

MARTES

FINANCIERO

La Prensa

EL DIARIO LIBRE DE PANAMÁ

03.10.17 EDICIÓN N°996 www.martesfinanciero.com

- **EDUCACIÓN**
SIN CIENCIA
NO HAY
DESARROLLO
- **LOGÍSTICA**
EL AGRO ENTRA
A LA CADENA
- **RICHARD BRANSON**
ISLAS VÍRGENES,
TRAS EL HURACÁN

LA HORA DE LA BANCA REGIONAL

*Ramiro Ortiz Mayorga,
presidente del Grupo Promerica*



PANORAMA > EL TORNEO BANCARIO DEL NORTE DE AMÉRICA LATINA

EL BANCO QUE NAVEGA EN AGUAS AZULES

► La industria financiera de la región se apoya en los bancos multilaterales. Grupo Promerica, conglomerado al que pertenece St. Georges Bank Panamá, está presente en nueve países con una estrategia tan sencilla como contundente: atiende personas naturales y jurídicas.

ÓSCAR CASTAÑO LLORENTE /ocastano@prensa.com

La conversión del Centro Bancario Internacional en uno mayoritariamente regional llevaba consigo el temor de la industria financiera. Varios de sus especialistas se preguntan todavía por qué el país perdió brillo ante los bancos globales. Inquieran aun cuál será el desenlace de la salida de esos pesos pesados de la banca, qué puede hacerse para traerlos de regreso, y por ahora, quiénes llenarán sus casilleros.

De manera que en la banca en y desde Panamá participan ahora agentes locales y regionales. Los de origen foráneo, sobre todo los pertenecientes a corporaciones financieras suramericanas, coparon a principios de esta década los titulares de la prensa, con su récord de adquisiciones de otras entidades bancarias.

De parte de América Central, específicamente de Nicaragua, silencioso pero pertinaz como un gotero, nació un conglomerado que trabaja en nuestro país para atender al público local y centralizar las operaciones de su flota en nueve mercados ubicados en la parte norte de América Latina y el Caribe.

Identificadas en el nombre con un color verde de dos tonalidades y una estrella de *look* roquero,

nadan en las aguas de la región las naves del *holding* Promerica Financial Corporation. En palabras más familiares, Grupo Promerica. Registrado en Panamá, el conglomerado articula una serie de bancos que según su nacimiento o inicio de operaciones funcionan en Nicaragua (1991), Costa Rica (1992), El Salvador (1996), República Dominicana y Ecuador (2000), Honduras (2001), Panamá (2002), Guatemala (2007) y las Islas Caimán.

“Nos hemos convertido en un grupo financiero dinámico e innovador, que crece de forma balanceada y sólida en función de brindarles apoyo a personas y empresas, particularmente de los sectores productivos. (...) En la actualidad [contabilizamos] más de 2 millones 200 mil personas, entre naturales y jurídicas, que atendemos diariamente”, detalla Ramiro Ortiz Mayorga, fundador y presidente del Grupo Promerica.

Quiere decir que algo más de 1.5 usuarios —si existe tal posibilidad— acceden a la plataforma de servicios de una flota financiera regional cuyo capitán no descarta la anexión de otras naves. El conglomerado, recuerda Ortiz Mayorga, confirmó unos días antes de cumplir su vigésimo quinto ►►



TRAYECTORIA. Ramiro Ortiz Mayorga acredita más de 40 años de experiencia en la industria bancaria. Considera que el futuro de la banca está en el celular y los medios electrónicos. Son otros canales para expandir los servicios de los actores financieros.

Cortesía



PARTICIPACIÓN. El conglomerado emplea a 12 mil 412 personas. Opera en Nicaragua a través de Banpro Grupo Promerica. Atiende los demás países con estas instituciones: Banco Promerica Costa Rica, Banco Promerica El Salvador, Banco Promerica República Dominicana, Banco Promerica Ecuador, Banco Promerica Honduras, St. Georges Bank Grupo Promerica Panamá y St. Georges Bank Grupo Promerica Islas Caiman.

LA PRENSA/Luis García



aniversario la adquisición del negocio de consumo de Citibank Guatemala y el de Cititarjetas de este país. Unos años antes, el *holding* obtuvo un porcentaje mayoritario del ecuatoriano Pro-dubanco.

La operación en Guatemala le significó al conglomerado duplicar sus activos en ese mercado y anotar mil 474 millones de dólares. En este sentido, la transacción en el Ecuador, registrada en el primer trimestre de 2014, le permitió sumar 3 mil 900 millones de dólares.

“Con estos dos casos demostramos que nos gusta crecer para continuar profundizando nuestra visión de ser agentes de cambio en los países antes mencionados y en los que estamos operando. La oportunidad [de más adquisiciones] es posible, buscando siempre fortalecer nuestra condición de actor financiero en expansión”.

