



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Relaciones Públicas

TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

“Las fintech y la comunicación en la banca 3.0”

Relevamiento de nuevas tendencias y su implementación en el sector
bancario argentino

Caso Banco de Tierra del Fuego



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Alumna: Tomasina María Sarciat – DNI 35.162.359

Director: Prof. Lic. Manuel Montaner

Tutora: Prof. Lic. Constanza Lazazzera

Lugar y fecha: Buenos Aires, noviembre de 2017

e-mail: tomasina.sarcia@gmail.com

Indice

Abstract.....	3
Problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Capítulo I: “La banca argentina”.....	5
Capítulo II: “El comienzo de la revolución tecnológica: el cajero automático”.....	12
Capítulo III: “La irrupción de las fintech”.....	18
Capítulo IV: “Las fintech en Argentina”.....	24
Capítulo V: “Tendencias en materia de comunicación”.....	32
Capítulo VI: “El caso del Banco de Tierra del Fuego”.....	37
Capítulo VII: “Plan de comunicación para el BTF”.....	46
Conclusiones.....	53
Anexo.....	55
Bibliografía.....	61



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Abstract

El presente trabajo es un relevamiento acerca de cómo han ido evolucionando durante los últimos años las tecnologías aplicadas a las finanzas y la comunicación institucional en el sector bancario argentino.

El principal objetivo de esta investigación es presentar un plan integral de comunicación al Banco de Tierra del Fuego. Con esto se pretende mejorar el servicio y fortalecer los vínculos con los distintos públicos de interés.

Problema

Este trabajo parte de la idea de que las crisis económicas argentinas, más específicamente la del 2001, dejó grandes secuelas en cuanto a la desconfianza de los usuarios de servicios financieros.

Desde entonces, en la búsqueda de contrarrestar esta situación, el sector bancario ha ido incorporando cada vez más innovaciones en tecnología, seguridad, transacciones, información y comunicación aplicado al ámbito de las finanzas, siempre de la mano de las relaciones públicas.

Esto debería ser positivo ya que las nuevas tecnologías de información y comunicación permiten mayor alcance y facilidad de captar nuevos clientes. Sin embargo, el problema que se plantea en este trabajo es que se están descuidando aspectos que repercuten en la reputación de los bancos.

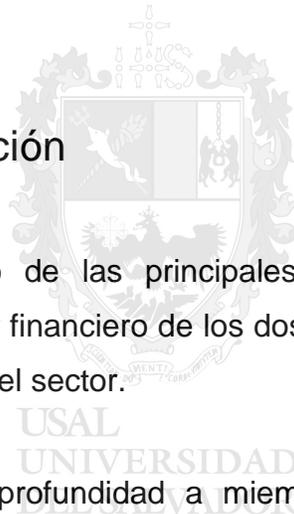
Las entidades bancarias construyen sus estrategias de marketing basándose en lo sencillo que es operar online y obtener un nuevo préstamo o paquete de productos, pero la experiencia de los clientes no siempre se condice con dichos mensajes.

Dentro del universo de los clientes y potenciales clientes del sector bancario, se encuentran desde los nativos digitales, que manejan los smartphones y aplicaciones con fluidez –esto no implica que todos sepan usar el cajero automático o el homebanking-, hasta los clientes y/o personas no bancarizadas que se niegan a operar por canales electrónicos, prefiriendo asistir a la sucursal y ser atendidos personalmente, aunque les pueda llevar horas.

Por todo lo mencionado, los bancos deben lidiar con las barreras de la percepción, las ideas, la cultura y la educación para facilitar la experiencia de los usuarios. Esto genera un desafío para las entidades que compiten permanentemente por tener los mejores productos y servicios, comunicando situaciones ideales que no se reflejan al acudir a la entidad.

Objetivos de la investigación

- Realizar un relevamiento de las principales nuevas tendencias, noticias y repercusiones en el sector financiero de los dos últimos años, y la implicancia de las relaciones públicas en el sector.
- Realizar entrevistas en profundidad a miembros del BTF para conocer su perspectiva respecto de las relaciones públicas de la entidad.
- En base al relevamiento de información y las entrevistas, presentar un plan de comunicación basado en estrategias puntuales al Banco de Tierra del Fuego.



Capítulo I

“La banca argentina”



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I.I. El Banco Central de la República Argentina

Es pertinente comenzar este trabajo mencionando al ente regulador por excelencia del sector bancario en el país: El Banco Central de la República Argentina, en adelante BCRA.

El BCRA se desempeña como ente autárquico del Estado Nacional. En el artículo 3 de su Carta Orgánica (Ley 24.144, 2012) expone su razón de ser: “Promover, en la medida de sus facultades y en el marco de las políticas establecidas por el gobierno nacional, la estabilidad monetaria, la estabilidad financiera, el empleo y el desarrollo económico con equidad social”. (p. 6).

