

Futuro de la Inclusión Financiera

Hacia la innovación sostenible y responsable en el sector financiero

Jorge Castaño Gutiérrez

Superintendente Financiero

9° Congreso Asomicrofinanzas



Cartagena de Indias, Julio 18 de 2018

¿Cuál es la tecnología emergente que más puede aportar a la inclusión financiera?

- a) API
- b) Big data
- c) Inteligencia Artificial
- d) DLT y blockchain

¿Cuál es el principal obstáculo para el uso de tecnología en beneficio de la inclusión?

- a) Falta de conectividad
- b) Brecha digital
- c) Costos del desarrollo
- d) Casos de uso probados

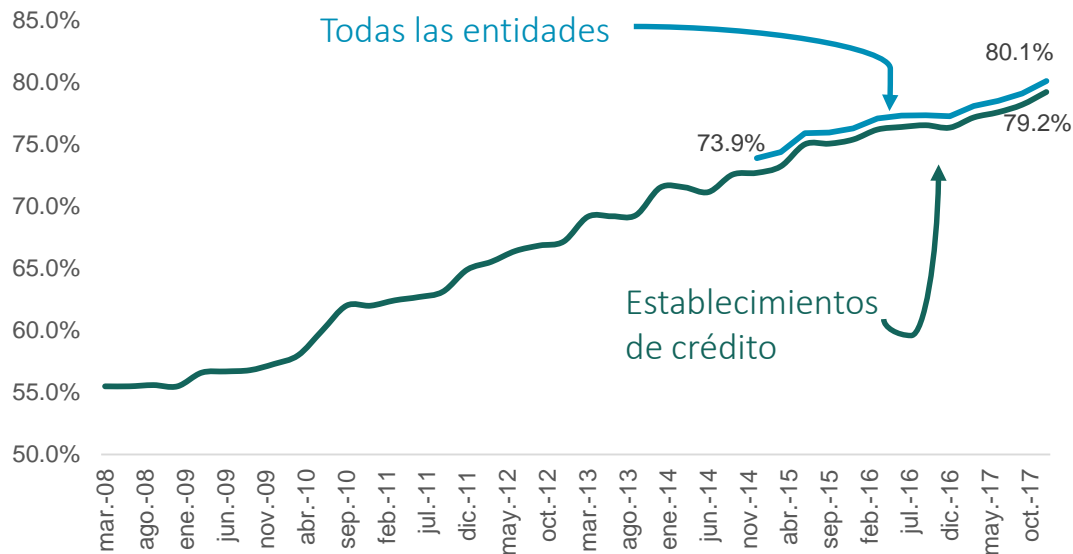
@SFCsupervisor



**LAS MICROFINANZAS SON CLAVE PARA EL
DESARROLLO DEL PAÍS**

Hay más colombianos en el sistema financiero

EVOLUCIÓN DEL INDICADOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA



Fuente: Reporte de Inclusión Financiera. 2017

80%

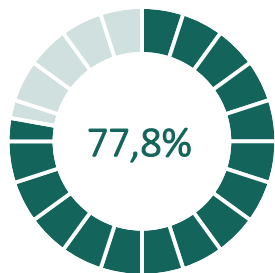
de la población adulta tiene al menos un producto financiero.

6,2

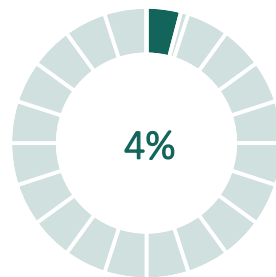
puntos porcentuales fue el incremento frente a 2016.

Sólo en 2017, 1,1 millones adultos ingresaron por primera vez al sistema financiero

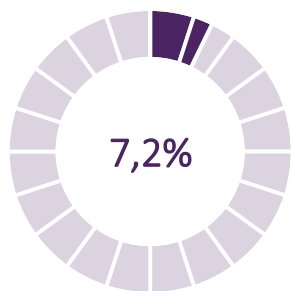
PARTICIPACIÓN PORCENTUAL SEGÚN PRODUCTO DE ENTRADA



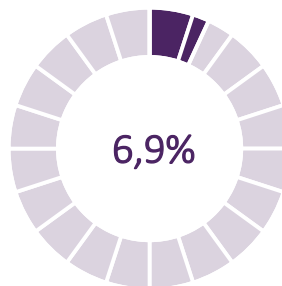
Ingresaron a través de cuentas de ahorro



Ingresaron a través de créditos de consumo



Ingresaron por microcrédito

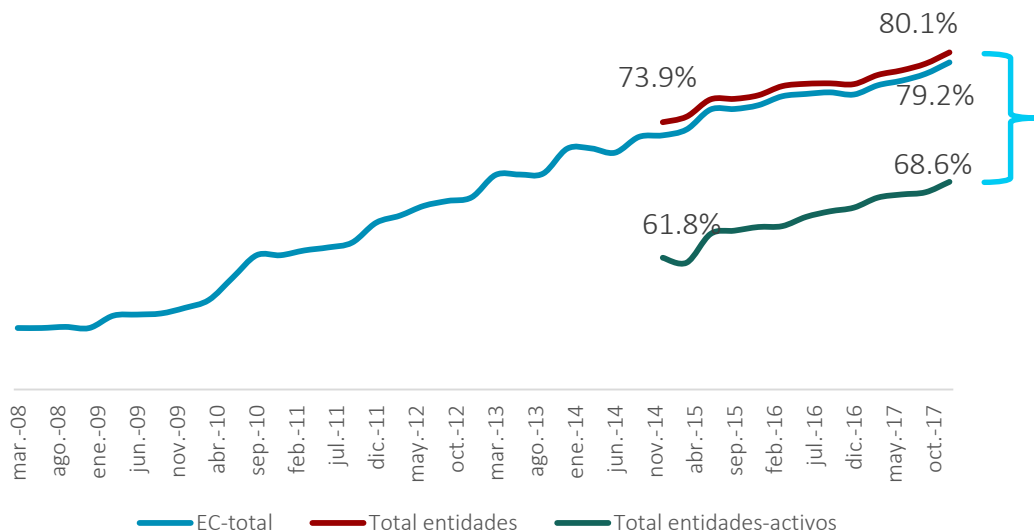


Ingresaron por tarjetas de crédito

Fuente: Reporte de Inclusión Financiera. 2017

Hay que seguir incentivando el uso de los productos financieros

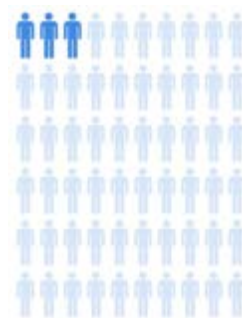
INDICADOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA



