

*Siempre adelante, siempre hacia arriba*



# COBISCORP

Internet Banking



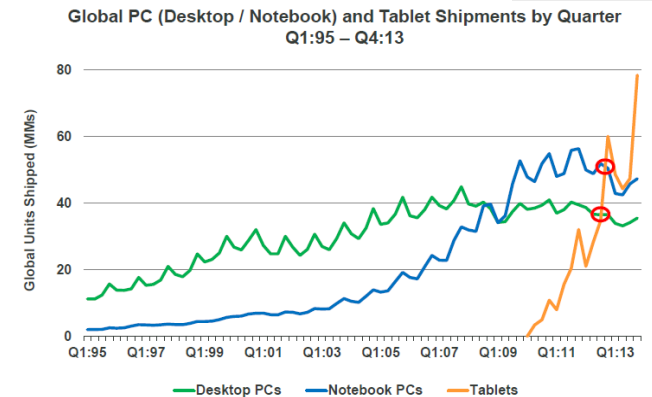
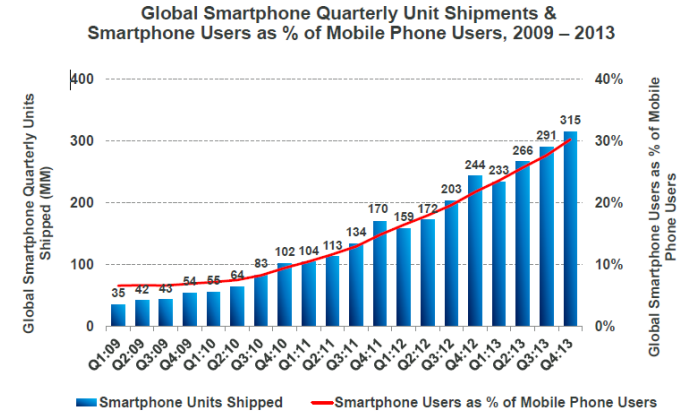
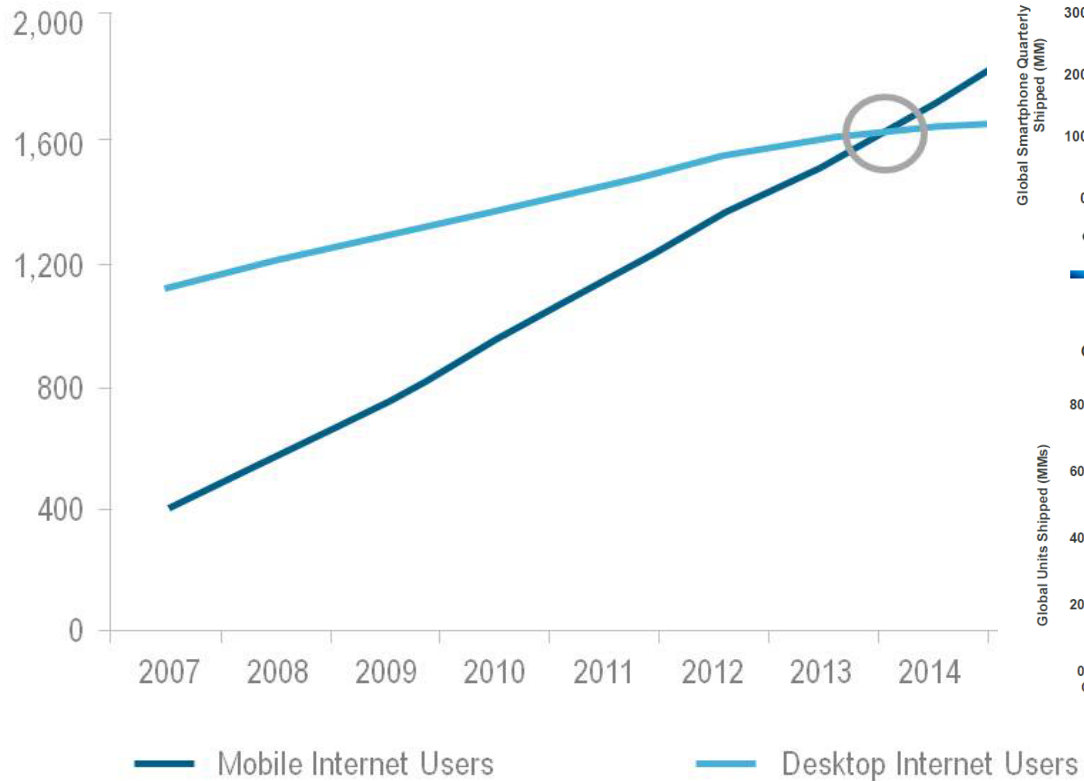


