



Alumno: Igor Massa

DNI: 35.117.640

“Los cambios en el costumer Jouney y las nuevas tecnologías generan cambios en el comportamiento de los usuarios”

Tutor: Federico Fernandez

Lic. En Adm. De Negocios

Universidad de San Isidro

Indice:

1. Resumen.....	2
2. Introducción	3
3. Desarrollo	5
4. Investigación.....	6
a. Cambio de regulaciones	
BCRA.....	6
5. Nuevas tecnologías.....	6
a. Que es el UX?.....	6
b. Habilidades del diseñador UX.....	7
c. Costumer Journey.....	8
6. Marco Investigativo.....	11
a. Apertura Banco Comafi.....	11
a1. Homebanking.....	12
a2. Transferencias.....	12
a3. Inversiones.....	13
a4. UX.....	13
b. Apertura Banco del Sol.....	16
b1. Homebanking.....	16
b2. Transferencias.....	16
b3. Inversiones.....	17
b4. UX.....	18
c. Apertura Neix.....	19
c1. Pagina Web.....	19
c2. APP.....	20
c3. Inversiones.....	21
c4. UX	21
d. Apertura Cocos Capital.....	22
d1. Pagina Web.....	23
d2. APP.....	24
d3. Inversiones.....	24
d4. UX	24
E. Entrevista Juan Bruchou.....	25
F. FODA "Tech".....	28
f1. Fortalezas.....	28
f2. Oportunidades.....	29
f3. Debilidades.....	29
f3. Amenazas.....	30
G. Foda "Tradicional"	30
g1. Fortalezas.....	30
g2. Oportunidades.....	31
g3. Debilidades.....	31
g3. Amenazas.....	32

7. Conclusiones.....33

Resumen:

El propósito de este trabajo es analizar como con los avances tecnológicos de las últimas tres décadas tales como internet, celulares, globalización. Todas las nuevas regulaciones que impuso el BCRA en los últimos 6 años están modificando el comportamiento de los usuarios, específicamente de cómo se comportan frente a entidades financieras.

El objetivo es demostrar como cambio el customer journey de los clientes/usuarios y como debieron adaptarse a los cambios tecnológicos.

Estos serían demostrados comparando onboardings de dos fin-tech contra dos entidades financieros. En los mismos mediremos con la misma vara y analizaremos los pro y cons de cada uno, mediante un par de puntos.

Luego una entrevista al CEO de una *Fintech*, en la cual recolectaremos mucha información.

Todo lo anterior será muy útil para poder verificar la hipótesis planteada en el principio de este trabajo.

Introducción:

Los avances tecnológicos que se vivieron en los últimos 30 años ya parecen pocos, pero realmente son impresionantes. Cambio el mundo, la forma de comunicarnos, la forma de entablar relaciones, la forma de hacer negocios y la forma de manejar nuestro dinero. Esto último es sobre lo que más vamos a centrarnos durante este trabajo de investigación.

Las cartas murieron, la gente no envía postales, salvo cartas documento para renunciar de manera formal a un trabajo, hoy se envían mails, se tienen video llamadas o mismo se puede llamar de cualquier lugar del mundo a otro celular. La comunicación entre las personas llego a lugares que nuestros abuelos jamás pensaron que se podría llegar. El mundo cambia y es un “adáptate para sobrevivir”. Estos avances en la conectividad llevados al mundo de las finanzas hicieron que cambien los paradigmas de como operamos y manejamos nuestras finanzas para siempre.

Durante muchos años dejamos que los bancos y sociedades financieras impongan como debíamos operar y que requisitos debíamos tener para poder operar con ellos. Los usuarios operaban con cierta firma casi que, por temas de status y confiabilidad, eso cambio ya que lo usuarios HOY quieren, mejor precio/comisiones mejor calidad de atención. Las necesidades del consumidor cambiaron.

Los avances tecnológicos no son todo, además las expectativas de los consumidores hoy no solo importan el branding o la historia de una de entidad, entran varios factores nuevos, entre ellos el customer Journey o la User Experience (UX). Los consumidores poseen mucha más información de manera más rápida y sencilla para poder tomar decisiones. Gran parte de esto se debe a que los consumidores son los que deciden que producto o con qué entidad bancaria operaran.

Para comenzar el Customer Journey es el camino que un cliente a lo largo de los diferentes puntos de contacto e interrelación con las organizaciones. Luego UX es básicamente es cómo una persona se siente mientras usa cualquier producto o servicio digital que una entidad.

Desarrollo:

Primero debemos empezar por lo básico, que es el customer Journey? El customer Journey o experiencia de cliente en castellano, es el proceso de venta por el que pasa el cliente

abarca desde que se plantea una necesidad, la investigación y distintas alternativas, hasta que lo consume o adquiere el servicio. Durante este trabajo de investigación, vamos a ver distintos tipos de customer journey, enfocados en la banca tradicional (ya sea banco o alycs).

Luego otro punto muy importante, mencionado en la introducción es la experiencia de usuario o UX. Esto es básicamente es cómo una persona se siente mientras usa cualquier producto o servicio digital que una entidad. Desde el punto de vista de consumidor es como se siente con el producto/servicio que contrata, ósea que cuando es “fácil”, intuitivo, sencillo se tiene una buena experiencia.

Steve Jobs, dijo en su reunión de accionistas del año 1997, *“tienes que empezar con la experiencia del usuario, no podés empezar con el producto o la tecnología y figurar como la vas a poder vender. Yo personalmente cometí este error más veces que todos los que están en esta sala de reuniones.”* Esto lo dijo luego de un año fiscal en el que apple perdió mil millones de dólares, mientras estaban desarrollando productos pero que no tenían fecha de lanzamiento. Casi cuatro años más tarde de ese día, se lanzó el primer iPod. El iPod no fue el primer reproductor de música portátil del mercado, pero si el que tenía la interfaz más simple y amigable de todas. Su rueda de desplazamiento y su botón de MENU, para volver en las pantallas hizo que su éxito fuese inmediato. Su approach, considerando la experiencia de usuario fue fundamental para su éxito. El acceso a la música era sencillo, tenía una memoria de 5 gb, cavia en el bolsillo y su “usabilidad” es mucho más sencilla que cualquier otro producto que había en el mercado, por ese motivo sus ventas crecieron de manera astronómica desde su lanzamiento y las acciones de APPLE Inc. despegaron a valores históricos para la bolsa de NY.

Investigación:

Cambio de regulaciones BCRA:

Desde septiembre del año 2016, por aprobación del BCRA, se puede abrir una cuenta bancaria desde un celular o una computadora. Tal como dice el comunicado: "De esta manera, los bancos podrán implementar procedimientos para sumar nuevos clientes utilizando cualquier tecnología que permita reemplazar la presencia física de su nuevo cliente, tales como la interacción a través de teléfonos celulares, computadoras u otros dispositivos", según indico la autoridad monetaria.

Nuevas Tecnologías:

Desde la aparición de Internet en el año 1992 (de manera global), sumado a esta conectividad que nos daban y los precios económicos de las computadoras personales o de hogar. En el año 1997 se lanzó el primer home banking, el mismo tenía acceso limitado y lo que se podía hacer con ellos era bastante limitado comparado a todas las operaciones que se pueden hacer hoy en día. Luego en año 2006, cuando se lanza el primer iPhone, el cual tenía acceso a internet todo el tiempo y al alcance de la mano.

Durante el transcurso de los años todos los bancos y ALYCS, sacaron su propia aplicación para poder operar desde un celular. Las mismas fueron agregando valor y operaciones actualización año a año.

Luego en el año 2017, sale al mercado el primer banco digital. El mismo tenía acceso solo mediante aplicación. No tienen sucursales y demas, pero todo debía canalizarse por aplicación. Tomando las nuevas medidas de BCRA y los nuevos avances, tales como las verificaciones biométricas, pudieron lanzar un producto sin el famoso cara a cara.

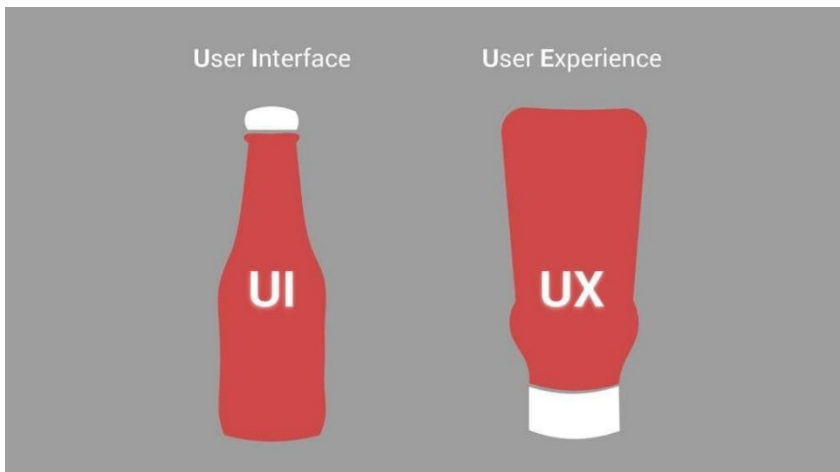
Que es el UX tecnológico?