DIFERENCIA DE ADULTOS CON ALGUNA CUENTA Y CON ALGUNA CUENTA ACTIVA

2015

3.848.288



2017

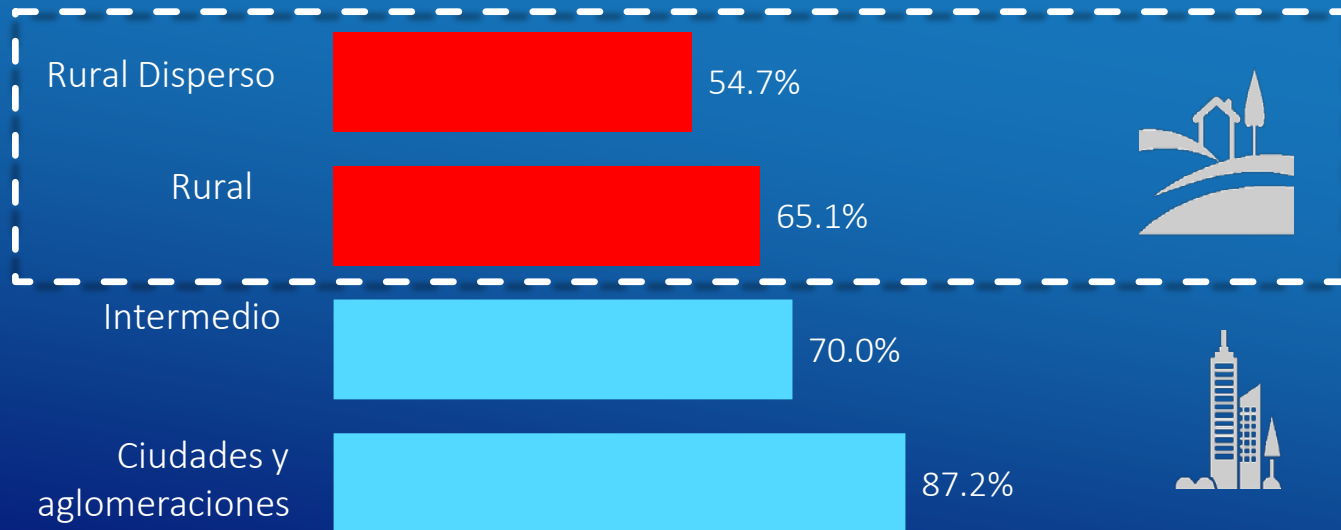
3.909.476



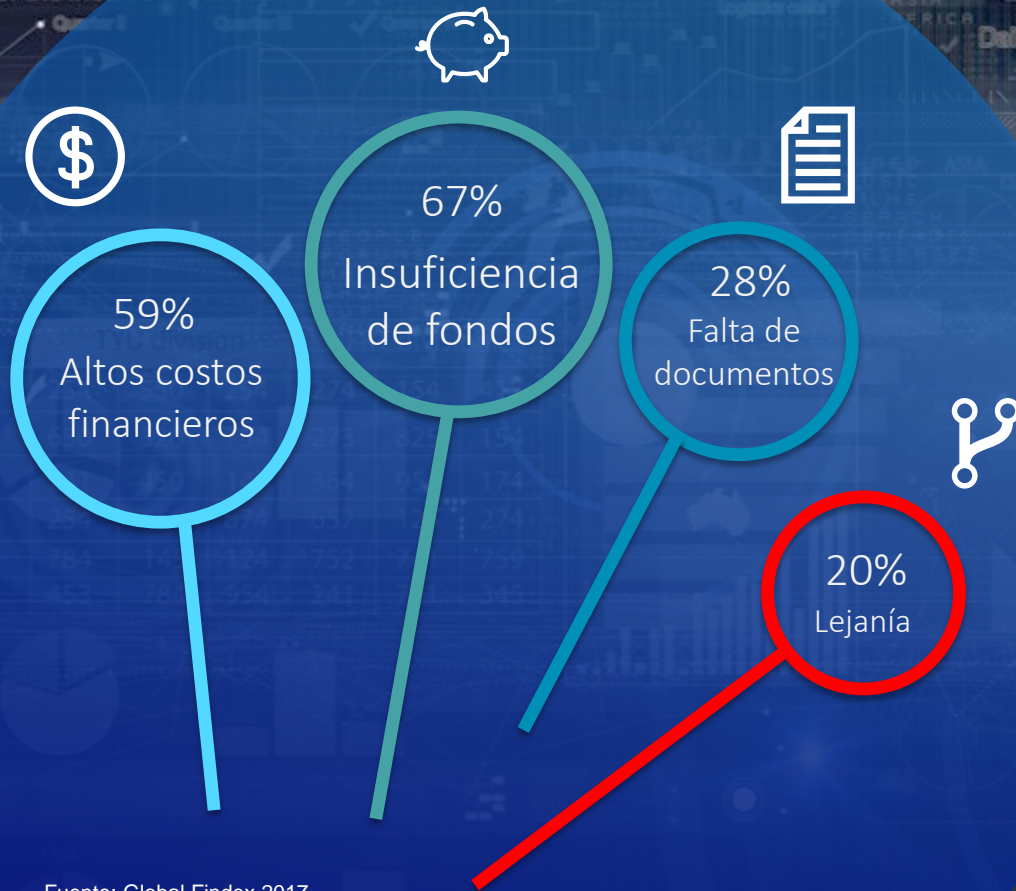
Fuente: Reporte de Inclusión Financiera. 2017

La oportunidad para aumentar la inclusión financiera está en las zonas rurales

INDICADOR DE INCLUSIÓN FINANCIERA POR RURALIDAD



Fuente: Reporte de Inclusión Financiera. 2017



Fuente: Global Findex 2017

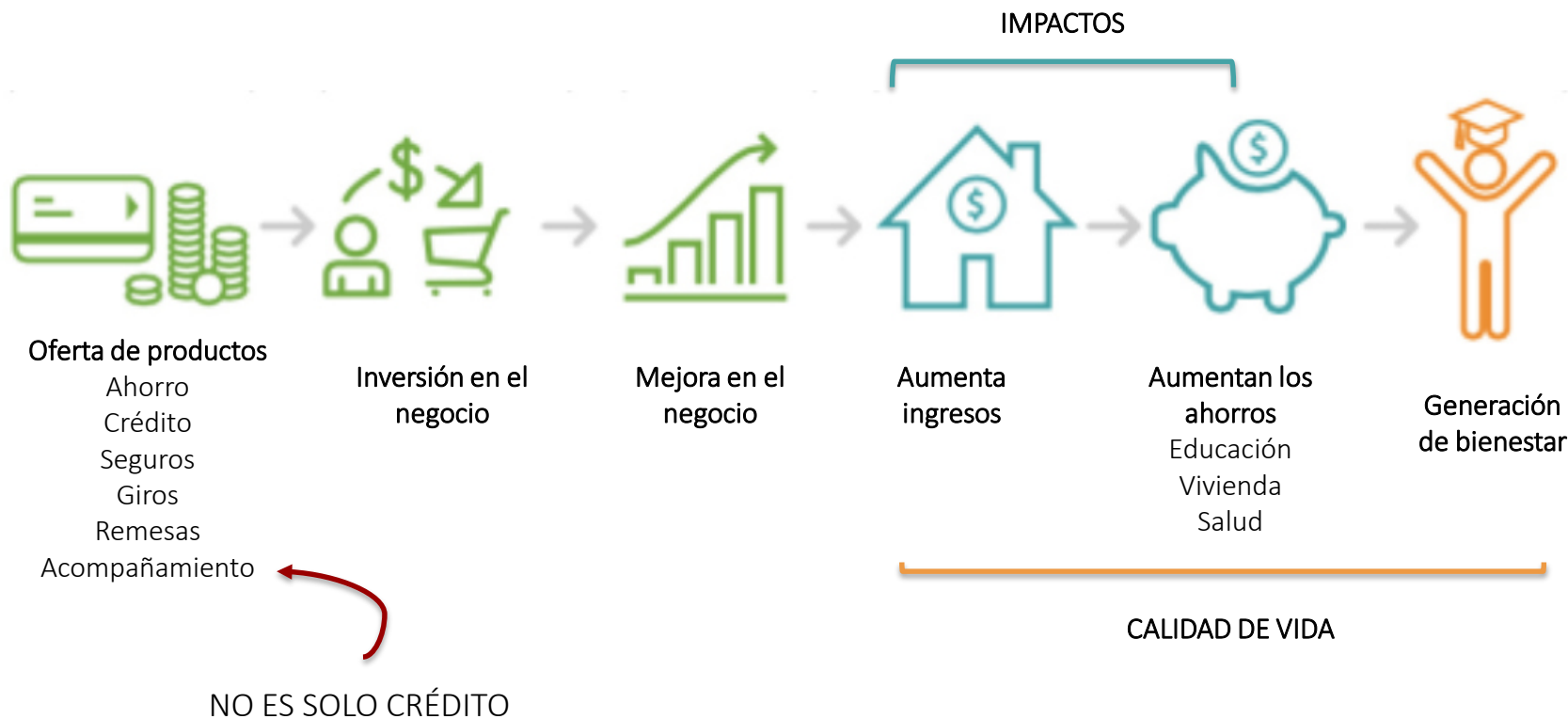
PRINCIPALES BARRERAS PARA ACCEDER AL SISTEMA FINANCIERO

Falta incluir

6,7

millones de adultos colombianos que no tienen ningún producto.

Las microfinanzas son clave para lograr los objetivos de inclusión y mejorar el bienestar de las familias

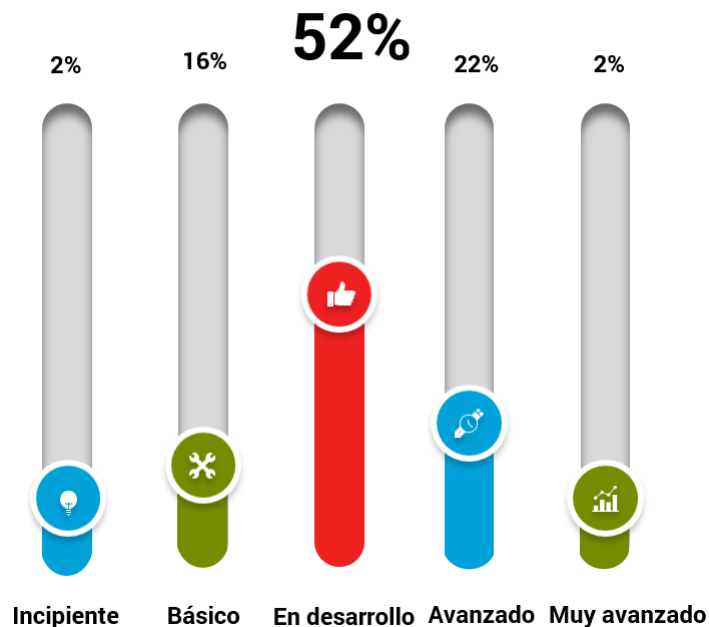




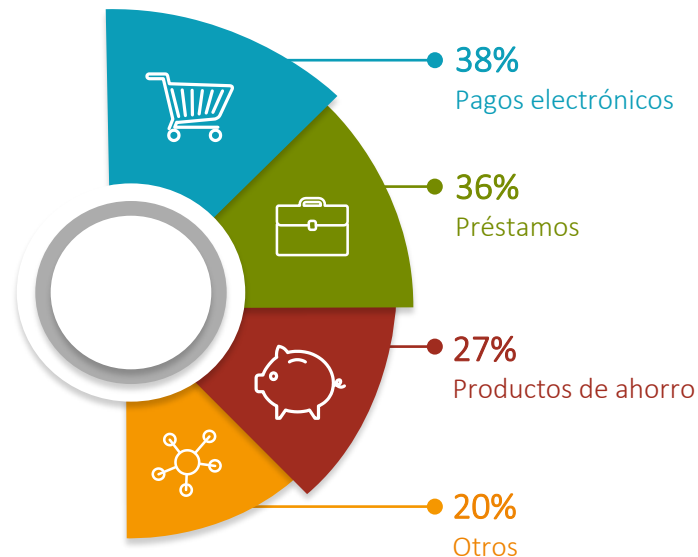
**PERO MIENTRAS TANTO, EL SECTOR
FINANCIERO SE TRANSFORMA...**

Los resultados de la encuesta de la Superfinanciera sobre innovación tecnológica indican que Colombia hace parte de la transformación

¿CUÁL ES EL ESTADO DE LA INNOVACIÓN EN SU ORGANIZACIÓN?



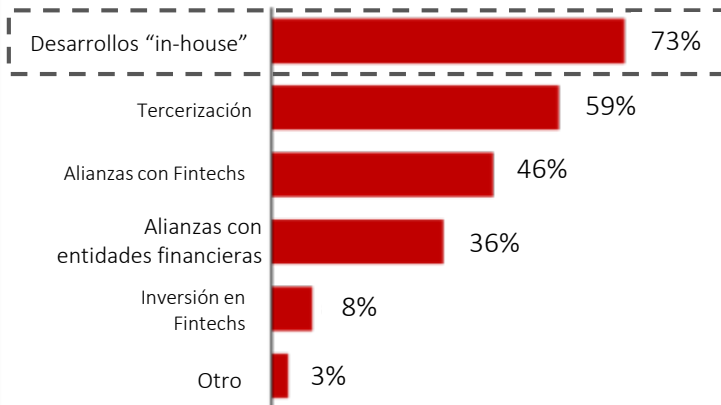
¿EN QUÉ PRODUCTOS Y SERVICIOS ESTÁ ENFOCADA SU INNOVACIÓN?



