

“Certificación en Gobernanza, Estrategia y  
Aministración Cooperativa”



## *Módulo 3: Master Class Internacional*

# **Visión General de la Estrategia Administrativa y Financiera en Cooperativas de Ahorro y Crédito desde la Innovación y Transformación Digital**

**Facilitador: Jorge Eguino**

**06 Septiembre 2022**





## Jorge Javier Eguino

Crecimiento y Estrategia

Flourish Fi

**Bolivia / Estados Unidos**



Científico de Datos con más de 6 años de experiencia en Fintech y transformación digital de la industria financiera. Implementaciones de soluciones tecnológicas en África, Asia, América Latina, etc.

Actualmente trabaja como liderando el Crecimiento y Estrategia en Flourish Fi, una Fintech basada en Estados Unidos que tiene la misión de generar hábitos financieros saludables a través de la gamificación, inteligencia artificial y ciencia comportamental .

Ha participado como presentador en distintos eventos a nivel global y es profesor de Tecnologías Emergentes en el Máster de Microfinanzas de la Universidad de Alcalá, en Madrid.



# TEMAS CLAVE





- 1 ● ¿Qué está pasando en LAC?
- 2 ● Nuevas formas de digitalizarse
- 3 ● El ecosistema Fintech
- 4 ● Banca abierta

