

# Servicios en la Nube - caso Bancolombia -

Carlos Esteban Montoya R.

Director - Unidad de Canales de Distribución  
Grupo Bancolombia

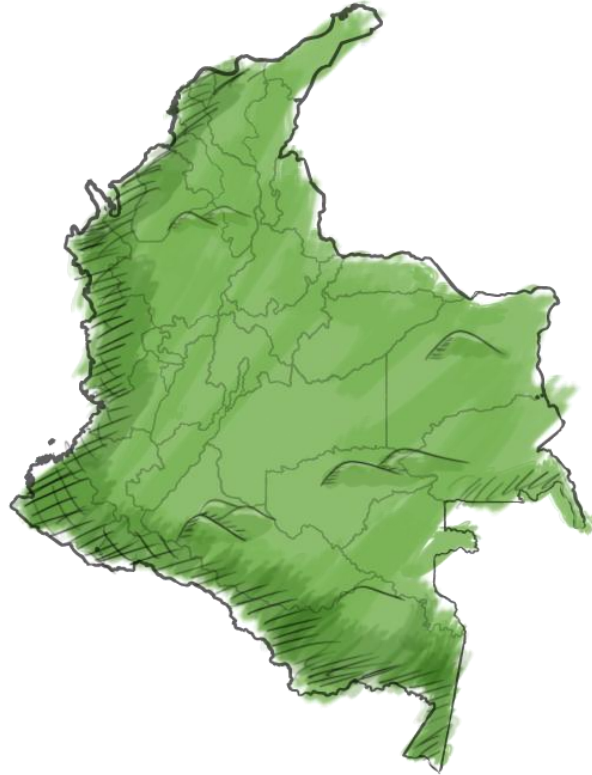


Grupo  
**Bancolombia**

CLAB 2011

Cartagena de Indias - Septiembre 2011

# Colombia es más que...



- 2 océanos, 3 cordilleras, 1200 ríos y 1600 lagos
- El segundo exportador de flores del mundo
- El tercer país más poblado de Latinoamérica
- El resguardo del 10% de la biodiversidad del planeta
- La cuna de Gabriel García Márquez, Fernando Botero, Juanes y Shakira
- Más de 85 grupos étnicos
- El productor del 95% de las esmeraldas del mundo y rico en carbón, petróleo, ferro-níquel y oro
- El país donde nació el inventor de la Válvula de Hakim
- El mejor café del mundo

## Colombia somos...

- 45 millones de habitantes
- 1 sólo corazón

# Agenda

- Quiénes somos
- La situación
- La solución
- Recomendaciones

# Grupo Bancolombia

## ¿Quiénes Somos?

- Holding de Servicios Financieros
  - Banco
  - Banca de Inversiones
  - Corredora de Bolsa
  - Fiducia
  - Factoring
  - Leasing
  - Seguros y Pensiones
- Operaciones en Colombia, El Salvador, Perú, Panamá, Miami, Cayman y Puerto Rico
- 7 Millones de clientes
- 21 Mil empleados

## Composición accionaria

	Preferencial	Ordinaria	Total
Suramericana de Inv		45%	29%
Inv. Argos		10%	6%
Programa ADR	55%		20%
F. Pens. Colombia	29%	18%	22%
Otros. Internal.	4%	13%	10%
Otros. Colomb.	12%	14%	14%

