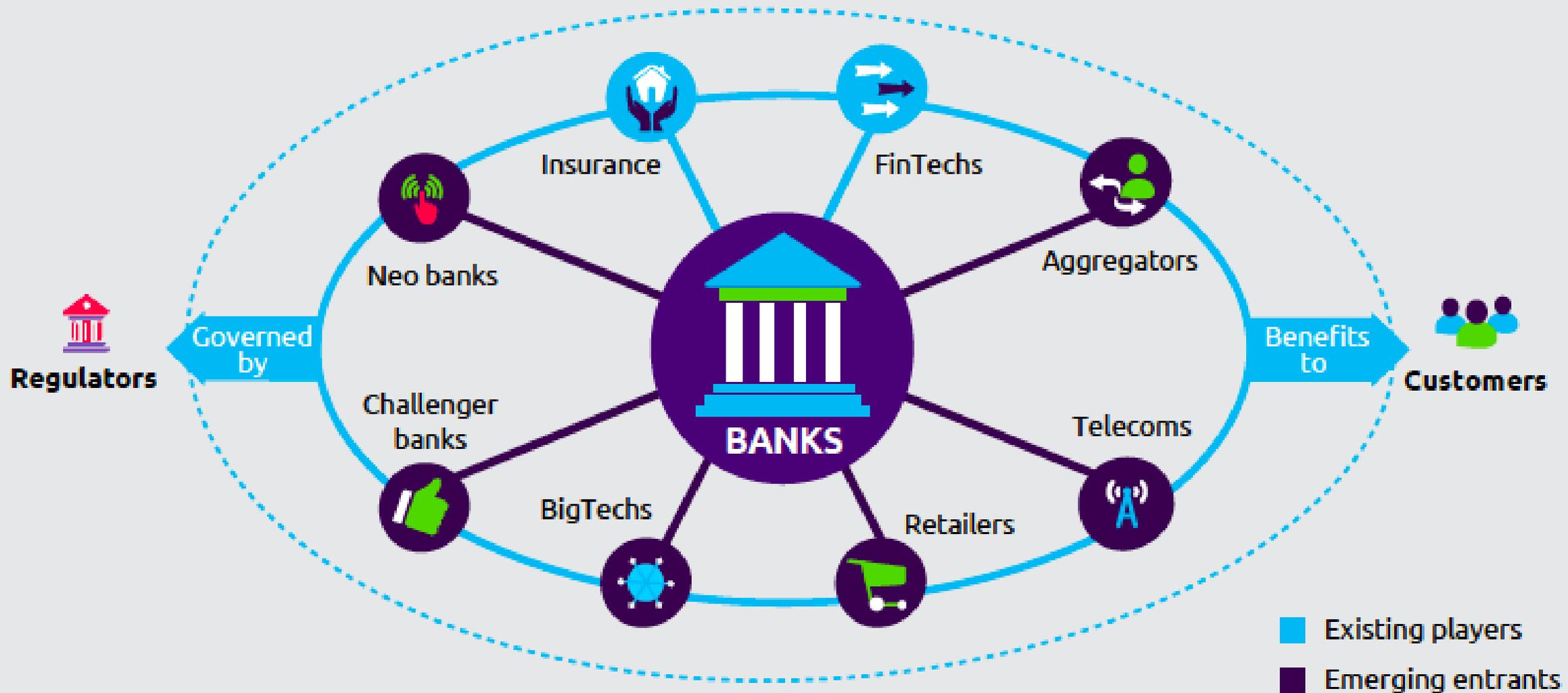


JUGADORES PRINCIPALES EN UN ECOSISTEMA FINTECH



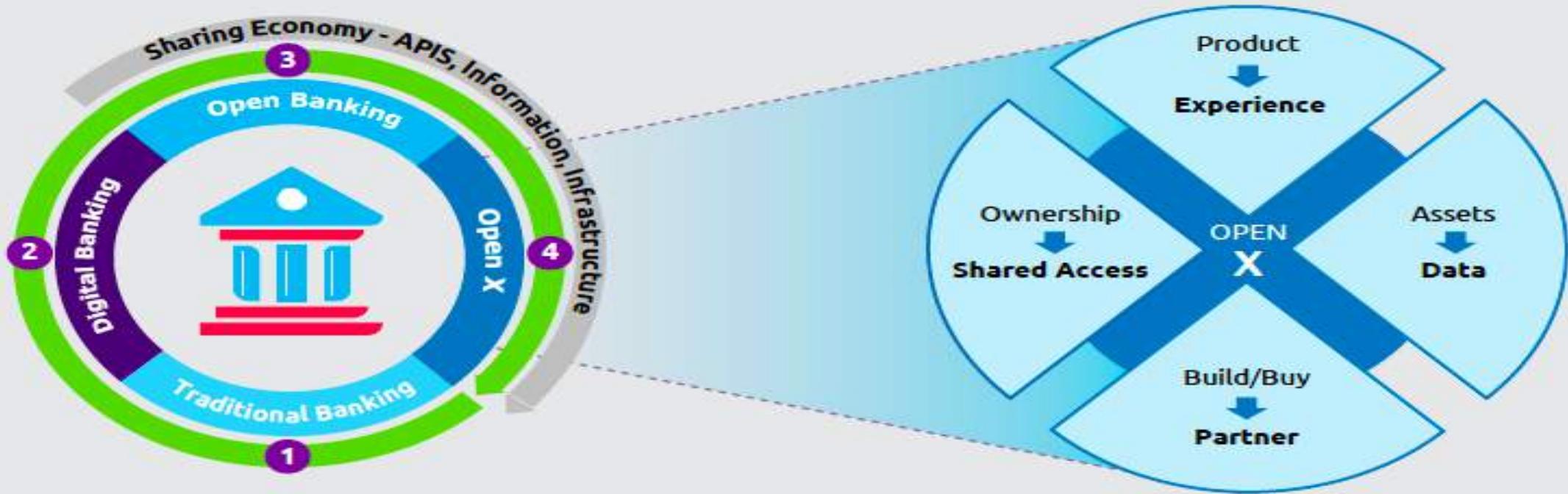
- **CONSUMIDORES (B2C).** Son la razón de ser de las Fintech. Personas que buscan mejores servicios financieros.
- **CORPORATIVOS (B2B).** Empresas o Instituciones que buscan alternativas financieras.
- **EMPRENDEDORES.** Su innovación ha inspirado a dar mejores servicios financieros.
- **BANCA.** Han encontrado importantes aliados para agilizar procesos y mejorar la experiencia de los usuarios.
- **GOBIERNO.** Ya sea de forma proactiva (regular al mismo tiempo en que crece el ecosistema) o de manera reactiva (tomar medidas luego de que las startups han conformado un mercado).
- **UNIVERSIDADES.** Incorporan materias, cursos y diplomados donde se inculca la innovación en los negocios.
- **FONDOS DE CAPITAL.** Las empresas Fintech encuentran en ellas los mejores recursos económicos para tener mayores probabilidades de crecer y expandirse hacia otros mercados.
- **ACELERADORAS.** Su rol principal es apoyar con recursos, experiencia y mejores prácticas a todas las startups Fintech.
- **CONSULTORAS.** Buscan su asesoría para el cumplimiento de los requerimientos legales.
- **FINTECH INTERNACIONALES.** Empresas internacionales con experiencia que llegan al mercado local para ofrecer sus servicios.

Figure 1. Evolved banking ecosystem



Source: Capgemini Financial Services Analysis, 2019

Figure 2. Modern banking maturity levels



Source: Capgemini Financial Services Analysis, 2019

- 1. Traditional banking:** Includes core activities such as retail and private banking, corporate banking, and investment banking.
- 2. Digital banking:** Depending on a bank's digital maturity, provides an omnichannel experience for the customers.
- 3. Open banking:** Corresponds to a bank's ability to leverage an ecosystem of third parties and interact with them using technologies such as application programming interfaces (APIs).
- 4. Open X:** Relates to a bank's ability to leverage data and create a shared marketplace by effectively collaborating with FS and non-FS firms, resulting in a seamless experience for the customers.

2019:

El año en el que
finalmente las BigTech
hicieron lo que se
esperaba...

This is  Card

- Ninguna cosa del otro mundo...
- Pero dentro del modelo y la experiencia de Apple, lo van a convertir en algo muy diferente.
- Los consumidores van a medir sus experiencias, frente a ese benchmark.
- Va a invitar a nuevos competidores a seguir ese camino.
- ¿Es un concepto que se podía imitar?

**Pero definitivamente
el gran anuncio se dio
a mediados de año...**

libra





Libra ¿un disruptor financiero?



