

XXVII Congreso de Seguridad Bancaria

# CELAES 2012

“CÓMO CONVERTIR LOS RIESGOS EN OPORTUNIDADES DE NEGOCIO”



*Organizado por:*





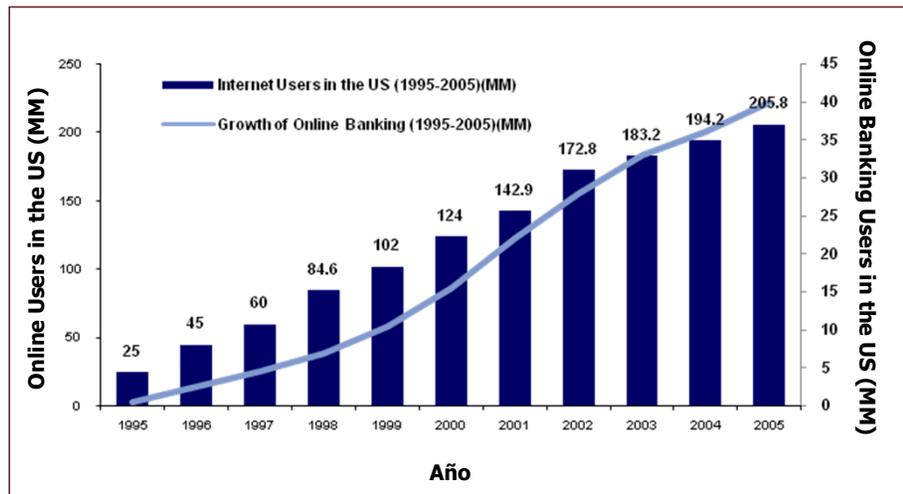
CELAES 2012

# Presente y Futuro de la Banca Móvil: **Cómo enfrentar los nuevos retos de la seguridad**

Claudio E. Fiorillo  
Financial Services Leader LATCO Region  
Socio  
**Deloitte.**