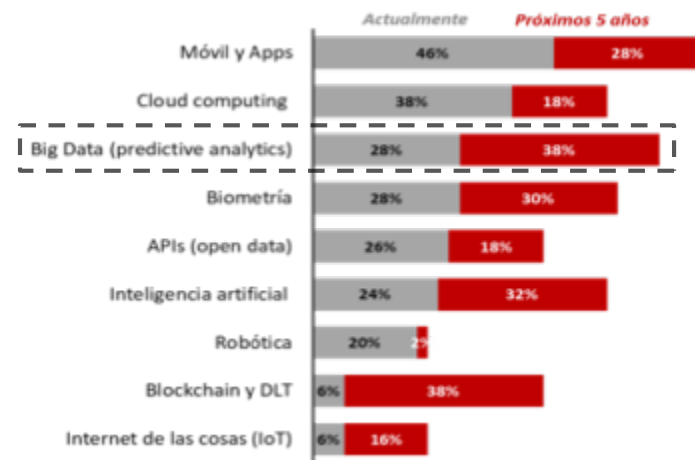
Fuente: Superintendencia Financiera, Encuesta sobre Innovación Financiera y Tecnológica.

Los resultados de la encuesta de la Superfinanciera sobre innovación tecnológica indican que Colombia hace parte de la transformación

¿CÓMO ESTÁN DESARROLLANDO LA INNOVACIÓN EN SU ORGANIZACIÓN?



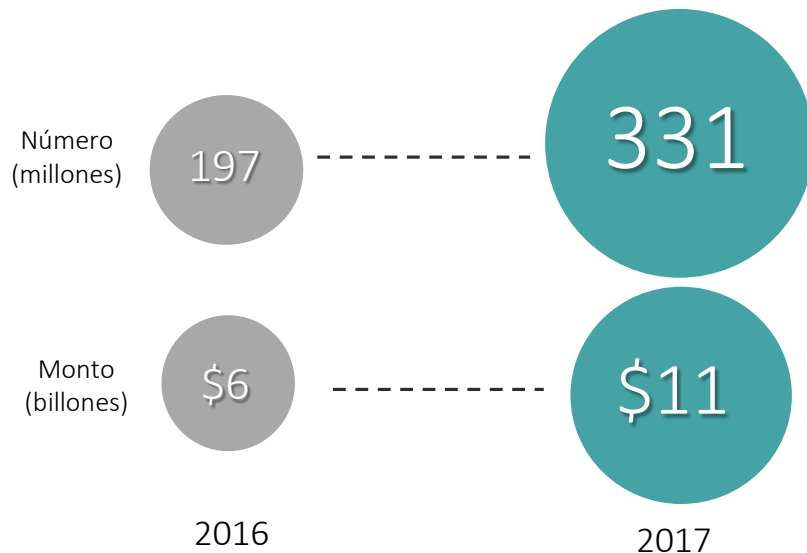
¿CUÁL CONSIDERA QUE ES LA TECNOLOGÍA QUE MÁS VA A CAMBIAR EL SECTOR FINANCIERO?



Fuente: Superintendencia Financiera, Encuesta sobre Innovación Financiera y Tecnológica.

El canal de telefonía móvil es un instrumento clave para la inclusión financiera

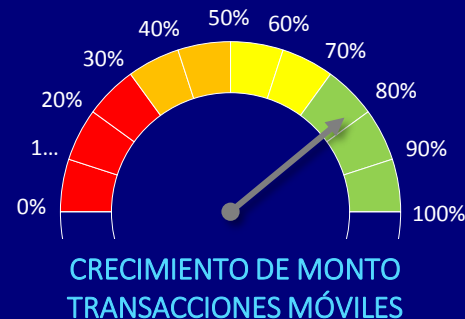
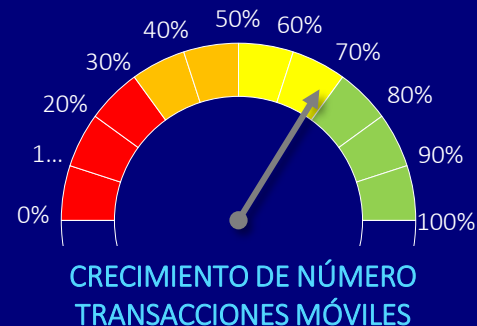
NÚMERO Y MONTOS DE TRANSACCIONES A TRAVÉS DE TELEFONÍA MÓVIL



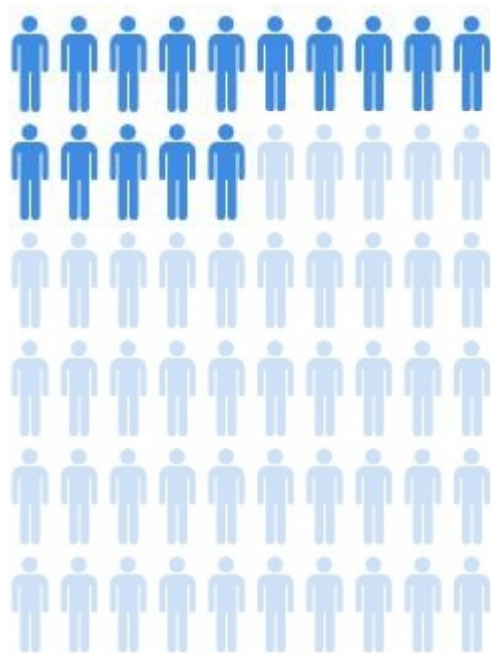
2016

2017

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

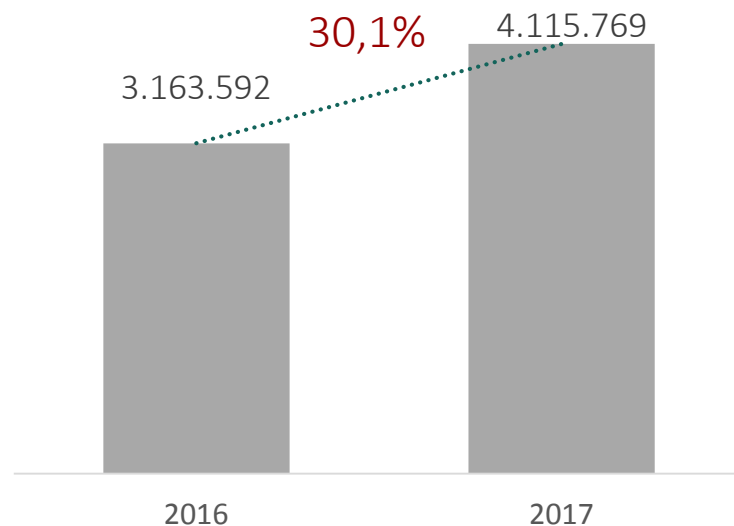


La demanda de depósitos electrónicos está creciendo. Cada vez más colombianos aperturan este producto



4,1
millones de
adultos tenían
en 2017 al
menos un
depósito
electrónico

NÚMERO TOTAL DE DÉPOSITOS ELECTRÓNICOS



Fuente: Reporte de Inclusión Financiera.2017

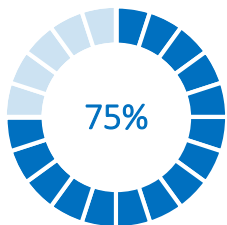


1 Conocimiento de clientes tradicionalmente excluidos o de segmentos desatendidos



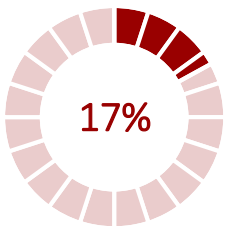
61%

de los ejecutivos de bancos tradicionales califica como "muy importante" el desarrollo de modelos de sus estrategias tecnológicas centrados en el cliente



75%

de los bancos está realizando inversiones en esta área (customer centricity)



17%

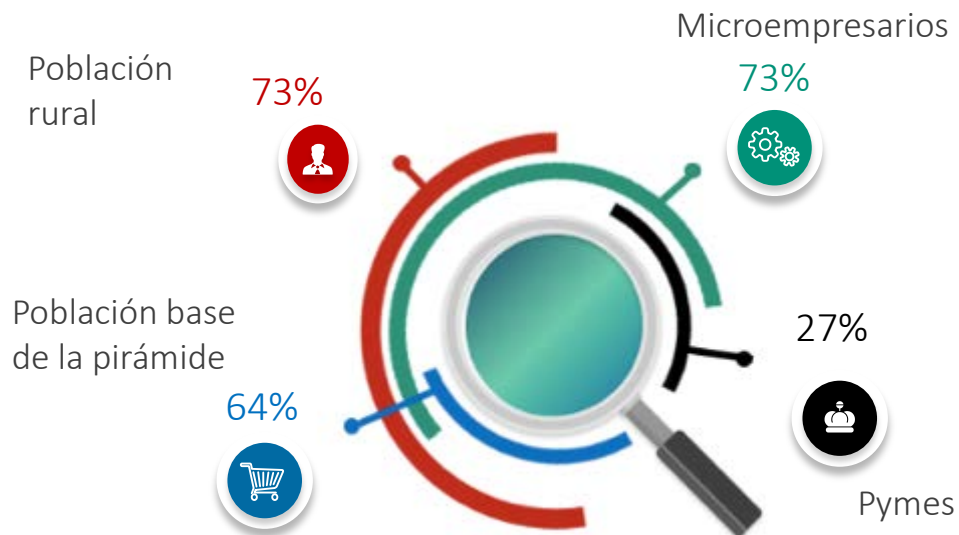
de los bancos se siente "muy preparado" en este frente

En mercados emergentes los bancos tradicionales buscan tener más conocimiento de las necesidades y comportamientos financieros de sus clientes, mientras que los emprendimientos fintechs solicitan apoyo para comprender a los usuarios.

Fuente: PwC Retail Banking 2020 Survey

1 Conocimiento de clientes tradicionalmente excluidos o de segmentos desatendidos

¿CUÁL ES EL MERCADO OBJETIVO DE LA INNOVACIÓN? (n=11)



67%

de las Fintech encuestadas respondió que el objeto de la innovación es la población bancarizada.

