Game of Thrones

La Batalla para Dominar los Medios de Pagos en America Latina

Ana Gabriela Ramos

Directora de Mercadeo

Latino America y el Caribe

Entrust Datacard™

ENTRUST DATACARD

$650M
Ingresos

2,000+
Collaboradores

Ventas y Servicio en 150+ Paises

34+
Ubicaciones Mudial

10M+
Credenciales de Identidad y Pagos emitidas diariamente

NUESTROS MERCADOS PRINCIPALES

PAGOS	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
Innovaciones en emisión de tarjetas financieras y seguridad demostrada para transacciones digitales	Soluciones de seguridad para cada uno de sus pasos a través de la nube — en el local para una utilización completa de la nube

Entrust Datacard™

SEGMENTOS DE MERCADO

CONSUMIDOR

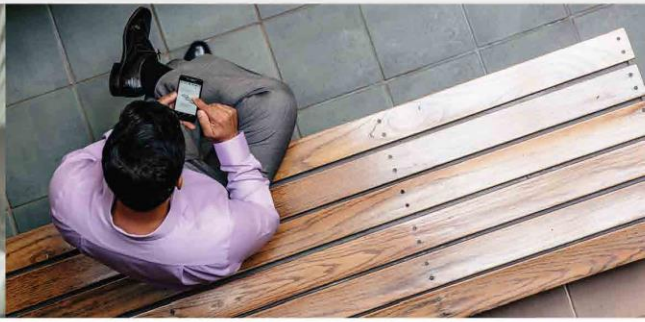
TRANSFORME LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