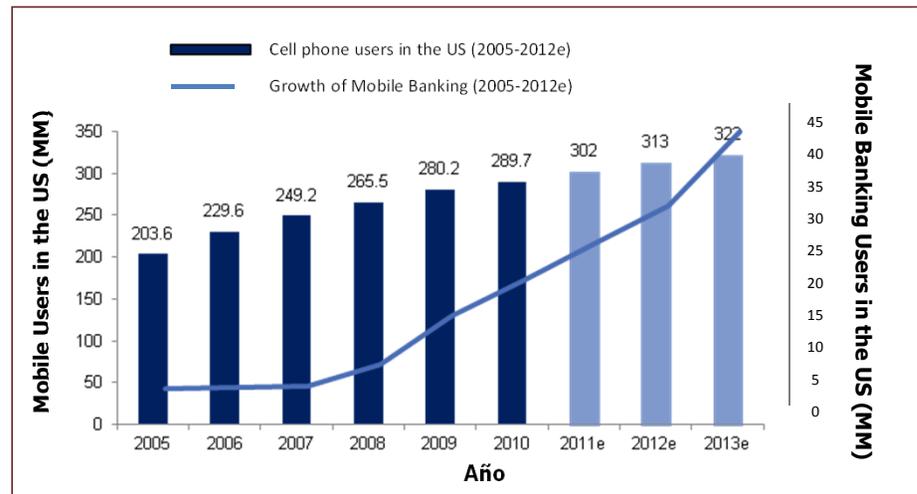
## Contexto General

Crecimiento del Uso de Internet Vs. Banca Online



Source: Online Banking Report 2009  
World Bank, World Development Indicator

Crecimiento del Uso de Teléfonos Celulares Vs. Banca Móvil



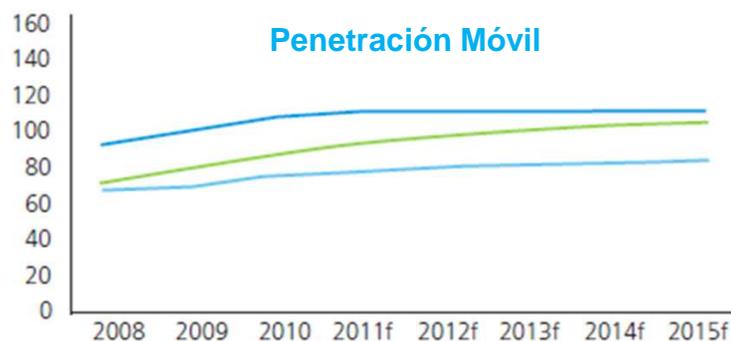
Source: Yankee Group as Cited by Internet Retailer, March 2009  
e-Marketer calculations March 2009

### Información Clave

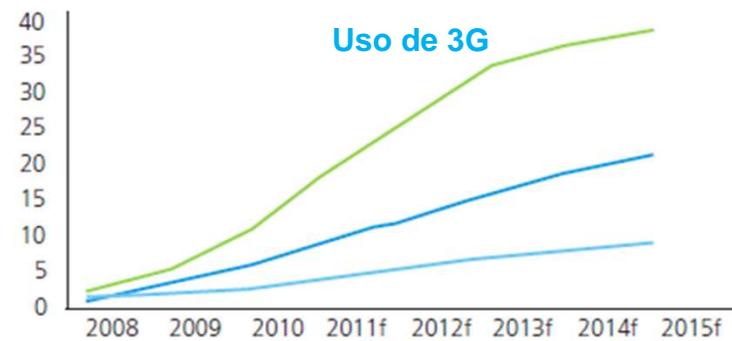
- El uso de la banca móvil en los EE.UU. ha aumentado ~ 100% CAGR 2005 a 2010, **experimentando un crecimiento acelerado significativo** que comenzó en 2007.
- En comparación con la adopción de la banca online, **la banca móvil está demostrando una curva de crecimiento más pronunciada** (significativamente mayor en la base de usuarios iniciales (200 M de usuarios móviles in 2005 vs. 25 M de usuarios online en 1995)
- Basado en nuestro análisis, el crecimiento estimado de la Banca Móvil **sobrepasará la utilización de la Banca Online para el año 2020**, lo que lo convertirá en el canal más usado por los clientes.

## Contexto Regional

- La **penetración de equipos móviles** en América Latina, ha venido creciendo a tasas impresionantes durante los últimos 5 años. Según Gartner en el año 2010 existían un total de **563 millones de conexiones móviles en la región** de las cuales, 200 M estaban en Brasil, 91 M en México y 52 M en Argentina.(\*)
- De acuerdo con BMI (Business Monitor International), se espera que se mantenga la tendencia de la penetración móvil en los próximos años y que se presente un **crecimiento** importante en la **utilización de tecnologías y dispositivos 3G**.



■ Argentina ■ Brazil ■ Mexico



■ Argentina ■ Brazil ■ Mexico

(\* ) Mobile Connections, Latin America, Year – End 2010, Gartner, March 2011

*Los bancos de América Latina son conscientes de estas tendencias, sin embargo, **aún son pocos los que han realizado inversiones significativas** o han formulado estrategias para avanzar en este sentido...*

## Servicios Financieros Móviles Hoy

Banca Móvil

### Mantenimiento de Cuentas

Servicio	Descripción	Adopción
Registro de dispositivos móviles	Inscribirse para servicios de banca móvil y registro del teléfono celular	
Acceso a información de cuentas	Consultar y editar información personal de las cuentas	
Búsqueda de ATM's y Sucursales	Utilizar Smartphones y GPS para localizar ATM's y Sucursales más cercanas	
Consulta de Saldos y Movimientos	Ver información de saldos disponibles a través de aplicaciones web y servicios de banca móvil basados en SMS	
Consulta de Resúmenes de Cuenta	Usar los Smartphones para ver resúmenes de cuenta	
Recibir Alertas	Recibir movimientos de la cuenta, saldos y/o alertas de sobregiros	

