

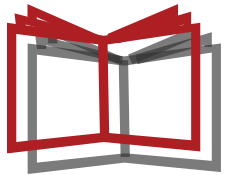
# Evolución de la Banca y el Comercio Móvil

Convergencia de servicios para la maximización de Ingresos



Panamá, 13 de septiembre de 2012

# Medios de Comunicación Masivos



1er  
1er

Imprenta  
(1500)



2do  
2do

Grabación  
(1890)



3er  
3er

Cine  
(1910)



4to  
4to

Radio  
(1920)



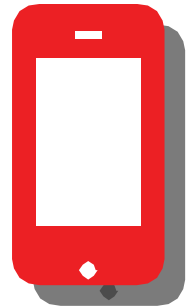
5to  
5to

TV  
(1950)



6to  
6to

Internet  
(1995)

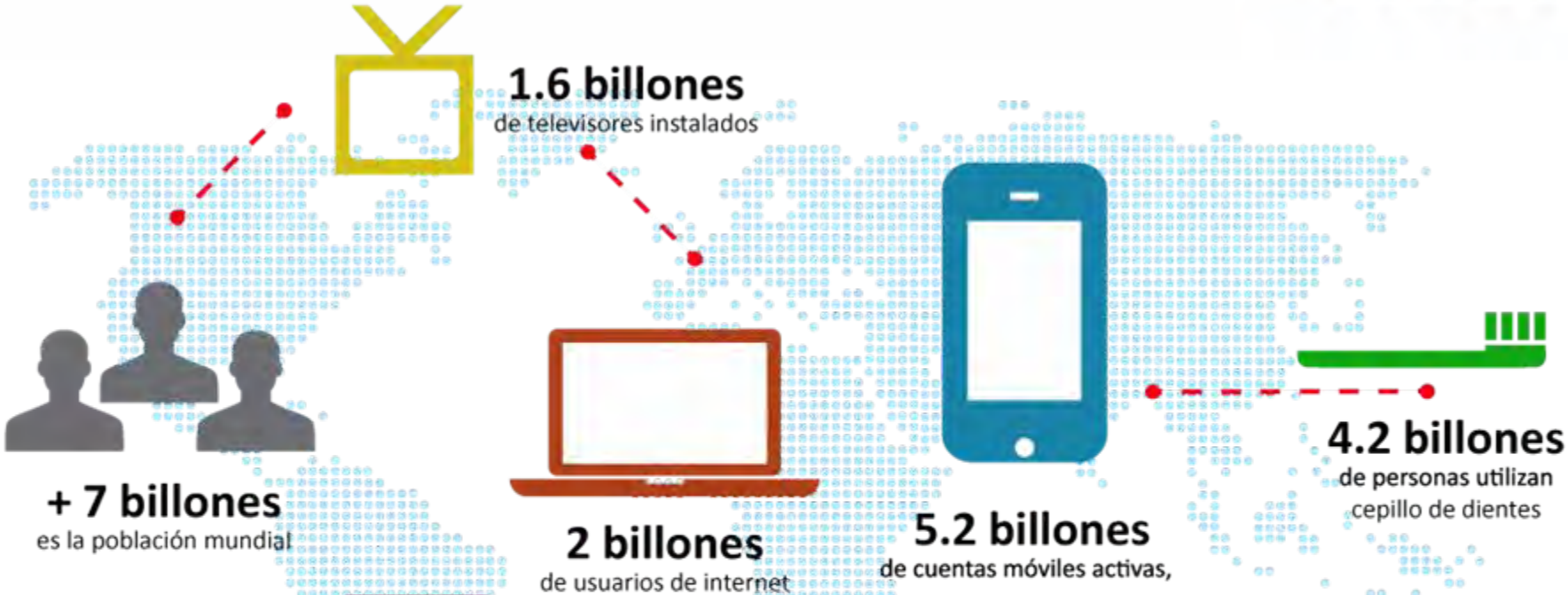


7mo  
7mo

Móvil  
(2000)