# Tendencias tecnológicas

Banco Hipotecario

Julio 2015

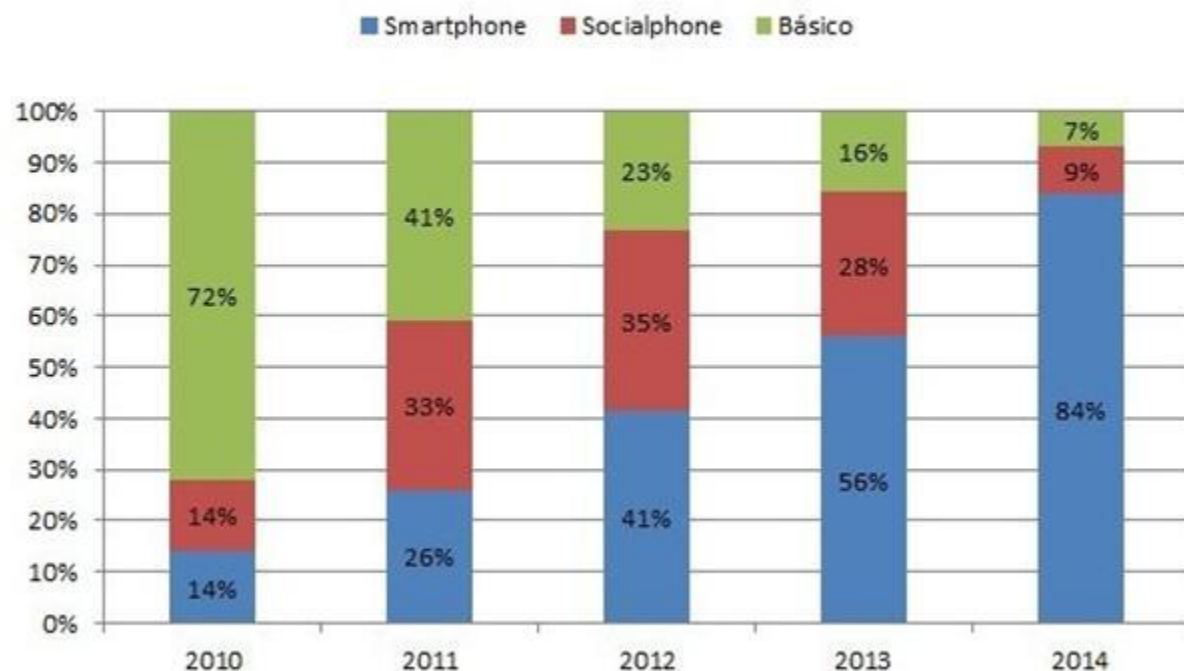
# Uso de internet a través de PC vs móviles