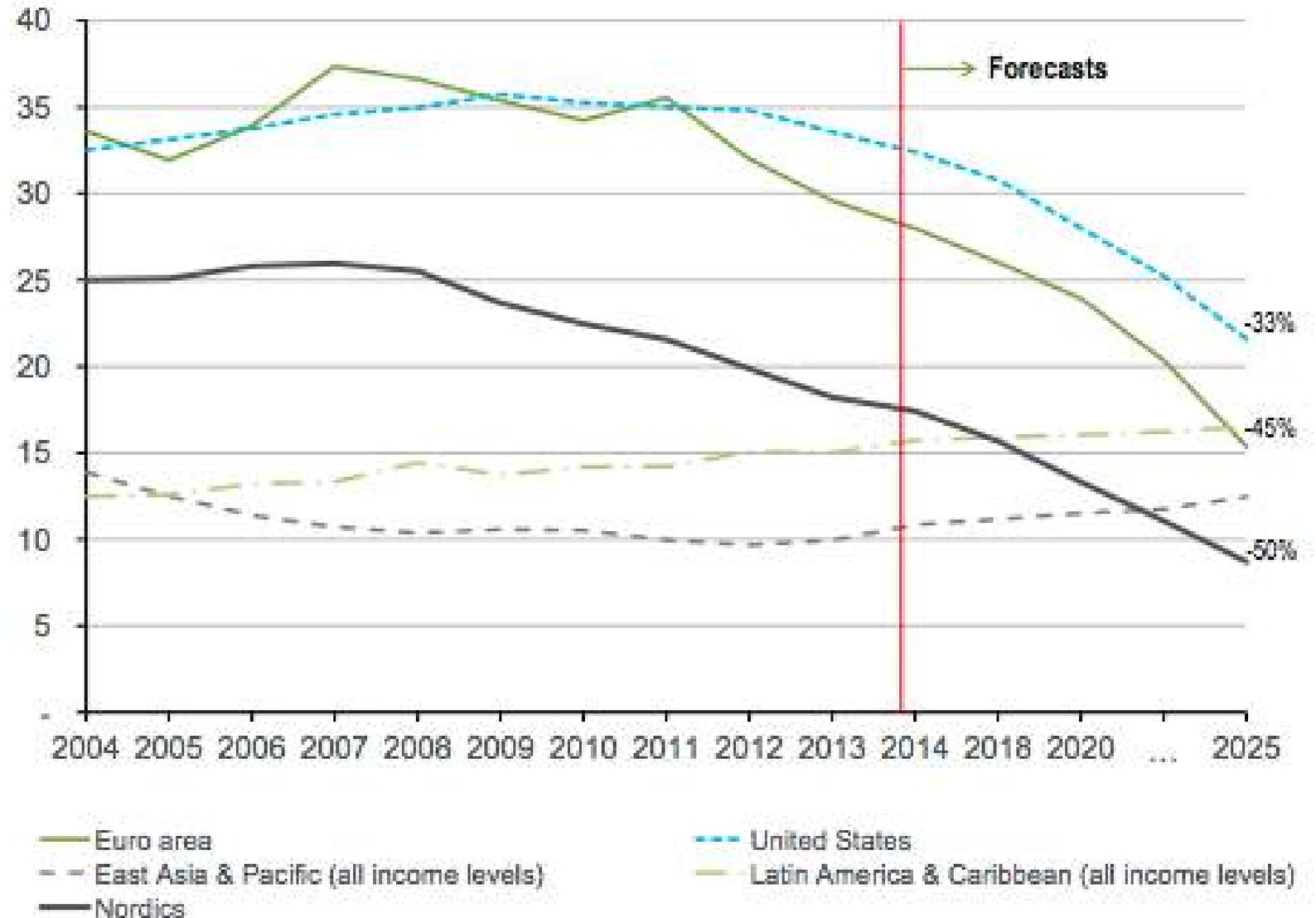
- Finalmente una aplicación funcional –mainstream- que usa Blockchain.
- Inmediata red internacional a través de los millones de usuarios de facebook en el mundo.
- Se basa en un negocios de ecosistema de negocio, con varias alianzas poderosas desde el inicio.
- ¿Y la regulación?

ALGUNAS REFLEXIONES

- **Modelo de Negocio:** ¿En cinco años, podremos seguir manteniendo un negocio bancario basado en el mismo modelo de negocios actual?
- **Comisiones e ingresos:** ¿Cómo hacer dinero en el mundo de “cero comisiones”?
- **Regulación:** ¿Cómo se va a regular estas nuevos modelos?....
- **Digital Vs Físico:** ¿Desaparece la banca “física”?

¿Desaparece la sucursal bancaria o se transforma?

Figure 10. Commercial Bank Branches per 100k Adults By Region



Source: World Bank, Citi Research

EL FUTURO ES

DIGICAL

(Digital – Physical)

Lo Esencial: La relación con la Sociedad



Ser Parte de la Sociedad

Se está repensando el rol de las empresas y bancos en la sociedad y en la creación de valor social y valor compartido. Se profundizarán esos conceptos que toman fuerza en la Era Post Gran Recesión.

GOOT ETHiCS ?

La ética como diferencial y ventaja competitiva:

La relación entre la banca y la sociedad se ha vuelto más compleja. A raíz de varios escándalos internacionales (panamá papers) se ha vuelto más importante el concepto de tener una banca ética y “transparente”.



The Human Touch

Paradoja: Mientras más digital, online, se vuelven los servicios y las conexiones, más importante se vuelve el lado humano de las relaciones.

El consumo estará muy basado en el “enganche emocional” con las marcas
El contacto humano-humano sigue siendo tan relevante como siempre.

LA BANCA EN LA ERA DE LOS ECOSISTEMAS



Julio José Prado

Presidente Ejecutivo

Presentado en

ASAMBLEA ANUAL FELABAN

HOLLYWOOD