# Realmente Masivo



Tomi Ahonen

# 7 Atributos únicos

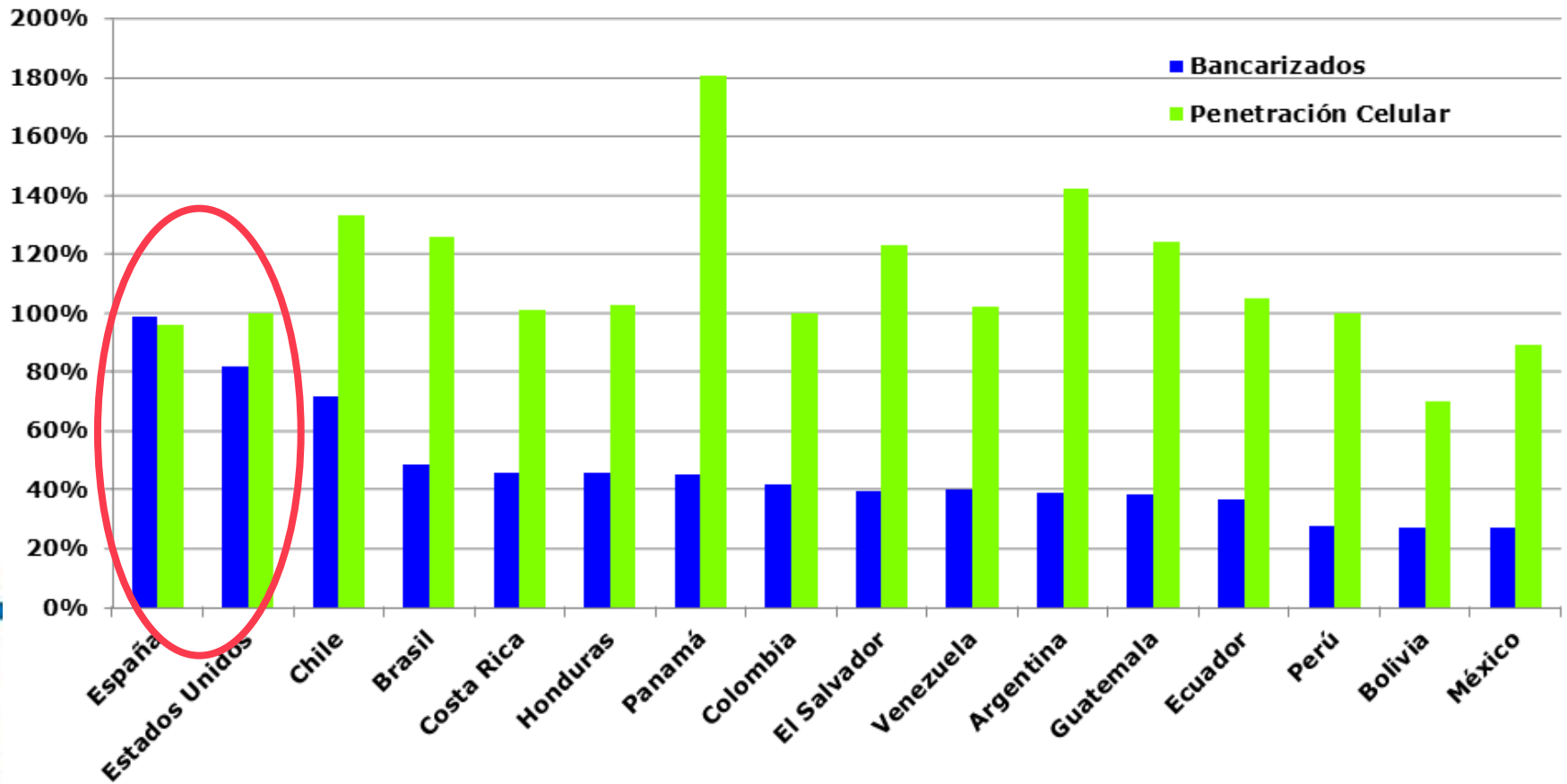
- Personal
- Portable
- Siempre encendido
- Con mecanismo de pago incorporado
- Presente en el momento de una compra impulsiva
- Donde la audiencia puede ser identificada de manera precisa
- Permite capturar el mundo real de manera más intensa, dinámica e interactiva con una interfaz digital