Fuente: Morgan Stanley, Internet Treds - 2014

# ¿Qué sucede en Argentina?

## Terminales por categoría

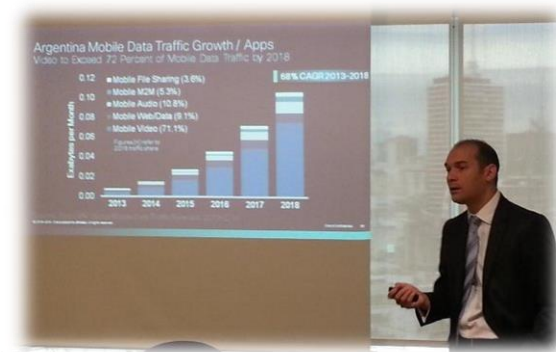


Fuente: Carrier y Asociados

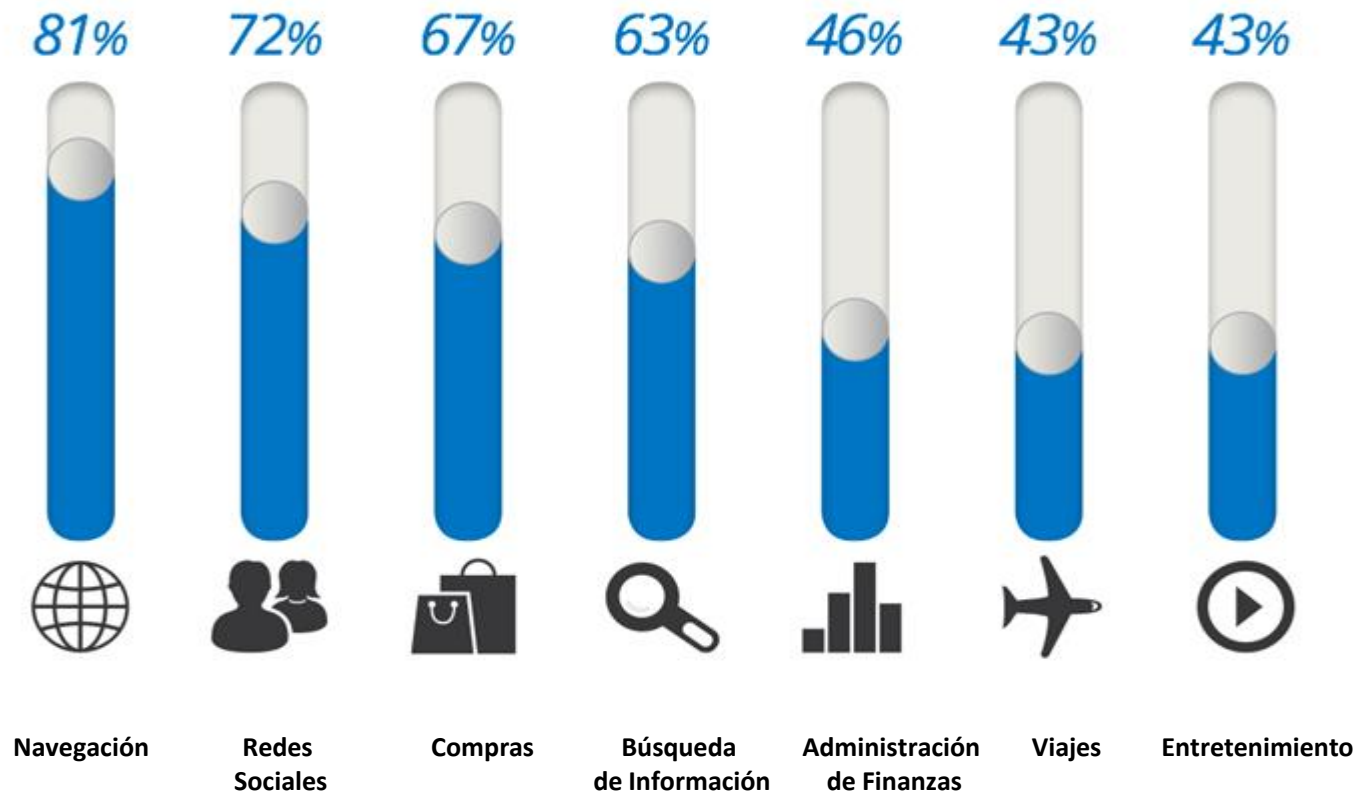
<http://bloggers.com.ar/cuantos-usuarios-moviles-hay-en-la-argentina/>

## 64MM de teléfonos celulares\*

<http://www.telam.com.ar/notas/201502/94273-argentina-mantendra-el-liderazgo-regional-en-el-uso-de-redes-sociales-desde-telefonos-moviles.html>