Y sólo

6%

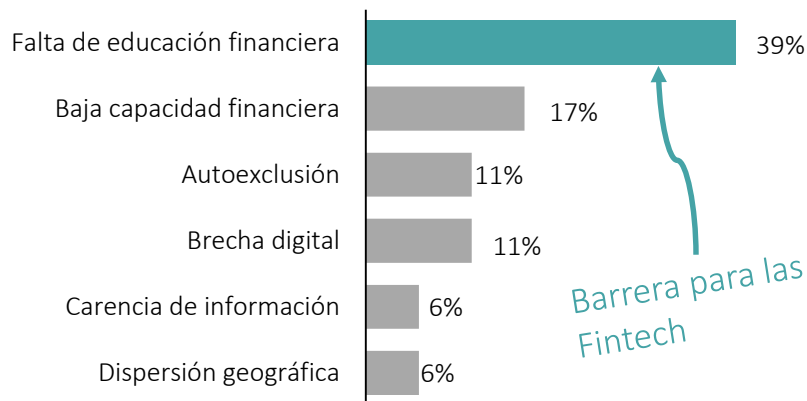
de las Fintech respondió que pensaba diversificar la población objetivo de su innovación.

Fuente: Superintendencia Financiera, Encuesta sobre Innovación Financiera y Tecnológica.

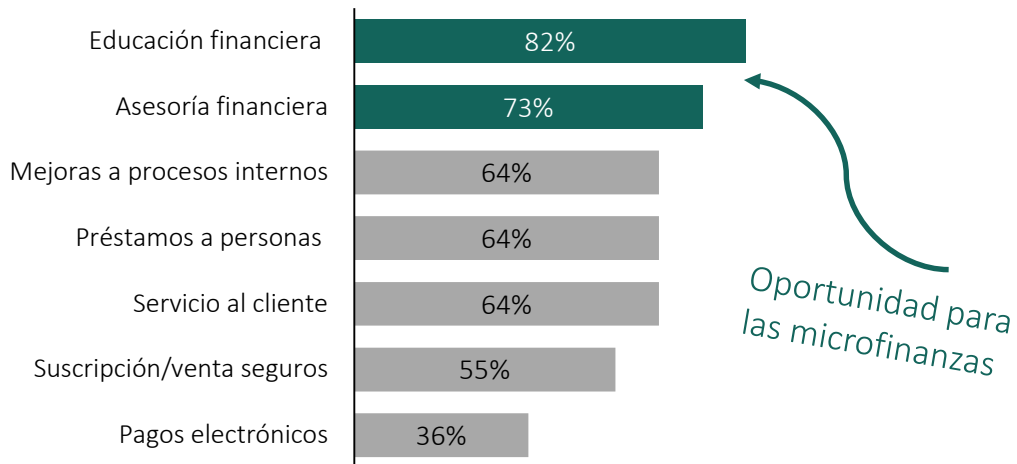
2 Enfoque en protección al cliente

Las Fintechs encuestadas consideran que la falta de educación financiera es una barrera, mientras que las entidades de microfinanzas la ven como una oportunidad.

¿CUÁL CONSIDERA QUE ES LA PRINCIPAL BARRERA DESDE LA DEMANDA PARA LA INNOVACIÓN?
(n=18)

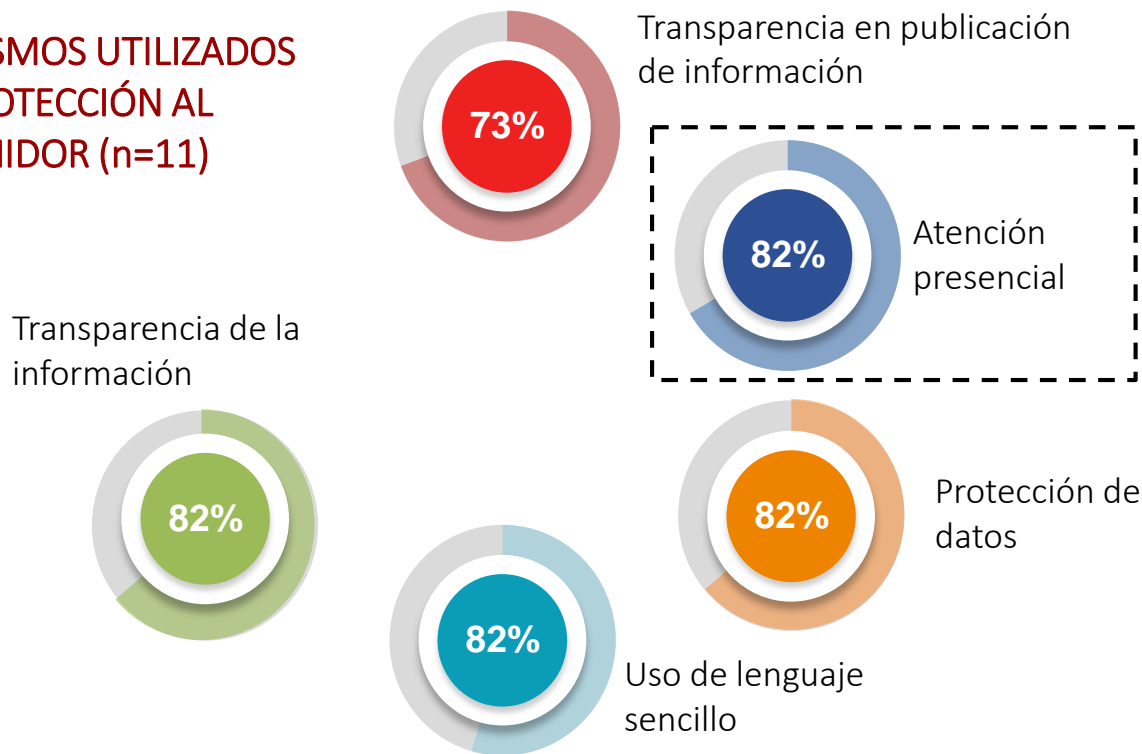


¿QUÉ TIPO DE PRODUCTOS, SERVICIOS O SOLUCIONES ESTÁ OFRECIENDO SU ORGANIZACIÓN (O PLANEA HACERLO)?
(n=11)



2 Enfoque en protección al cliente

MECANISMOS UTILIZADOS PARA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (n=11)



72% de las Fintechs respondieron que la protección de datos como el principal mecanismo para proteger al consumidor.

Sin embargo, el 61% respondió que estaban enfocados en desarrollar atención remota.

2 Enfoque en protección al cliente

Mantener el “factor humano” para facilitar la adopción de servicios financieros digitales aumenta la probabilidad de su adopción, especialmente entre población con poca experiencia en el manejo de herramientas tecnológicas.



Solutions are digital, but not all engagement is virtual

FinTech companies in Silicon Valley and increasingly in China offer a fully virtual experience, in which customers register for a service with a click of a button and conduct their entire relationship with the provider virtually. Customers in these markets often trust digital financial services, so this kind of “low-touch” approach to customer relations is possible. In Africa, however, digital finance often has a low profile or a [negative reputation](#). How can you convince customers to go digital in markets where payment errors are frequent and the customer experience has been less than satisfactory? As many companies have figured out, one option is to take a more “high-touch” approach that includes in-person interaction. Our partners are spending significant time and effort on face-to-face engagement, especially to acquire new customers.

INSIDE DEVELOPMENT | FINANCIAL TECHNOLOGY

5 barriers holding back fintech entrepreneurs

By *Adva Saldinger* // 09 January 2018

4. The human element

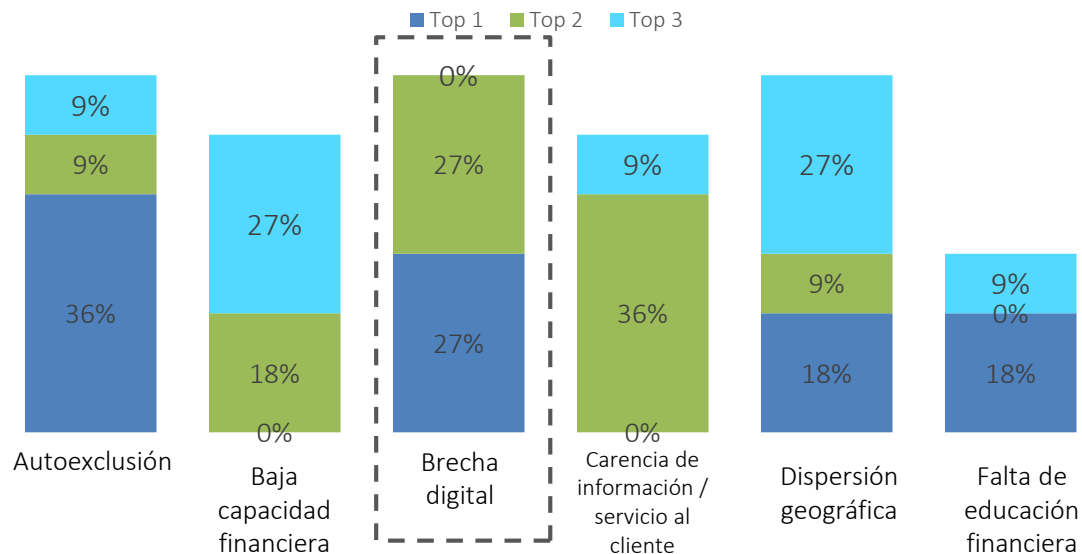
Technology alone is often not enough. Some of the companies in the Catalyst Fund have found that having a human element, perhaps at the sales point, or elsewhere in the process is critical to customer acquisition and retention Briggs said. While some companies had initially planned to have an entirely digital customer interaction, they had to switch strategies and incorporate more human interaction, she said.

Fintech companies often need help with user research, understanding their customers' needs, and how to develop a product that fits their needs. Especially in early stages, fintechs are asking for more support to understand both users and product-market fit, Briggs said.

