



asobanca

# FUTURO DE LA BANCA:

cl@b2019

PRESENTADO POR:  
**JULIO JOSE PRADO.**  
Pres. Ejec. ASOBANCA

Twitter: @Pradojj  
Instagram: /Pradojj



## Data Personalizada

‘Los Curadores de Data’ serán las estrellas del sistema bancario. El valor agregado estará en entender patrones pero en especial en entender formas de personalizar esa data. Transformarla en productos y servicios bancarios en forma rápida.

## Más allá de lo evidente...

En el año 2020 la gente interconectada con los objetos van a generar 40 trillones de gigabytes de data. Como nunca antes el Internet de las Cosas, permitirá conocer tendencias y potenciales necesidades o problemas incluso antes de las personas las identifiquen.

## The Data Learning Gap

Se requieren nuevos talentos y nuevas habilidades. Nuevas formas de aprendizaje son necesarias y las instituciones bancarias deben asegurarse no solo de seguir el ritmo internamente sino de que la brecha digital, y de conocimiento con sus clientes no se agrande.

## **Desconfianza Creciente en manejo de Data**

Influirá cada vez más en las decisiones de las personas.

Qué productos adquirir o abandonar?

La privacidad se convierte en una ventaja o desventaja competitiva.

Se convierte en un tema de interés público.



## Valor de la Lealtad Diluido

Una billetera repleta de tarjetas no es sinónimo de más lealtad. La lealtad se diluye ante el bombardeo constante hacia el consumidor. Los sistemas basados en puntos y recompensas son cada vez más un commodity y no sirven para ganar más lealtad.



## Continuous Proof of Loyalty

Más interconexiones y puntos de contacto, las marcas deben pasar la “**prueba de lealtad**” en tiempo real, en forma constante y consistente. La opción de cambio entre proveedores y marcas se incrementa y las diferencias entre la experiencia de la banca local e internacional va borrándose.



This is  Card



## Loyalty Experiences

Para ponerlo simple, las empresas y los bancos deben redefinir qué exactamente significa 'lealtad'. Y crear una experiencia alrededor de esa definición.



### **“Customer Centricity”**

Nuevos e innovadores modelos de negocio centrados en el cliente - respaldados por el cambio tecnológico, y los gobiernos que presionan por la banca más barata o gratuita - abren las puertas a los nuevos operadores de fuera del sector que rompen viejos monopolios.

Aparecen y se fortalecen algunos jugadores...