# DIAGNÓSTICO LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE



Resultado global: **10.7 (Explorador)**

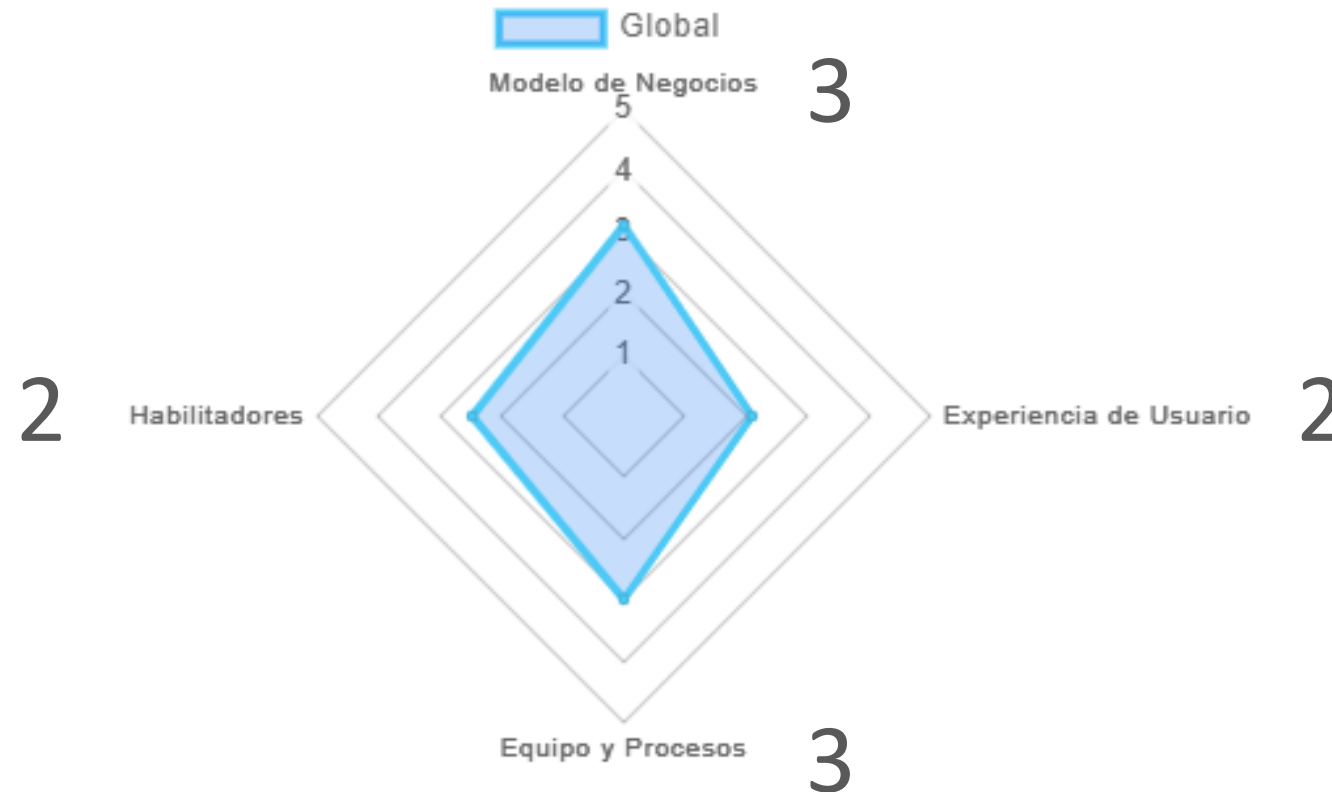


-  **Principiante**  
La digitalización es incipiente o no es prioritaria.
-  **Explorador**  
La digitalización aplica a algunas partes de la institución.
-  **Experto**  
Existe una estrategia coordinada de digitalización.
-  **Nativo digital**  
La digitalización es parte integral y prioritaria de la estrategia.

# DIAGNÓSTICO LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE



Resultado global: **10.7** (Explorador)



# DIAGNÓSTICO LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE



## Comentarios generales

- Un total de 25 de las 52 IMF se sitúan en el nivel denominado “Explorador”.
- 40% de las IMF no cuentan con un responsable de transformación digital, aunque la mayor parte considera que la tecnología es clave para escalar el modelo y que existe una mayor demanda por parte de los clientes.
- No parece que la regulación sea un obstáculo extremadamente relevante, aunque la respuesta varía en función de los países.
- Para muchas IMF, el COVID-19 aceleró planes de transformación digital que ya estaban en marcha, priorizando en todo caso unos desarrollos frente a otros.
- 25% perciben una brecha de género en el uso de las herramientas digitales por parte de sus clientes, pero no entre sus empleados.
- Tan sólo un 27% de las IMF encuestadas cuentan con productos o servicios específicos para la mujer en un formato digital.

# EJEMPLOS DE PROYECTOS DE DIGITALIZACIÓN POR NIVEL



## Principiante

Establecer una ruta de transformación digital con los siguientes objetivos:

1. Estrategia para adquirir nuevos clientes y mejorar eficiencia, adecuando la cultura interna.
2. Mejorar la experiencia del cliente entender los diferentes puntos de contacto.
3. Propiciar una mejora continua de los procedimientos, procesos y políticas.
4. Profundizar el aprovechamiento de los datos para la toma de decisiones.

## Explorador

Plataforma Móvil para trabajo de campo de la fuerza comercial y plataforma Web para trabajo complementario. Las mismas se realizarán en seis fases:

1. Aplicación Móvil
2. Plataforma Web
3. Módulo Solicitud y evaluación Móvil
4. Expediente Virtual
5. Gestión de Expediente Virtual
6. Gestión de aprobaciones Móvil

# EJEMPLOS DE PROYECTOS DE DIGITALIZACIÓN POR NIVEL



## Experto

Tras una App de Onboarding Digital, la segunda etapa se centra en:

1. Incorporar nuevos productos a la herramienta digital (créditos de salud, créditos para educación y capital de inversión para su negocio).
2. Contratar agencia de Growth Hacking para nuevos segmentos de clientes.
3. Programación de la robotización de la consulta a buros y la integración al aplicativo Onboarding Digital.

## Nativo digital

Ubicación, extracción y almacenamiento de datos de clientes de fuentes internas y externas para la generación de información. El objetivo principal del proyecto es construir información sobre los clientes para la toma de decisiones en la gestión de Experiencia del Cliente, Mercadeo, Transformación, Innovación, entre otros, y definir procesos para su utilización.



# MEDICIÓN DEL IMPACTO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

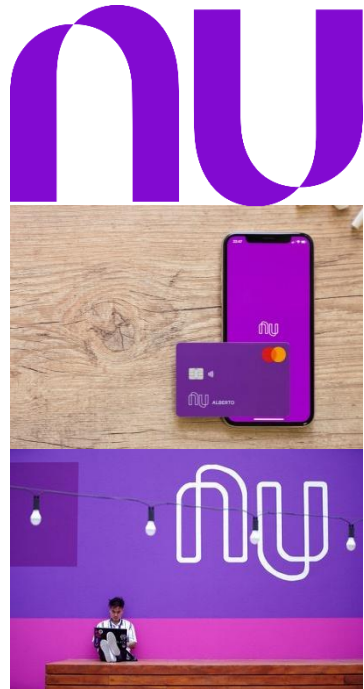


- 1 **Mujeres beneficiadas** con el proceso de transformación digital de la IMF.
- 3 **Número de transacciones realizadas** a través de soluciones digitales.
- 5 **Nuevos clientes incorporados** a través de herramientas tecnológicas.