## Participación de Mercado

### Por cartera neta

- Bancolombia (CO) 21,8%
- Banco Agrícola (ES) 29,5%

### Por depósito

- Bancolombia (CO) 19,5%
- Banco Agrícola (ES) 28,7%

### Por comisiones netas

- Valores Bancolombia (CO) 12,2%

### Por utilidad neta

- Fiduciaria Bancolombia (CO) 20,8%

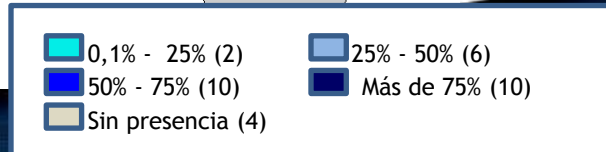
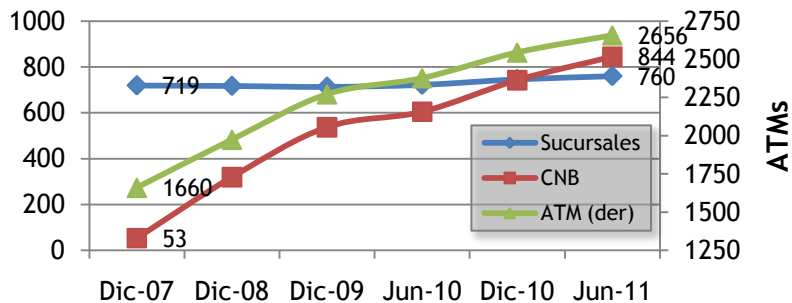
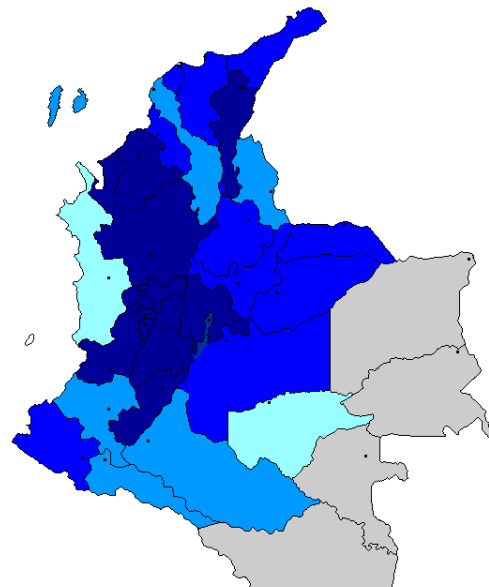


# Cobertura de los Canales

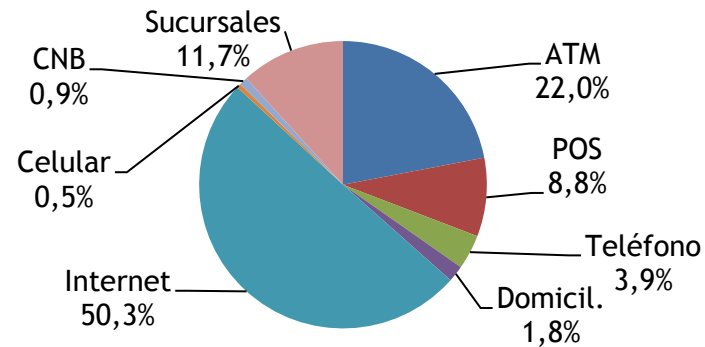
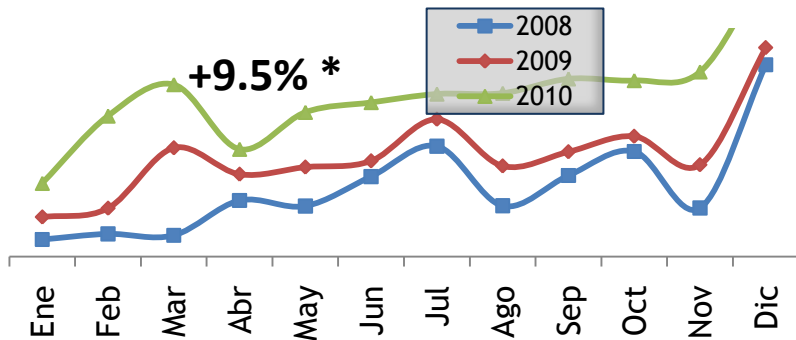
## Cantidad y presencia

- Municipios 722 (CO) - 58 (ES)
- Oficinas Bancolombia 760
- Oficinas de Filiales 62 (CO) - 123 (Ext)
- ATM Bancolombia 2.656 (CO) - 447 (ES)
- CNB 844
- PAC-e 8.058

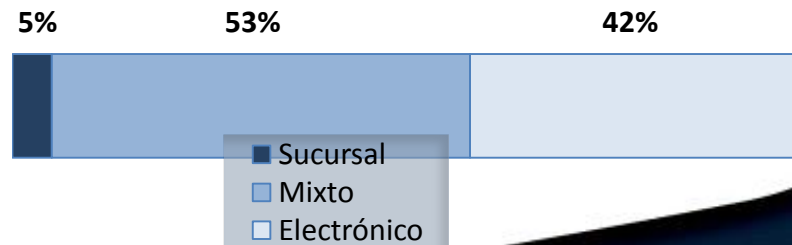
## Cobertura de municipios



# Transaccionalidad



- Más de 1.000 millones de transacciones al año.
- 50% de las transacciones se realizan por Internet
- 95% de los clientes adoptaron canales alternos
- Un 42% de los clientes del banco sólo interactúan a través de canales alternos.