### Transacciones

Pago de Facturas	Pagar las facturas directamente desde sus teléfonos a través de transferencias electrónicas de fondos	
Depósito Virtual de Cheques	Digitalizar o tomar una foto de un cheque y depositarlo en la cuenta a través de un mensaje a la institución financiera	
Inversiones y Comercio	Administrar inversiones a través de aplicaciones web y hacer compra de acciones y títulos	
Transferencia de Fondos entre cuentas propias	Administrar fondos disponibles entre cuentas	

### Pagos Móviles

Transferencia de Fondos a terceros	Pagar a otro cliente a través de la transferencia de fondos de una cuenta a otra	
NFC (Near Field Communication)	Transferencia de fondos a través de comunicaciones inalámbricas de corto alcance que permiten el intercambio de datos entre dos dispositivos.	
Compras en tiendas (P2B)	Hacer compras en las tiendas a través de la tecnología RFID	
Micropagos	Hacer compras relativamente pequeñas (Ej. Parquímetros, Máquinas Exendedoras, etc.)	

### Marketing y Adquisición de Nuevos Clientes

Agregar productos afines	Agregar cuentas a su portafolio de productos y transferir fondos a éstas desde otra cuenta existente.	
Recibir productos vía e-mail marketing	Recibir cupones de descuento u opciones de financiamiento de instituciones financieras.	

Nivel de Adopción

 Alto  
 Bajo

## Ventajas de la Banca Móvil

### Mayor Uso

- **Extiende** el Modelo de Distribución
- **Aumenta las transacciones** y actividades de mantenimiento
- **Mayor acceso** a productos y servicios y de manera más cómoda

