

La Gran Recompensa

Te entregamos innovación para tu negocio

www.latinsoftech.com

Introducción

El estudio que tiene en sus manos, mantiene las opciones abiertas para las instituciones financieras en el despliegue de estrategias innovadoras. La definición de innovación, en su más amplia acepción suele incluir: productos, procesos y servicios desde una perspectiva eminentemente táctica.

También esta investigación adopta una visión contraria a las permanentes estrategias basadas en la obtención ingresos,

otorgando como resultado una mayor valoración a la innovación de procesos y servicios.

Finalmente, ilustra cómo algunas instituciones financieras han podido vincular de manera directa la innovación al crecimiento, mediante la revisión de las mejores prácticas aplicadas por prominentes ejecutivos que se desempeñan en la industria de intermediación financiera.

Luchando para crecer

Sin importar su tipo o tamaño, las instituciones financieras enfrentan un reto permanente para crecer a su mejor potencial, aun después de completar en forma satisfactoria complejas reestructuraciones. Por su parte, los mercados financieros recompensan a aquellas organizaciones que alcanzan el mejor aumento relativo en ingresos.

En este caso, el análisis de este estudio muestra – sobre una base mundial – que los cinco bancos con el incremento más rápido en ganancias vieron disparar el valor de su acción en aproximadamente un 91 por ciento en un periodo de cuatro años, el cual es más de cuatro veces el promedio de la industria.

SMART BUSINESS

Cada organización financiera desea desarrollar un producto sin precedentes, que le dé una importante ventaja en el mercado. Pero la realidad es que ese tipo de innovaciones son pocas y lejanas.

Incluso, se prevé que habrá menos espacio de desarrollo en la mayoría de las economías occidentales; entonces, el juego consistirá en “robar” **posición**

de mercado y participación de cartera mediante la reinversión del hábito de aportar valor a través de prácticas innovadoras.

Voltear al interior de la organización para conectarse al mercado

Aunque esto puede considerarse intuitivo, las instituciones financieras deben reconsiderar el hábito de crecer y voltear hacia su interior, para así formarse el hábito de crear valor y transformar su entendimiento del cliente en procesos y servicios que sean difíciles de copiar por los competidores.

Indudablemente, en el futuro, la tendencia hacia la diversificación de productos se reducirá a ofrecer lo mismo con pequeñas mejoras. Por lo tanto, para construir verdaderas propuestas ganadoras, es necesario que estos productos mejorados estén alineados y combinados óptimamente con mejoras significativas en procesos y servicios. Esto se puede alcanzar si se logra producir un “círculo virtuoso”.

Líderes y rezagados

Fallas en la conexión de la innovación a lo largo del negocio de forma coherente y coordinada nos dirigen a una costosa

Un enfoque particular en la transformación de productos, puede llevar a un aumento en la complejidad de los procesos y también de los costos operativos, lo que resulta en un “círculo vicioso” que aleja a los clientes y destruye el valor aportado por los accionistas o asociados. **La reinversión de procesos y servicios** hace exactamente lo opuesto, es decir, **crea valor mediante la retención de los clientes actuales y la atracción de nuevos clientes** a través de un “círculo virtuoso” de sencillez y eficiencia; por consiguiente, para asegurar el éxito en el futuro, es imperativo que las instituciones financieras puedan ganar la capacidad de conectar las innovaciones financieras desde su interior.

polarización. La “Tasa de Innovación *Premium*” descrita en esta investigación, calcula el mercado *Premium* futuro

SMART BUSINESS

Muchos productos financieros son “trampas de efectivo”, es decir, los ingresos que generan no compensan lo que se invierte en su diseño y entrega.

otorgado por el mercado en instituciones financieras, basado en su capacidad particular para transformarse. La diferencia entre las cinco organizaciones líderes con Innovación *Premium*, comparada contra las cinco con menor nivel de renovación al final del espectro analizado, es muy significativa – ésta equivale a billones de dólares en capitalización de mercado. También hay diferencias entre los tipos de compañías; se ha podido reconocer que los grupos diversificados que se mueven más rápido, a menudo evidencian una mayor Innovación *Premium* que las

Construir una organización innovadora

Las instituciones financieras exitosas comúnmente incluyen la innovación como parte intrínseca de la dinámica organizacional – desde estrategia y procesos, hasta el personal, sistemas y socios de negocios. Además desarrollan activamente buenas ideas para mantener en marcha el éxito comercial.

Implantar el perfeccionamiento dentro de una organización no es tarea fácil; algunas veces la mejora aislada a menudo conlleva a resultados equivocados o esfuerzos innecesarios y agotadores.

Para asegurar el éxito en el futuro, las entidades financieras

instituciones financieras que solamente operan en productos estándar, también llamados “*commodities*”, y los mercados regulados con clientes poco frecuentes o de baja interacción. Sin embargo, el estudio también muestra que realmente no hay ganadores o perdedores predeterminados, sino que más bien las instituciones financieras necesitan trabajar más en reorientar el crecimiento por ingresos mediante la transformación de procesos y servicios a lo largo de sus ciclos de negocios.

deben aprovechar mejor las millonarias inversiones que son utilizadas únicamente en la creación de productos, hacia una innovación más integral a lo largo del negocio para potenciar adelantos de procesos y de servicios.

Para aquellas instituciones que logren resultados, la reubicación de estas inversiones conectará mejor productos a procesos y renovación de servicios, en consecuencia, les será más factible alcanzar la gran recompensa de ingresos robustos y mejor retorno de la inversión.

SMART BUSINESS

La gran mayoría de las organizaciones financieras no prestan mucha atención a la innovación de procesos y servicios, lo que facilita – a aquellas instituciones que sí los ejecutan – obtener el factor diferenciador y la ventaja competitiva.