Ya habiendo Definido UX, hay que hablar de que es el UX tecnológico. Esto quiere decir que no solo se entiende que hablan de la experiencia, si no de la construcción de un servicio. Como el diseño o su usabilidad. El mismo, se desprende en dos ramas.

Antes de continuar es importante diferenciar entre User Interface (UI) y User Experience (UX), dos disciplinas que habitualmente se confunden, probablemente por trabajar de la mano y por la similitud de sus acrónimos. La realidad es que UI se refiere a la creación de la interfaz, que puede ser gráfica o desarrollada principalmente con lenguajes

como HTML, CSS o Javascript, mientras que UX se centra en la usabilidad, enfocándose en el análisis y las relaciones sociales.

El UI se centrará en el diseño del producto, impactando en la primera impresión visual del usuario, algo que determina si la web o aplicación es de su gusto, mientras que el UX se orienta en la usabilidad y facilidad de navegación, creando unas emociones y sensaciones determinadas al hacer uso de la interfaz. Otra forma de decirlo: el diseñador UI se encarga principalmente del aspecto visual de la interfaz, mientras que el UX se centra en garantizar que la navegación y acciones que realiza el usuario tengan coherencia el UI se encarga de decidir el recorrido del usuario mientras que el UX se centra en los procesos y acciones desencadenantes del uso. Imagen ilustrativa:



Habilidades de un Diseñador UX

En las manos del UX Designer recaen tareas tan importantes como la de crear experiencias que cubran las necesidades de los clientes, mejorar su percepción de la marca y crear un vínculo sólido con sus productos. Piensa por un momento en aplicaciones como Netflix o Spotify, herramientas como Google Sheets o Zapier y productos digitales como Google Home o Philips Hue. Te aseguramos que detrás de todos ellos hay un intenso trabajo de experiencia de usuario con el objetivo de volver fácil, intuitivo, eficiente y bonito el uso que haces de cada uno de ellos.

La creatividad, la empatía y la capacidad de escucha son algunas de las características más importantes que un buen UX Designer debe tener para empaparse del contexto del usuario, los procesos que acomete en su día a día y sus necesidades. Ser un buen observador también es básico para percatarse de aquellos detalles que se nos escapan a primera vista a la hora de hacer uso de una aplicación, sin dejar de lado las habilidades de negocio y de comunicación, siendo estas últimas imprescindibles. Trabajar la buena relación con el resto del equipo es esencial, así como investigar en todo lo referente a la usabilidad y aprender cada día sobre software.

Tan importante es este skill hoy en día y tan requerido que las principales instituciones de educación tech, dictan esta carrera. Desde Coderhouse, Digital House, Acamica, varios cursos dentro de Coursera, Google learn y Domestika entre otras. Basta con entrar a LinkedIn y ver la cantidad de búsquedas tech que hay pidiendo profesionales de UX/UI. La gran mayoría no solicita experiencia previa, pero si estudios comprobables.

Para fines practicticos durante este trabajo se va a hablar de UX y UI como un conjunto para no generar confusiones.

Costumer Journey

La palabra de moda en mundo tech, pero que es? Es la descripción de un conjunto de etapas o interacciones que atraviesa un cliente a en relación con una marca. Esto quiere decir, es el viaje de un usuario desde que identifica una necesidad hasta que adquiere un producto o servicio para solucionar esta necesidad. Tan importante es esta herramienta que demuestra la experiencia del cliente antes, durante y después de la experiencia. Si, después de la experiencia, el cliente sigue satisfecho con esta y vuelve a utilizarlo, además de recomendar el mismo, significa que su *journey* fue satisfactorio.

Usuario → Lead → Cliente → Cliente fiel

Otra pata importante de costumer journey, son los *Touchpoint*. Gracias al *Customer Journey*, se detectan más fácilmente las necesidades reales de cada usuario en cada uno de los *touchpoints* que tiene con la empresa. Qué son los *touchpoints*? Son momentos en los que se produce una interacción entre cliente y empresa, por lo que representan los momentos clave del cliente que la marca debe gestionar correctamente o estimular para poder llegar a la conversión.

Por lo tanto los *touchpints* juegan un papel fundamental en el costumer jouney, ya que es donde el cliente hace contacto con la empresa. Estos son algunos de los *touchpoints*:

- Demostración de un producto
- Ayuda de soporte
- Formulario de compra
- Realizar una reserva
- Descargar un E-book
- Suscripción a un newsletter
- Dar un feedback sobre una experiencia
- Etc.

El objetivo de la empresa es marcar un customer journey map, que vendría a ser esto? Identificar todos los *touchpoints* y lograr que el viaje del cliente pase por todos estos y su experiencia sea satisfactoria. Esta herramienta es fundamental para poder entender de una manera más visual y sencilla a las “emociones” de un cliente conforme avanza su relación con la empresa y así tener capacidad de mejora. Básicamente es ponerse en los zapatos del cliente y ver como ellos la empresa poniendo los puntos fuertes y débiles del customer journey. Con esta información se puede trabajar en las mejoras de los puntos más débiles y mejorar aún mas los puntos más fuertes.

Los grandes beneficios de este mapeo es saber dónde interactúan los clientes con el negocio, Centrar el negocio en las necesidades particulares de los clientes en las diferentes etapas del funnel de conversión, identificar si el customer journey está en un orden lógico, mostrar expectativa versus realidad por el servicio contratado, resaltar las prioridades de desarrollo, pudiendo concentrar los esfuerzos y gastos en lo que más importa para maximizar la eficacia.

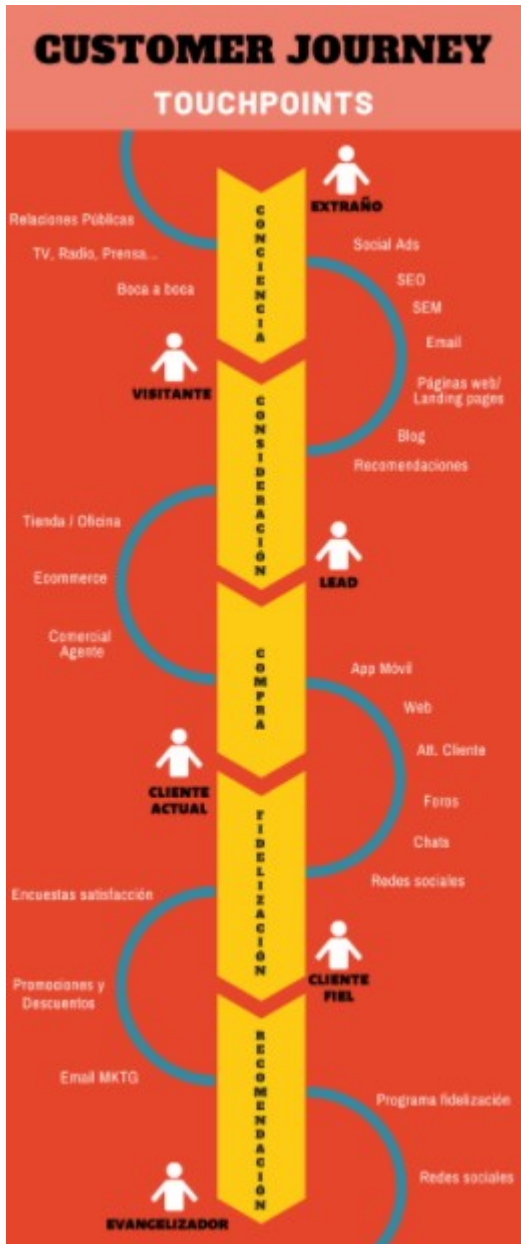
Aunque a primera vista pueda parecer que el customer journey es sencillo, es todo lo contrario. Son complejos y además, cada cliente puede entrar en contacto con la empresa o servicio de diferentes maneras: referencias, motores de búsqueda, redes sociales, etc. Además, para asegurarse que ninguna interacción pasa desapercibida, es de vital importancia planear cada *touchpoint* a lo largo del customer journey.

El customer journey está formado básicamente por las siguientes 5 etapas:

- Awareness (Concienciación): abarca la identificación de necesidades y el inicio de la búsqueda de una solución general a la misma, así como el conocimiento del producto, servicio o empresa.
- Attraction (Atracción/Consideración): el usuario empieza a considerar activamente. Ya sabe quién es la marca y qué solución tiene para ofrecer. Pero aún está considerando si es la opción correcta.
- Acquisition (Compra): el cliente finalmente adquiere o compra un producto o servicio, obteniendo el éxito inicial.
- Assimilation (Fidelización): el cliente se vuelve leal a través del uso regular y el valor ganado con el tiempo. Ese producto o servicio ya forma parte de su vida y sería doloroso perderlo.

- Advocacy (Recomendación): el cliente se convierte en defensor de la marca, recomendando la empresa, producto o servicio a otros. Esto también podría incluir crear y compartir contenido sobre la empresa, ayudar a otros usuarios en los foros de ayuda y compartir sus experiencias positivas en los foros públicos.