Alan Moore

# América Latina

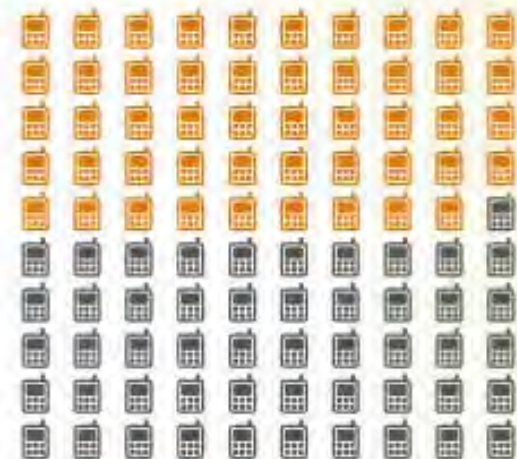
## Bancarización vs Penetración celular



# Móviles vs. Bancarizados

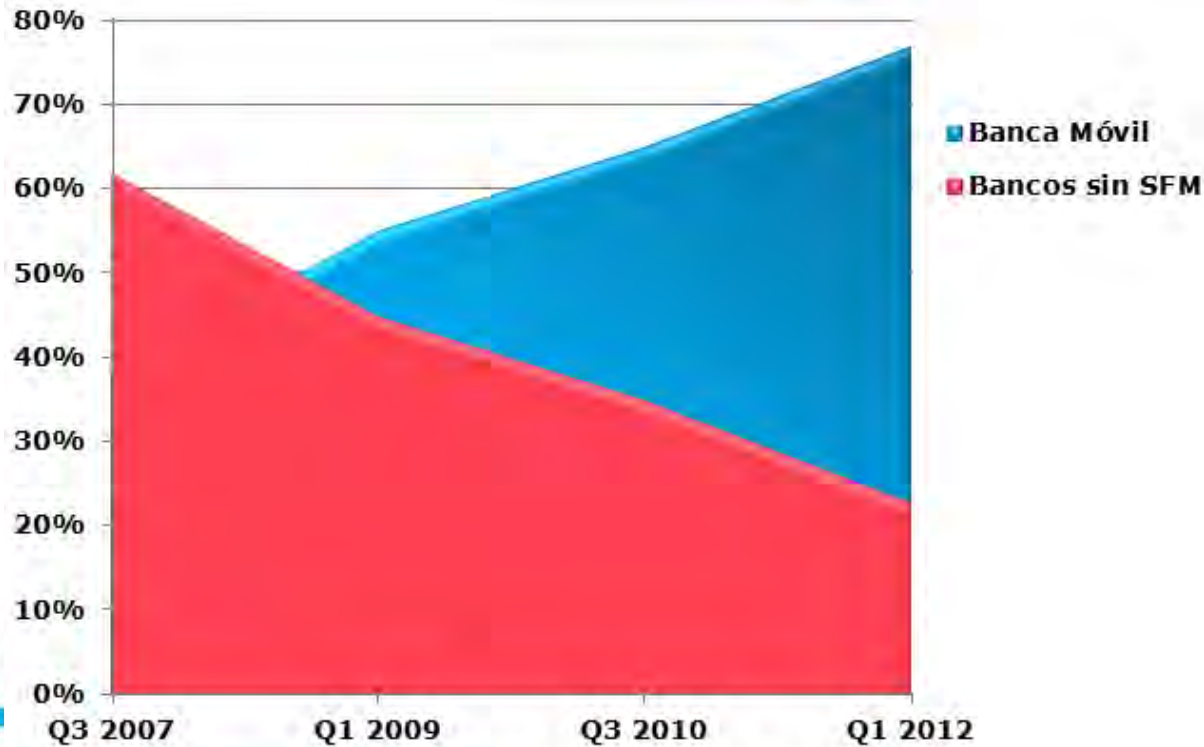


# Penetración Banca Móvil en América Latina



**49 MM**  
De usuarios en América Latina  
para finales del 2012

# Evolución de la Banca Móvil en América Latina



Dos de cada tres entidades **(65%)** incorporaba Banca Móvil a su oferta de canales en Q3 2010, 16 meses después esta cifra se sitúa en el **77% (18,5% crecimiento)**.

Fuente: estudio *Latinia Intelligentia* – La Banca Móvil en Latinoamérica 4ª Edición

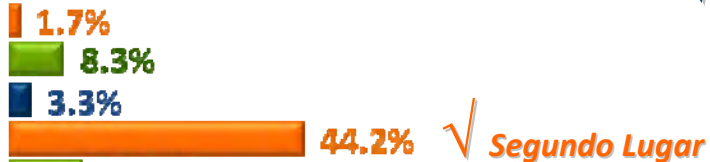


# Atributos importantes para los Usuarios

La seguridad en las operaciones o transacciones



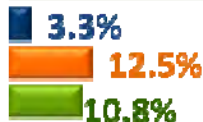
La facilidad de uso por parte de los usuarios



La rapidez en las operaciones



El poder realizar la operación a cualquier hora del día



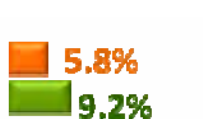
El poder realizar la operación cualquier día de la semana