Cifras en miles de Transacciones

\*Crecimiento acumulado Ene-Dic/09 a Ene-Dic/10

CLAB 2011

Cartagena de Indias - Septiembre 2011

# Agenda

- Quiénes somos
- **La situación**
- La solución
- Recomendaciones

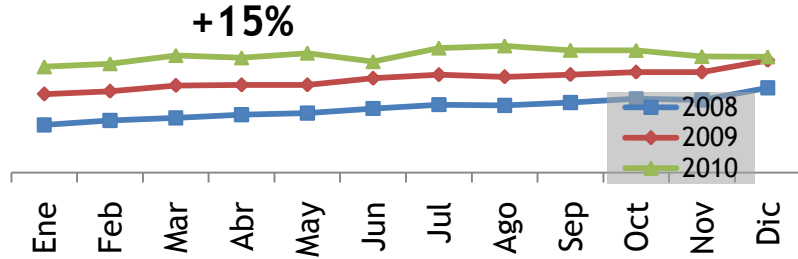
# Cloud computing

- Provisión y uso de capacidades de Tecnología ofrecidos por un tercero a través de la red y pagados por uso.
- El usuario se abstrae de los pormenores técnicos del servicio.
- Incluye un catálogo servicios estandarizados y escalables de Infraestructura, Plataformas o Software.
- Es una práctica que se ha venido popularizando y que tiende a incrementarse en el futuro.

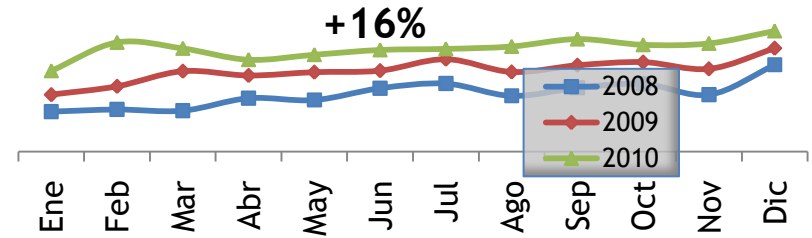


# Sucursales Virtuales

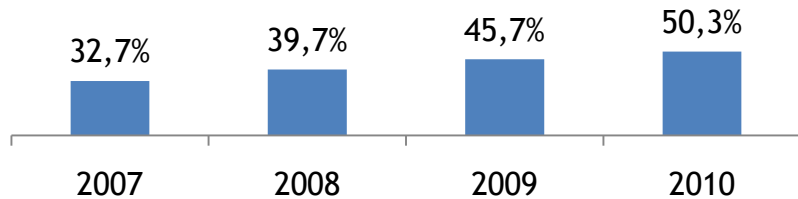
## Clientes



## Transacciones



## % del total de transacciones



Cifras en miles de Clientes y Transacciones

\*Crecimientos acumulado Ene-Dic/09 a Ene-Dic/10

CLAB 2011

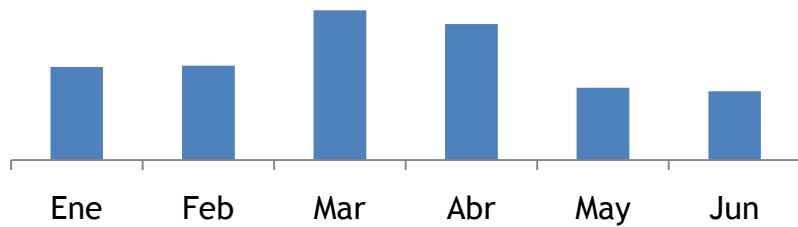
Cartagena de Indias - Septiembre 2011

# Un mal que nos aqueja...

## El fraude en Internet

- Muy diversas técnicas para robarle información sobre sus credenciales al cliente (Ingeniería social, Phishing, Software malicioso, etc, etc, etc)
- En nuestra industria\*:
  - 45% de los usuarios redireccionados con phishing dan sus claves
  - Cada banco es atacado con 16 sitios web falsos por semana.
- Registramos un caso de Phishing tan solo 1 día después de lanzar la nueva marca.