A continuación, un cuadro grafico de los puntos mencionados anteriormente:



Marco Investigativo:

Para poder hacer una comparativa justa vamos a abrir una cuenta en el banco Comafi y en el banco de Sol. El primero es un banco “tradicional” con sucursales y el segundo es un banco digital (del grupo Sancor Seguros) 100% digital sin sucursales. Luego abriremos cuentas en dos alyc, Neix (una tradicional) y cocoscapi, una nueva tech. Mediremos el tiempo que demoramos en estar operativos en todos los sentidos, tarjeta de débito, caja de ahorro y home banking listo para funcionar al máximo de sus capacidades. Además de que tan amigables son los customer journey y sus UX. Por último, vamos a ver los pros y contras de la misma.

Apertura cuenta COMAFI

Para la apertura de la misma, se debe solicitar un turno mediante la página web del banco. Para esto hay que coordinar con la agenda personal de uno, ya que como es de público conocimiento los bancos atienden al público de 9 hs. a 15 hs. con la agenda laboral de cualquier individuo que dese abrir una cuenta.

La documentación para la apertura de cuenta en banco es la siguiente:

- DNI
- Últimos tres recibos de sueldo
- Formulario F. 435
- Formulario F. 435/b
- Formulario F. 560
- Archivo adjunto en Anexos

Desde ya que toda esta información uno la obtiene al ir a la sucursal a la hora de hablar con el ejecutivo comercial. En ninguna plataforma online del banco especifica que la misma es necesaria a la hora de la apertura de cuenta (por lo menos yo no lo encontré).

En la segunda visita al banco presente toda la documentación requerida para la apertura de cuenta. El ejecutivo me dio un número de cuenta y me comento que se iban a comunicarme conmigo cuando la misma estuviese abierta.

A los 10 días aproximadamente que comencé con la primera visita al banco, la cuenta ya estaba activa y lista para operar.

Home Banking:

Para tener acceso al mismo es necesaria la tarjeta de débito, la misma llega 8 días después de que se efectiviza la apertura de cuenta. El plástico llega a dos lugares posibles, la dirección que aparece en el DNI de quien hace la apertura de cuenta y a la sucursal donde se radica la cuenta.

Esto puede generar un inconveniente, ya que varias personas no tienen actualizado y además en pandemia es necesario turno para ir al banco para retirar productos. A nivel personal, para la investigación, este tema dilato casi dos semanas poder activar el homebanking.

Una vez que la tarjeta de débito se encuentra en nuestras manos, se puede proceder a ingresar al portal web del banco. Lo primero es dirigirse a un Banelco, cabe aclar que para habilitar la tarjeta de débito también hay que ir al banco para pedir un blanque de pin, para generar la clave momentánea del home banking.

Luego de lo mencionado anteriormente, ya se tiene acceso pleno al homebanking del banco Comafi.

Para analizar cómo es el mismo, vamos a hacer inversiones (FCI), transferir y un análisis básico de cómo es el UX del portal. Varias de estas valoraciones son personales, pero tratando de ser siempre lo más objetivo posible.

Transferencias:

Para poder hacer transferencias hay que activar un token, el mismo se tiene que bajar desde la central de app's de cada teléfono. Para habilitar el mismo uno debe cargar datos personales y datos de la cuenta a la cual uno quiere asociarlo. Luego ir a un cajero para terminar con el alta.

Desde que uno tiene habilitado el token, ya es posible efectuar transferencias. Para poder ejecutar la primera transferencia, primero se debe dar de alta el cbu de la persona o entidad que se desea efectuar la transferencia. Una vez hecho esto se debe esperar hasta 24 horas (puede llegar a ser menos) a que el sistema lo valide y así recién poder ejecutar la misma.

Inversiones:

El banco Comafi, ofrece servicios de inversión a través de Consultatio. Para poder acceder a este servicio uno debe acercarse personalmente a la sucursal donde está radicada la cuenta, para firmar una serie de documentación.

El segundo paso para poder operar es completar el test de inversor, este es obligatorio desde el año 2019. La CNV lo exige a todas las entidades que ofrecen servicios de inversión, que sus clientes los completen para que puedan operar.

Los fondos ofrecidos por Consultatio, son conocidos y respetados a nivel nacional e internacional. Una gran herramienta para los que desean comenzar con inversiones, pero solo ofrecen la opción de fondos comunes de inversión, en todas sus variables (renta fija, renta variable, USD, T-0, T-1, T-2, acciones LATAM, etc.).

También se ofrecen la cuenta en dólares, la cual no es gratuita, con muy fácil acceso para comprar y poder retirar por cajero o ventanilla.

UX:

Básicamente vamos a tratar de analizar el UX del home banking. El mismo es muy simple, casi que da la apariencia de algo barato, los tonos de color y la simplicidad de este dan esta impresión.

BANCO COMAFI

AYUDA
MEDIDAS DE SEGURIDAD
0810-999-2662 Contáctenos

Viernes 05 de Octubre de 2018

BIENVENIDO A HOME BANKING

Acceso seguro desde una PC pública

Tipo de Documento: DNI

Número de Documento: Ingrese Nro. de documento

Clave de Acceso: Ingrese Clave de Acceso [Recuperar Clave](#)

Usuario: Ingrese Usuario

Ingresar

► Soy nuevo en Home Banking

► Soy usuario en Home Banking y generé una nueva clave

ADHERITE A E-RESUMEN DESDE HOME BANKING
► CUENTAS
► SUSCRIPCIÓN AL SERVICIO
► VER MÁS

PALITAS Y CONSEJOS DE SEGURIDAD
► VER MÁS

TEVABIEN SUMA
CAMBIÁ TUS PUNTOS POR VIAJES, EXPERIENCIAS Y PREMIOS.
► VER MÁS

PEDÍ TU TARJETA
► VER MÁS

Todas las funciones del portal están a simple vista y acceso. No hay ninguna función en el homebanking que haya que buscar demasiado o que este “oculta”. Esta simpleza es muy practica para cualquier usuario, son importar su edad o su conocimiento o intuición tech.

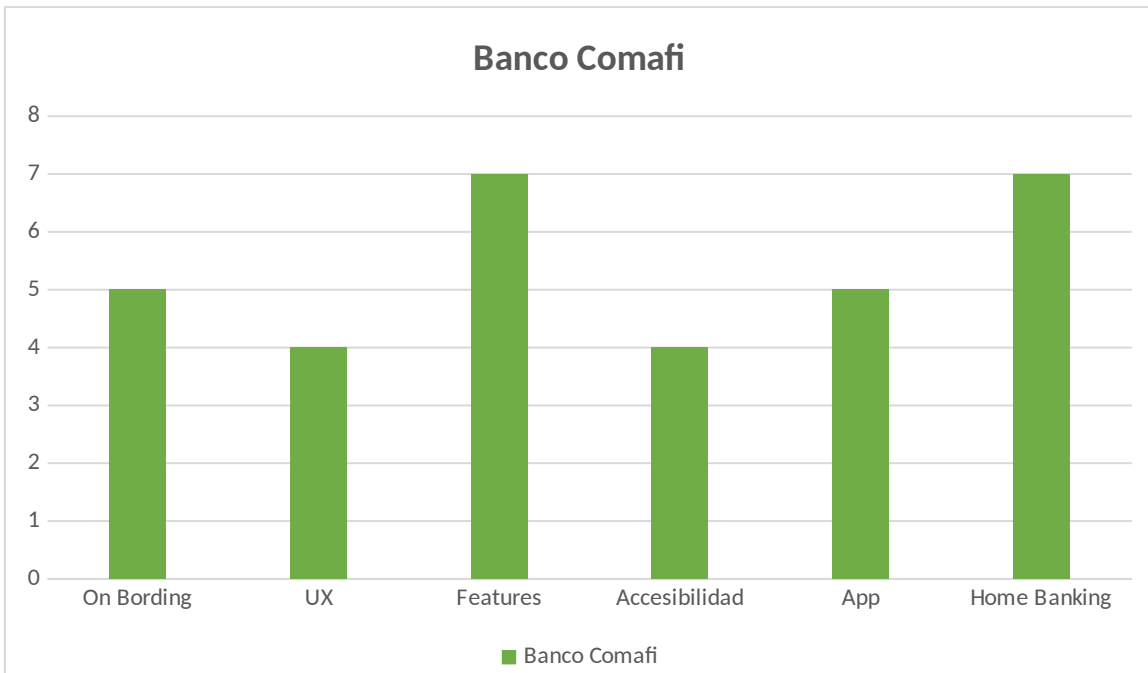
La elección de los colores no es la mejor, si bien el color del banco es el verde se podría haber elegido uno más vivo (esto es parte del UX).

Si bien todo está al alcance de un clic desde el portal web, lamentablemente no se puede decir lo mismo de la app del banco.

La aplicación es muy simple, pero en un mal sentido. Se nota que la idea de la misma es mantener la simpleza para los usuarios, pero realmente pareciera que no tuvieron presupuesto para hacer la misma.

Desde la misma se puede hacer todo, a excepción de las inversiones. Al igual que en homebanking, para poder transferir el CBU debe estar dado de alta.





Apertura Banco del Sol:

Para la apertura de cuenta solo es necesario contar con el DNI y un celular. Una vez que tengamos esto hay que bajar la aplicación del Banco del Sol (para fines prácticos lo mencionaremos BDS) desde la aplicación store o Google playstore.