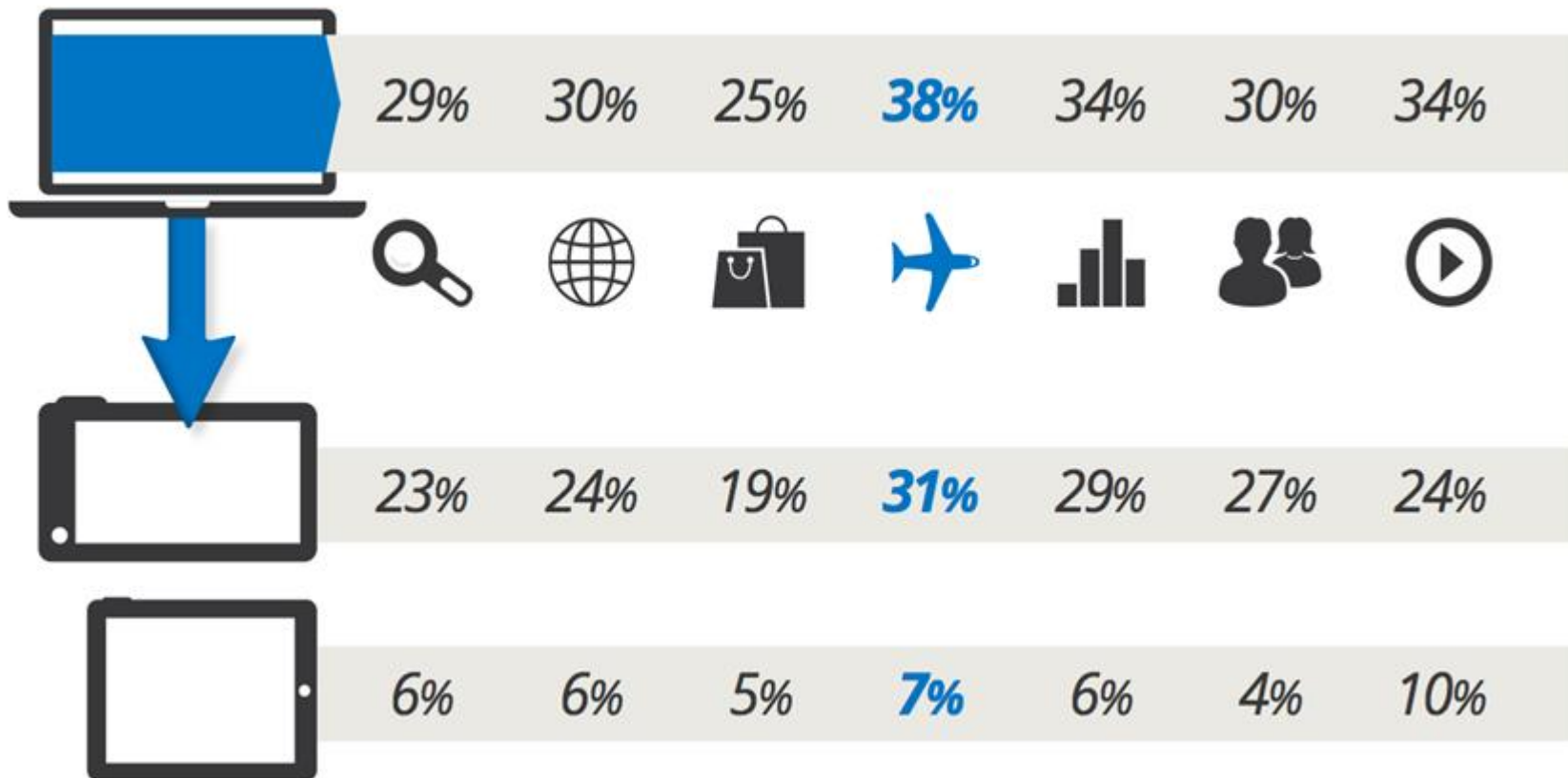


# ¿Qué actividades realizamos comúnmente en internet?

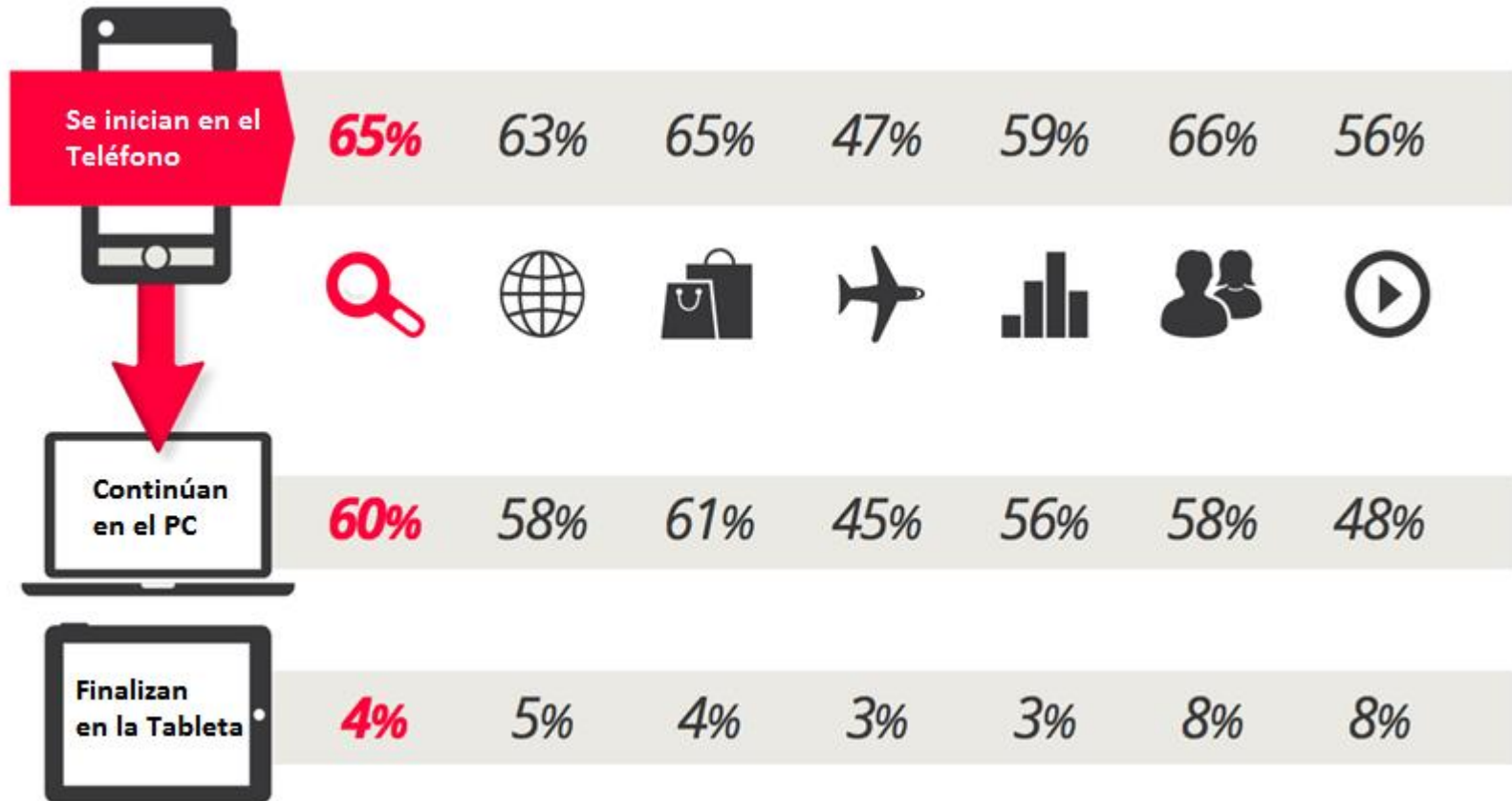




# ¿Multicanalidad?



# ¿Multicanalidad u Ommicanalidad?



# ¿Visión a futuro?

## Móvil/Tablet

Se consolida para consultas. Solo es transaccional en pagos. Social Banking le da aun mayor impulso