Incorporar
interacción
humana en
momentos
críticos

2 Enfoque en protección al cliente

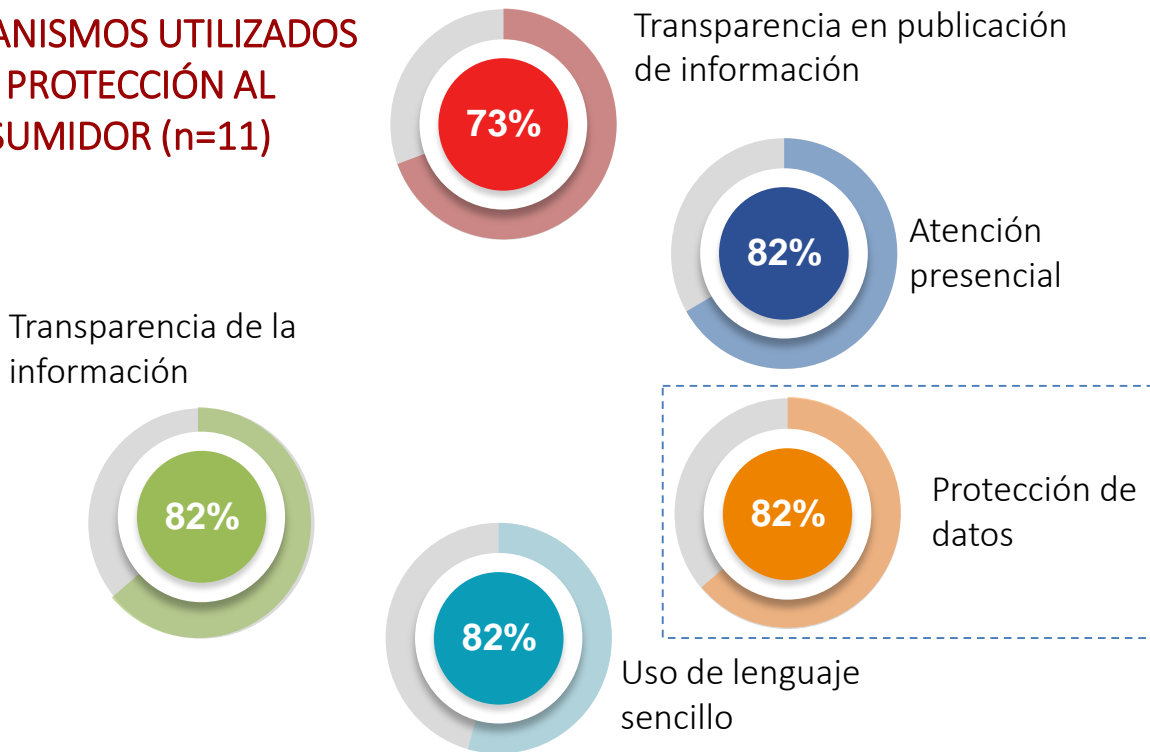
¿CUÁLES CONSIDERAN QUE SON LAS PRINCIPALES BARRERAS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA DEMANDA? (n=11)



En línea con lo encontrado en experiencia internacional, las entidades de microfinanzas consideran que la brecha digital se encuentra entre las **dos principales** barreras para la adopción de servicios financieros digitales.

3 Relación de confianza de las entidades y los oficiales de crédito con sus clientes

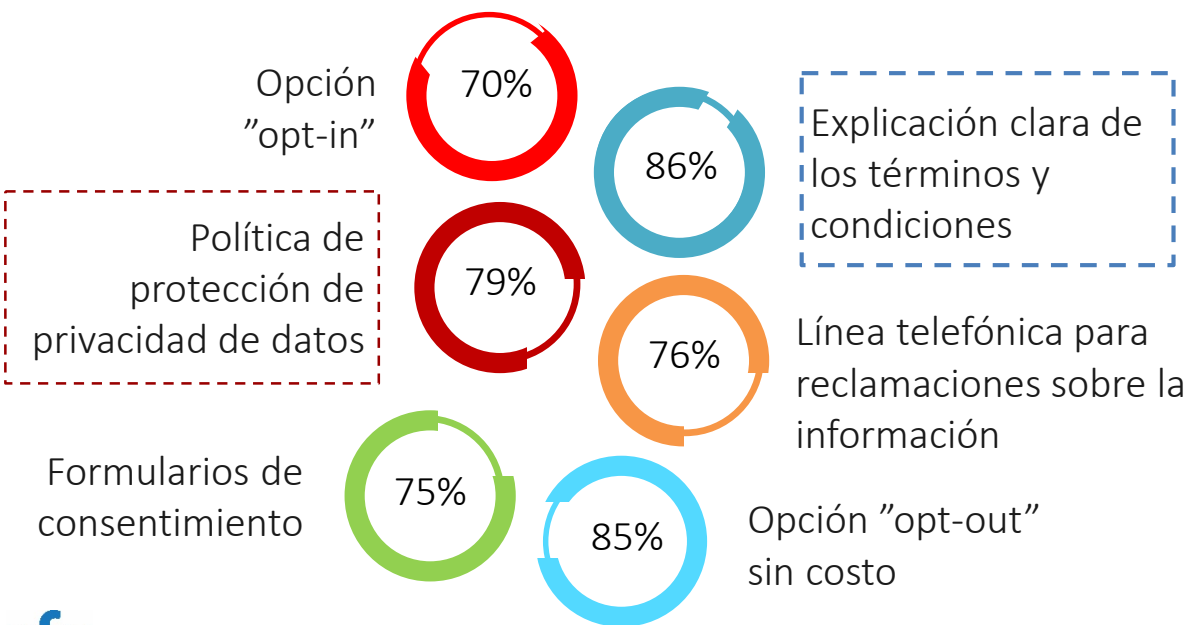
MECANISMOS UTILIZADOS PARA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR (n=11)



Los mecanismos de protección implementados por las microfinancieras **aportan a la construcción de confianza,** clave para soluciones digitales.

3 Relación de confianza de las entidades y los oficiales de crédito con sus clientes

ENTRE LOS PRINCIPALES MECANISMOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CONFIANZA DEL CLIENTE FRENTE AL MANEJO DE DATOS PARA LA INCLUSION FINANCIERA , SE ENCUENTRAN:



La profundización de los servicios financieros digitales dependen de si los consumidores confían en estos servicios. En un entorno digital, la confianza de los clientes está determinada en la manera en que se maneja la información.

3 Relación de confianza de las entidades y los oficiales de crédito con sus clientes

Entre los elementos identificados para construcción de confianza se encuentran:



Inspire una cultura centrada en el cliente



Ofrezca transparencia sobre las características del producto y las tarifas de los productos y servicios



Proporcione consejos imparciales y de alta calidad a los clientes



Proteja proactivamente los datos de los clientes como si fueran suyos, y defiéndase contra las amenazas de seguridad cibernética



Cree un ecosistema de productos y servicios, incluidos los servicios no financieros que los clientes desean

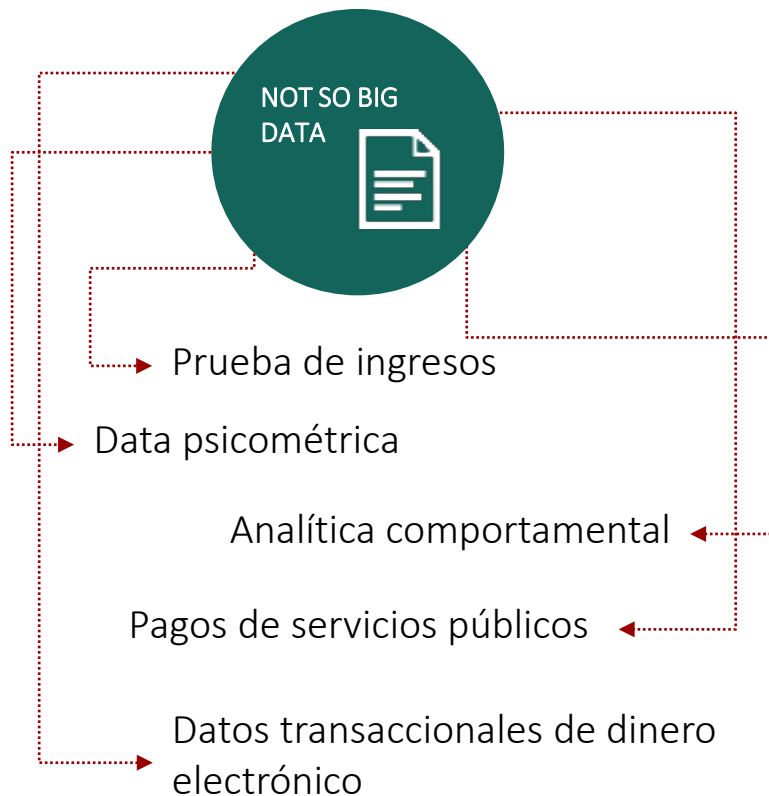


Entienda y mejore los puntos de contacto con el cliente mediante la eliminación de errores

Fuente: EY. Trust Without It, you are just another bank. .

4 Información que ya tienen de sus clientes - (customer insights)

¿QUÉ INFORMACIÓN
ESTARÍA DISPUESTO A
COMPARTIR PARA
OBTENER UN CRÉDITO?



4 Información que ya tienen de sus clientes - (customer insights)

¿QUÉ INFORMACIÓN
ESTARÍA DISPUESTO A
COMPARTIR PARA
OBTENER UN CRÉDITO?



7 de 10 personas compartirían data
de uso de teléfono celular



7 de 10 personas compartirían data de
uso de cuenta de bancos



6 de 10 personas compartirían data de
uso de redes sociales



6 de 10 personas compartirían data de
uso de buscadores de la web

¿Y el *small data* para
inclusión financiera?

Deben encontrar una forma de digitalizar el conocimiento que los oficiales de crédito tienen sobre sus clientes. Deben aprovechar los datos que ya tienen para reducir los costos, mejorar las operaciones y diseñar productos de mayor calidad.