Para poder comprender mejor el alcance de sus funciones, se cita el artículo 4 de la ley 24.144:

“ARTÍCULO 4º — Son funciones y facultades del banco:

- a) Regular el funcionamiento del sistema financiero y aplicar la Ley de Entidades Financieras y las normas que, en su consecuencia, se dicten;
- b) Regular la cantidad de dinero y las tasas de interés y regular y orientar el crédito;
- c) Actuar como agente financiero del Estado nacional y depositario y agente del país ante las instituciones monetarias, bancarias y financieras internacionales a las cuales la Nación haya adherido, así como desempeñar un papel activo en la integración y cooperación internacional;
- d) Concentrar y administrar sus reservas de oro, divisas y otros activos externos;
- e) Contribuir al buen funcionamiento del mercado de capitales;
- f) Ejecutar la política cambiaria en un todo de acuerdo con la legislación que sancione el Honorable Congreso de la Nación;
- g) Regular, en la medida de sus facultades, los sistemas de pago, las cámaras liquidadoras y compensadoras, las remesadoras de fondos y las empresas transportadoras de caudales, así como toda otra actividad que guarde relación con la actividad financiera y cambiaria;

h) Proveer a la protección de los derechos de los usuarios de servicios financieros y a la defensa de la competencia, coordinando su actuación con las autoridades públicas competentes en estas cuestiones. En el ejercicio de sus funciones y facultades, el banco no estará sujeto a órdenes, indicaciones o instrucciones del Poder Ejecutivo nacional, ni podrá asumir obligaciones de cualquier naturaleza que impliquen condicionarlas, restringirlas o delegarlas sin autorización expresa del Honorable Congreso de la Nación”. (Ley 24.144, 2012, p. 6).

En resumidas palabras, el BCRA es un intermediario entre usuarios y entidades financieras, y entre estas y los poderes públicos. Regula las políticas económicas y la riqueza del país. Con los avances tecnológicos que llegaron al ámbito de las finanzas, el BCRA está intentando regular y adaptar las normativas vigentes a estas nuevas tecnologías, buscando favorecer a las nuevas entidades financieras digitales, al mismo tiempo de facilitar la experiencia de los usuarios y defender sus intereses. En este intento, debe regular lo que está permitido y lo no permitido. En apartados siguientes se verá la postura de la entidad.

Algo para destacar del BCRA es la información que brinda a los usuarios en su sitio web, respecto de cómo tramitar un producto o servicio, cómo utilizar homebanking, cómo conocer su situación crediticia en la central de alertas, entre otras tantas posibilidades.

I. II. Algunos representantes del sector bancario argentino

Los bancos, como otras organizaciones, están representados por distintas asociaciones defensoras tanto de sus derechos, como de los usuarios de servicios financieros. A continuación, se detallan los más importantes.

- a. Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA). En su sitio oficial, ADEBA (2017) expone su razón de ser:

“El principal compromiso de ADEBA como Asociación que representa a la banca nacional es arriesgar junto con los que arriesgan por el país logrando que el crédito se convierta en una de las principales herramientas para afianzar el crecimiento económico y para abatir el flagelo de la desocupación y la pobreza”. (ADEBA, 2017).

El sitio oficial de ADEBA ofrece capacitaciones en materia bancaria, reúne noticias de interés de los bancos asociados, publica las normativas del BCRA y AFIP, emite comunicados institucionales, comparte imágenes de sucursales de bancos adheridos, propone actividades y comparte información sobre reuniones anuales que hacen desde el año 2003.

Algo para destacar de ADEBA, es que invita a acceder a otro sitio creado para informar sobre las posibilidades de operar sin efectivo, www.nouseefectivo.com, donde hace referencia al homebanking, la banca telefónica, la tarjeta de débito y crédito, el débito automático, entre otros. También, brinda importantes recomendaciones de seguridad. Esto habla de cómo el sistema financiero y los entes involucrados se están adaptando a las nuevas modalidades.

b. ABA (Asociación de bancos de la Argentina)

“La Asociación de Bancos de la Argentina (ABA) es una entidad empresaria creada en 1999, cuyo objetivo es representar a los bancos de capital internacional con operaciones en el país (...) La misión institucional de ABA es promover el desarrollo de la banca, servir sus intereses y contribuir a crear una conciencia pública sobre la importancia de contar con un sistema financiero sólido como instrumento fundamental para el desarrollo sostenido del país”. (ABA, 2017).

Aba publica, para conocimiento del público en general, un ranking de los bancos asociados donde informa la cantidad de sucursales, empleados, cajeros automáticos, clientes activos, pasivos, tarjetas de débito, y también el patrimonio de cada banco. Si