- 2 Soluciones digitales desarrolladas con foco en **transaccionalidad e interacción con el cliente.**
- 4 **Procesos internos manuales que han sido automatizados** a través de soluciones digitales.

# EL ECOSISTEMA FINTECH

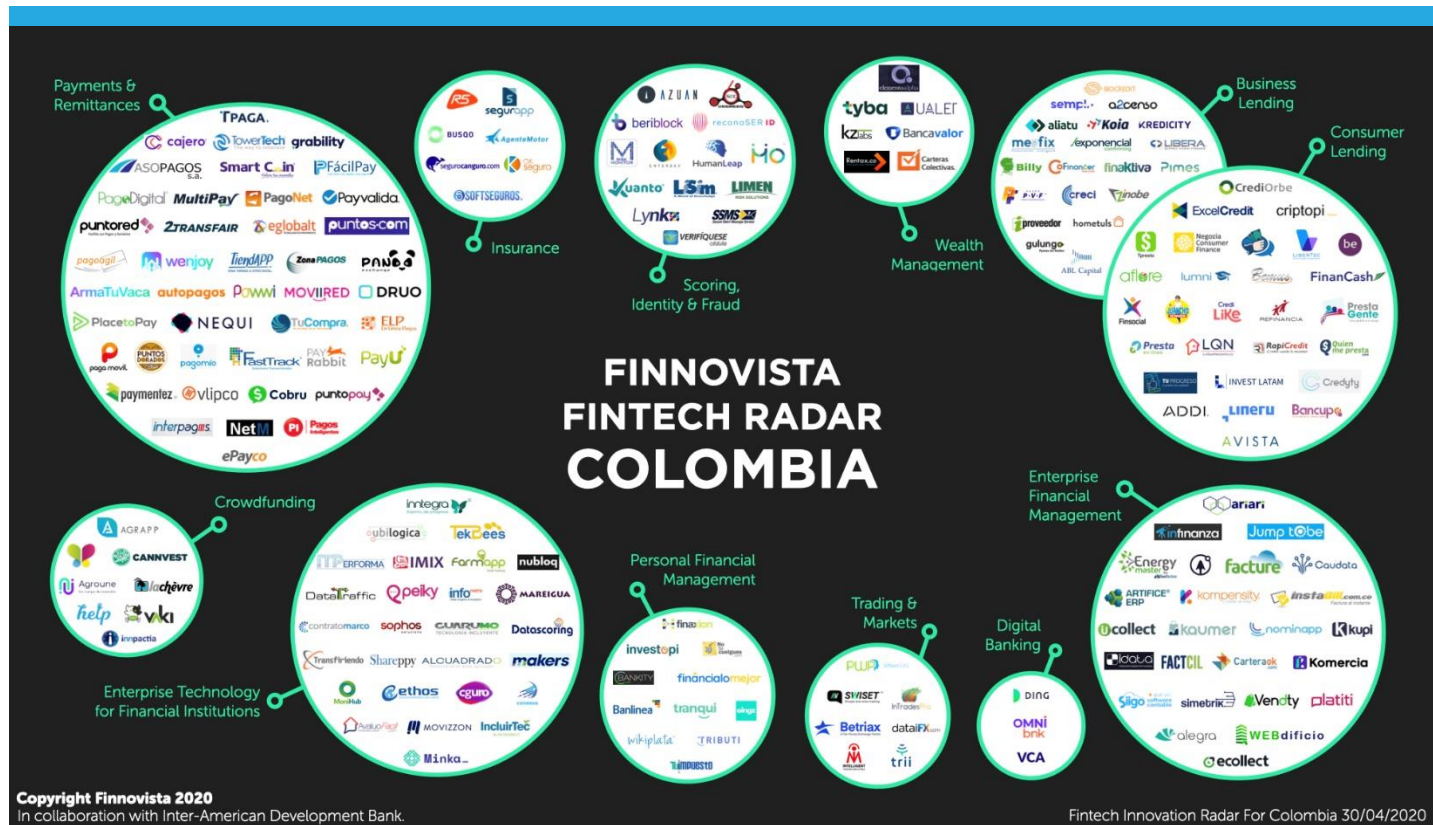
# CASO DE ÉXITO FINTECH



## Nubank

- Neobanco más grande del mundo.
- Sede en San Pablo, Brasil.
- 33 millones de clientes.
- Valuación de USD \$ 25 billones.
- Actualmente opera en Brasil, Argentina, Colombia y México.
- Escalabilidad, crecimiento y velocidad.