La síntesis de la expansión de Promerica consiste en haber empezado con 8 millones 200 mil dólares en activos y contabilizar ahora 12 mil 600 millones. En

COMPORTAMIENTO DE ACTIVOS

UN CUARTO DE SIGLO / CIFRAS EN DÓLARES AL 31 DE DIC. DE 2016

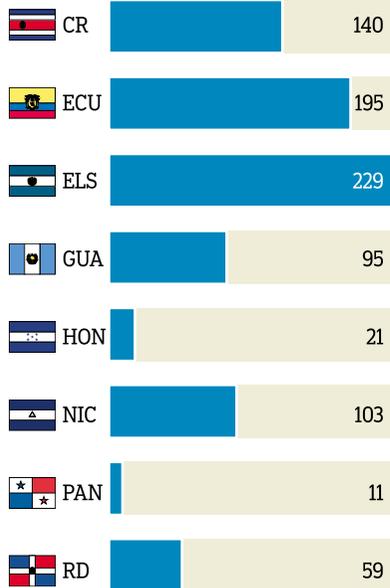
AÑO	ACTIVOS	PATRIMONIO	DEPÓSITOS	UTILIDADES
1991	8,267,780	2,545,594	6,297,170	-72,514
1995	85,926,969	88,389,903	61,496,080	94,344
2000	5,64,638,832	46,037,572	446,135,363	6,753,683
2005	1,741,941,305	140,284,434	1,465,154,031	32,984,286
2010	4,122,036,434	330,296,637	3,354,995,480	43,272,541
2011	4,664,144,806	403,892,747	3,897,783,839	6,836,450
2012	5,439,760,275	460,847,969	4,448,890,575	76,149,120
2013	6,161,909,972	522,390,653	5,082,420,036	83,590,009
2014	10,463,131,955	917,183,329	8,778,178,444	136,951,646
2015	10,622,605,896	931,295,405	8,766,609,359	124,469,549
2016	12,644,338,451	1,171,877,128	10,084,309,725	145,221,106

•infografía La Prensa •fuente Grupo Promerica

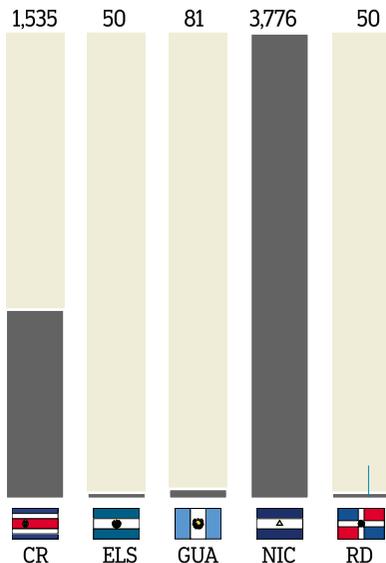
PRESENCIA REGIONAL

NÚMEROS RESPETABLES

SUCURSALES VENTANILLAS



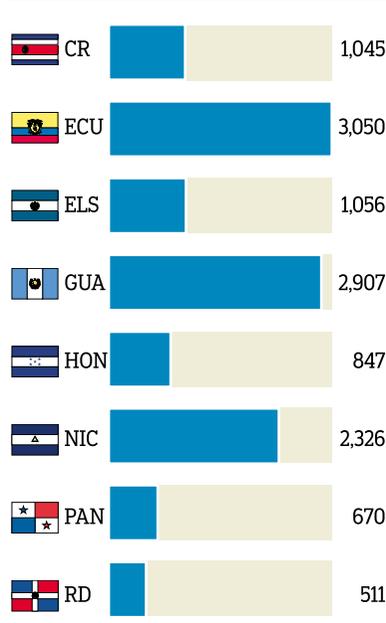
RED DE AGENTES BANCARIOS



RED DE ATMS



COLABORADORES



EL OCÉANO AZUL SURCADO POR LA ESTRELLA VERDE DEL ST. GEORGES BANK ESTÁ EN LA BANCA DE PERSONAS

haber apuntado una cifra inicial de depósitos de 6 millones 200 mil dólares y superar hoy 10 mil millones. En aumentar su patrimonio desde 2 millones 500 mil y rebasar mil 100 millones. (Ver infografía: **Presencia regional**).

EL LIBRO CELESTE

La trayectoria trazada por Promerica coincide con la estabilidad económica, sostenida, de varios de los países donde ofrece sus servicios. Un período de integración de mercados en el que salta a la vista la fuerza de las entidades multilaterales y en el que los clientes de la banca personal tienen más alternativas para manejar su dinero.