iPhone  
Facebook  
Amazon  
Google

Netflix  
Uber

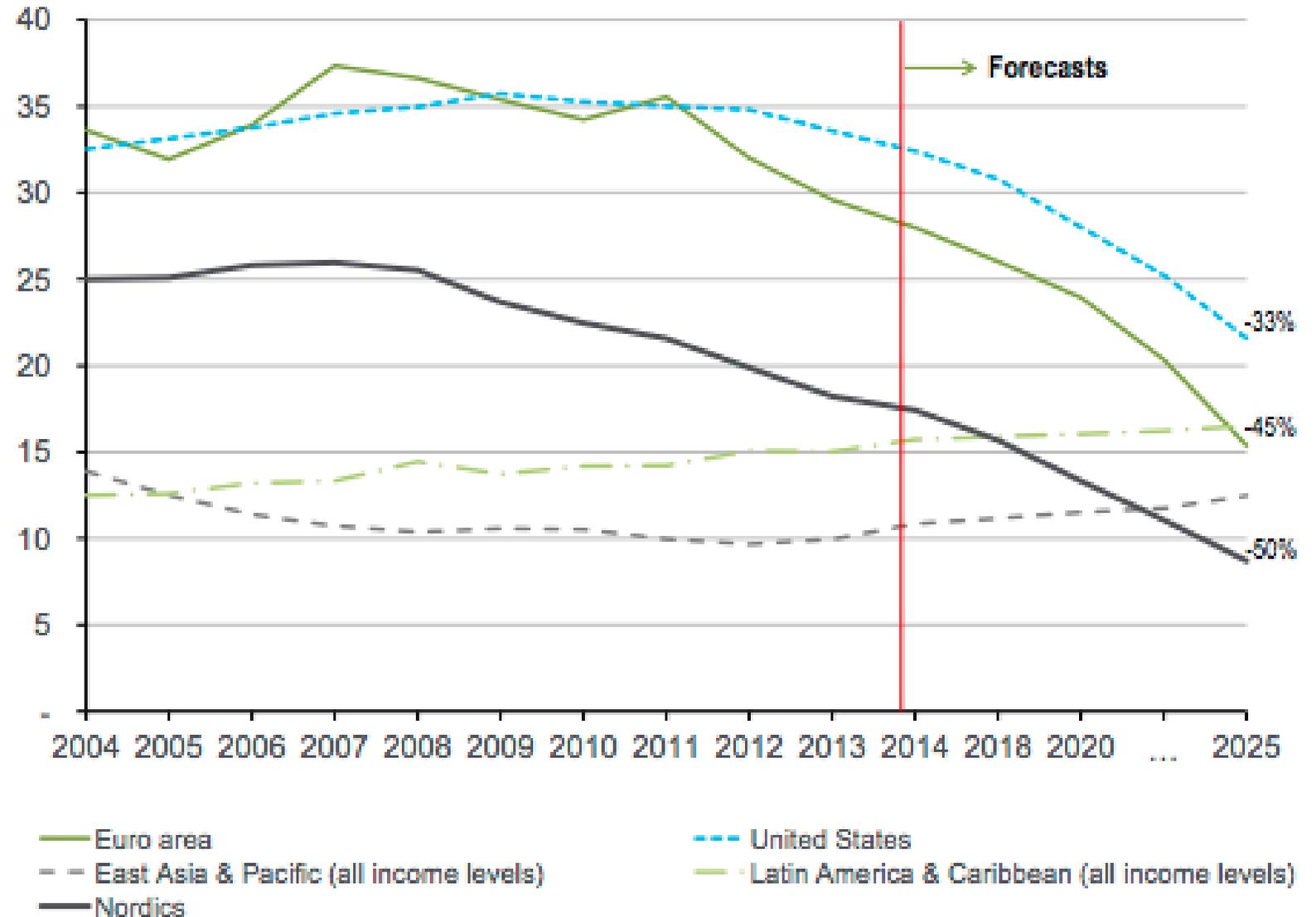
Experiencia:

100% Digital  
En control  
Sencilla  
CashLess  
FrictionLess  
OmniChannel  
Network

Aparecen  
los  
FINTECH

¿Desaparece  
la sucursal  
bancaria o se  
transforma?

Figure 10. Commercial Bank Branches per 100k Adults By Region



Source: World Bank, Citi Research

EL FUTURO ES ....

**DIGICAL**

(Digital – Physical)



## La relación con la Sociedad



## Ser Parte de la Sociedad

Se está repensando el rol de las empresas y bancos en la sociedad y en la creación de valor social y valor compartido. Se profundizarán esos conceptos que toman fuerza en la Era Post Gran Recesión.

GOOT  
ETHiCS??