Plenamente funcional para transacciones vía Apps y Social Banking

Indispensable pues aporta funcionalidad no alcanzable en otros canales. (Real time, contexto, etc.)

0 a 3 años

4 a 7 años

8 a 10 años

## Oficinas

Continúa la progresiva reducción de oficinas. 1er downgrade de un gran banco por su pesada infraestructura física

Reducción de oficinas se convierte en estrategia declarada pues da mala imagen

Oficinas localizadas (Flagship, hubs especializados, etc)

Fuente: Tendencias en banca-EFMA-INDRA 2014



# ¿Visión a futuro?

## ATM

ATM y efectivo decrecen al mismo ritmo

ATMs son un centro de coste cada vez más insostenible. Integración con el móvil.

Se maneja muy poco efectivo y los puntos de extracción de efectivo comienzan a escasear.

0 a 3 años

4 a 7 años

8 a 10 años

## Contacto remoto

Básicamente telefónico. Call center para resolución de incidencias (reactivo) convive con el call center comercial (proactivo)

La voz da paso a la imagen. La telepresencia se empieza a generalizar vía diferentes dispositivos. (móvil, Tablet y Smart TV)

La telepresencia online y offline es vía principal de atención tanto para resolución de incidencias como para asesoramiento comercial.

Fuente: Tendencias en banca-EFMA-INDRA 2014

# Antecedentes

## Clientes:

- Rápido cambio tecnológico.
- Clientes expertos en tecnología.

## Bancos:

- Actividad bancaria a través de canales separados y poco coordinados entre si.



# Tendencia Omni Canal

El cliente obtiene acceso **transparente** a productos y servicios a través de los diferentes canales.

El cliente **decide** que canal desea utilizar.

Los servicios ofrecidos se relacionan de manera transparente a la **vida de los clientes**.





# Pilares fundamentales para Omni Canalidad

Los cuatro pilares de la transformación en una banca Omni Canal son:

- (1) La nueva sucursal,
- (2) El canal móvil,
- (3) Los medios sociales y
- (4) El video.

Fuente: Cisco IBSG, Junio de 2012



# La nueva Sucursal

La **sucursal** sigue siendo el canal preferido por la atención y el asesoramiento personal, además de los nuevos servicios.

- El **26 %** de los consumidores señaló que **dejaría su banco** actual si se eliminaran los asesores y los servicios.

- El **83 %** de los consumidores afirmó que estaría relativamente o muy interesado en Sucursales que ofrecen un portafolio ampliado de servicios financieros

Los clientes también están dispuestos a recibir **asesoramiento** por **medios virtuales**

El **video** será una pieza fundamental en la transformación de la Sucursal.