El poder realizar la operación desde cualquier lugar sin PC o ir al banco



La accesibilidad para realizar operaciones desde cualquier celular



El soporte telefónico si lo requiere



La mayor cantidad de operaciones disponibles

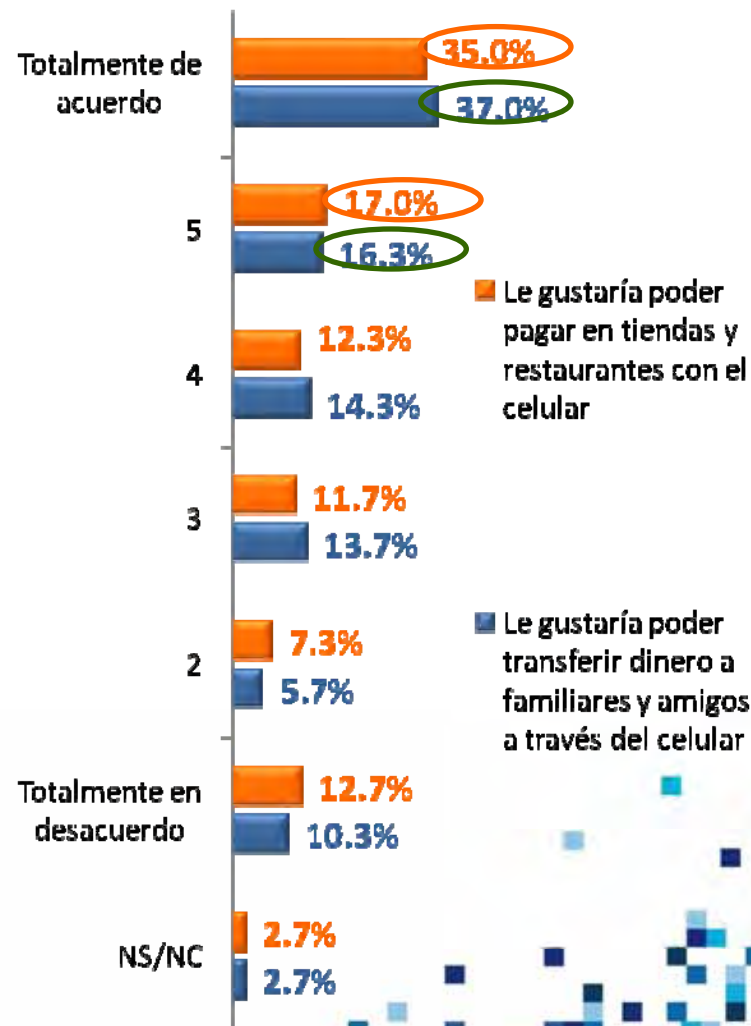


■ Primer Lugar  
■ Segundo Lugar  
■ Tercer lugar

# Disposición para usar el móvil como medio de Pago

**Le gustaría pagar en tiendas a través del celular**  
**52% (Top 2 Boxes)**

**Le gustaría realizar transferencias de dinero a familiares y amigos**  
**53% (Top 2 Boxes)**



# Principales hallazgos

A la hora de desarrollar las aplicaciones que soporten el producto de banca móvil se recomienda tomar en cuenta los **atributos más valorados** por los encuestados:

- Seguridad de uso
- Amigabilidad de las aplicaciones
- Rapidez

Los **riesgos asociados** al uso de banca móvil son:

- La vulnerabilidad de las aplicaciones al fraude
- El miedo al robo del teléfono

**Versatilidad** de banca presencial y **Comodidad y rapidez** de banca móvil.

- El poder realizar la operación desde cualquier lugar sólo con un móvil sin tener que ir a una agencia, es el atributo con la mejor evaluación, con un promedio de 4.98 sobre 6.