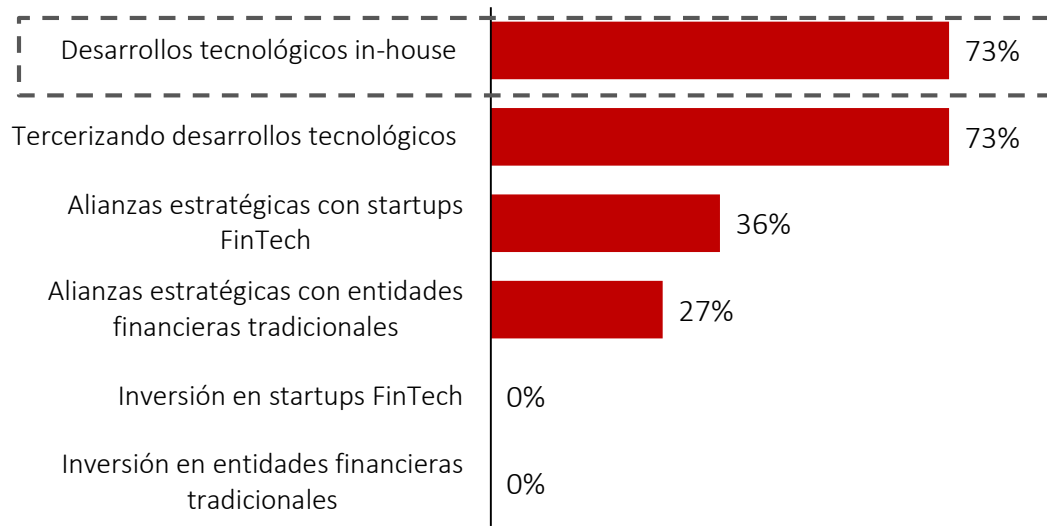
¿CÓMO SER PARTE DE ESTA TRANSFORMACIÓN?

1.

DEFINA UNA ESTRATEGIA

La estrategia de innovación debe contar con visión, apoyo de operación y recursos humanos, tecnológicos y financieros

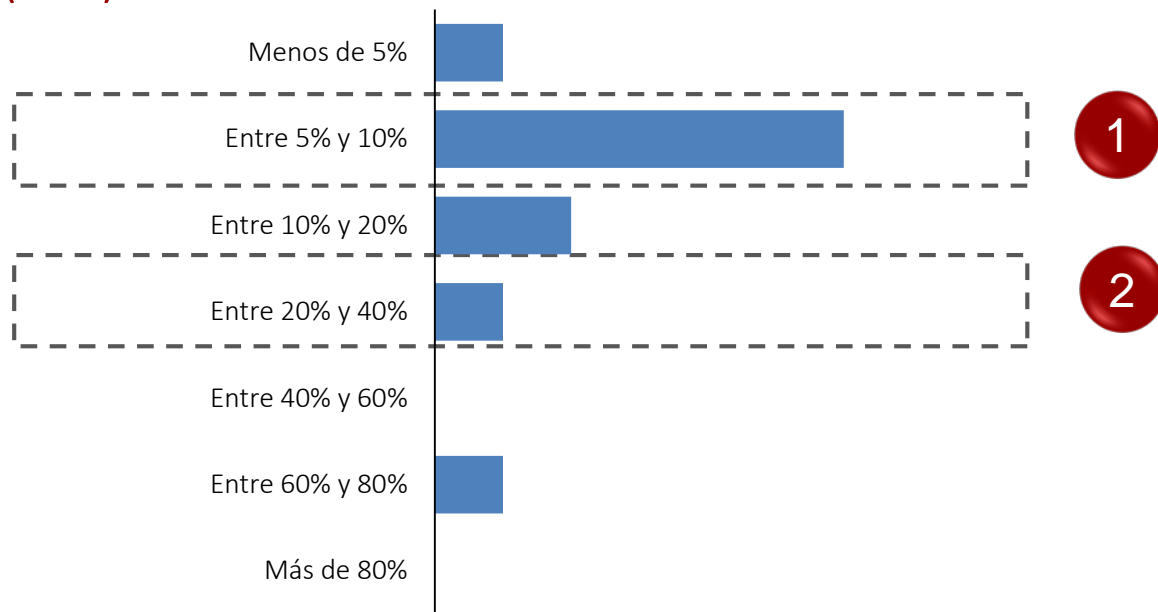
¿CÓMO ESTÁ IMPLEMENTANDO LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y FINANCIERA DE SU ORGANIZACIÓN? (n=11)



1

La estrategia de innovación debe contar con visión, apoyo de operación y recursos humanos, tecnológicos y financieros

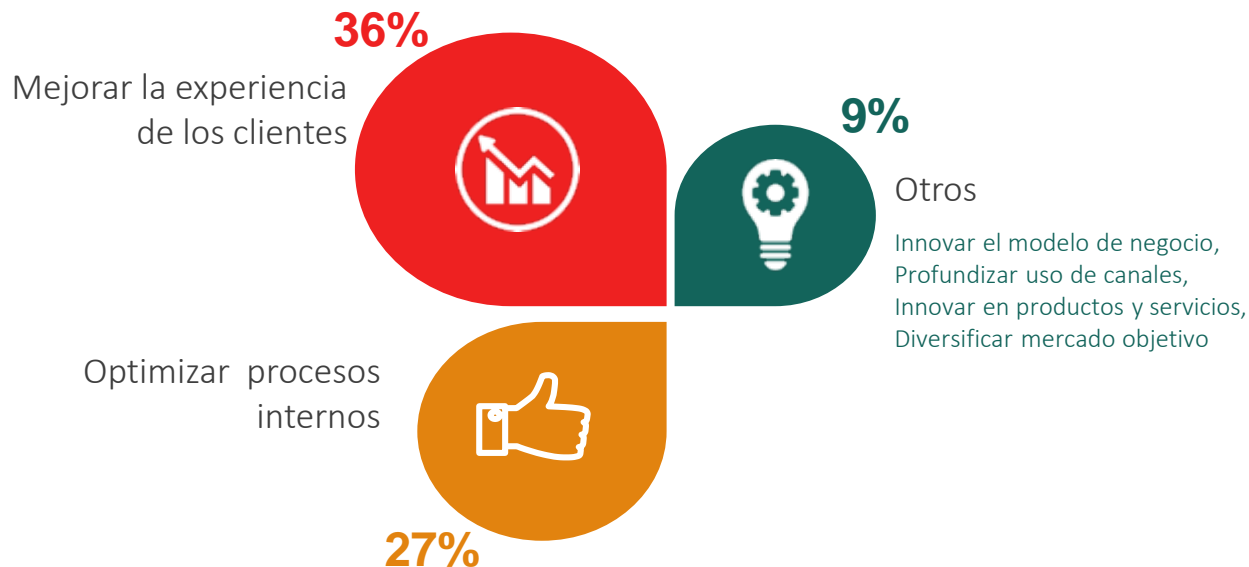
¿CUÁL ES EL PORCENTAJE DEL PRESUPUESTO EN SU ORGANIZACIÓN ASIGNADO AL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN? (n=11)



Fuente: Superintendencia Financiera, Encuesta sobre Innovación Financiera y Tecnológica.

La estrategia de innovación debe contar con visión, apoyo de operación y recursos humanos, tecnológicos y financieros

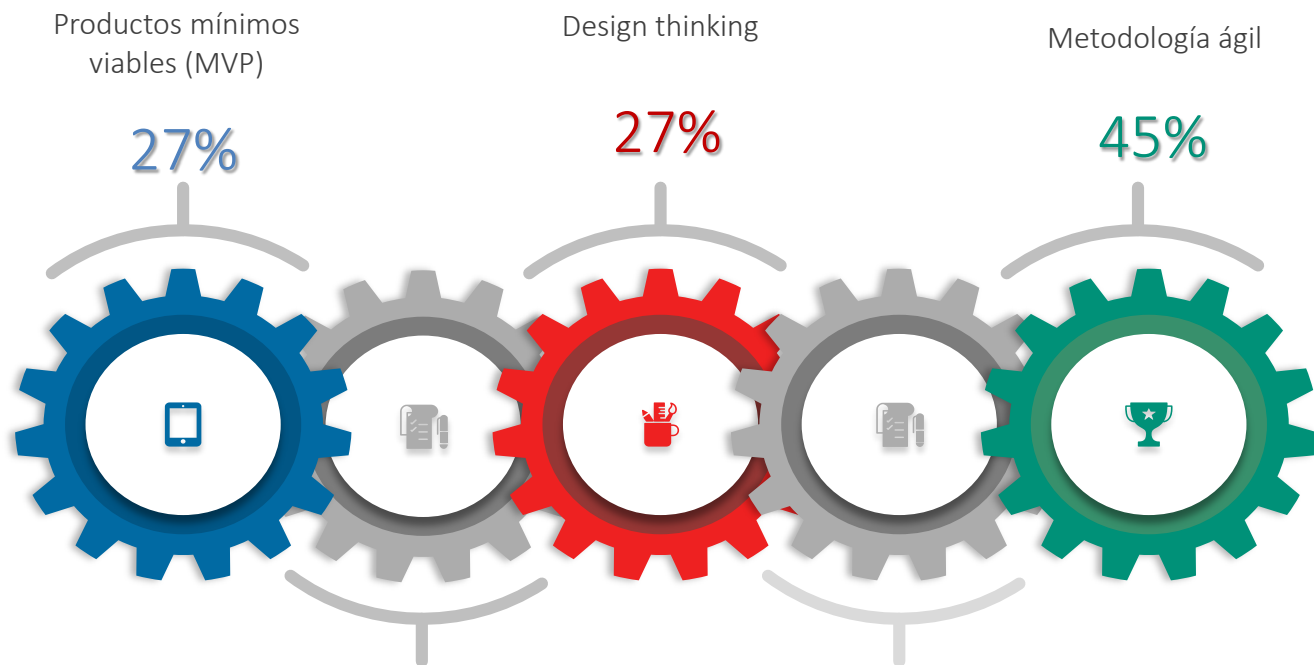
¿CÓMO ESTÁ ENFOCADA LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN FINANCIERA Y TECNOLÓGICA DE SU ORGANIZACIÓN? (n=11)