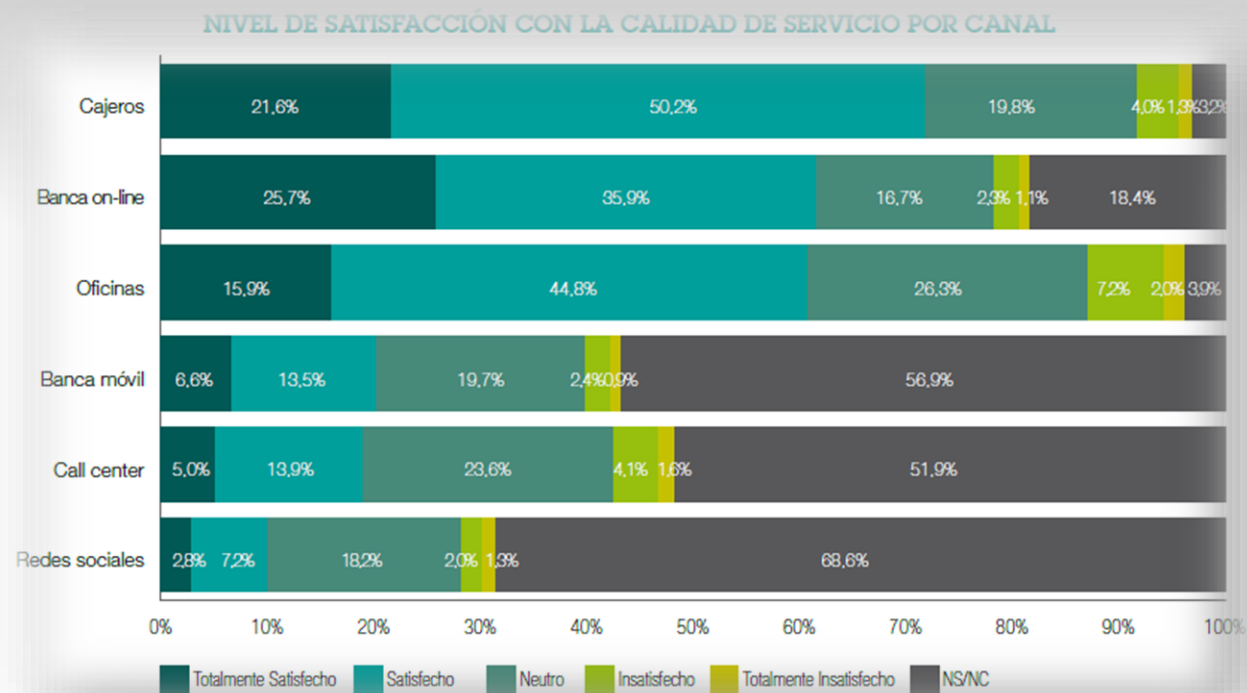
Fuente: Cisco IBSG, Junio de 2012

# Tendencias tecnológicas

## Omni Canalidad

La mayor parte de los **bancos** ofrece **Multi Canalidad**.

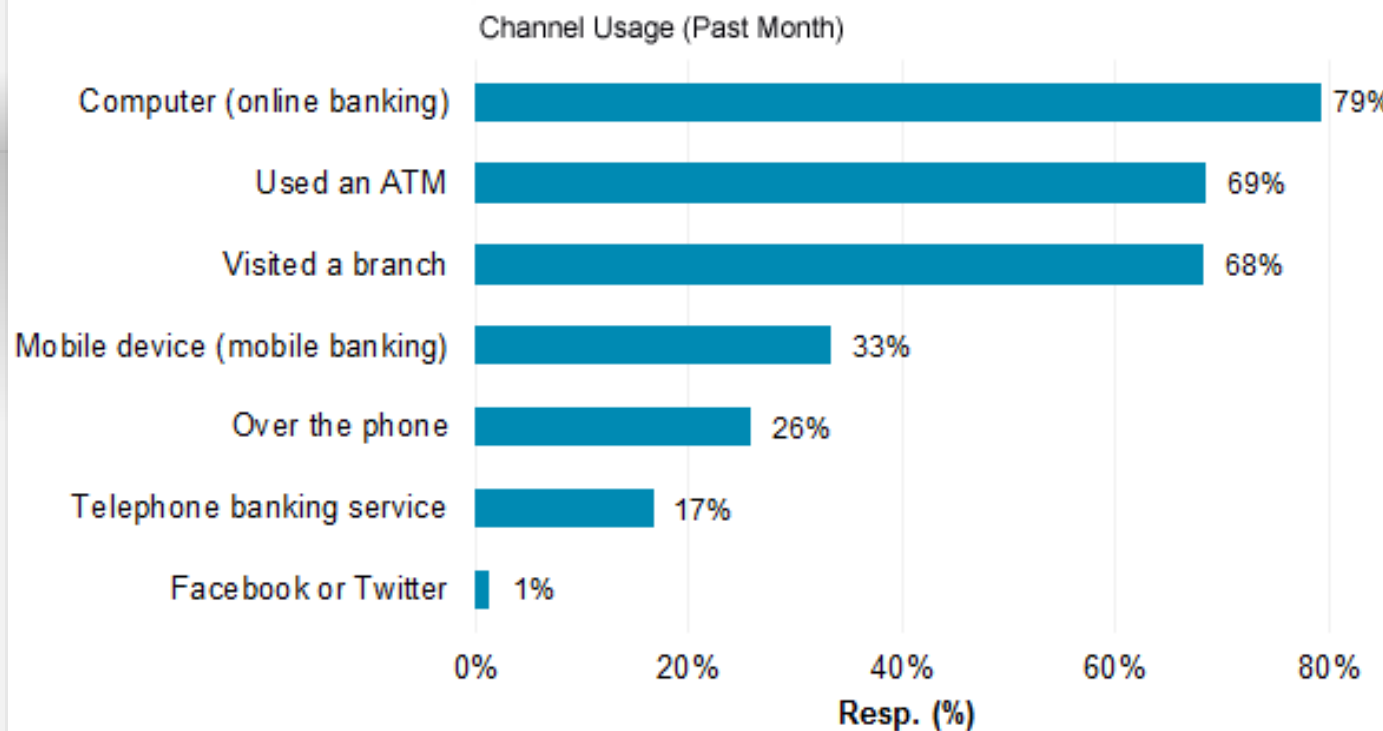
Los clientes desean controlar el tiempo, el lugar, el canal y la información que necesitan para realizar sus actividades bancarias.