# ECOSISTEMA FINTECH COLOMBIA



- Crecimiento anual de 26%.
- 200 startup Fintech activos.
- 7000 trabajos generados.

# EL BOOM FINTECH EN LA REGIÓN

## Existe una demanda latente de Fintech en Latinoamérica

### Latinoamérica es grande

Más de 650 millones de personas en 33 países, con poblaciones como Brasil y México con 210 y 130 millones respectivamente.

### Mercado desatendido

Acceso limitado a productos financieros. Más del 50% de la población de México está desatendida y solo el 31% tiene acceso a productos crediticios.

### Experiencia digital ineficiente

Muchos trámites requieren ir a una sucursal. En Brasil, Itaú requiere 25 campos y más de 15 minutos para abrir una cuenta en App, y 18 horas para aprobarse con todo en orden.

### Economías basadas en efectivo

Más de 90% de las transacciones en México son en efectivo. Hubo un incremento del 32% del uso de comercio electrónico en 2020, pero hay mucho camino por recorrer.

### Instituciones son muy rentables

Pocas instituciones poseen un gran % del mercado. En Brasil, 80% de los depósitos están concentrados en 5 bancos. Esto indica una oportunidad a las Fintech para ofrecer productos más accesibles.

# EL BOOM FINTECH EN LA REGIÓN

## Combinación de factores que indican un punto de inflexión

- 1 Nuevas expectativas y métodos**

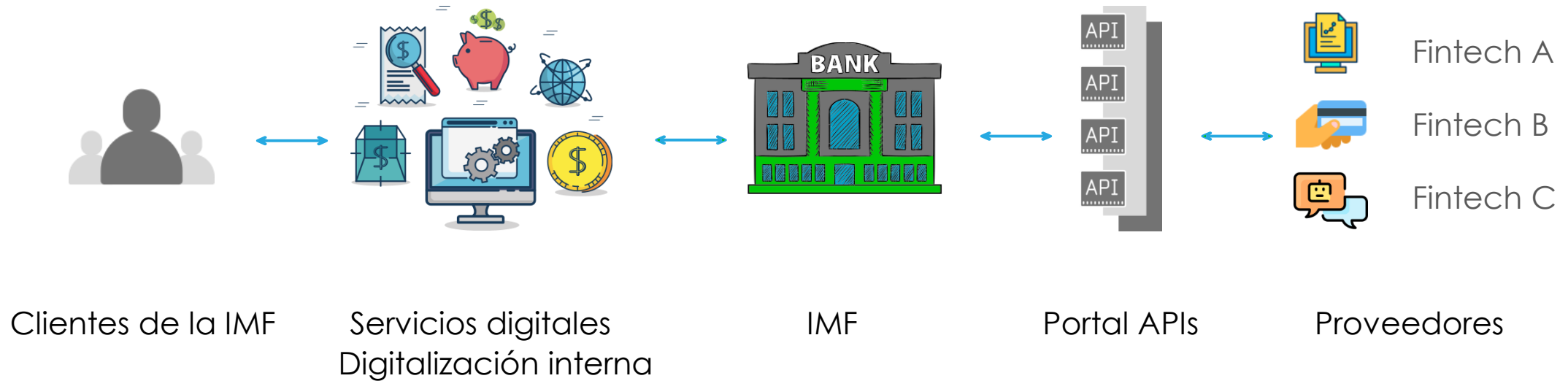
43% de la población de la región menor a 25 años, que espera una experiencia digital similar a otras plataformas que utiliza regularmente. Alta penetración de smartphones, en Brasil 120 millones de personas utilizan WhatsApp.
- 2 Regulación Fintech**

México aprobó la Ley Fintech en 2018, creando una estructura para que las Fintech operen bajo la misma regulación que las instituciones tradicionales. Se espera que Perú, México y Argentina sigan esos pasos pronto.
- 3 COVID-19 como un acelerador**