Una vez que tenemos la aplicación, es muy sencillo. Debemos sacar una foto del frente y del dorso del DNI, esperar que el sistema valide el mismo. Luego filmarse en modo selfi haciendo unas muecas, las cuales son utilizados para corroborar biométricamente la persona que solicito el alta.

Por último se recibe un mail y un SMS para vincular la cuenta a un celular. Sin esta verificación es imposible poder acceder a la cuenta y poder operar.

Una vez verificada la cuenta ya se encuentra lista para operar en todas las funcionalidades.

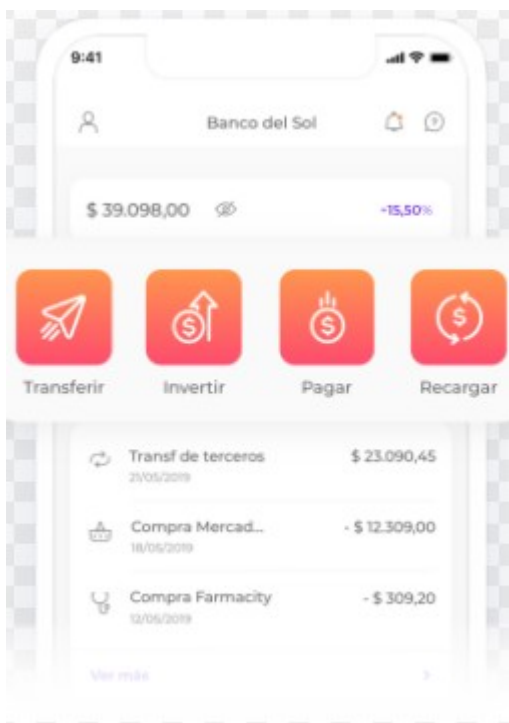
Cabe aclarar que la tarjeta de débito llega al domicilio que el nuevo usuario decide o declara como propio.

Home Banking:

El BDS no posee esta modalidad, solo se puede acceder desde la aplicación para celular.

Transferencias:

Para poder efectuar uno, solo se debe acceder a la aplicación. Una vez dentro se va a la sección de transferencias, la cual es un icono en el menú principal. Una vez dentro de este se carga el CBU/CVU/Alias o N° de cuenta y listo. Con este dato solo se puede transferir. Después de cada transferencia se guarda automáticamente la cuenta sin necesidad de validar. Cuando uno carga una nueva cuenta, antes de poder ingresar el monto deseado uno verifica que los datos sean correctos.



Cada usuario puede decidir el nivel de seguridad que desea para poder transferir. Esto pueden ser los siguiente:

- Aprobación por reconocimiento facial.
- Aprobación por reconocimiento dactilar
- Aprobación por código de 6 números
- Aprobación con cualquiera de las anteriores desde un monto mínimo, elegido por el usuario
- O ninguna de las anteriores.

Depende cien por ciento del usuario, él es dueño de alguna manera de su propia seguridad.

Inversiones:

El BDS, solo ofrece cuenta remunerada. Esto quiere decir que se paga una tasa de interés a fin de mes por el saldo prorrateado por cada día. Básicamente dejando el dinero en la cuenta, se pagan intereses. Esta es una opción muy buena para quien no tiene ningún conocimiento sobre mercado de capitales o para quien no tiene control sobre sus gastos.

La tasa del BDS es la más alta, la única comparativa que hay es la que ofrece mercado pago, pero no es un banco.

Los intereses de esta de depositan en la cuenta a fin de mes. Básicamente, en criollo, te dan plata por no hacer nada.

La otra inversión es la compra de dólares. Al igual que todos los bancos digitales, ofrecen una cuenta en dólares de manera gratuita. Los cuales, al momento no se pueden extraer.

UX:

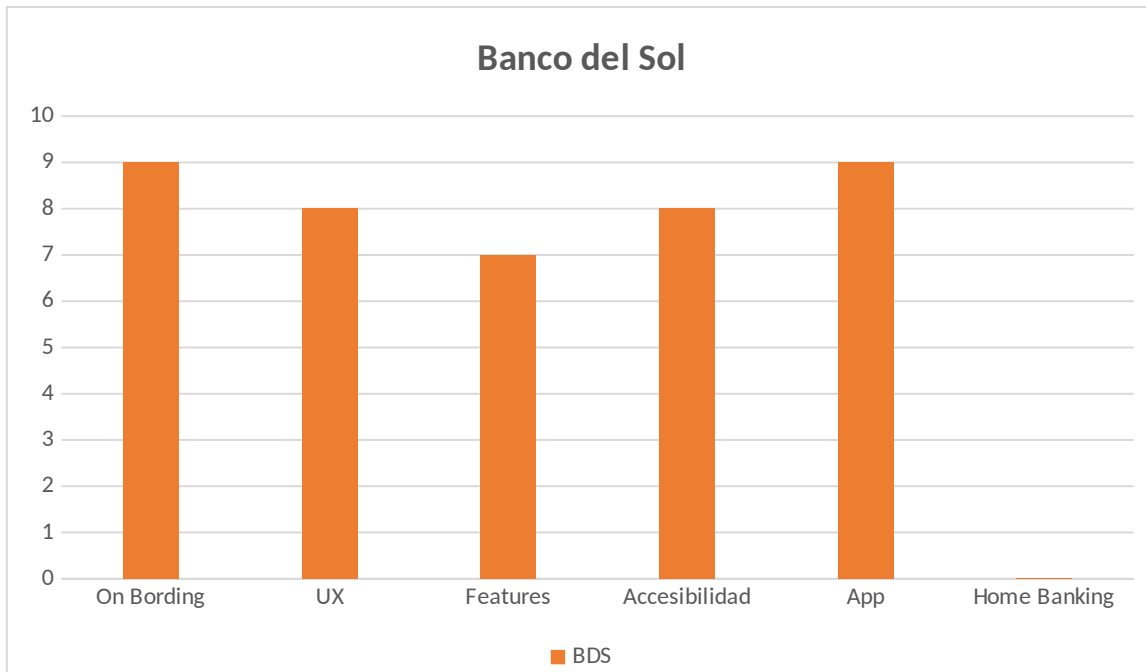
Para comenzar, en el BDS, solo se puede acceder desde una aplicación para celular. Ósea que literalmente todo se puede acceder desde un clic con el dedo. El fondo blanco y las letras negras hacen que tenga una muy buena visibilidad.

Ni bien se entra a la aplicación, se puede observar que todo está a la vista. Como:

- Transferencias
- Inversiones (plazo fijo, compra/venta usd)
- Pagos
- Recargas
- Atención al cliente
- Últimos movimientos

Todo esto genera que a simple vista puedas ver los últimos movimientos, que suele ser los más importante, y el saldo como eje principal de la aplicación.

Volviendo a los colores, el naranja y el blanco, son muy simples, pero a la vez hacen que este producto sea muy efectivo a la vista. La simplicidad, en varias ocasiones, es un más.



Apertura NEIX:

Lo primero es contactarse con la sociedad de bolsa, mediante la página. Una vez dentro de la misma se envía un mail solicitando la apertura de cuenta. Al cabo de un par de horas un ejecutivo comercial se contacta vía mail. En este contacto se envían adjuntos los formularios para el alta.

Para obtener la cuenta comitente, es necesario completar el formulario de 20 páginas (en mi caso que estoy casado, mi mujer debe completar el mismo). El mismo debe entregarse firmado en las oficinas de Neix.

En cuestión de aproximadamente 6 días desde que se deja la documentación, ya se tiene la cuenta comitente activa y lista para operar.

Página Web:

Para ingresar, uno debe darse de alta. Es necesario tener el DNI, ya que nos solicitan el número de trámite del mismo. Con esto y el número de comitente se genera el usuario para poder acceder.

Desde la misma se puede ver todo a simple vista:

- FCI

- Acciones
- Bonos
- Futuros

Básicamente todas las operaciones permitidas posibles. Cabe aclarar, que para poder operar en este tipo de portales hay que tener un mínimo de conocimiento financiero.

Desde la misma se puede acceder ayuda, en caso de que surja alguna duda, desde el icono de *help* el cual al cabo de unas horas las mismas son evacuadas.

En líneas generales, la página es agradable, los colores elegidos dan seriedad y parece un producto bien logrado.

App:

Desde app Store o Google playstore se puede descargar la app de Neix. Una vez que ya la tenemos debemos acceder a la misma con los mismos datos que se utilizan para acceder a web.

Si la idea de la aplicación es ver los rendimientos de la cartera propia del cliente es muy buena. Realmente desde la pantalla principal se pueden ver la cartera personal de fácil manera.

Si bien a simple la aplicación es muy básica, realmente no sé cuántos usuarios operaran por la misma, pero se puede hacer todo.

A simple vista parece una muy buena opción para hacer alguna inversión rápida.

Luego en cuanto a la elección del diseño, no es la mejor. Da la sensación de ser un producto lanzado porque lo debían tener, más que un producto lanzado para los clientes.



Inversiones:

Como mencionamos anteriormente, desde Neix se ofrece una gama de servicios completos, los cuales incluyen:

- Clientes Institucionales
- Banca Corporativa
- Banca Privada
- Research
- Renta fija
- Renta Variable
- Derivados
- FCI

Todo esto desde un solo portal. Además del asesoramiento de todo el equipo comercial.