CIUDADANO

PROTEGE A LOS CIUDADANOS, FRONTERAS Y PRESUPUESTOS

EMPRESA

ASEGURE SU LUGAR EN LA NUBE



PORTFOLIO

SEGMENTO PARA EL CONSUMIDOR

Emisión de Tarjetas de Alto Volumen

Emisión Instantánea de Tarjetas

Autenticación Móvil

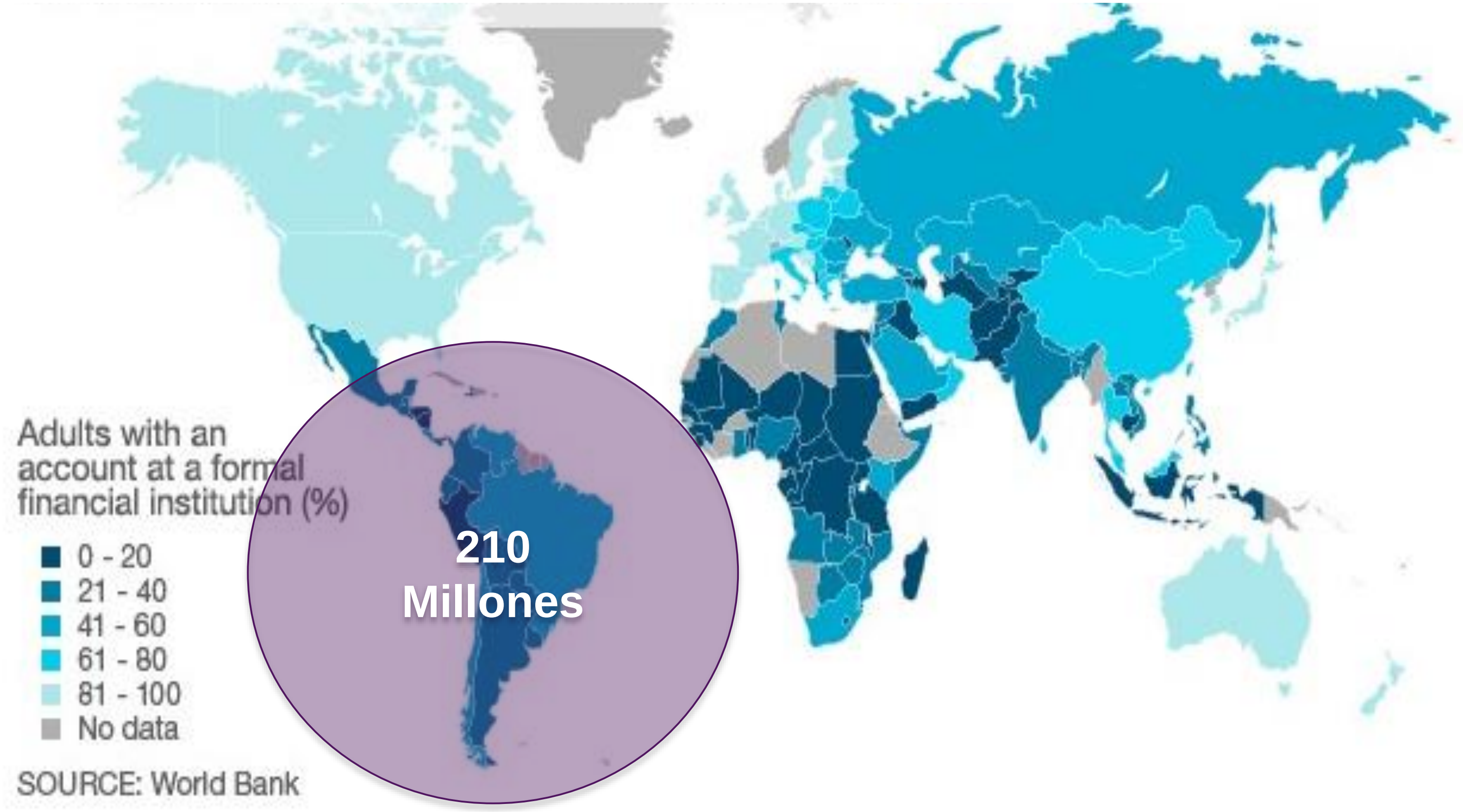
Transacciones Seguras


GAME OF THRONES

Los Medios de Pagos en America Latina

EL EFECTIVO TODAVÍA REINA

¿CUANTOS SON LOS NO BANCARIZADOS?