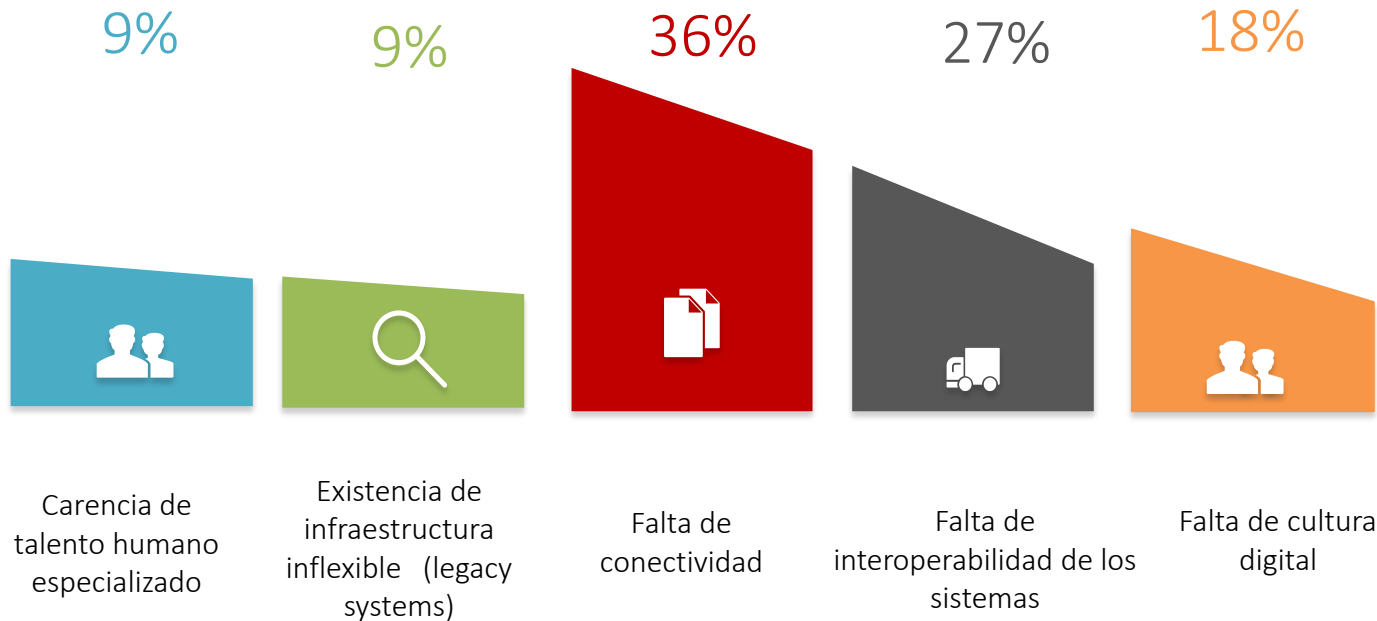
2.

TENGA UN ACERCAMIENTO A LA
INNOVACIÓN

Las innovaciones
inclusivas aplican
tecnología
moderna y
metodologías de
innovación para
crear soluciones
financieras
relevantes



La importancia de crear cultura interna de innovación para eliminar paradigmas sobre el uso de tecnologías entre población objetivo de las entidades

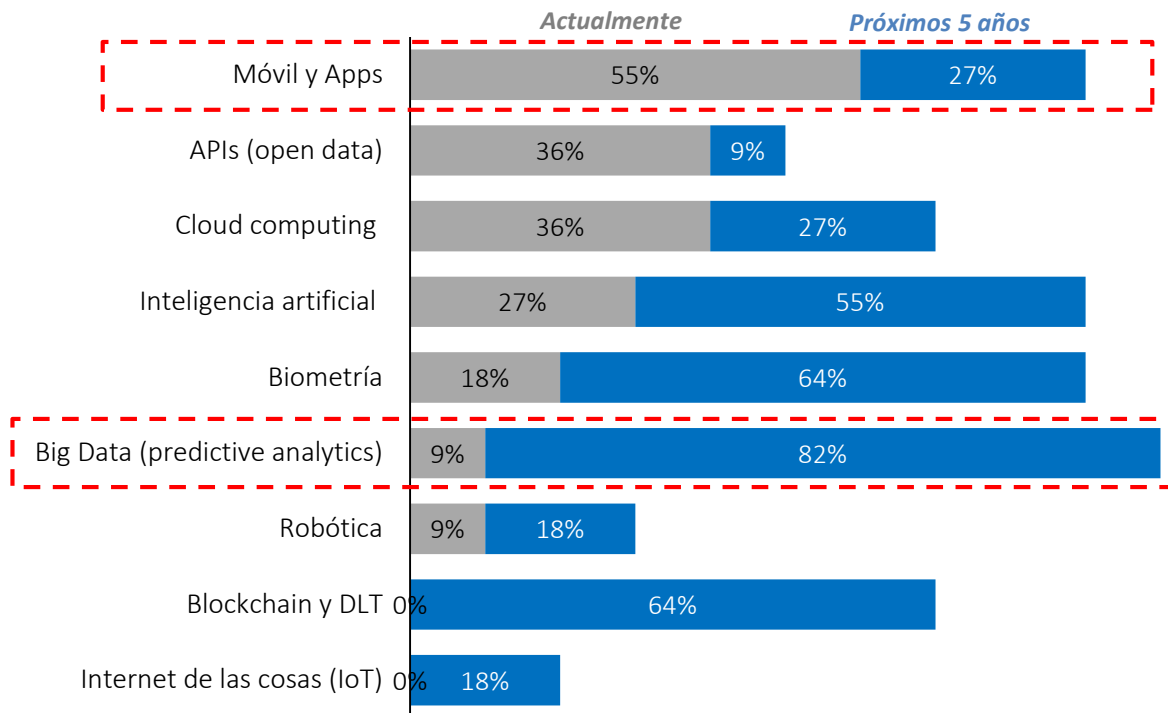


3.

IDENTIFIQUE LA TECNOLOGÍA APROPIADA

La tecnología es un facilitador. Las entidades deben identificar la tecnología que mejor apunte a los objetivos

¿CUÁL CONSIDERA QUE ES LA TECNOLOGÍA QUE MÁS VA A CAMBIAR EL SECTOR FINANCIERO? (n=11)



¿Y cómo aporta la tecnología a la inclusión financiera? Entre los principales ejemplos se encuentran:



Big Data para scoring de crédito

Diferentes formas de crédito. Nano prestamos, prestamos más ágiles/inmediatos.



Biometría para KYC

Facilidad de autenticar identidad de clientes remotos. Identificación biométrica.



Blockchain para pagos

Reduce comisiones de manejo de cuentas y costos de transacciones.



ML y Educación Financiera

Aplicación de metodologías innovadoras y costos eficientes: elementos de economía conductual y “teachable moments”.



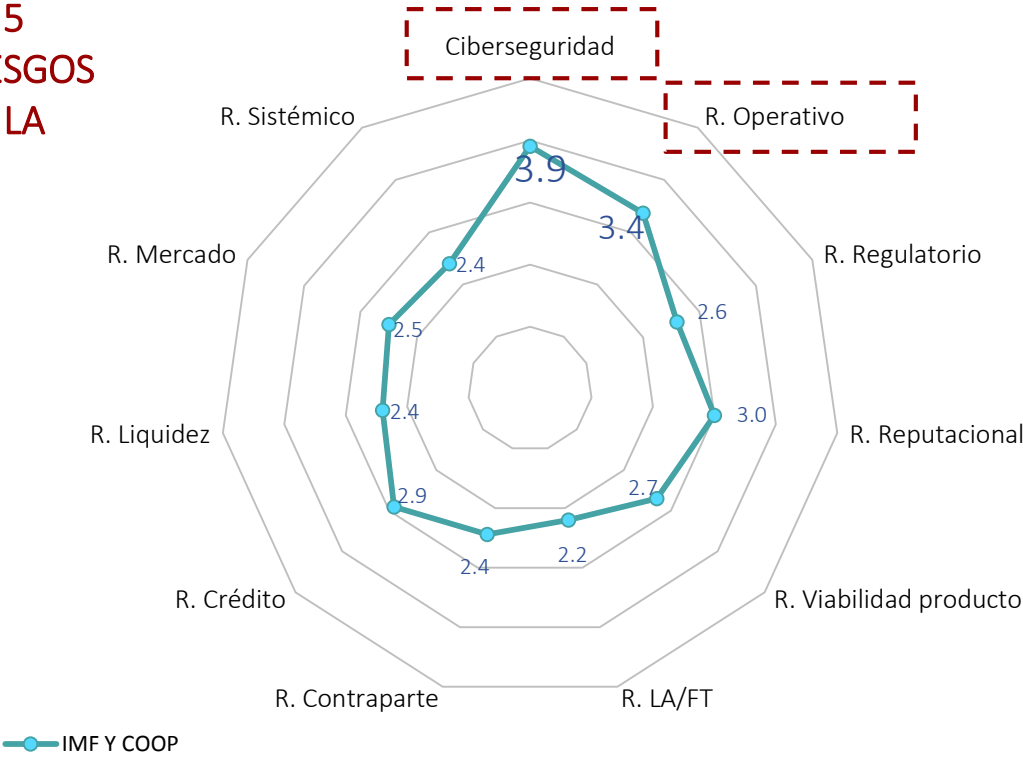
Apps para operaciones

Aplicaciones móviles para el trabajo de oficiales de crédito. Reduce uso de papel, agiliza operaciones y reduce costos.

4.

IDENTIFIQUE LOS PRINCIPALES RIESGOS Y
ADMINÍSTRELOS

CALIFIQUE DE 1 (MENOS RIESGO) A 5 (MÁS RIESGO), LOS PRINCIPALES RIESGOS QUE ASUME SU ORGANIZACIÓN EN LA INNOVACIÓN (n=11)



CIRCULAR EXTERNA 007 DE 2018

(Junio 05)

Señores

REPRESENTANTES LEGALES Y REVISORES FISCALES DE LAS ENTIDADES VIGILADAS Y LOS OPERADORES DE INFORMACIÓN DE LA PILA.

