

La banca moderna debe evolucionar a lo digital

La pandemia de Covid-19 ha producido retos en todas las economías e industrias. La banca no es la excepción y tiene un rol fundamental para apoyar el crecimiento de sus clientes y sus negocios en el nuevo mundo post Covid. Marco Antonio López, Presidente Ejecutivo de Ficohsa Nicaragua y Vicepresidente Regional de Banca de Consumo, aborda este y otros temas de relevancia en los tiempos actuales.

La pandemia de covid 19 trastocó el diario vivir como lo conocíamos y fue necesario realizar la mayoría de las transacciones vía on line. ¿Qué tan preparado estaba Ficohsa? y ¿qué cambios implementó?

En Banco Ficohsa habíamos iniciado hace varios años un proceso de transformación digital y esto nos preparó de muy buena manera para enfrentar la pandemia y sus desafíos; pensando en hacer la vida más fácil a los clientes y de la manera que los servimos. En Ficohsa fuimos pioneros en ofrecer a nuestros clientes la facilidad de hacer transferencias ACH (entre bancos) sin costo alguno, poder transferir entre cuentas de cheques y ahorro, así como poder pagar préstamos desde su banca en línea. Todo esto es altamente valorado por nuestros clientes. Esto brinda mayor conveniencia para que los clientes puedan realizar sus operaciones de manera segura desde su casa o lugares de trabajo sin tener que ir a una sucursal bancaria.

En marzo de este año lanzamos SARA, que es nuestro chatbot en WhatsApp en el número 5858-3426. Este es el primer servicio en Nicaragua donde los clientes no sólo pueden hacer consultas, sino también realizar pagos de tarjeta de crédito y transferencias entre cuentas.

¿Qué inversiones en tecnología han realizado?

Desde hace un par de años Ficohsa fijó gran parte de su inversión en modernizar sus plataformas tecnológicas, para ofrecer a nuestros clientes las mejores soluciones de mercado. Es innegable que las nuevas tecnologías han hecho evolucionar la manera en la que se comportan los consumidores y la industria bancaria también tiene que responder a esos cambios. La tecnología es un pilar fundamental para nosotros, pero sólo es relevante si realmente hace la vida más sencilla a nuestros clientes. Recientemente Ficohsa realizó cambio en su procesador de tarjetas de crédito, migrando a First Data-Fiserv, compañía global y líder en comercio electrónico la cual opera en más de 100 países. También migramos el procesador de Adquirencia a Visanet, que es una empresa centroamericana especializada en la aceptación de pagos electrónicos a comercios afiliados; manejando sistemas integrados de liquidación, tasas de comisión a comercios, seguridad, control y monitoreo de fraude. Todo esto significa procesos más simples para los comercios y aumentos en sus ventas.

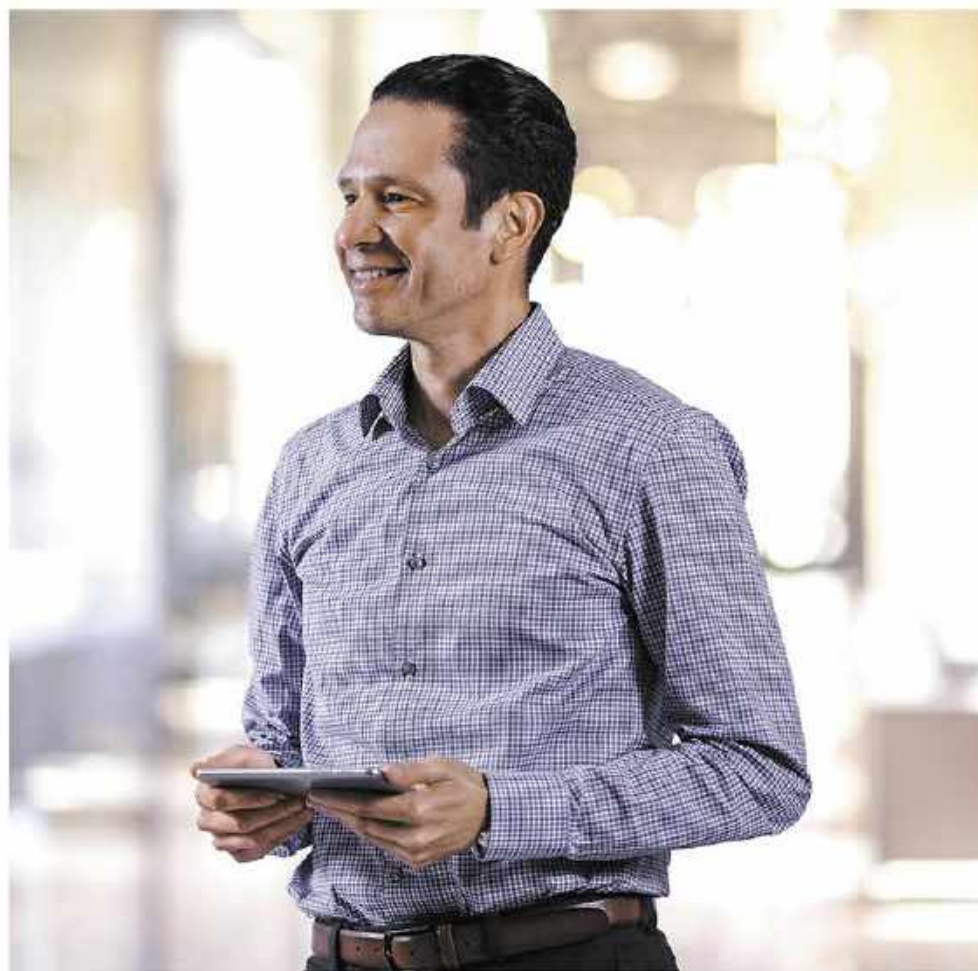
¿Qué otras estrategias implementaron para facilitar la experiencia de los clientes a pesar de la necesidad de distanciamiento social? y ¿Cómo han hecho para cercanía con ellos?