Por otro lado, cabe destacar que por cada compra o venta, retiro de fondo y demás movimiento se cobran comisiones. Abajo se encuentra el cuadro de comisiones:

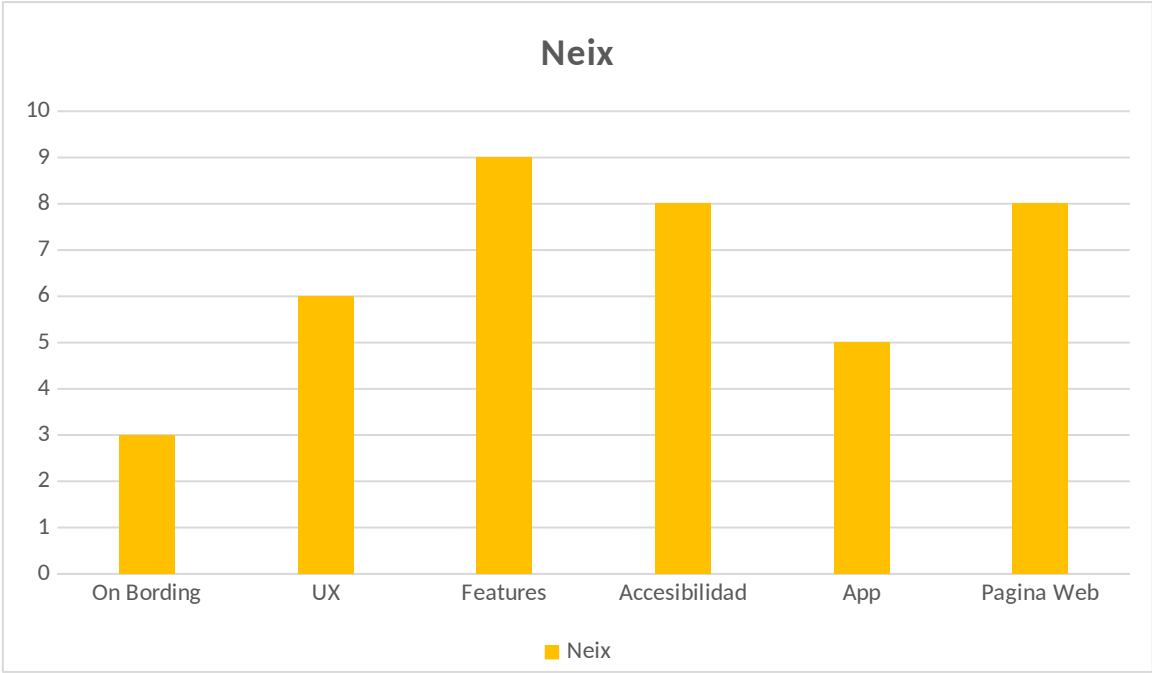
Concepto	Arancel Mínimo	Arancel Máximo	Aplicación
Operaciones			
Compra / Venta de Títulos Públicos	\$100	3.50%	Por operación.
Compra / Venta de Títulos Privados, Obligaciones Negociables, Fideicomisos	\$100	3.50%	Por operación.
Compra / Venta Opciones	\$100	2.00%	Por operación.
Caución Tomadora / Colocadora	\$100	2.00%	Por operación.
Compra / Venta Cheques de pago diferido	\$100	2.00%	Por operación.
Licitaciones públicas y privadas	\$100	1.00%	Por operación.
Canje de Títulos Privados	\$100	3.00%	Por operación.
Rofex	\$100	1.00%	Por operación.
Administración de cartera	\$100	3.00%	Mensualmente
Custodia			
Custodia de Acciones	0.050%	1.00%	$(VN \times \text{días en custodia} \times \text{precio de cierre}) / (365 \times \text{coeficiente } \%)$
Custodia de Títulos Públicos y Privados	0.017%	1.00%	$(VN \times \text{días en custodia} \times \text{precio de cierre}) / (365 \times \text{coeficiente } \%)$
Renta y			
Amortización de Títulos Públicos y Privados	\$0	2.00%	Por acreditación.
Renta de Títulos Públicos y Privados	0.10%	2.00%	Por acreditación.
Transferencias			
Transferencia de Títulos hacia otro depositante	\$100	\$6000	Por movimiento.
Transferencia de Títulos desde y hacia el exterior	EUR 3	EUR 100	Por movimiento.
Conversión de Títulos a código local y exterior	EUR 20	EUR 100	Por conversión.
Transferencia de dinero desde y hacia el exterior	USD 10	USD 200	Por movimiento colizado al T.C. Vendedor del día del BNA
Otro			
Revaluos, Rescates, Dividendos y Suscripciones	\$100	2.00%	Por operación.
Certificación de saldos u operaciones	\$100	-	Por certificación.
Gestión Administrativa	\$500	\$6000	Por operación.

UX:

Como mencionamos en puntos casos anteriores, la página web es realmente amigable. La misma se nota bien lograda además de que tiene todo. Buena elección de colores, sobre todo las tonalidades.

Las interfaces de la misma son realmente funcionales y accesibles para cualquiera con un minio de conocimiento de mercado financiero. Los gráficos, super estandarizados, pero muy bien logrados.

Se suma al plus, que además de esto, tienen una aplicación para celular. Viviendo en el mundo que hoy se vive, esto da un mayor control sobre los activos de uno.



Apertura COCOS Capital

Para poder abrir una cuenta comitente, es necesario tener acceso a internet y el DNI.

Luego de ingresar en la página web de cocos capital, se ingresa en apertura de cuenta. Lo siguiente es completar un formulario con datos y foto del frente y del dorso del DNI.

Luego de tres minutos por reloj, literal, se envía la documentación para la apertura de cuenta. Al rato un mail automático responde si lo enviado es correcto o incorrecto,



Como se puede ver en la imagen de arriba, la bienvenida llega por mail, en este caso en menos de doce horas desde que se envió la documentación.

Por último, hay que hacer le test del inversor y transferir dinero al portal para poder comenzar a operar.

Página Web:

La página web de cocos capital, es muy simple, pero con toda la información necesaria. En la portada principal se puede ver la cartera propia con los saldos de todos los activos.

Luego en el menú de la izquierda, el cual hay que colocar el puntero para que se despliegue, muestra las siguientes opciones:

- Portafolio.
- Movimientos
- Resultados
- Operaciones Concretadas
- Operar
- Precios
- Impuesto/resumen
- Test

Este portal ofrece todos los tipos de inversión tradicional, salvo acciones del exterior.

En caso de cualquier duda, desde el icono de ayuda, de manera casi inmediata se resuelve. El centro de atención al cliente trabaja casi online.

App:

Cocos capital, no ofrece este servicio aun, pero se puede colocar un icono web con acceso directo. Esto solo funciona en el sistema IOS.

Inversiones:

Tal como se mencionó anteriormente, desde cocos capital se ofrecen todas las herramientas de financiaciones o inversiones. Las cuales son:

- Acciones
- Bonos Corporativos
- Bonos Soberanos
- FCI
- CEDEAR
- Opciones
- Futuros
- Cauciones
- Descuento de cheques.

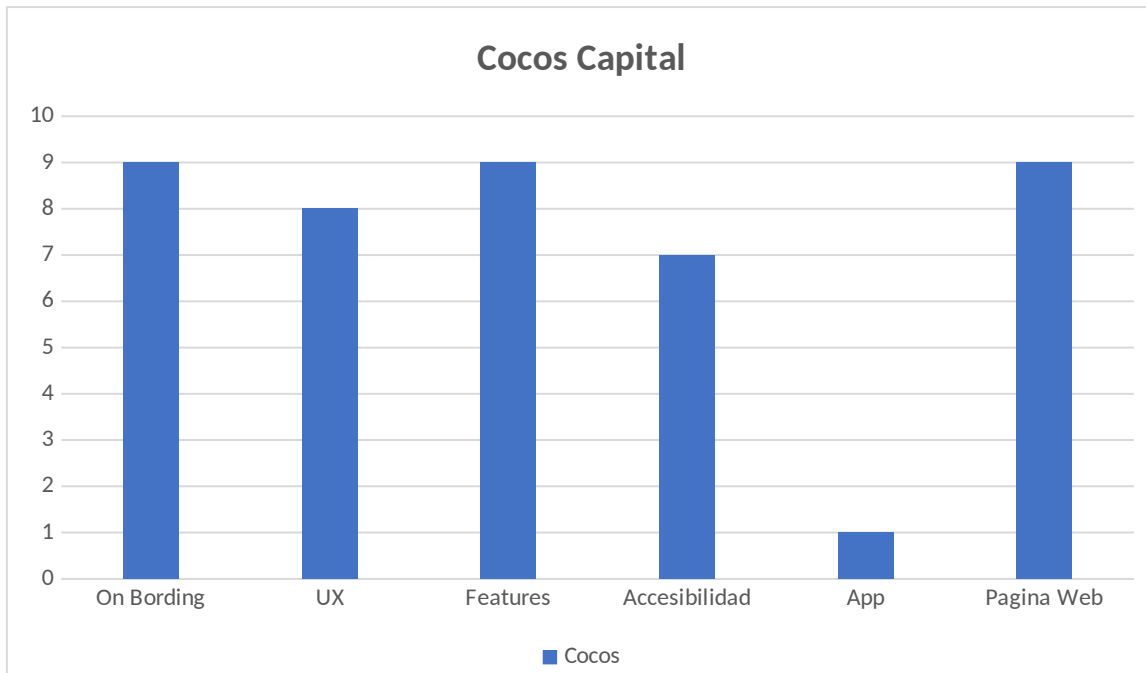
UX:

La interfaz de Cocos Capital es muy practica y simple. Las tonalidades elegidas son las correctas, ya que le fondo blanco y las letras negras facilitan la lectura de todo el contenido que tienen para brindar.