# Evolución de los Servicios



# Servicios alrededor del móvil

Apps para  
Smartphones

Web Móvil

Geolocalización

Publicidad

Pagos

SMS

Comunicación  
360



# Convergencia

Mensajes



Portales  
Móviles

Botón  
de Pago

Banners

Geoloca-  
lización



# Alertas SMS

Productos  
Tedexis

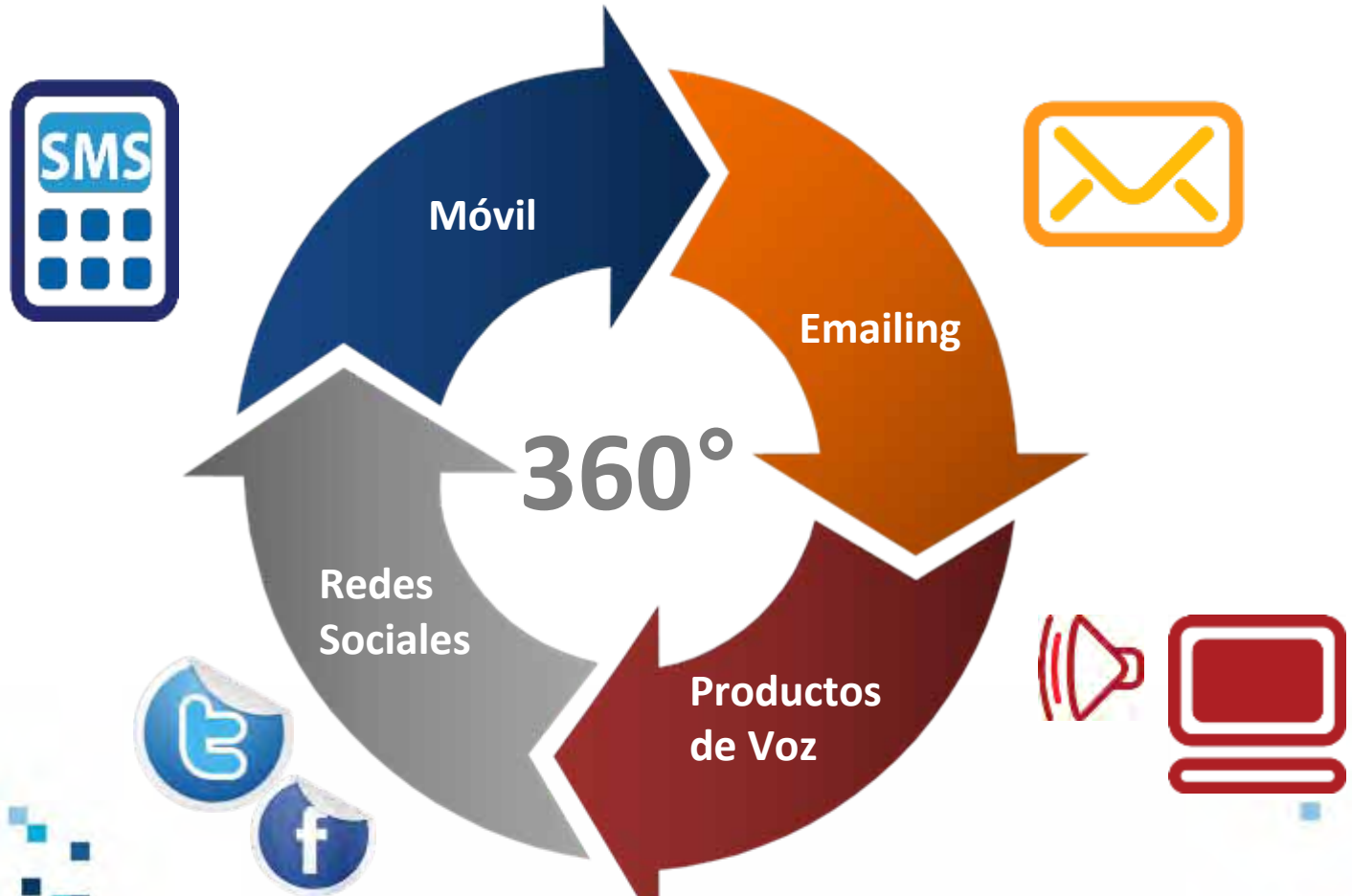
Gateway  
Transaccional



mercurio



# Comunicaciones 360





# Acciones de Mercadeo Móvil

Mobile Advertising

Distribución de contenido multimedia a formato móvil

Aplicativos para móviles y Tablets (BB, iOS y Android)

Códigos QR

Páginas web para móvil

Gestión de bases de datos vía SMS



# Experiencia y Madurez

¿Qué hemos aprendido en **12 años y más de 100 implementaciones exitosas?**

- Estrategia Multicanal
- Plataforma Única de Integración
- Planificación de Implantación en Fases
- Entrega de Control del Negocio al Cliente
- Integración de Soluciones Complementarias al Negocio

Principal



# Algunos Clientes Globales

**tedexis**  
soluciones móviles

**P&G**

**Colgate®**

**Coca-Cola®**

**Roche**



pepsi



SANOFI



TOYOTA



McCORMICK®



Shell



Unilever

Google™



TEXACO®

**NOKIA**  
Connecting People

**Kellogg's®**

**AA**  
American Airlines®

**ZURICH**

# Algunos Clientes Financieros

**tedexis**  
soluciones móviles



Experiencias Exitosas  
con productos innovadores

Gracias.

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

 tedexis

 @tedexis

**tedexis**  
soluciones móviles