## **La ética como diferencial y ventaja competitiva:**

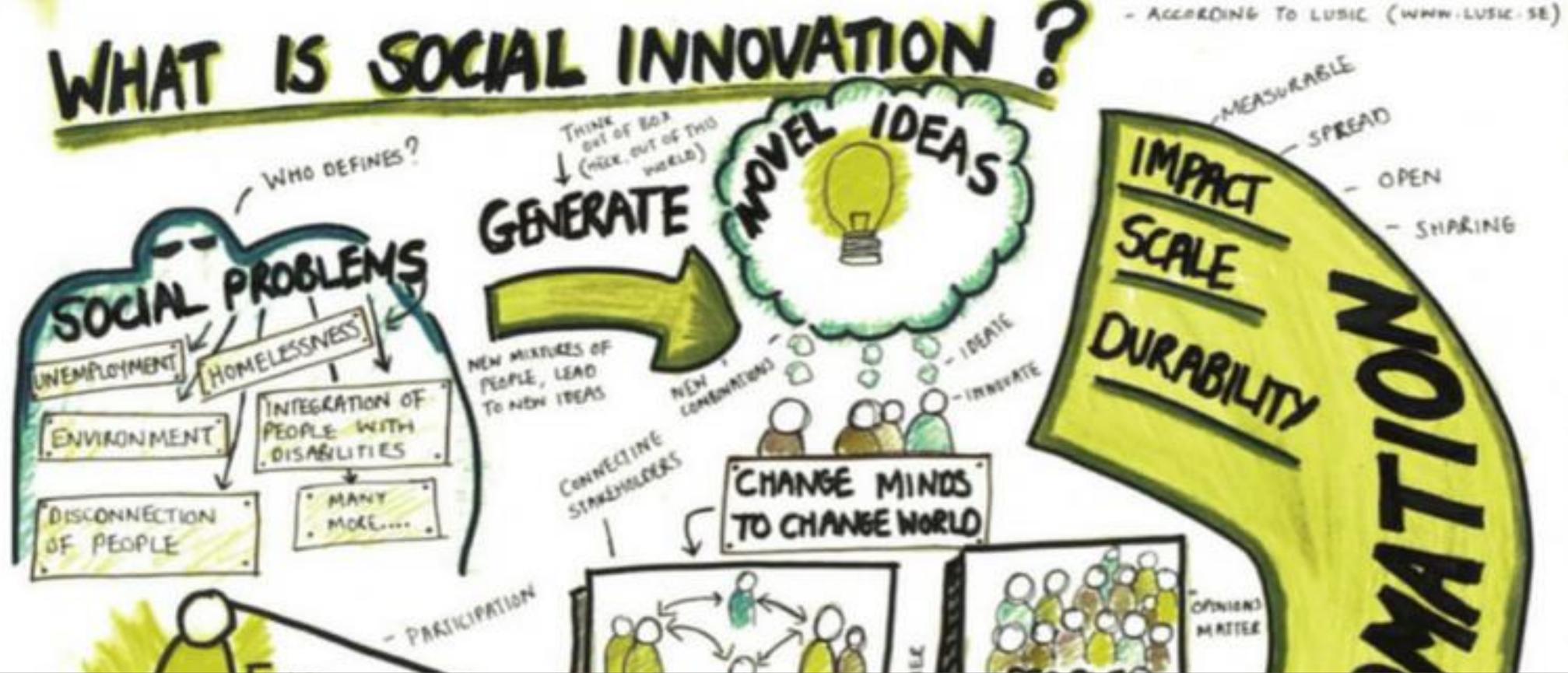
**La relación entre la banca y la sociedad se ha vuelto más compleja. A raíz de varios escándalos internacionales (panamá papers) se ha vuelto más importante el concepto de tener una banca ética y “transparente”.**



## The Human Touch

Paradoja: Mientras más digital, online, se vuelven los servicios y las conexiones, más importante se vuelve el lado humano de las relaciones.

El consumo estará muy basado en el “enganche emocional” con las marcas  
El contacto humano-humano sigue siendo tan relevante como siempre.



## Soluciones Empresariales a Problemas Sociales

Se retoma el rol del mercado como solución a los problemas sociales.

Muchas empresas privadas necesitan ser repensadas y el Gobierno debe dar paso a estas nuevas opciones para resolver viejos problemas.

INNOVACION PARA LA INCLUSION

# Carlsberg glues beer cans together becoming one of the first breweries to abandon plastic rings



7 DE SEPTIEMBRE 2018



En retrospectiva  
la innovación  
suena lógica y  
sencilla

Carlsberg glues beer cans together becoming one of the first breweries to abandon plastic rings  
CREDIT: CARLSBERG/PA

LO “UNICO”  
QUE TENEMOS QUE HACER ES  
VOLVER A ENCONTRAR  
*LA GOMA*  
DE LA BANCA

# FUTURO DE LA BANCA.

**PRESENTADO POR:  
JULIO JOSE PRADO.  
Pres. Ejec. ASOBANCA**

**Twitter: @Pradojj  
Instagram: /Pradojj**