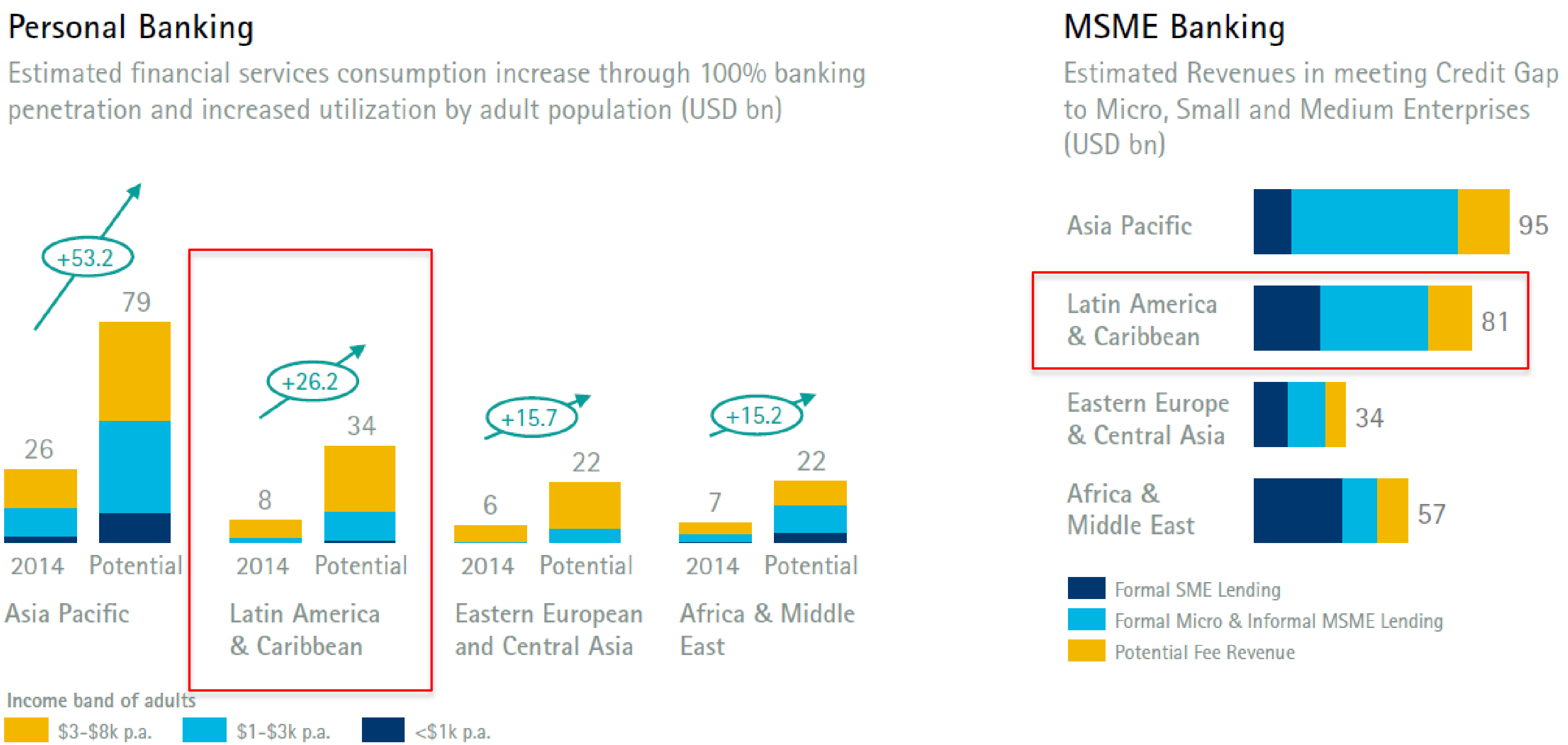


- Aunque el porcentaje de los adultos que tienen una cuenta bancaria ha crecido un 12% desde el 2011.
- Hoy en día, 2 billones de adultos siguen sin tener una cuenta bancaria.

Fuente: World Bank Global Findex

EL POTENCIAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA

FIGURE 1. Financial services revenue potential assuming 100 percent penetration of the unbanked in emerging markets



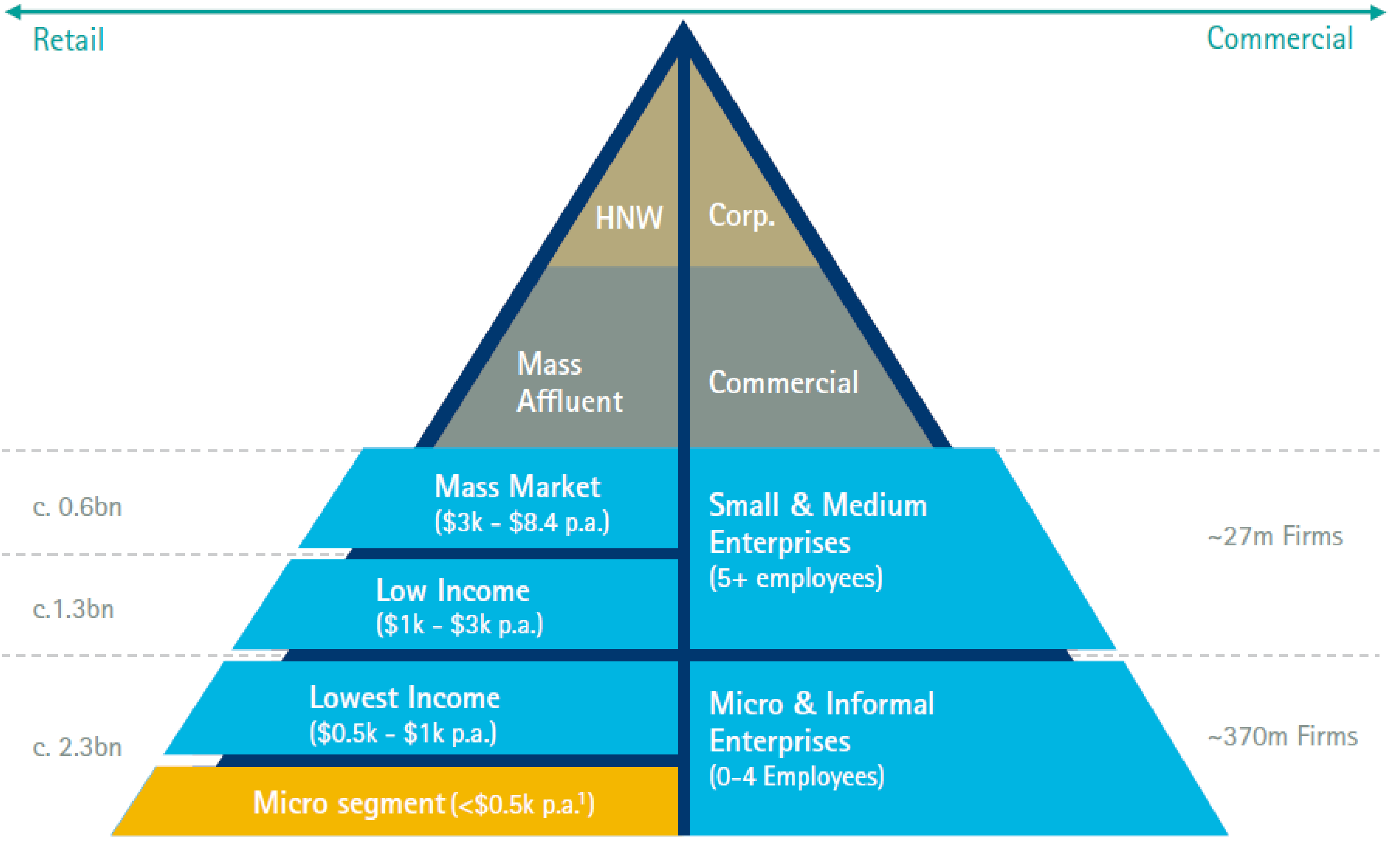
Source: Accenture Research Estimates based on World Bank Global Consumption, Global Findex, IFC Enterprise Finance Gap databases