El menú de opciones se oculta cuando el cursor no se encuentra arriba, dando más lugar a los datos que se muestran en la pantalla principal.

En el transcurso del próximo año, van a lanzar una aplicación para celular. Esta les daría un formato 360° de operabilidad.

Por último, peor no menos importante, Cocos no cobra comisiones. Es la primera ALYC en hacer este formato de no comisiones. No significa que no cobren nada, por el contrario, solo cobran una comisión por operación. A diferencia de las grandes ALYC'S que cobran por todos los movimientos que se generan.



Entrevista Juan Bruchou:

Un pequeño repaso de la carrera de Juan Bruchou hasta la fecha, para quien lea este trabajo y no sepa quién es:

- Abogado UCA
- LLM Harvard
- Citi (Ceo Venezuela, Malasia, Argentina)
- Co-Ceo Brubank

Luego de una mala experiencia a hora de comprar la banca minorista del CITI, decido fundar su propio banco junto a Pablo Sánchez (CoFounder y CTO). En el año 2017 obtuvo su licencia y empezó a operar para un grupo selecto de *Friends and Family*. Tres años después tienen dos millones y medio de cuentas y son el banco digital con más clientes de la Argentina.

El *knowhow* de bancario de Juan y la ambición y adaptabilidad del equipo de desarrollo generaron un producto, para un público muy fiel. Con planes de expansión dentro de la región, además de ofrecer cada vez más productos para la Argentina.

Juan nos dio un espacio en su casa para conversar y rescatamos las siguientes frases o preguntas de la conversación de casi tres horas.

- Cual es la gran diferencia entre la banca tradicional y las Fintech?

Creo que la gran diferencia, es que a través de la tecnología las Fintech vienen a cambiar lo que es la experiencia bancaria. Los bancos todavía siguen con una experiencia que deja mucho que desear, los tradicionales. Los clientes se quejan bastante de estas experiencias. Las Fintech tienen productos más lindos, fáciles más usables y además a un costo mucho menor. Todo esto por no tener sucursales, menos gente, menos “bretting mortars” esos menores costos se traducen en menores costos para los clientes. Una gran mejora para cliente, una mejor experiencia y mas barata.

- Que importancia le dan al customer Journey?

Customer Journey y UX yo lo pondría en la misma línea, para nosotros es todo. La UX y el CJ es todo, queremos que el cliente este siempre satisfecho y bien atendido. Esto es fundamental. La UX es que cuando un cliente empiece a operar con el banco sienta que es algo fácil, que el banco lo esté ayudando, que el banco sea para cualquiera. Esto porque muchas veces las experiencias de trabajar o utilizar bancos, la gente piensa que debe ser fácil y poder operar sin ser ningún guru tech, todos deben poder utilizarlo sin ningún tipo de problema. La UX está en todo, el diseño de app, ese diseño de la app el cual tiene que hacerles la vida agradable a los usuarios. Por lo general, los bancos tradicionales tienen una aplicación o portal horrible y tienes que llenar trescientos formularios para darte de alta. Acá la idea es justamente que cuando empieces a operar la experiencia sea linda, que sea como cuando entras a Facebook una experiencia linda y simpática. La idea es eso, cuando estes en la página o en la app operando haciendo transacciones sea algo agradable. Por este motivo cada producto que hacemos o que hace alguna Fintech, están pensando en que esa experiencia, en vez de ser un Paint debe ser algo agradable. Nosotros estamos permanente mente pensando en cómo removemos esos Paint point y para ello nos comunicamos mucho con nuestros clientes, para que nos comenten como creen que deberíamos hacer para remover esos Paint points. Luego removemos esos Paint points y los dolores que tienen con los bancos, para que pasen de ser un dolor a algo agradable. Sabemos que muchos clientes cuando tienen un tiempo libre entran a la app del banco a ver cómo están sus gastos o si la app tiene algún feature nuevo, estamos todo el tiempo viendo cómo podemos mejorar esa experiencia.

- Idem customer service?

El customer service es FUNDAMENTAL (Me dijo que lo deje en mayúsculas), es parte de lo mismo. Nosotros operamos 24/7, cuando te comunicas con el customer service, que es a través de chat en el cual podemos monitorear la velocidad de las repuestas y la satisfacción de los mismos. Es clave este distintivo, ya que muchas otras empresas trabajan hasta las 18, pero vos no operas hasta las 18 operas cuando podés. Vos no ves tele hasta las 18 horas vos ves cuando tenes ganas o cuando tenes insomnio, se entiende no? El Customer journey tiene que ser todos los días, todo el tiempo, uno no se puede relajar en esto. Entre las prioridades del banco esta la tecnología y el customer service y la calidad del producto, todas estas áreas son tan importantes que reportan al CEO.

las regulaciones del BCRA, los ayudan?

Creo que no han impedido en nada a este nuevo ecosistema Fintech, es más creo que lo han favorecido bastante. Creo que es fundamental que el sistema sea interoperable, esto le falta bastante. La idea es que todos podamos operar con los mismos QR, para que el usuario sea el gran beneficiado. Existen algunas regulaciones, pero todas son muy pero muy flojas. Otro tema que mejoraría, son las crypto. Ningún banco las puede ofrecer, yo entiendo los concerns que hay, pero estas son una realidad. Ya hay más de 2 millones de personas con cuentas para operar Crypto y el gobierno no las puede controlar. De alguna manera el gobierno debería regular esto para que los bancos puedan ser parte de un sistema más transparente y con mejor compliance. Pero en general diría que las regulaciones del BCRA, hacen que las Fintech o los bancos digitales puedan operar bien.

Las dos cosas más importantes que crees que deben cambiar para que el ecosistema Fin tech siga creciendo?

El tema de las crypto y la interoperabilidad. Esto es fundamental, para que podamos crecer todos y llegar a mas gente con menos recursos y productos de mayor calidad para los que mas operan.

Que es para vos el UX?

Para mi es todo, la imagen o UX el journey el onboarding. Realmente hay varios departamentos de cada uno, pero yo creo que todo hace el UX o user experience. La usabilidad, la sencillez, que sea lindo y divertido. Yo quiero que todos se “diviertan” cuando usan los features del banco. Si bien divertirse suena feo y vacío, yo creo que debemos ir por ello.

Que hacen por los fraudes?

Realmente tenemos un equipo premium haciendo todas las validaciones, los cuales se encargan de validar los datos de todas las altas en el banco.

Cuando lanzaron el primer tope de compra de 200 USD, nosotros ofrecíamos el dólar más barato del mercado. Se abrieron varias cuentas. Del departamento de validaciones notaron que se estaban abriendo varias cuentas en mismo lugar físico, pero distintas personas. En una selfi que se solicita para la apertura, se vio que había gente como haciendo cola.

Luego de verificar las cuentas abiertas en ese lugar, todas compraban 200 dólares y las transferían al mismo destinatario. Una estafa. Se bloquearon las cuentas hasta que cada usuario regularice su situación.

Casos como estos existen varios, pero estamos todo el tiempo capacitando al equipo para que los mismos detecten fraudes, los cuales pueden ser cibernéticos, duplicación de tarjetas o de personas.

Algo para agregar?

Veo que todos hablan de banco tradicional y Fintech, pero brubank no es una fintech es un banco digital. La diferencia entre Fintech y banco digital es que la Fintech no están reguladas por el BCRA, los bancos digitales si. Esto es muy importante para que los consumidores y usuarios lo sepan.

Además, cuando sacamos un producto nuevo, siempre pero siempre se lo damos a testear a un grupo random de clientes para que nos den un feedback. No lanzamos cosas que nos superen y creo que eso es parte de nuestro “éxito”. Porque digo esto, porque no paramos de ver bancos que lanzan productos y todavía tienen mil Paint points, los cuales son inéditos. A la hora de lanzar algo siempre pensar en el usuario y que esto mejore su UX.

FODA “TECH”:

Fortalezas:

Las fortalezas de las entidades financieras *tech* son muy claras, la inversión que hacen tecnología y en los centros de atención al cliente son sus grandes fortalezas. Estas generan la gran diferencia entre los otros competidores del rubro financiero en el que compiten.

Desde luego que los UX de cada uno de los competidores de este rubro, otro en el cual invierten tanto dinero, y tienen departamentos específicos para que la experiencia dentro de estos portales sea la mejor para el usuario. Siempre notando donde están sus debilidades o cuellos de botella para mejorar los mismos.

