

WSBI WORLD CONGRESS - 100 YEARS

(Roma, 31 de Octubre de 2024)

Chairman: Mr. Isidro Fainé

Ministro de Economía y Finanzas, Gobernador del Banco de Italia, Alcalde de Roma, Don Roberto Gualtieri, Distinguidos Dignitarios e Invitados, Miembros, Presidentes, Consejeros, Directores y Ejecutivos del WSBI, Señoras y Señores:

Ha llegado el momento de clausurar esta edición tan especial e inspiradora del Congreso Mundial del World Savings And Retail Banking Institute, durante el cual conmemoramos nuestros primeros 100 años de vida.

Celebrar el Centenario en este maravilloso país y en esta extraordinaria ciudad tiene un significado especial, puesto que nuestro Instituto nació a poco más de 500 kilómetros de aquí, en la también magnífica ciudad italiana de Milán.

En el siglo I antes de Cristo, el poeta romano Tibulo, denominó a Roma como la "Ciudad Eterna".

Unos años más tarde, el poeta Ovidio, refiriéndose a Roma, escribió: "Todo cambia pero nada perece".

Con esta cita, Ovidio subrayó el dinamismo constante, y la naturaleza siempre cambiante del mundo, en el sentido de que no nos limitamos a adaptarnos al cambio, sino que lo moldeamos, y somos protagonistas de él.

Sin duda, estas palabras resultan muy inspiradoras, justo ahora que cumplimos 100 años. Ya que definen perfectamente, nuestra trayectoria.

Cumplir 100 años es, obviamente, un hito emblemático en nuestra historia, y lo debemos aprovechar para recordar las lecciones que nos brinda nuestro pasado, que son muchas y muy aleccionadoras.

Nuestros fundadores se inspiraron en los ideales del ahorro y del progreso social. Y sentaron las bases de un Instituto que ha resistido todo tipo de convulsiones económicas, guerras, pandemias y transformaciones tecnológicas.

Durante décadas, hemos ido ensanchando nuestra presencia geográfica de modo que hoy en día llegamos a todos los continentes. Somos la voz de más de 6.400 cajas de ahorro y bancos minoristas y servimos a más de 1.700 millones de clientes en todo el mundo.

Pero además de mirar hacia atrás, hay algo aún más útil que podemos hacer hoy y aquí. Me refiero a que esta efeméride es también el momento idóneo para afrontar dos tareas imprescindibles mirando al futuro.

Primero: Analizar las perspectivas del entorno global y del sector financiero en el que se mueven nuestras entidades, tal como efectivamente hemos hecho estos días de la mano de los magníficos expertos y líderes que nos han acompañado.

Y la segunda tarea es: Reflexionar sobre cuáles son las mejores estrategias competitivas que podemos diseñar para proyectarnos hacia adelante.

Pero eso no es todo, ya que este Congreso Mundial del Centenario desempeña otra función primordial, que no es otra que la de reafirmarnos por lo que respecta a quiénes somos, qué representamos,

y hacia dónde nos dirigimos como institución y como comunidad global de entidades de ahorro socialmente responsables.

Queridos colegas: ¿Quiénes somos? y ¿Hacia dónde vamos?

Pueden parecer dos preguntas retóricas, ingenuas, y complejas de responder. Pero resultan ser todo lo contrario, ya que son sobrias, cruciales, y fáciles de responder.

De hecho, para encontrar las repuestas no hay más que volver la vista hacia nuestros orígenes, nuestros fundamentos, y nuestros valores y cultura. Porque en ellos residen dos fuerzas que han sido claves en el pasado, y que lo seguirán siendo de cara al futuro. Por un lado, constituyen la esencia de nuestra identidad. Y por otro lado, alimentan palancas competitivas muy poderosas para seguir afrontando con éxito los retos que tenemos por delante.

Es decir, tal como yo lo veo, nuestra identidad es, precisamente, nuestra mejor ventaja competitiva. (Si me lo permiten, intentaré explicarme brevemente).

En el núcleo del WSBI se encuentran los cuatro ejes que guían cada uno de nuestros pasos: nuestra visión, nuestra misión, nuestros valores y nuestra cultura.

Estos elementos no son meros enunciados que adornan nuestros informes y folletos. Son, sin duda, el reflejo vivo de nuestro compromiso con la Sociedad y con nuestros clientes. Son el alma de nuestras instituciones, moldeada por años de dedicación y servicio a comunidades de todo el mundo.

Permitidme que haga unas breves reseñas sobre estos cuatro ejes fundamentales.

Nuestra visión es clara y ambiciosa, aspiramos a un mundo donde la inclusión financiera sea una realidad para todos, y donde cada persona tenga acceso a los servicios bancarios que precisa para mejorar su calidad de vida (sea el lugar que sea).