EL POTENCIAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA

FIGURE 2. Consumer market pyramid—emerging markets

Who are the potential mass market customers for banks?

Estimated adult (15+) population size by income expenditure (PPP) bands and firms by number of employees



[1]Note: $456p.a. is the $1.25p/d/ poverty line

Source: World Bank and IFC's SME Banking Knowledge Guide

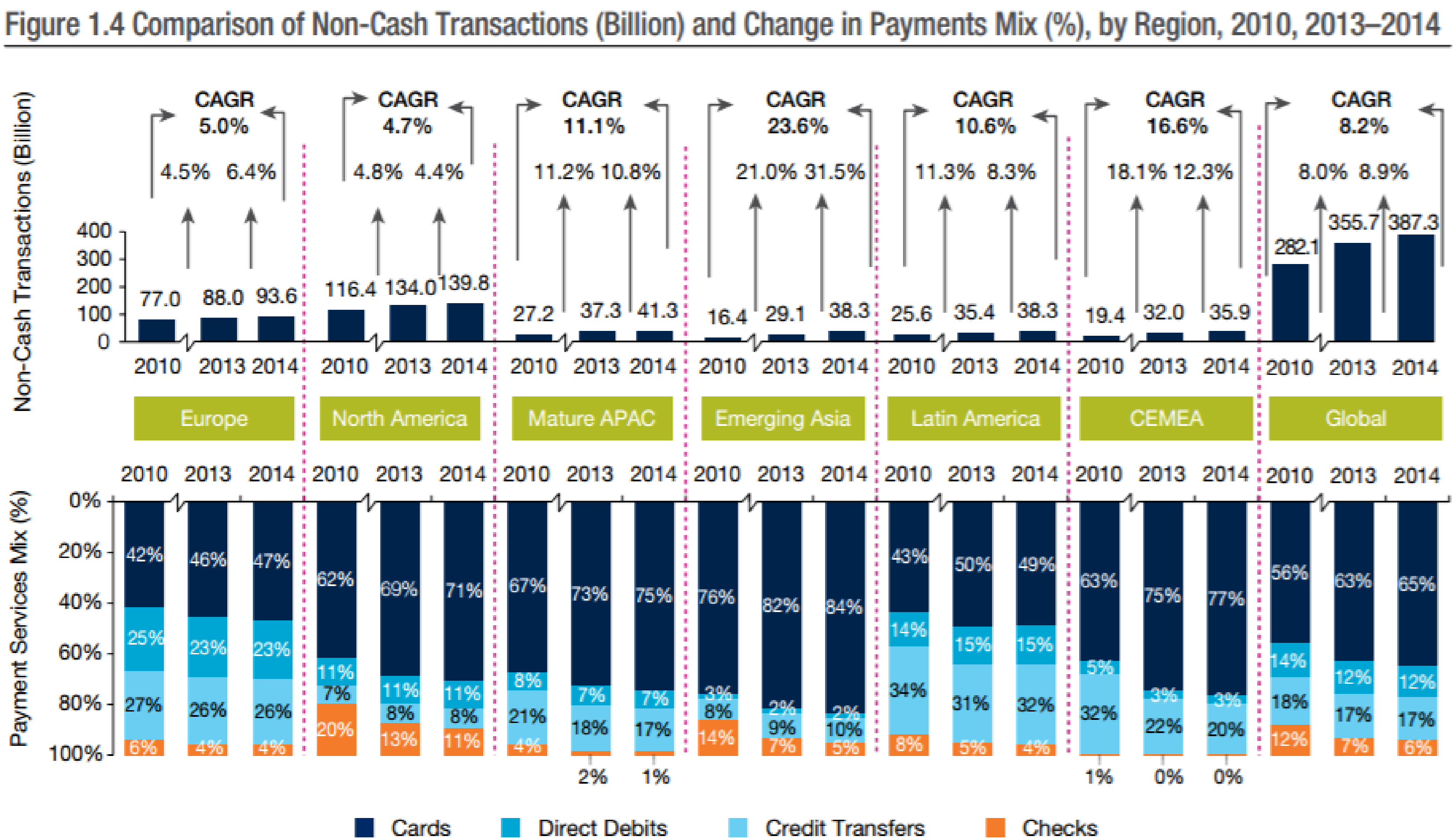
EFECTIVO PARA ECOMMERCE

USE OF CASH PAYMENTS IN LATIN AMERICAN E-COMMERCE, 2016

Country	% of Overall Spend
Brazil	25%
Mexico	22%
Colombia	34%
Argentina	40%
Peru	33%