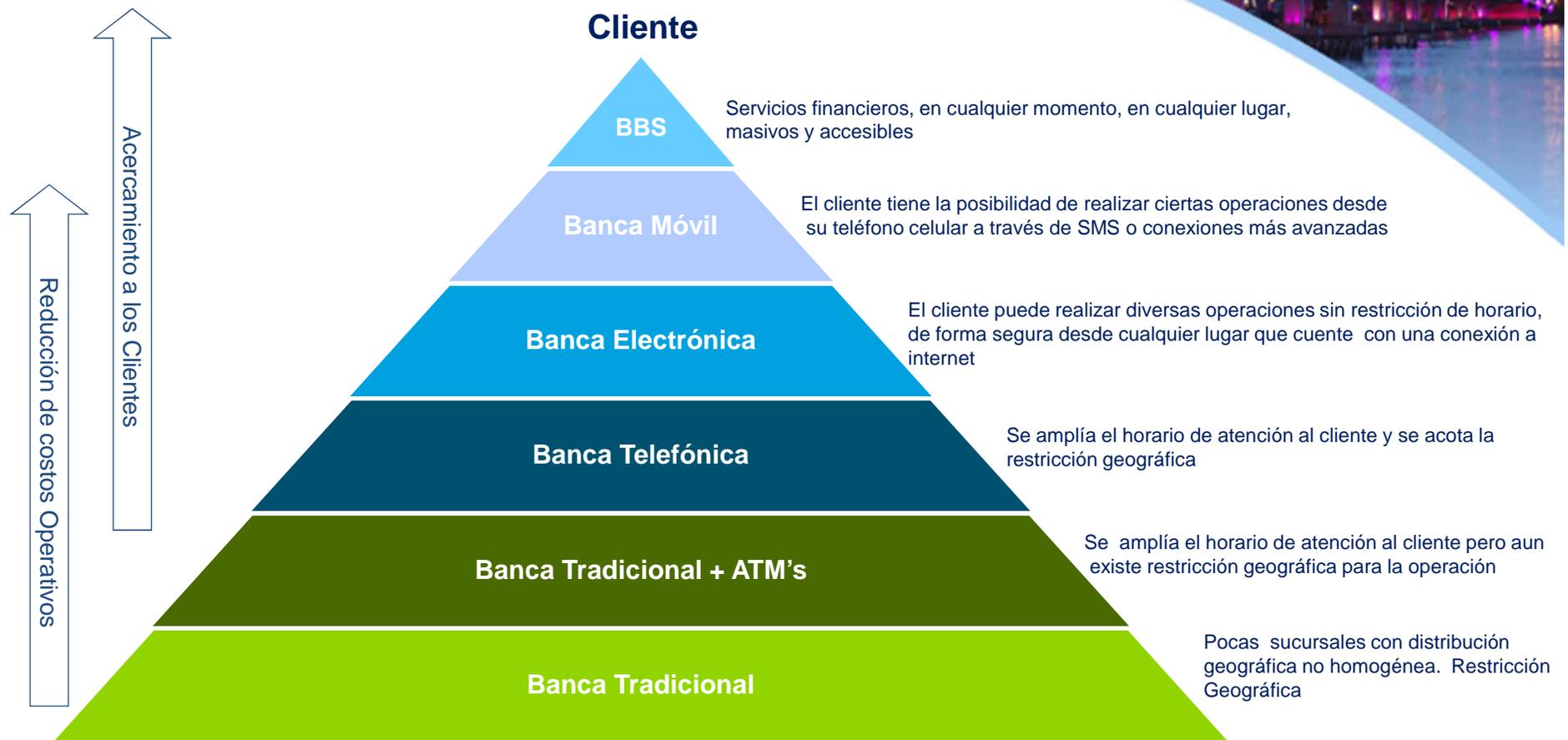
### Mayor Lealtad de los Clientes

- Aumento en la privacidad del cliente a través de aplicaciones móviles y una **mejor experiencia del cliente**
- **Estar en el “top of mind”** de los clientes cuando piensen en abrir nuevas cuentas

### Fortalecer la relación con Bancos

- **Habilitar el concepto de billetera virtual**, utilizando dispositivos de compra en smartphones
- **Mejorar la detección de fraudes**, utilizando las capacidades de los GPS móviles

## Lo que viene: Banca sin Sucursales



*“En los próximos 7 años, la banca móvil **será una necesidad** y no una elección y se transformará en un componente integral de la **estrategia de negocios** de los Bancos que operan en América Latina” (\*)*

*(\*) Análisis del Deloitte Center for Financial Services – Deloitte LLP*

## Principales desafíos

- **Manejo de resistencias** de entes reguladores, sindicatos y trabajadores
- **Garantizar la seguridad de la información de los clientes**, en un esquema en donde la información **no fluye en infraestructuras propias** o cerradas, sino en aquellas públicas y distribuidas
- **Implementar nuevos modelos operativos** para ofrecer los servicios fuera de las sucursales y sin restricciones de horarios
- **Promover la gestión del cambio cultural** en el personal de las Entidades, en términos de horarios, localización geográfica de empleados y trabajo flexible

## Ecosistema de la Banca Móvil

El “Ecosistema de la Banca Móvil” incluye principalmente a: Bancos, Comercios, Empresas de Telefonía y las Redes de Pagos

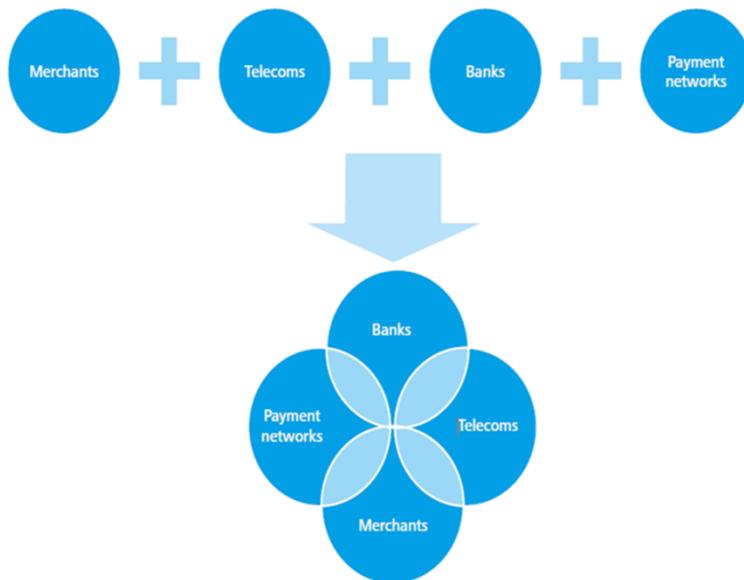


*Otros miembros relevantes del ecosistema son: los proveedores de teléfonos celulares, proveedores de infraestructura y de aplicativos “core” bancarios*