Respecto de la industria bancaria, su transformación regional llega a explicarse en **La estrategia del océano azul**, uno de los libros de cabecera de Eduardo Duque-Estrada, gerente general de St. Georges Bank Panamá Grupo Promerica. La obra, publicada en 1991, les plantea a las empresas el reto de dejar de competir entre sí, y, en vez de ello, ampliar el mercado a través de la innovación.

“El océano rojo —reseña Wikipedia— representa a todas las industrias existentes. El objetivo de sus empresas se sustenta en superar al rival y ganar una posición en el mercado”. El océano azul, en cambio, espiritualiza las ideas capaces de de-

tectar mercados por explorar y con el potencial de retribuir mejores rentabilidades. “Por lo general, estos escenarios nacen a partir de los océanos rojos”, añade de la biblioteca virtual.

Parte del océano azul surcado por la estrella del St. Georges Bank Panamá se encuentra en la banca de personas, en particular el segmento de tarjetas de crédito. El país tiene índices de bancarización por debajo del 40%, y el dinero plástico canaliza la llegada de más clientes al banco. Con más de 60 mil tarjetas en circulación en el istmo, el tracto cotidiano de estas transacciones procura en la entidad la oportunidad de presentarles a sus usuarios un portafolio de créditos para automóvil y de hipotecas.

Del otro lado del comprador se halla el comercio local, la tienda minorista o de servicios. “Somos muy importantes en el negocio de adquirencia. Vamos a los establecimientos y, por citar un ejemplo, proponemos: Usted, señor propietario de un restaurante, ponga el punto de venta de nuestro banco para que sus clientes pasen su tarjeta de crédito a la hora del pago. Hecha la alianza, autorizamos la transacción, previa revisión de la disposición de crédito del usuario”.

El local entrega el bien y el banco acredita la suma en la cuenta y se cobra el servicio. Con la operación descrita, la entidad factura más de 460 millones de dólares al año en Panamá.

“Empezamos en 2013 desde la nada en el negocio de adquirencia, el cual nos da una gran masa de comercios pequeños y medianos. Nosotros conocemos su facturación y les prestamos ➔➔



en función de eso. Hacemos alianzas con ellos para llevarles nuestros tarjetahabientes a sus comercios. Los clientes se benefician con las promociones y los descuentos de la tienda”.

El banco tiene más de mil 500 comercios afiliados en Panamá, entre ellos Audiofoto. Según un documento del *holding*, la empresa panameña ha forjado alianzas con jugadores locales y globales como Canon, Samsung, Panasonic, LG, Pionner, Sony, Whirlpool, Maxell y Toshiba.

La cartera de banca de personas del St. Georges Bank Panamá se robustece con los depósitos de clientes de otros países. Los crecimientos de esta cartera avanzan con la combinación de dos estrategias. “Esta compaginación nos han permitido tener una ventaja competitiva contra los otros bancos: tenemos una clientela de tipo regional y otra en Panamá. Hay personas que prefieren mantener sus ahorros en este país. En este punto somos de los principales bancos de América Central”.

En relación con la experiencia comercial en el istmo, en un comentario válido para la operación total del conglomerado, Duque-Estrada destaca cómo la entidad funciona según el concepto conservador de banca empresarial. “No andamos con cosas sofisticadas. Nosotros les permitimos a las empresas la recepción de pago o que cumplan sus compromisos sin costo a través de nuestro [*cluster*] regional, si ellas están en [nuestra] red. Y si esas sociedades necesitan financiamiento en un proyecto en la re-



POSICIONAMIENTO. Según la lista del regulador bancario panameño, el St. Georges Bank ocupa el cuarto puesto del segmento de tarjetas de crédito.

gión, nosotros tenemos la facilidad de dárselo, ya sea desde el banco en Panamá o desde la institución que tengamos en cada mercado”.

AZUL PROFUNDO

Ramiro Ortiz Mayorga reconoce la transformación de la industria bancaria precisamente en una época de cambios. Por delante surge un futuro de “oportunidades” pese a las crisis internacionales. “Todo se basa en fiscalizar y en ser exigentes con nuestros riesgos y encarar los novedosos canales electrónicos y [acompañar] los cambiantes sectores económicos que surgen a diario”.

Aprueba además que el mercado financiero centroamericano



Eduardo Duque-Estrada.

Cortesía

está mejor que hace unos años. Aunque sostiene que para progresar hay que integrarse en un ciclo de evolución macroeconómica. “Son bastante estables los estándares de liquidez y solvencia de la región. Los indicadores de rentabilidad y morosidad se encuentran en niveles relativamente saludables”, agrega.

Son las señales de navegación para los bancos regionales que operan en y desde Panamá. Con mucho de la tarea de bancarización pendiente y el aumento de más empresas en función de atender los mercados de América Central y el Caribe, las aguas están azules.

Si ofrecieran un tono colorado, las señales serían de... números en rojo.