Los costos de las entidades “*tech*”, casi que la gran mayoría no cobra comisiones. Esto en gran parte es estrategia y que no suelen tener costos fijos muy altos. Es decir, que al no contar con sucursales físicas y todo lo que esto conlleva, lo pueden trasladar al cliente mediante el no cobro de comisiones por servicios y demás.

Por último, los servicios de atención al cliente. Estos reciben consultas las 24 horas de día y se responden casi de manera inmediata. Con un muy efectivo método de respuestas frecuentes y en caso de necesitar algo más específico al cabo de un par de horas es respondida.

Este acceso al servicio de atención al cliente funciona todos los días, a todas las horas. Son siempre mediante un chat, pero el mismo en caso de ser necesario se puede elevar a un llamado.

Oportunidades:

Las mismas se encuentran en todos lados, el entorno, los consumidores, etc. El entorno vendría a ser todos los inversores interesados en colocar dinero dentro de todas las entidades financieras “*tech*” en busca de los próximos unicornios. Esto se ve mas presente en latino América y en Argentina especialmente. Los ejemplos de esto pueden verse en cada ronda de inversión de alguna de las fin-tech del país, todas absolutamente todas son exitosas.

Los avances tecnológicos, tales como la conectividad 24 horas, mediante los teléfonos celulares. Esta que ya se obtiene en todo el territorio argentino, cosa que hace un par de año no era posible, por las grandes inversiones en antenas de conectividad y la interoperabilidad de las compañías.

Los consumidores, que se adaptan y abrazan los nuevos cambios en la forma en que vivimos. En el último tiempo con la pandemia, muchos usuarios a la fuerza debieron operar de manera remota con sus entidades financieras. Los ejemplos de usuarios, que comenzaron a bancarizarse o utilizar las billeteras virtuales, por todo lo que conllevó la pandemia no podría haber tenido mejor *timing*.

Debilidades:

Un gran problema de todas las entidades *Fin-Tech*, son las recurrentes aperturas de cuentas que tienen, pero las pocas operaciones que suceden en las mismas.

Un claro ejemplo de esto sería las aperturas en bancos digitales, al tener tan pocas barreras de entradas (a nivel burocrático), sin costos, se realizan muchas aperturas de manera

mensual. Esto genera una gran cantidad de cuentas, pero luego del total de cuentas abiertas no todas operan o se utilizan.

Otra consideración para tener en cuenta es que la gran mayoría de las *Fin-Tech* no ofrecen todos los servicios financieros. Por ejemplo, en los bancos digitales no se pueden hacer extracciones mas grandes que el limite diario permitido por los cajeros automáticos. Luego no se puede retirar dólares por ventanilla, lo cual para el argentino promedio es casi un pecado. Entre otros productos que no ofrecen están las cajas de seguridad, seguros, inversiones en el mercado de capitales, tarjetas de crédito, préstamos hipotecarios, entre otros.

Los servicios o productos mencionados anteriormente corren específicamente para los bancos digitales.

Amenazas:

La gran amenaza en este sector son los consumidores y las formas de manejo de la economía argentina. No hay educación financiera, prácticamente nula y muy pocos tienen acceso a la misma. Casi que el 50% de la economía es informal, por lo tanto, la bancarización es baja. Pocos productos pueden ser utilizados, este sentido.

Si nos alejamos de las grandes ciudades el nivel de integración financiera es casi nula (en el último tiempo se estuvo trabajando mucho esto, entre billeteras virtuales, Pos con conectividad a celular), por lo tanto, son productos que solo se pueden consumir o utilizar en las ciudades. Sobre todos las Alycs tienen un porcentaje muy pequeño de personas para brindar servicios.

También el mercado de capitales en Argentina es muy pequeño y poco atractivo para quien no posee casi conocimiento financiero. Por más que las no haya comisiones (caso de cocos capital), o sean cuentas remuneradas (mercado pago o BDS), el normal de la gente prefiere comparar dólares y guardarlos en su “colchon”. Es algo cultural de los argentinos.

FODA “tradicional”

Fortalezas:

La tradición y el *knowhow*, no se pueden negar de ninguna manera. La mayoría de estas entidades tienen más de 20 años operando en el mercado argentino, con todo lo que conlleva.

Los bancos brindan una cantidad de servicios desde un solo lugar como, por ejemplo:

- Seguros.
- Tarjetas de créditos.
- Alianzas comerciales.
- Plazos fijos.
- Fondos comunes de operaciones.
- Cajas de seguridad.
- Mercado de capitales.
- Préstamos hipotecarios.
- Retiro de dólares por ventanilla.
- Chequeras

Además de todo esto, el renombre de las principales entidades financieras, las cuales tienen un respaldo de trabajo y tradición por varios años, tales como el Banco Galicia, BBVA, HSBC, ICBC, Comafi, Citi, Allaria, Consultatio, etc. Varios de estos con renombre internacional.

Por último la red de sucursales en todo el país. Esto es muy importante para los usuarios, ya que los mismos pueden ir a cualquier sucursal a generar una consulta.

Oportunidades:

Los bancos y las Alycs tradicionales tienen mucho poderío económico para poder afrontar cualquier negocio nuevo. Una oportunidad es un número en esta ocasión.

Luego con los nuevos avances de la tecnología, no es más necesario tener una sucursal para tener una cuenta. Esto le da la posibilidad a las entidades de llegar a clientes que antes no podían,

Debilidades:

Los costos fijos que deben cubrir las entidades financieras, en especial los bancos, son muy altos y los mismos son transmitidos a los clientes. Por estos motivos los mismos cobran comisiones por absolutamente todos los productos o servicios que brindan. Mantener toda la estructura tiene su precio. Las opciones para no abonar estos gastos o comisiones suelen ser siempre imposibles, como tener sesenta mil pesos de saldo vista en la cuenta todo el mes.

Sobre todo, cuando se ve claramente que los nuevos jugadores no cobran comisiones o gastos de mantenimiento alguno.

El otro gran problema al que enfrentan es el horario de atención al público. El primero es para la atención en las sucursales, las cuales son de 10 hasta las 15 horas. No solo que se solapa con la jornada laboral estándar, si no que no se puede acceder a casi ningún servicio de atención fuera de la sucursal.

Los callcenters atienden hasta las 21 horas, como si esto fuese necesario para quien tiene un problema. Además de que nunca se puede resolver de manera inmediata y suelen demorar varios días en dar una solución.

Amenazas:

La principal, son los nuevos *player's Tech*, los cuales están trabajando con un público que nunca fue atendido por las entidades tradicionales. Luego las demandas de los consumidores son distintas, los mismos necesitan acceso 24/7 y una velocidad de respuesta ante cualquier inquietud casi que al instante.

Conclusión:

Muchas cosas cambiaron en los últimos años, desde la forma de comunicarnos, trabajar, comprar, etc. La lista podría ser infinita, pero desde este trabajo lo que vimos, es que mediante los avances tecnológicos de los últimos años, las nuevas normativas y la manera en que se trabajan los customer journey's, el cliente o consumidor está cambiando.

Los tiempos son otros, los consumidores queremos las cosas en tiempo real, satisfacer la necesidad cuando se la tiene. Ya no hay tiempo para esperar, en la gran mayoría de los casos y me incluyo.

Desde mi visión, todo cambio cuando se lanzó el iPhone en el año 2007, antes habían blackberries pero no tenían las mismas funcionalidades. Ese exacto momento donde Steve Jobs mostro al mundo en lo que estaba trabajando, cambio todo. Claro que también es la suma de varias cosas más, tales como la conectividad, globalización, etc..

Pero este lanzamiento, hizo que tengamos una computadora en el bolsillo, con acceso a internet las 24 horas del día. Este cambio, nos dio a los consumidores un cambio total de todo lo que pasa en el mundo. Noticias 24/7, algo antes nunca visto. Si bien ya existían las computadoras, no se puede tener acceso siempre. Las mismas no entran en un bolsillo.

Luego los cambios que dispuso el BCRA, para la apertura de cuentas, que luego se sumaron otros *player's* como las ALYC'S, los avances en la tecnología, lograron algo increíble a mi entender.

Poder abrir una cuenta bancaria en menos de 10 minutos desde un celular, no tiene palabras para la lógica en la que vivíamos. Pensar que en la comparativa que hicimos en el trabajo una cuenta tardo en abrir media hora y la otra casi una semana, sin contar la funcionalidad plena de la misma.

En mis épocas de vivir de hijo, tener mensualidad y demás, necesitaba que mis padres me dieran el efectivo para todo el mes. Mi papa nunca tenía plata encima, lo lógico sería que me abra alguna cuenta en banco digital o alguna billetera virtual. Pero 15 años atrás esto no era ni remotamente posible que se le ocurra alguien. Todo esto para que pudiese transferirme sin ningún problema, y yo salir con plata encima.

Lo mencionado anteriormente lo veo, por ejemplo, en mis primos de 20 años, los mismos aun no trabajan. Todos los amigos usan y operan con Brubank. Este cambio es realmente notable, contando que solo tengo 10 años más que él.

Incontables casos de como el customer journey, la tecnología y los nuevos hábitos generan cambios totales en la forma que se comportan los usuarios. Los cambios toman tiempo y nunca el total de los usuarios los toman o los creen correctos.