Esta visión se convierte en el faro que guía nuestras acciones. En otras palabras, el norte hacia el que orientamos nuestras estrategias.

Por su parte, nuestra misión consiste en llevar esa visión a la práctica de manera sostenida en el tiempo, a base de proporcionar servicios bancarios que no solo sean accesibles, sino también justos, responsables y adaptados a las necesidades concretas y reales de nuestros clientes (y siempre con la calidad y la prudencia como banderas).

No estamos aquí para ser un banco más, sino para ser el banco que nuestros clientes necesitan, un banco que realmente se preocupa por su bienestar y por su futuro.

Los valores del WSBI son aquellos que nos definen como instituciones responsables y arraigadas en nuestras respectivas comunidades.

Entre estos valores encontramos:

- la empatía, que nos permite entender a nuestros clientes y sus necesidades,
- la integridad, que asegura que nuestras acciones procuren ser siempre justas y transparentes,

- y el afán innovador, que nos impulsa a buscar constantemente nuevas formas de servir mejor a nuestros clientes.

Finalmente, nuestra cultura es una mezcla única de tradición y modernidad, ya que respetamos nuestras raíces y las de nuestras comunidades, pero a la vez, miramos hacia el futuro con mentalidad abierta al cambio.

Esta dualidad es la que nos permite ser tanto guardianes de lo que es importante como pioneros en lo que es posible.

Nosotros no solo tenemos una estrategia sólida, sino una cultura rica y profundamente arraigada, que guía cada una de nuestras decisiones y acciones, por pequeñas que sean. Y no lo olvidemos: la cultura empresarial no es algo que una empresa pueda poner y quitar a conveniencia; es lo que cada empresa atesora en lo más profundo de su naturaleza. Y esto acaba siendo mucho más importante de lo que a veces se reconoce. De hecho, es el factor distintivo de una empresa.

Tal como dijo Peter Drucker, el padre del *management* moderno: "La cultura se come a la estrategia en el desayuno."

Como todos ustedes bien saben, en el WSBI utilizamos las famosas 3 R's para sintetizar nuestro sistema de valores y de cultura empresarial.

Las 3 R's hacen referencia a las iniciales de los tres atributos básicos con los que el WSBI y sus entidades asociadas se auto-identifican:

- ✓ Retail: es decir, comprometidos con los clientes.
- ✓ Regional: es decir, comprometidos con el territorio.
- ✓ Y Responsable: es decir, comprometidos con la Sociedad de la que formamos parte.

Estas 3 R's no son un lema o una estrategia comunicativa; son la manera en que, desde hace muchos años y muchas décadas, el WSBI interpreta y concreta lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Corporativa.

Y para nosotros, la Responsabilidad Social no es simplemente una moda pasajera del mundo corporativo, es un compromiso sincero, puro e irrenunciable. En otras palabras, es parte de nuestro ADN. Las 3 R's del WSBI se reflejan en todo lo que hacemos.

Cuando hablamos de Retail, nos referimos a nuestra especialización en la banca minorista, donde cada cliente cuenta y cada relación comercial, por pequeña que sea, siempre es la más importante para nosotros.

En un mundo donde las finanzas pueden parecer frías y distantes, nosotros optamos por un enfoque cálido y cercano.

En el WSBI, no vemos a nuestros clientes como simples números en una pantalla, sino como personas con historias, sueños y necesidades particulares (que intentamos conocer y hacerlas nuestras).

Cuando decimos que tenemos vocación Regional, nos referimos a nuestra profunda conexión con las comunidades a las que servimos.

No somos instituciones desconectadas de la realidad que nos rodea.

Por el contrario, somos parte integral de nuestras comunidades, siendo sabedores de que esta relación nos enriquece mutuamente.

De hecho, un rasgo característico de nuestros modelos de negocio es la vocación de echar raíces allí donde operamos.

Finalmente, cuando decimos que somos responsables, estamos hablando de nuestro compromiso inquebrantable con la ética y la sostenibilidad (social y medioambiental).

Para nosotros, la responsabilidad es una cuestión de ética, de hacer siempre lo correcto.

Por ello, cada acción que emprendemos es cuidadosamente considerada en términos de su impacto individual y colectivo.

La pregunta que os planteo es: ¿Por qué, y cómo, estas 3 R's pueden ayudarnos a competir en el mercado bancario? (Teniendo en cuenta que es un mercado cada vez más dinámico y exigente, donde las incesantes innovaciones digitales y la Inteligencia Artificial aparentan ser los únicos elemento clave).

Pues bien, la respuesta podemos encontrarla en saber detectar, y explotar, el gran valor que reside en tres grandes ventajas competitivas que emanan directamente de nuestro ADN.