### Sitios fraudulentos detectados



\* Fuente: Trusteer - seguridad en Internet  
Cifras de Enero a Junio de 2011

## ¿Y qué hacemos?

- Campañas educativas permanentes
- Monitoreo 7x24 de las transacciones de nuestros clientes en todos los canales y actuación ante operaciones sospechosas:
  - Contacto al cliente para validación de la transacción
  - Bloqueo centralizado
- Monitoreo de ataques de Phishing
  - Evaluación de sitios falsos
  - Seguimiento de correos spam
  - Retroalimentación de clientes
  - Bloqueo de sitios

# Necesitábamos...

- Implementar un mecanismo que permitiera a los clientes validar fácilmente el Sitio Web para evitar caer víctimas del Phishing.
- Implantar herramientas para detectar tempranamente la actividad inusual de nuestros clientes y reaccionar automáticamente.
- Generar el menor impacto posible en los hábitos de uso de los clientes y garantizar el soporte a los clientes por los canales habituales.

# Agenda

- Quiénes somos
- La situación
- **La solución**
- Recomendaciones

# Alguien sabe lo que usted no sabe...

## El proceso

- 2 equipos en búsqueda de soluciones
- Hallazgo de proveedores
- Factores de evaluación
  - Efectividad
  - Tiempo
  - Esfuerzos de integración
- Selección y contratación

## La implementación

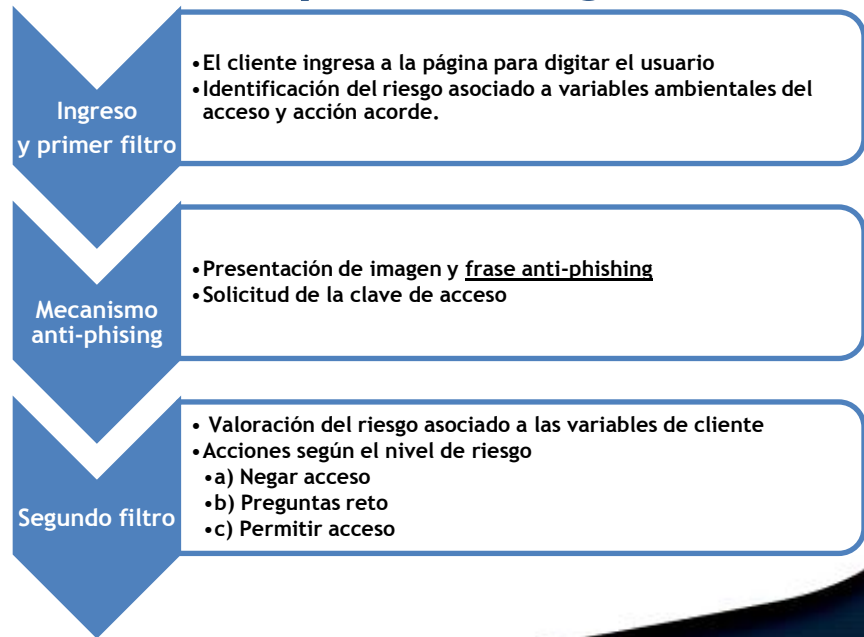
- Esfuerzos técnicos
  - Configuración y parametrización
  - Integración
- Ajuste de procesos

# 2 servicios en la nube...

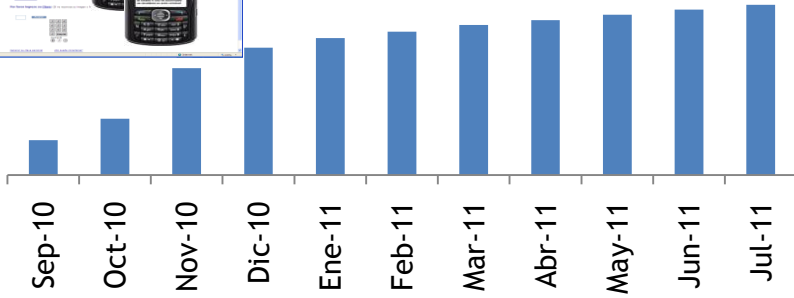
## Identidad Protegida

- **Gratuito y obligatorio**
- **Personalización del sitio** (imagen y frase) para que el cliente valide su autenticidad
- **Autenticación y valoración del riesgo** con base en:
  - Información y el comportamiento del cliente
  - El software y hardware del dispositivo
  - Ubicación geográfica del dispositivo
  - Reportes previos de fraude
  - Otras características asociadas al ambiente de interacción del cliente

## Varias capas de seguridad



# Identidad Protegida



- En 5 meses el 95% de los clientes activos fueron registrados y adoptaron el nuevo servicio
- La experiencia del cliente es idéntica en Internet y en Celular.