A inicios de este año se lanzó al mercado los POS móviles, del tamaño de un celular, para apoyar a pequeños y medianos negocios a recibir pagos de tarjetas de débito y crédito. Estas terminales sin contacto, permiten a los clientes realizar sus pagos en cualquier comercio y recibir su voucher vía SMS para mayor conveniencia. Por otro lado, en junio, Ficohsa lanzó su link de pagos, que le permite a los clientes recibir un link personalizado a través de correo electrónico o cualquier plataforma de mensajería como WhatsApp, Facebook Messenger a donde pueden realizar el pago, generándole luego un voucher electrónico una vez finalizada la transacción.

¿Cuán fuerte y sostenible se encuentra Ficohsa en el mercado? ¿Qué indicadores muestran esa solidez?

Banco Ficohsa Nicaragua es parte de uno de los grupos financieros regionales más importantes de Centroamérica. El Grupo cuenta con activos totales de \$5,850 millones y recursos patrimoniales en exceso de los \$583 millones. En Nicaragua el banco cuenta con activos aproximados de \$450 millones y patrimonio de \$54.7 millones. A junio del 2020 presenta, al igual que el resto del sistema financiero nacional, adecuados niveles de liquidez (30%) y adecuación de capital del 17.6%.

El crecimiento de la banca digital, los retos de la banca en Nicaragua y otros temas de importancia en la nueva realidad son abordados por el Presidente Ejecutivo Banco Ficohsa Nicaragua



Marco Antonio López, Presidente Ejecutivo de Ficohsa Nicaragua y Vicepresidente Regional de Banca de Consumo

Parte de nuestro rol es promover en nuestros clientes las nuevas plataformas digitales, para que puedan utilizarla de forma segura y de acuerdo a sus necesidades"

Marco López, Presidente Ejecutivo Banco Ficohsa Nicaragua

El BCN ha informado del cierre de más de 120 sucursales y ventanillas en dos años y medio. ¿Cómo está la cobertura bancaria de Ficohsa? ¿Cree que el desarrollo de la banca digital pueda desplazar a las sucursales?

En mi opinión, las sucursales bancarias se van a transformar. Debemos movernos a un nuevo formato de más asesoría financiera para productos más complejos y menos transacciones. Los pagos y depósitos se pueden, y deben migrar, a canales más eficientes y rápidos como banca móvil. Las sucursales deben ser el centro de experiencia para que los clientes puedan adoptar la banca digital con ayuda del personal del banco. Así que creemos que las sucursales deberán aumentar sus quioscos de autoservicio, así como cajeros automáticos más modernos para recibir depósitos o hablar vía videoconferencia con un agente de servicio. En la banca moderna debemos pensar en "ecosistemas" y no en canales aislados. Debemos poner al cliente en el centro, para que su experiencia en sucursales, en banca por internet o App y Call Center sean la misma, y exista consistencia. Esto permitirá dar soluciones más rápidas y un servicio de mayor calidad. En Banco Ficohsa Nicaragua hemos reducido la participación de transacciones en sucursales, a la vez que han aumentado las interacciones en canales digitales. Esto nos ha permitido trasladar mayor valor y asesoría a los clientes que nos visitan.

Las alianzas son importantes en tiempos adversos, ¿qué tipo de alianzas ha establecido Ficohsa y de qué manera benefician a sus clientes?

En junio del año pasado nos unimos con BDF y Avanz para formar una red unificada de cajeros electrónicos. Esto nos permitió ampliar nuestra presencia a nivel nacional y ahora contamos con más de 100 ATM en todo el país. Esta alianza les permite a los clientes de cualquiera de los tres bancos realizar consultas y retiros en

los cajeros de la red, sin costo adicional. Ha sido una iniciativa que promueve la bancarización al incrementar las opciones a la población. También hemos establecido alianzas con otras organizaciones, siempre con miras a facilitar los procesos a nuestros clientes, tanto para su comodidad, como para su seguridad y tranquilidad. Una de ellas ha sido la alianza entre MoneyGram y Visa, que permite recibir las remesas que envían sus familias desde el extranjero directamente a su tarjeta de débito. Por otro lado, Ficohsa ha aumentado su red extendida de pagos en alianza con AirPak; esto facilita más de 400 puntos en todo Nicaragua, donde los clientes pueden hacer depósitos a sus cuentas, pagos de tarjeta de crédito, préstamos y extrafinanciamiento. Con el propósito de ampliar nuestros servicios y dar soluciones a nuestros clientes el banco se convirtió recientemente en agente de remesas Airpak, representante exclusivo de Western Union en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. Con esta nueva alianza, los nicaragüenses podemos ahora retirar nuestras remesas directamente en las sucursales del banco, o recibir las directamente en nuestras cuentas bancarias.