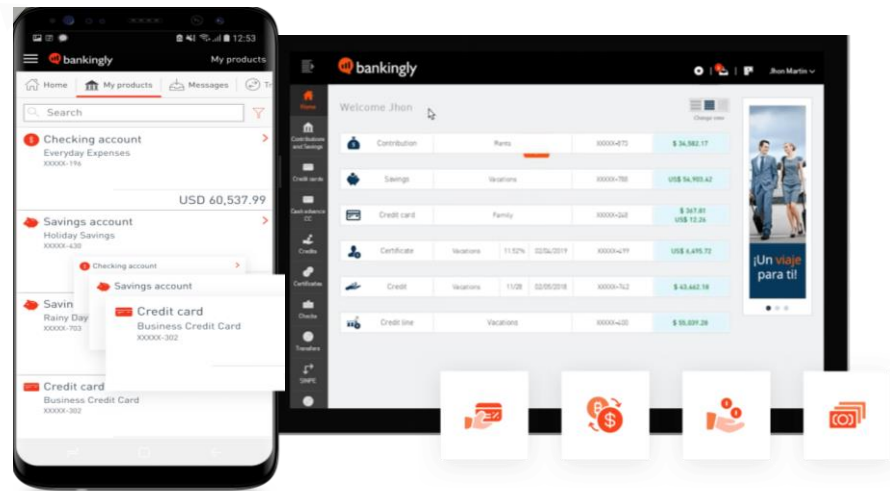
43% La pandemia ha acelerado a la industria Fintech de la región, estimulando a la innovación como una necesidad. Se aceleró la demanda de productos digitales exponencialmente.
- 4 Infraestructura de pagos en tiempo real**

En este sentido, muchos países latinoamericanos tienen ventaja sobre Estados Unidos. Esto es una ventaja para las Fintech, que pueden apalancarse de esta infraestructura.

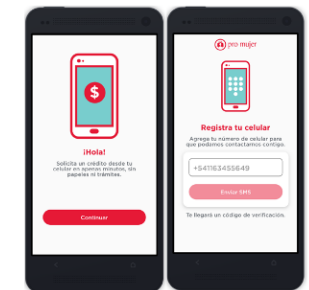
# NUEVAS FORMAS DE DIGITALIZARSE



# NUEVAS FORMAS DE DIGITALIZARSE



Marca IMF



- Selección de funcionalidades
- Pago por uso
- Integración ágil



# FINTECH MARKETPLACE

Reúnen distintas soluciones y generan alianzas con instituciones



1. Institución tiene acceso a un catálogo de soluciones digitales a su disposición.
2. Análisis y selección de soluciones digitales que añaden valor a la institución.
3. Algunos Marketplace ofrecen integración de soluciones a las instituciones.
4. Instituciones implementa soluciones digitales para procesos internos y de cara al cliente.
5. Clientes finales tienen acceso a productos y servicios digitales

# FINTECH MARKETPLACE

Reúnen distintas soluciones y generan alianzas con instituciones

Interacción con el cliente

Gestión de activos

Ciberseguridad

Cumplimiento

Manejo de finanzas  
empresariales

Identificación y accesos

Soluciones e-commerce

Marketing

Recompensas y lealtad

FX y mercados capitales

Gestión de riesgos

Análisis de datos

Gestión de finanzas  
personales

Digitalización de procesos

Blockchain

Pagos

Gestión de efectivo



# FINTECH MARKETPLACE

Reúnen distintas soluciones y generan alianzas con instituciones

Interacción con el cliente

Gestión de activos

Ciberseguridad

Cumplimiento

Manejo de finanzas empresariales

Identificación y accesos

Soluciones E-commerce

Marketing

Recompensas y lealtad

FX y mercados capitales

Gestión de riesgos

Análisis de datos

Gestión de finanzas personales

Digitalización de procesos

Blockchain

Pagos

Gestión de efectivo



# BANCA ABIERTA

# ¿QUÉ ES BANCA ABIERTA?

Nueva tendencia a nivel mundial que empodera a los usuarios para que **compartan su información bancaria** y así tener acceso **a servicios innovadores**.

**Diferentes empresas pueden solicitar información transaccional del usuario**, como por ejemplo: estados de cuenta, información de seguros, información de inversores, etc.