Tasa de Crecimiento de transacciones

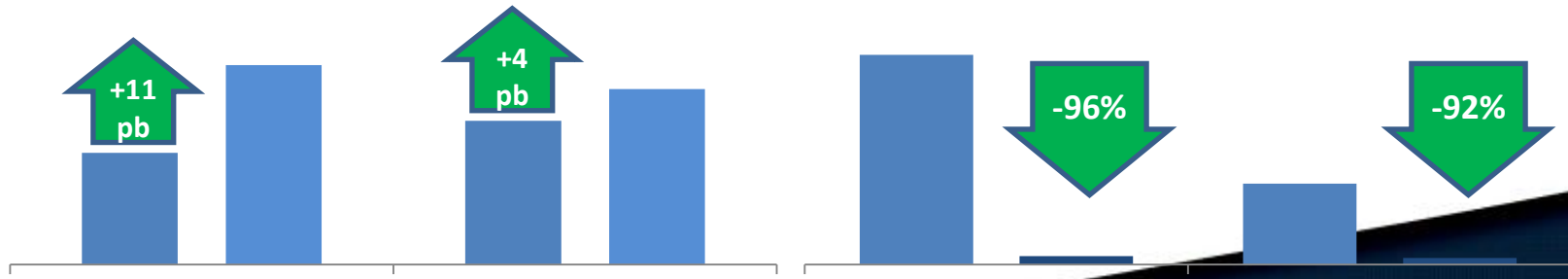
Afectación por fraude

Δ Transferencias

Δ Pagos T. Cred.

Clientes

Montos



# Grandes ventajas...

- Inversión inicial baja y costo basado en el uso
- Implementación rápida.
- Empleo de mejores prácticas del mercado.
- Aprovechamiento del conocimiento de otras instituciones.
- Fortaleza de la solución y redundancias en la plataforma.



# Pero tienen sus sacrificios...

- Menor visibilidad de componentes individuales del servicio
- Capacidades reducidas de monitoreo y gestión de la plataforma del tercero.
- Capacidades bajas de personalización o costos altos por hacerlo.
- Dependencia del proveedor (como cualquier tercerización)

# ¿La casa en el aire?

CNN Money publicó el 22 de Abril del 2011

“Amazon Web Services es el Titanic del hosting tipo Cloud, diseñado con backups de los backups que previenen que los servicios que allí se encuentran alojados fallen

Aun así, de igual forma que el famoso transatlántico, la nube de Amazon falló el Jueves 21 de Abril durante mas de 36 horas llevando consigo la no disponibilidad de sitios como Reddit, Quora, FourSquare, HootSuite, una parte del New York Times, ProPublica y por lo menos otros 70 sitios.”



# Agenda

- Quiénes somos
- La situación
- La solución
- **Recomendaciones**

# Algunas recomendaciones

- Desarrollar mayores capacidades para la gestión de servicios tercerizados y enfatizarlas sobre las capacidades de gestión de soluciones.
- Ajustar procesos internos para integrar servicios estandarizados a la cadena de valor.
- Establecer planes de continuidad del negocio y gestión de clientes para atender fallas en el servicio.
- Establecer contratos claros, acuerdos de servicio, protección para la información sensible y responsabilidades claras por incumplimientos en los términos.
- Aceptar el conocimiento de otros (las mejores prácticas) y construir sobre él.

# Conclusiones

- La Nube no atiende todas las necesidades del negocio.
- No genera ventajas competitivas de largo plazo por si sola, pero es un buen mecanismo de apoyo a las estrategias.
- Debemos capitalizar las ventajas de su bajo costo, mayor capacidad y flexibilidad, para desarrollar productos, servicios y canales innovadores.
- Requiere un cambio de mentalidad: del conocer y controlar todas las variables, a integrar y esperar por la respuesta.

¿Estaremos los bancos los llamados a ofrecer también servicios en la nube?

# Gracias

Carlos Esteban Montoya R.  
Director - Unidad de Canales de Distribución  
Grupo Bancolombia  
[CMontoya@Bancolombia.com.co](mailto:CMontoya@Bancolombia.com.co)



Grupo  
**Bancolombia**