Los últimos dos años han significado un reto enorme para la banca y ha exigido adaptarse a las situaciones adversas. ¿Cómo ha cambiado en este lapso los servicios bancarios y cuál cree que sea su futuro? ¿Qué tipo de oportunidades ve usted en la banca nicaragüense?

La banca va a seguir evolucionando, así que estoy seguro que vamos a estar viendo productos muy interesantes en el corto plazo. Sin embargo, no podemos perder de vista que el crecimiento de la banca digital debe estar acompañado de normativas y regulaciones adecuadas, para facilitar una mayor aceptación y uso de estos canales. Por ejemplo, la validación a través de una cédula o una firma, debe evolucionar a biometría como reconocimiento facial, firmas digitales, entre otros. En muchos países del mundo se puede abrir una cuenta bancaria con solo tomarse un selfie y foto del código QR de la identificación. A medida que vayamos facilitando los procesos, vamos a tener un mayor grado de bancarización, y se irá reduciendo el sector informal, y en esto apoyamos a que las personas se inscriban en el sector formal. Con esto mayor cantidad de personas van a poder obtener créditos, abrir cuentas de depósitos y enviar pagos de forma más barata. Conforme las economías se van desarrollando, se van



disminuyendo las transacciones en efectivo y cheques, y estas se van volviendo más a pagos digitales, ACH, billeteras móviles, entre otros.

¿Cuáles son los retos de la banca en Nicaragua en un mundo cada vez más digital?

Necesitamos poder llegar a abrir una cuenta de ahorro o cheques 100% digital en menos de cinco minutos. Esto favorece a todas las personas, al mismo tiempo que facilita la bancarización e inclusión financiera para clientes que no cuentan con una sucursal cerca de su casa o trabajo. También los préstamos y tarjetas de crédito deben ser originados y desembolsados de manera electrónica. Esto elimina la fricción, aumenta la satisfacción de los clientes y elimina mucho el papeleo actual requerido para hacer estas operaciones. También tenemos que llegar a las facturas electrónicas, en lugar de requerirlas en papel; pero aquí es importante poder contar con la regulación adecuada. Esto hace el proceso más transparente, conveniente y fácil, al mismo tiempo que ayuda al medioambiente a ir reduciendo la cantidad de papel. Países vecinos como Guatemala o Costa Rica ya cuentan con regulaciones para las facturas electrónicas.

¿Qué ha hecho Banco Ficohsa para estimular la Banca Digital?

La tecnología y las plataformas digitales permiten a los clientes conectarse con el banco desde cualquier parte del mundo. No importa que estés en tu oficina, en la sala de tu casa o de vacaciones, siempre tenés la comodidad y la seguridad de acceder a tus productos financieros. El reto de la banca es ir universalizando el acceso de productos financieros a una mayor cantidad de la población, para que cada vez más personas puedan ir teniendo acceso a estos servicios de manera más rápida. En Ficohsa queremos que nuestros clientes se enfoquen en sus negocios, en sus familias y no en estar realizando trámites burocráticos.

¿Cuál es la importancia del negocio de Adquirencia en tiempos de Pandemia?

El negocio de Adquirencia es muy importante para nosotros, sobre todo en un contexto de la pandemia. Nuestros POS están 100% habilitados para recibir pagos de tarjetas sin contacto. Cada vez más vemos un crecimiento importante en los pagos de esta modalidad. Eventualmente este tipo de tecnología debería usarse al 100% en Nicaragua, al igual que en otros países, para pagar el transporte público, por ejemplo. Otro producto que lanzamos son los "PinPads", que son POS integrados directamente al sistema de caja de los negocios, para simplificar su proceso de facturación, además cuentan con tecnología que soporta el pago sin contacto. También ofrecemos los M-POS, que es un dispositivo portátil, diseñado para cobrar en la puerta de la casa o la oficina del cliente, una vez reciba su pedido. El voucher es enviado directo al celular de los clientes al momento de la transacción.

¿Qué estrategia están preparando para impulsar el crédito?

El banco al igual que el resto del sistema financiero nacional continúa apoyando el crédito de manera responsable. En Banco Ficohsa Nicaragua continuamos el crecimiento del crédito en los sectores productivos, agro exportadores, emprendedores (PYME), vivienda, así como préstamos de consumo; los cuales son utilizados en su mayoría de los casos como capital de trabajo en pequeñas empresas o negocios.