Para expresarlo sintéticamente, podríamos decir que las 3 R's:

1. Nos convierten en necesarios (para los clientes).
2. Nos hacen diferentes (respecto a los competidores, y por lo que respecta a la calidad de servicio).
3. Y nos proporcionan la fuerza y la motivación imprescindibles para dar lo mejor de nosotros mismos (Me refiero a todos quienes trabajamos en las entidades miembros del WSBI).

Me gustaría argumentar brevemente estas tres afirmaciones.

En primer lugar, creo que nuestras 3 R's nos convierten en necesarios para todo tipo de clientes.

Ser necesario significa llenar un vacío que otros no pueden o no quieren cubrir, y en ello reside nuestra verdadera relevancia.

Nuestro compromiso con la inclusión financiera es un pilar fundamental de nuestra razón de ser.

Y es nuestro punto fuerte, puesto que nos abre un espacio al que otros bancos renuncian (posiblemente, porque lo ven relativamente poco rentable).

Ciertamente, nosotros no estamos en el negocio de simplemente vender productos. Estamos en el negocio de ayudar a mejorar la vida cotidiana de las personas, ofreciéndoles un servicio diferencial en función de las circunstancias de cada uno. Perseguir la inclusión financiera no es un ejercicio baldío, sino todo lo contrario: nuestros clientes tienen muchas necesidades financieras y sociales, que nosotros podemos y debemos cubrir.

Si conseguimos atenderles bien, ellos nos lo agradecerán, y se abrirá ante nosotros un campo natural de actuación lleno de oportunidades de negocio para nuestras entidades.

En segundo lugar, las 3 R's nos hacen diferentes a otros tipos de bancos. Y no solo diferentes, sino únicos.

Este factor es crucial, ya que afrontamos un mercado donde la competencia es feroz, y donde diferenciarse de los competidores es esencial para alcanzar el éxito. Y nosotros, somos verdaderamente singulares.

De entrada, nuestro enfoque de cercanía nos permite ofrecer productos y servicios que están perfectamente alineados con las preferencias materiales y emocionales de cada uno de nuestros clientes.

Además, las 3 R's nos permiten construir relaciones más sólidas y duraderas con los clientes, relaciones basadas en la confianza y en un entendimiento mutuo.

Y todo ello, sin renunciar a desarrollar las tecnologías más punteras y los procesos más eficientes, porque para nosotros la innovación es un reto permanente.

Como sabiamente ya dijo Steve Jobs: "La innovación es lo que distingue a un líder de un seguidor".

Pues bien, lo que quiero resaltar es que nosotros, en el WSBI, somos líderes no solo por nuestra capacidad de innovar en abstracto, sino por nuestra capacidad de innovar de manera que sea realmente tangible y útil para cada uno de los clientes que hace uso de nuestros servicios.

Finalmente, y quizás lo más importante, sea que el compromiso social distintivo del WSBI acaba siendo, además, una palanca poderosísima para motivar a nuestros empleados.

Estoy pensando en la motivación trascendente. Es decir, esa ilusión que se siente cuando desempeñas un trabajo con propósito social transformador, que va mucho más allá de lo egocéntrico y de lo inmediato.

Esa es la fuerza que impulsa a nuestros equipos a dar lo mejor de sí mismos, para ayudar a todos nuestros clientes y beneficiarios. Y no es difícil entender el por qué.

Sencillamente, cuando los empleados sienten que su trabajo tiene un significado colectivo profundo, que están contribuyendo a algo más grande que ellos mismos, entonces su motivación y compromiso se disparan. (Y, además, se trabaja con gusto).

Esta motivación mejora la calidad del servicio que nuestros empleados ofrecen a los clientes. Impulsa la innovación dentro de nuestras empresas. Y se traduce en excelencia operativa.

Además, la motivación trascendente no solo alimenta el deseo de hacer bien el trabajo de hoy; sino que también inspira a nuestros Directivos a guiar con propósito, visión, y ambición de futuro y les compromete a respetar los tres principios del buen liderazgo: ejemplaridad, rectitud de intención y vocación de servicio (tanto hacia el equipo interno como hacia los clientes).

A modo de conclusión, y ahora que nos despedimos de este Congreso del centenario, les invito a todos a reflexionar sobre lo que hemos discutido durante estos días. Y a renovar nuestro compromiso con las 3 R's. Y esto no es solo una cuestión de principios. Sino que también es, en mi opinión, una cuestión de supervivencia. Puesto que ese ya ha sido, y lo continuará siendo, nuestro mejor camino hacia el éxito en un mercado cada vez más complejo y difícil.

En este sentido, me gustaría concretar los objetivos estratégicos que el WSBI tiene establecidos para los próximos años.