## Beneficios para usuarios

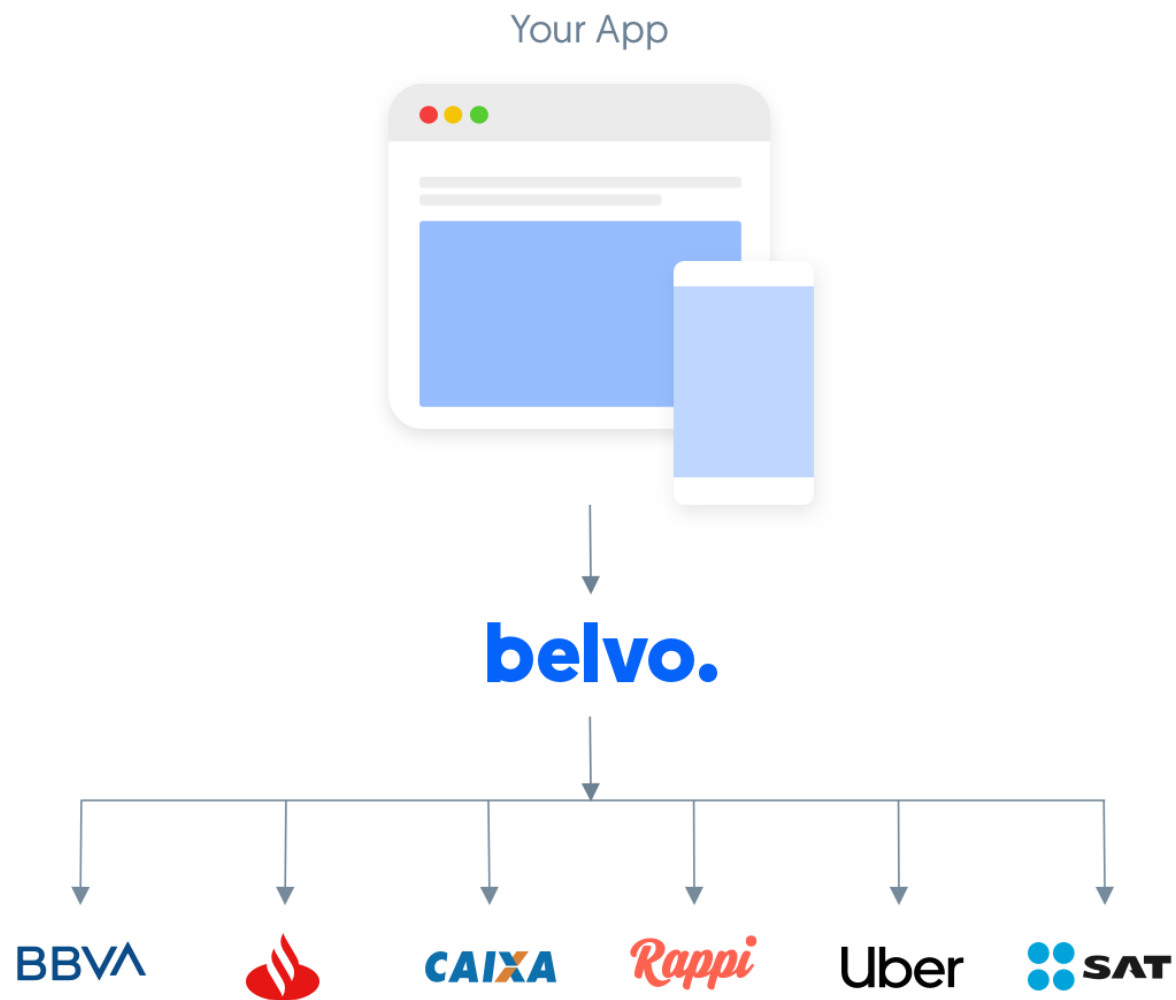
- Soluciones innovadoras, como por ejemplo consolidar todas las cuentas bancarias en una sola App.
- En créditos, si analizan información de todas las cuentas bancarias, pueden ofrecerte una tasa y monto muy personalizados.
- Contar con productos de inversión personalizados.

## Beneficios para instituciones financieras

- La institución puede evaluar mejor al usuario en diferentes campos como comportamientos de consumo.
- Permite visibilizar mejor futuros riesgos, por ejemplo si bien un cliente paga todos sus créditos, quizás gasta todo su salario.

**PSD2:** Regulación en Europa que exige a las instituciones financieras a disponibilizar los datos históricos y actuales de sus clientes.

# CASO DE USO: BELVO



# CONCLUSIONES

1

La pandemia ha acelerado procesos de transformación digital en progresos e inició otros.

4

Instituciones recurren cada vez mas a alianzas con proveedores externos para su digitalización.

7

La regulación juega un papel relevante en la protección y uso de datos de los clientes.

2

Es crucial mantener un balance entre el contacto humano con los clientes y la digitalización.

5

Las alianzas con proveedores de tecnología están migrando de modelos de licencia a SaaS.

8

La estructura del core bancario de las IMF es un elemento clave para la integración de soluciones.

3

Realizar un diagnostico y plan de acción es importante para tener un punto de partida bien definido.

6

Es importante el apoyo del Directorio y adopción cultural de innovación a nivel organizacional .

# “Certificación en Gobernanza, Estrategia y Aministración Cooperativa”



***Gracias***