## Estrategia en conjunto con el Ecosistema

Los mejores resultados se obtienen a partir de la cooperación entre los miembros del ecosistema:

### Ecosistema de la Banca Móvil



La cooperación implica algunos **desafíos en la habilidad para negociar** :

- el **reparto de los ingresos** y los **acuerdos de inversión**,
- La administración **de los activos**,
- La integración de la **infraestructura** tecnológica,
- La toma de decisiones estratégicas conjuntas **a pesar de las prioridades y objetivos diferentes**.

Es importante que cada miembro tenga en mente, que los **beneficios potenciales serán superiores** a los obstáculos o aspectos a los que deban renunciar en la negociación

## Seguridad y Confiabilidad

Según la “*Encuesta Global de Seguridad en Entidades Financieras de Deloitte de 2012*”, los bancos indican que las tres principales acciones de seguridad para servicios móviles estarán asociadas a:

- La mejora en la **aceptación de políticas de uso de los clientes**,
- Fortalecer la seguridad en los dispositivos de los clientes mediante **campañas de sensibilización**
- La aplicación de **contraseñas complejas**

Adicionalmente, se detectó que, si bien algunas Entidades están implementando tecnologías móviles, **más del 50% no tienen planificado aún el desarrollo de software anti-phishing** o de aplicaciones que **permitan la prevención de pérdida de datos en los dispositivos móviles**.



## Seguridad y Confiabilidad

### ¿Qué hacer al respecto?

- **Promover** la seguridad en sus productos y servicios móviles
- **Garantizar** que los consumidores sientan que su información se encuentra segura y que su privacidad no va a verse comprometida
- **Educar** a sus clientes en temas de seguridad y demostrar que es una preocupación compartida
- **Brindar capacitaciones** en mejores prácticas para la prevención, detección y corrección de incidentes de seguridad en el canal móvil
- **Establecer medidas de seguridad** para **controlar el acceso** y proteger la información de los clientes (Ej. Mecanismos de Autenticación, etc.)
- **Utilizar técnicas de control** de la **integridad y registro** de los datos y transacciones
- Generar **trazabilidad** y registro de las actividades de los clientes, en un entorno seguro
- **Establecer un proceso especializado** de **gestión de incidentes de seguridad** (diagnóstico / detección, evaluación, contención y resolución)

Aquellos bancos que cumplan los requisitos técnicos propios y trabajan para **hacer frente a las percepciones sobre seguridad**, podrán mejorar sustancialmente la experiencia de sus clientes y, potencialmente, incrementar la lealtad de los mismos, obteniendo **una ventaja competitiva** sobre el resto

## Conclusiones

- Los bancos en América Latina tienen una **oportunidad muy grande** para **acelerar el crecimiento** de sus negocios apalancados en banca móvil
- Para ello, **necesitan trabajar con otros miembros del ecosistema**. No hacerlo implica una **desventaja competitiva importante**.
- Las estrategias de los bancos dependerán del contexto del **mercado local**, de su **posición competitiva** y de sus **prioridades estratégicas**. Y deberán definirse teniendo en cuenta las **necesidades de los Clientes** y no solo los productos o las tecnologías disponibles.
- Las estrategias móviles deberán contemplar estándares de seguridad que permitan **llevar la experiencia del cliente a un campo positivo y de confianza**.
- Los canales móviles traen enormes desafíos y los expertos en seguridad deberán estar al máximo de su exigencia, ya que **la seguridad hará la diferencia entre ganadores y perdedores en el mercado**.





CELAES 2012

*Aunque todavía es prematuro decirlo, **la banca móvil puede tener un efecto transformador en América Latina** que podría dar forma al futuro de los servicios financieros en la región.*