# Uso de los diferentes canales virtuales

## Surveyed Branch Usage Ranks #3 Behind Online and ATM



FUENTE: <http://www.celent.com/reports/raising-bar-multichannel-banking>

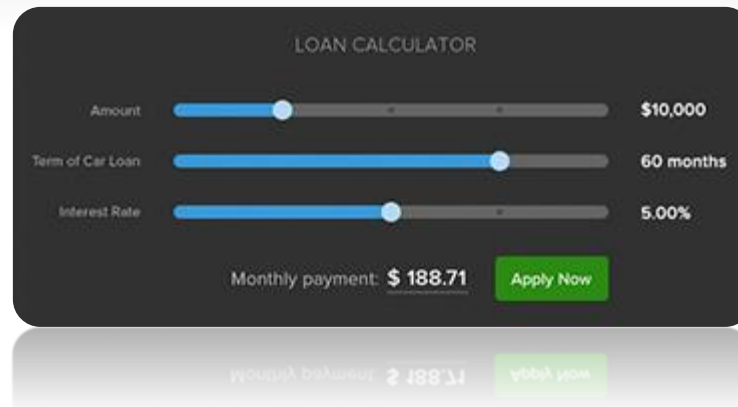
# Tendencias claves Omni Canalidad

1. Experiencia **similar** desde los diferentes dispositivos.
2. Uso de **localización** para ofrecer descuentos u ofertas para clientes, redención de premios a través de los dispositivos.
3. Soluciones para realizar pagos y **reemplazar el efectivo**, tarjetas u otros.
4. Integración a **redes sociales** para soporte y servicios alternativos.



# Retos de la Omni Canalidad

- Incremento de la **eficiencia operativa** en la “nueva agencia”.
  - Ejemplo: Pantallas táctiles, reducción de papeles, procesamiento directo cliente solicita un crédito y al llegar a la oficina se le asigna un turno de atención.
- Incremento de uso de **cajeros automáticos**. (Reducción de costos mediante recepción de depósitos)
- Popularidad de **aplicaciones móviles** al incluir nuevos mecanismos de interacción.



A screenshot of a digital loan calculator interface. The title 'LOAN CALCULATOR' is centered at the top. Below it, there are three horizontal sliders for input: 'Amount' set to \$10,000, 'Term of Car Loan' set to 60 months, and 'Interest Rate' set to 5.00%. At the bottom, it displays 'Monthly payment: \$ 188.71' and a green 'Apply Now' button. The interface is dark-themed with blue highlights on the sliders.

- Construcción **rápida** de sitios web utilizando frameworks comunes para internet, móviles y tabletas. (Aplicaciones adaptativas)

# Retos de la Omni Canalidad

- Servicios personalizados
- Múltiples canales
- Acceso rápido
- 24/7
- Conveniencia
- Fácil administración
- Mayor Seguridad



# ¿Qué características incluye el Administrador Multi Canal?

- **No** requiere de **infraestructura especializada** para cada canal.
- Límites de operación que permitan controlar las transacciones en función del País, Banco, Cliente, Transacción, Moneda.
- **Contenido personalizable**, dinámico. (Ejemplo, descripciones de productos diferentes por cada canal)
- **Publicidad consistente** a través de los diferentes canales que determine el canal que se está utilizando para proporcionar la interacción adecuada.

## Recomendaciones:

- Los canales deben ofrecer **bajos costos operativos** para su incentivo.
- Se debe ofrecer una **experiencia** de usuario **mejorada** integrada entre los múltiples canales.

# Canales

- **Infraestructura** común para todos los canales. (Arquitectura)
- Independizar las funcionalidades de la base de datos. (**Independencia**)
- Administración de Marca, Empresa, País, Canal, Cliente. (**Fácil administración**)
- Seleccionar el mejor esquema de integración con proveedores externos. (**Fácil integración**)
- Crear un **catálogo** de servicios utilizando un patrón estándar de la industria para simplificar la instalación en clientes. (Estándar)
- Ajustar las aplicaciones web utilizando **frameworks** adaptativos. (Mejorar la experiencia de usuario)



# Banca Móvil

- Extiende la transaccionalidad bancaria a los usuarios finales, brindándoles una experiencia ágil y segura en sus operaciones.
- Basada en tecnologías de plataforma cruzada. (Cross-Platform para Iphone y Android)
- Diseño minimalista.
- Encriptamiento de información.
- Capacidad de integrar nuevos servicios ágilmente.
- Distribución de aplicaciones desde las tiendas.
- Manejo de localización.