Referencia: Imparte instrucciones relacionadas con los requerimientos mínimos para la gestión del riesgo de ciberseguridad

Apreciados señores:

Teniendo en cuenta que el auge de la digitalización de los servicios financieros, la mayor interconectividad de los agentes y la masificación en el uso de canales electrónicos, entre otros elementos, han derivado en un incremento de la exposición a riesgos cibernéticos, esta Superintendencia en ejercicio de sus facultades, en especial las conferidas en el numeral 9 del artículo 11.2.1.4.2 del Decreto 2555 de 2010 y en aras de fortalecer la gestión relativa a este riesgo en las entidades vigiladas, imparte las siguientes instrucciones en complemento de aquellas relacionadas con la administración de los riesgos operativos y la seguridad de la información:

PRIMERA: Adicionar el Capítulo V "Requerimientos mínimos para la gestión del riesgo de ciberseguridad" al Título IV de la Parte I de la Circular Básica Jurídica (C.E. 029 de 2014).

SEGUNDA: La presente Circular entra a regir seis meses después del momento de su publicación, con lo cual la obligación contenida en el subnumeral 1 para las entidades exceptuadas, debe ser cumplida dentro de este término.

No obstante, lo anterior, las entidades deben dar cumplimiento a los requerimientos establecidos en los subnumerales 3.10., 4.1., 4.2., 4.3. y 4.4., un año después y los requerimientos establecidos en los subnumerales 3.2.6., 4.1.6. y 4.1.7., dieciocho meses después de la publicación.

Se anexan las páginas correspondientes.

Cordialmente,

La Circular Externa 07 de 2018 establece:

- ✓ Obligaciones generales en materia de ciberseguridad
- ✓ Etapas:
 - Prevención
 - Protección y detección
 - Respuesta y comunicación
 - Recuperación y aprendizaje



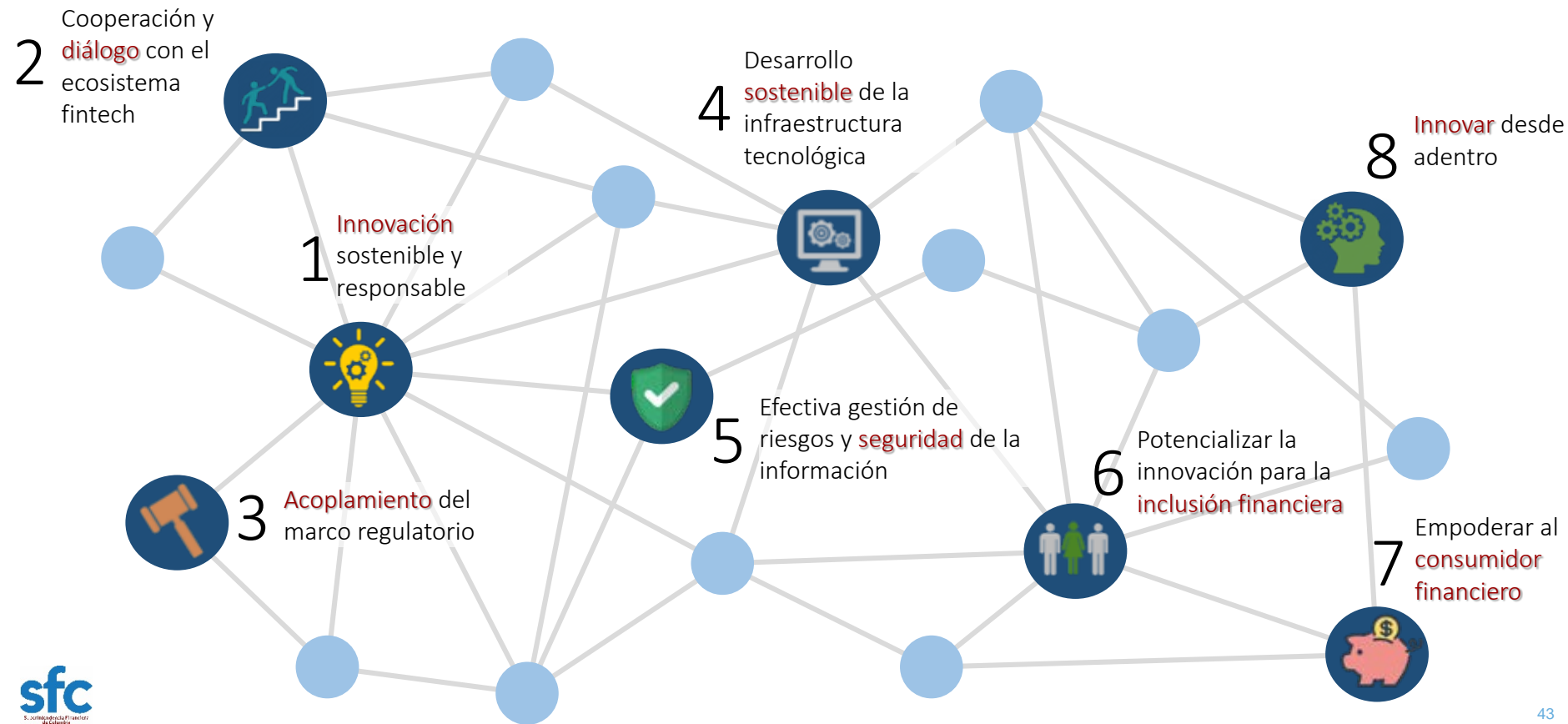
EL ROL DEL SUPERVISOR TAMBIÉN SE TRANSFORMA



Hacia la innovación sostenible y
responsable en el sector financiero

**La innovación tecnológica aplicada a los mercados
financieros toma cada vez más relevancia en
el contexto global. Esta realidad no es ajena a la
Superintendencia Financiera de Colombia.**

Innovación sostenible y responsable





elHub

Apoya, asesora, guía y recibe retroalimentación de entidades (vigiladas y no vigiladas) en temas relacionados con la innovación financiera y tecnológica.



laArenera

Implementa un marco a través del cual la SFC facilita la innovación de productos, tecnologías o modelos de negocio, en un ambiente controlado y en tiempo real.



regTech

Aprovecha los desarrollos tecnológicos para apalancar la innovación al interior de la SFC, optimizando procesos internos y reduciendo cargas operativas para el sector.

Nuevas tecnologías

La innovación debe venir desde adentro y para ello estamos realizando pilotos con entidades pioneras en tecnología para así entender el funcionamiento, beneficios y riesgos de las nuevas tecnologías (blockchain, machine learning, big data etc.)

regTech



R3



r3.

Capacitaciones para comprensión de la plataforma Corda y posibles casos de uso de tecnología DLT para implementación de informes regulatorios.

Amazon



aws

Acercamientos para capacitación y estructuración de un piloto específico que involucre temas de cloud computing.

Oracle



ORACLE

Acuerdo para probar nuevas tecnologías aplicadas a casos de negocio propios de la SFC que permitan optimización de procesos.

... más los que vendrán próximamente...

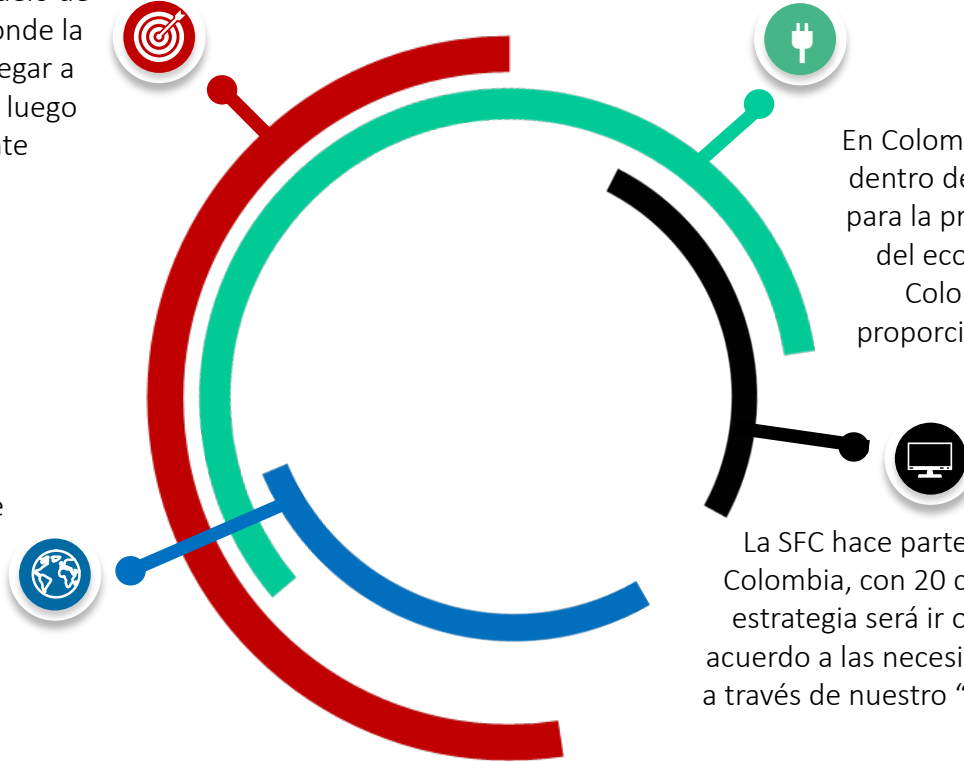
Datos abiertos

regTech



Se requiere un cambio de un modelo de negocio cerrado a uno nuevo, donde la información del cliente puede llegar a ser utilizada por terceros, desde luego bajo la autorización del cliente

La tendencia mundial es hacia la creación de marcos para el uso de API's abiertas que permitan promover la innovación y la competencia en beneficio del consumidor financiero



En Colombia existe una iniciativa del MinTic dentro de la estrategia de Gobierno Digital para la promoción de los datos y definición del ecosistema de Datos Abiertos para Colombia mediante un portal que proporciona herramientas API, catálogo y manipulación de datos.

La SFC hace parte del portal de Datos Abiertos en Colombia, con 20 conjuntos de datos disponibles. La estrategia será ir ofreciendo cada vez más datos de acuerdo a las necesidades de información identificadas a través de nuestro “Formulario Consulta” para Regtech



@SFCsupervisor

Descárguela en su dispositivo



Gracias



superintendencia.financiera



@SFCsupervisor



+Superfinanciera



/superfinancieracol