La falta de educación es uno de los grandes factores para contar que no todos los usuarios los adoptan. Para citar un ejemplo, hace un par de semanas fui al banco hacer un retiro de efectivo por el cajero, la chica de caja me comento que la gran mayoría de las personas que va al cajero es para pagar cuentas (servicios, tarjetas de crédito, etc) sacan el dinero del cajero automático y luego hacen cola para pagar lo que pueden pagar de manera online.

Estas situaciones, hacen ver que no todos adoptan los cambios, mucho tiene que ver con la desconfianza y con la falta de conocimiento (Miedo, ignorancia, *knowhow*, etc). Existe un miedo a lo desconocido. Mucha gente cree que, por ejemplo, que las sucursales de los bancos les dan seguridad. Como si hubiese diferencia entre un banco sin sucursales y con sucursales a nivel regulación. Este lo escuche en un focus group que participe hace unos meses.

En este focus group, se hablaba de los bancos digitales. El grupo era muy heterogéneo de distintos niveles socio económicos, la mayor preocupación era que se roben los depósitos de uno. Personalmente me da un poco de gracia, ya que creo que imposible que pase esto, por las regulaciones de BCRA. Cuanta seguridad mas te da que tenga una sucursal? Si la plata desaparece, desaparece con o sin sucursales, así lo veo yo.

Otro tema para mencionar, una particularidad que tuve este año. Había sacado unos pasajes por KLM, para irme de viaje en agosto 2020. Por motivos obvios se cancelaron los vuelos, y debían reintegrarme el dinero, el cual era en USD.

Desde hace un par de meses, el BCRA dispuso que solo se podían recibir transferencias en USD una sola vez por mes, en caso contrario se procede al bloqueo de la misma. Para recibir el reembolso, necesitaba cierta información del banco. Cobro mi sueldo el BBVA y soy premium, por lo que tengo un servicio de atención al cliente más “personalizado”. Me comuniqué con mi asesora a la cual le solicite un documento que necesitaba para poder recibir esta transferencia, tres semanas después del pedido no tenía novedades. Cuando eleve el reclamo de manera telefónica, me dijeron que me acerque a una sucursal. Al no querer ir a la sucursal donde tengo radicada la cuenta, tuve que buscar otra opción.

Al tener cuenta en el Brubank decidí solicitar esta documentación, desde la aplicación al centro de atención al cliente. Estos bancos digitales no tienen un ejecutivo a cargo de la cuenta como los tradicionales. En 72 horas me enviaron la documentación a mi casilla de correo personal. Luego envié todo a KLM, para que en dos semanas me transfieran los dólares. Realmente estos pequeños detalles hacen a que uno se termine decidiendo por estas entidades.

Ni hablar de los costos los cuales son ínfimos o nulos comparados con los tradicionales. Creo que, con la suma de todo, es obvio que los usuarios están pidiendo otra cosa a las

entidades financieras, como menores costos, mejor servicio, más conectividad, menos burocracia, entre otras.

Ya no importa la tradición o que tan grande sea de renombre una entidad financiera, el consumidor busca practicidad, costo buen servicio. Estos son los pilares de los nuevos *players* en el mundo financiero y los consumidores están abrazando los mismos y cada vez mas operan con estas nuevas entidades.

Esta claro que el mundo cambio en los últimos 25 años, también esta en claro que cambiaron los consumidores. Desde luego está claro que también cambiaron las compañías de servicios financieros, todo el entorno esta cambiando y en los próximos años se verá un darwinismo de estas para ver cuales se pueden adaptar y cuáles no.

Es un hecho que esto cambio para las empresas de servicios, ya que todas invierten en las aplicaciones, departamentos de IT cada vez más grandes. Todo esto para poder seguir en el mercado.

La realidad es que los cambios siempre suceden, pero hoy en día trascurren a una velocidad nunca vista. Por estos motivos los consumidores están cambiando la forme de operar financieramente, como ya mencionamos, buscando la menos burocracia posible, menor costo y tener el control de sus finanzas las 24 horas de día los 7 días de la semana.

Bibliografía:

Université Laval. Bibliothèque. *Sitio de la Biblioteca de la Universidad Laval*, [en línea]. <http://www.bibl.ulaval.ca/> (página consultada el 8 de mayo 1996).

AANDA, Sitio de la Asociación Nacional de Avisadores de Chile, <https://www.anda.cl/que-es-el-customer-journey/>. (Página consultada 6 de junio 2021).

Red Historia, <https://redhistoria.com/historia-del-ipod-de-apple/> (página Consultada 10 de julio 2021).


Todo Noticias Digital, <https://tn.com.ar/economia/el-banco-cada-vez-mas-lejos-se-podran-abrir-cuentas-bancarias-desde-el-telefono-celular-712017/> (6 de mayo 2021).

Iron Hack, <https://www.ironhack.com/es/diseño-ux-ui/que-es-y-que-hace-un-diseñador-ux-ui> (17 de agosto 2021).

Foxtex, Foxtex Solutions, <https://www.foxtex.io/blog/para-qu%C3%A9-sirve-el-customer-journey> (17 de agosto 2021)

Foxtex, Foxtex Solutions, <https://www.foxtex.io/blog/la-evoluci%C3%B3n-del-cmo-qu%C3%A9-le-depara-el-futuro> (18 de agosto 2021)

Anexos:



Personas Físicas

Documentación Requerida para Apertura de:

Cuenta Corriente

Caja de Ahorro

Paquete de Productos

Caja de Seguridad

Plazo Fijo

Tarjeta de Crédito

Operac. de Cambio

Cliente:

-- Documentación a entregar en original y fotocopia --

	CHECK LIST RECIBIDO
<input type="checkbox"/> Libreta de Enrolamiento, Libreta Cívica o DNI, según corresponda. (Argentinos)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> DNI. (Argentinos naturalizados o extranjeros con residencia permanente)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Acta de Divorcio (en caso que el estado civil del cliente sea divorciado)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Último pago de servicio público/privado a nombre del titular o de sus padres (en este caso, acompañar copia de partida de nacimiento) ó copia del título de propiedad correspondiente al domicilio actual.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Título de propiedad del inmueble. (Sólo para productos crediticios y en caso de declararse propietario).	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Constancia de CDI (Clave de Identificación), si la persona no está obligada a tener CUIT o CUIL.	<input type="text"/>
RELACION DE DEPENDENCIA:	
<input type="checkbox"/> Tres últimos recibos de sueldo, computarizados.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> De ocupar cargos públicos, certificado de empleo en papel membrete, con certificación bancaria de la firma responsable, que deberá poseer un cargo superior al que ostenta el solicitante.	<input type="text"/>
AUTONOMOS CON DDJJ DE GANANCIAS Y BIENES PERSONALES:	
<input type="checkbox"/> Formulario de CUIT y Constancia de Inscripción (F.435/A, F.435/B, F.560, etc.)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Último pago de aporte previsional. Se acepta como pago en término si se efectivizó dentro del mes de vencimiento.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Última DDJJ de Ganancias, DDJJ de Bienes Personales y constancias de pago (anticipos y/o pago total en término)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Último pago impuesto a las Ganancias (anticipo o pago total en término del año inmediato anterior al año en curso.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Dos últimas DDJJ de Ganancias, Bienes Personales y constancia de pago cuando la última DDJJ fue pagada fuera de término.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Constancia de Inscripción Ingresos Brutos, de corresponder, acompañada del último pago. (Sólo para Adhesión de Comercios)	<input type="text"/>
AUTONOMO MONOTRIBUTISTA	
<input type="checkbox"/> DDJJ de Monotributo (Form. F-162)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Formulario de CUIT.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Último comprobante de pago Monotributo (6 últimos para préstamos sin Gtía. y 12 últimos para préstamos c/ Gtía).	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Constancia de Inscripción Ingresos Brutos, de corresponder.	<input type="text"/>
OTRAS CONSTANCIAS:	
<input type="checkbox"/> Fotocopia de la Matrícula o Título Profesional.	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Fotocopia de Habilitación Municipal (Comerciantes)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Fotocopia del Registro Industrial de la Nación, cuando corresponda. (Microemprendimientos)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Último resumen de cada una de las Tarjetas de Crédito que el solicitante posea vigentes en otras entidades (Sólo para el otorgamiento de Préstamos Personales)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Constancia Censo Nacional Agropecuario 2008 (*)	<input type="text"/>

(*) Conforme lo dispuesto por el Banco Central de la República Argentina a través de su Comunicación B 9687 de fecha 23/11/2009, dando cumplimiento a lo establecido en el Decreto del Poder Ejecutivo 1764/07, informamos a Uds. que desde el 01/11/2009 y hasta el 01/11/2010, para dar curso a todo tipo de operación que desee realizar una persona (Física y Jurídica) y que declare la actividad agropecuaria será obligatorio exigirle el Certificado de Cumplimiento Censal correspondiente al Censo Nacional Agropecuario 2008, caso contrario la operación no podrá ser cursada.

Ud. fue atendido por:

Tel.:

Documentación recibida y controlada

Fecha: / /

Firma y sello

F. 2040032 (11.2009)