## Autenticación

CLARO 9:23 a.m. 65%

 **cobiscorp**  
banking technology partners

cliente5

●●●●●●●●

☒ Usar Token:

45744567

**Ingresar**

## Menú

CLARO 9:24 a.m. 65%

 **cobiscorp**  
banking technology partners

 Consultas

 Transferencias

 Depósitos

 Ubícanos

**Cerrar Sesión**

## Saldos

CLARO 9:24 a.m. 65%

Atrás cobiscorp Menu

### Saldos

NUMERO DE CUENTA ➔  
10400071310020119

SALDO DISPONIBLE SALDO CONTABLE  
ø864843,76 ø864843,76

TIPO DE CUENTA  
CUENTA DE AHORROS

NUMERO DE CUENTA ➔  
10400071310020125

SALDO DISPONIBLE SALDO CONTABLE  
\$988789,00 \$988789,00

TIPO DE CUENTA  
CUENTA DE AHORROS

## Movimientos

CLARO 9:24 a.m. 65%

Atrás cobiscorp Menu

### Movimientos

NUMERO DE CUENTA ➔  
10400071310020119

TIPO DE CUENTA  
CUENTA DE AHORROS

NUMERO DE CUENTA ➔  
10400071310020125

TIPO DE CUENTA  
CUENTA DE AHORROS

NUMERO DE CUENTA ➔  
10410000005300003

TIPO DE CUENTA  
CUENTA CORRIENTE

## Transferencias

CLARO 9:26 a.m. 66%

Atrás cobiscorp Menu

Entre cuentas propias

**CUENTA ORIGEN:**

10410000005300003 - ¢... ▼

**CUENTA DESTINO:**

10410000005400006 - ¢... ▼

**MONTO:**

100

**COMENTARIO:**

Comida

Aceptar

## Depósito

CLARO 9:26 a.m. 66%

Atrás cobiscorp Menu

Depósito en cheque

**CUENTA:**

10410000005300003 - ¢... ▼

**CHEQUE #:**

6467864

**MONTO:**

45

**IMAGEN FRONTAL** **IMAGEN POSTERIOR**

00065445673 00065445673 00000

Obtener Obtener

Continuar

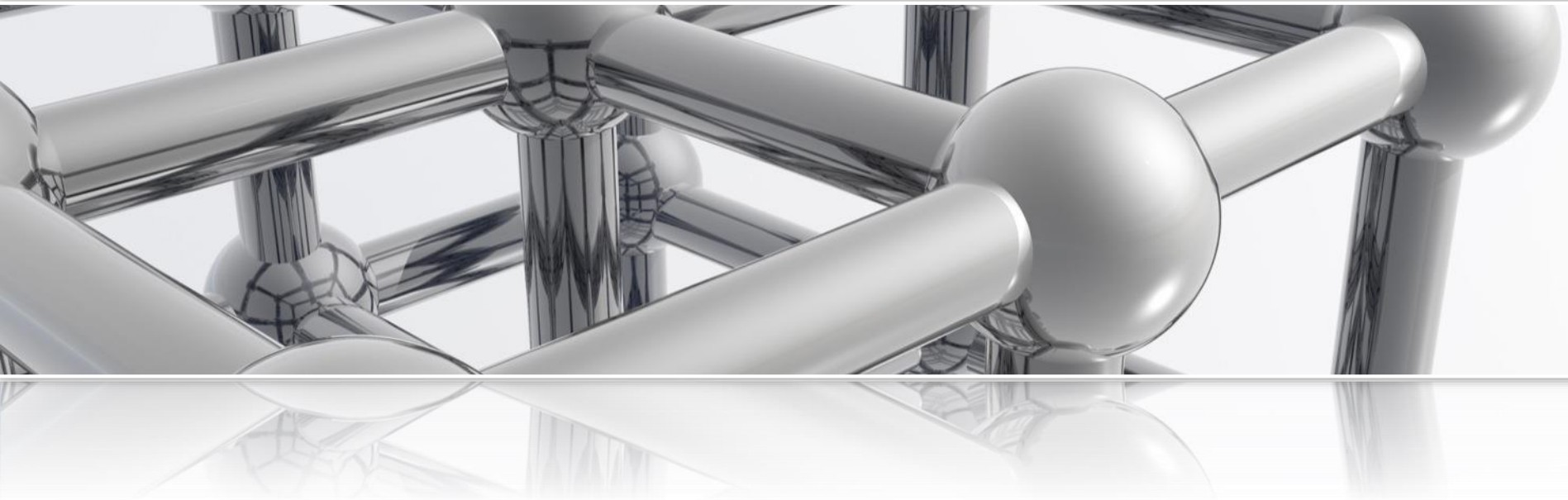
## Geolocalización





# P & R

# Preguntas y Respuestas





# ¡Gracias!

## Contacto

**Nicolay Estrella**  
**Sales Support**

**Mail:** nicolay.estrella@cobiscorp.com

**Teléfono:** (593 2) 380-2920 Ext. 1350

**Móvil:** (593 9) 9135 5508

Calle del Establo No. 50  
Centro Empresarial Site Center  
Santa Lucía Alta, Cumbayá  
Quito, Ecuador

[info@cobiscorp.com](mailto:info@cobiscorp.com)

[www.cobiscorp.com](http://www.cobiscorp.com)

[www.cobiscorp.com](http://www.cobiscorp.com)



**Gracias**