Se centran en cuatro pilares fundamentales, al hilo de las ideas que he expuesto anteriormente.

El primer pilar es la “Inclusión Financiera y Social”: En este frente, nuestro objetivo es brindar financiación a los segmentos más vulnerables de la población (si hace falta, siendo creativos).

Esto incluye, entre otras cosas, ofrecer microcréditos para quienes, normalmente, no cumplirían con los requisitos de la banca convencional.

Además, queremos esforzarnos por mantener redes amplias de sucursales, que faciliten el acceso a servicios bancarios en persona en las áreas rurales y remotas, donde no operan otras instituciones financieras.

También tenemos la intención de atender a todos los segmentos de la población, con énfasis en las personas mayores. Además, nuestros programas de educación financiera son otra fortaleza del WSBI que nos distingue de otras instituciones financieras.

En 2023, alrededor de 400 millones de personas (clientes y no clientes) participaron y se beneficiaron de alguno de nuestros programas de educación financiera.

El segundo pilar es la “Digitalización y la Innovación”. Aquí, queremos asegurarnos de que nuestros miembros y clientes estén bien equipados con las herramientas, habilidades y conocimientos necesarios para prosperar en este mundo digital, teniendo siempre en cuenta las consideraciones éticas.

Los ámbitos de actuación prioritarios son: la Inteligencia Artificial, la Ciberseguridad, las herramientas para la gestión de riesgos y la mejora de la experiencia del cliente cuando utiliza los canales digitales (porque el buen trato al cliente es siempre crucial, también por estas vías).

La "Sostenibilidad" representa nuestro tercer objetivo estratégico. Estamos decididos a promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, a través de inversiones sustanciales y de programas específicos.

Los miembros del WSBI seguirán lanzando iniciativas de todo tipo para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas en su camino hacia la transición energética.

Además, nuestros miembros también participan en multitud de proyectos de sostenibilidad basados en la comunidad, mediante iniciativas tales como reforestar bosques y suministrar agua potable.

Y el cuarto objetivo estratégico es especialmente importante: la "Responsabilidad Social y el Impacto Global". Desde hace 100 años estamos a la vanguardia de esta tarea a través de la Obra Social y los programas filantrópicos de las entidades asociadas al WSBI.

Pero queremos redoblar nuestros esfuerzos. Con tal finalidad, hemos dado un paso de gigante. Me refiero a la creación del Consejo Social y Filantrópico, que tuvo lugar durante las Asambleas Estatutarias que se celebraron en Marruecos, en octubre del año pasado.

Y nos hemos puesto manos a la obra, ya que en abril de este año este Consejo emitió la Declaración de Bangkok, que va a ser la hoja de ruta para la expansión del compromiso de WSBI con la acción social y la filantropía.

El campo de trabajo del Consejo Social y Filantrópico abarca seis áreas:

1. Reducción de la pobreza
2. Apoyo a los jóvenes

3. Promoción de la educación
4. Empoderamiento de la mujer
5. Atención a los ancianos
6. y Sostenibilidad ambiental.

Al centrarse en estas áreas, el Consejo sirve como plataforma para que los miembros de WSBI intercambien ideas y compartan las mejores prácticas, además, fomenta inversiones concretas que fortalecen a las comunidades y empoderan a las personas más vulnerables.

A este respecto, me gustaría recordar que, cada año, las entidades asociadas al WSBI destinan unos 3.500 millones de dólares a iniciativas sociales en todo el mundo. Nuestro objetivo es llegar a los 5.000 millones de dólares en 2 años.

Sin duda, hacemos una gran tarea, pero aún podemos hacer mucho más.

Trabajando juntos, podremos llegar mucho más lejos y beneficiar las vidas de muchas más personas y colectivos vulnerables en todo el mundo.

Por tanto, os animo a formar parte de las acciones del Consejo Social y Filantrópico. Y unamos nuestras fuerzas por tan noble causa.

Queridos amigos, voy acabando ya.

Creo que los miembros del WSBI tenemos motivos más que justificados para proclamar que: somos algo más que meras instituciones financieras. Ya que, con las acciones filantrópicas, impulsamos el

cambio social y facilitamos el progreso humano. Porque conocemos la naturaleza humana, y somos defensores de su libertad.

Somos, también, amantes de la justicia y de la equidad. Y hacemos cuanto está en nuestra mano para ayudar a los colectivos más vulnerables.

Como decían los clásicos: lo que depende de nosotros, es siempre alcanzable.

Solo es cuestión de hacer valer nuestra voluntad de conseguirlo. Por tanto, ahora que se inicia nuestro segundo centenario, sigamos trabajando juntos para hacer del mundo un lugar más inclusivo, más justo y más próspero para todos.

Muchas gracias.