Source: E-Bit, PayU, the Paypers, AMIPCI, AMI analysis

CHEQUES Y TRANSFERENCIAS: CAMBIO EN LA MEZCLA DE PAGOS

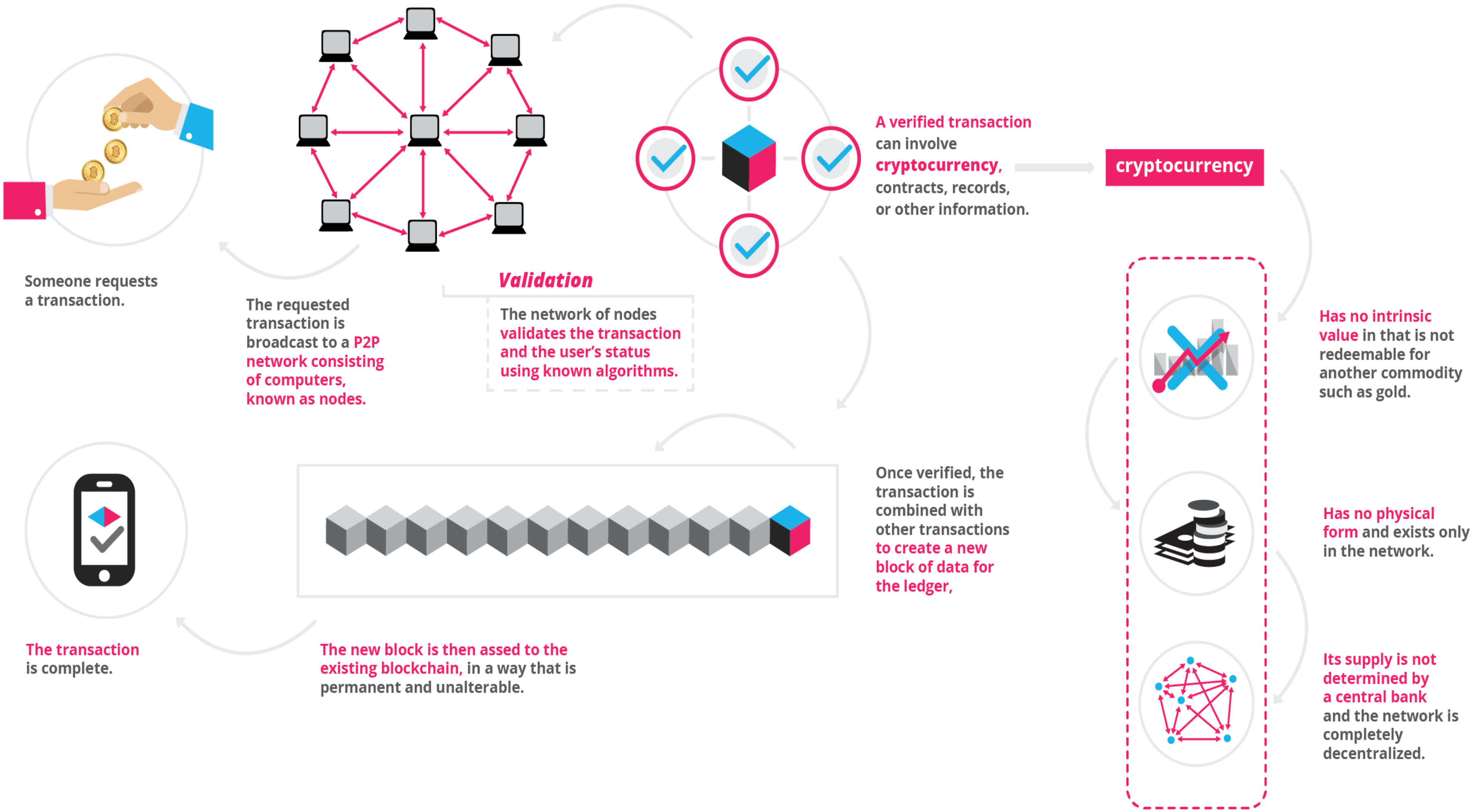


Source: Capgemini financial Services, ECB Statistical Data, Bank for International Settlements, Country's Central Bank Annual Reports

Entrust Datacard™

Country	Service	Partners	Launch year	# of users	Mobile subscriptions (2013)	Mobile subscription penetration
Bolivia	Tigo Money	Tigo	2012	700,000	10,425,704	7%
Brazil	Meu Dinheiro	Claro, Bradesco	2013	n/a	271,099,799	--
Brazil	Oi Carteira	Oi, Visa	2007	n/a	271,099,799	--
Brazil	TIM Multibank Caixa	TIM, Multibank Caixa, MasterCard	2015	n/a	271,099,799	--
Brazil	Zuum	Vivo, MasterCard	2013	384,000	271,099,799	0.1%
Colombia	Ahorro a la Mano	Claro, Tigo, BanColombia	2013	280,000	50,295,114	1%
Colombia	DaviPlata	Tigo, Claro, DAVIVIENDA, Redeban	2011	2,000,000	50,295,114	4%
Colombia	Transfer Aval	Claro, Grupo Aval, Banco de Bogota	2012	n/a	50,295,114	--
Ecuador	Mobile Money Platform	Movistar, Claro, Banco Central de Ecuador	2015	45,670	17,541,754	0.3%
Guatemala	Tigo Money	Tigo	2011	250,000	21,716,357	1%
Haiti	Tcho Tcho	Digicel, Scotiabank, Yellow Pepper	2010	1,000,000+	7,160,200	15%
México	Transfer	Telcel, Banamex, Inbursa	2012	n/a	105,005,729	--
Paraguay	Envios Personal	Personal	2013	500,000	7,053,297	7%
Paraguay	Tigo Money	Tigo, Banco Continental, Itaú Unibanco, Vision Banco	2008	1,200,000	7,053,297	17%
Perú	Tu dinero movil	Movistar, MasterCard, NovoPayment	2014	n/a	29,793,297	--

BITCOIN Y BLOCKCHAIN



Entrust Datacard™

WEARABLES

Wearables: Son dispositivos portátiles que tienen capacidades de pagos “contactless” y capacidades biométricas

Utilizan la tecnología NFC-igual que los dispositivos móviles para e-wallets

Ventaja Principal: están siempre encendidos, siempre disponibles, y funcionan con mínima fricción.

Desventaja Principal: la seguridad de kis wearables todavía no han sido comprobados completamente. Los consumidores todavía se sienten más cómodos y seguros usando pagos en línea o tarjetas bancarias.

CASO DE USO: VISA OLYMPIC PAYMENT RINGS

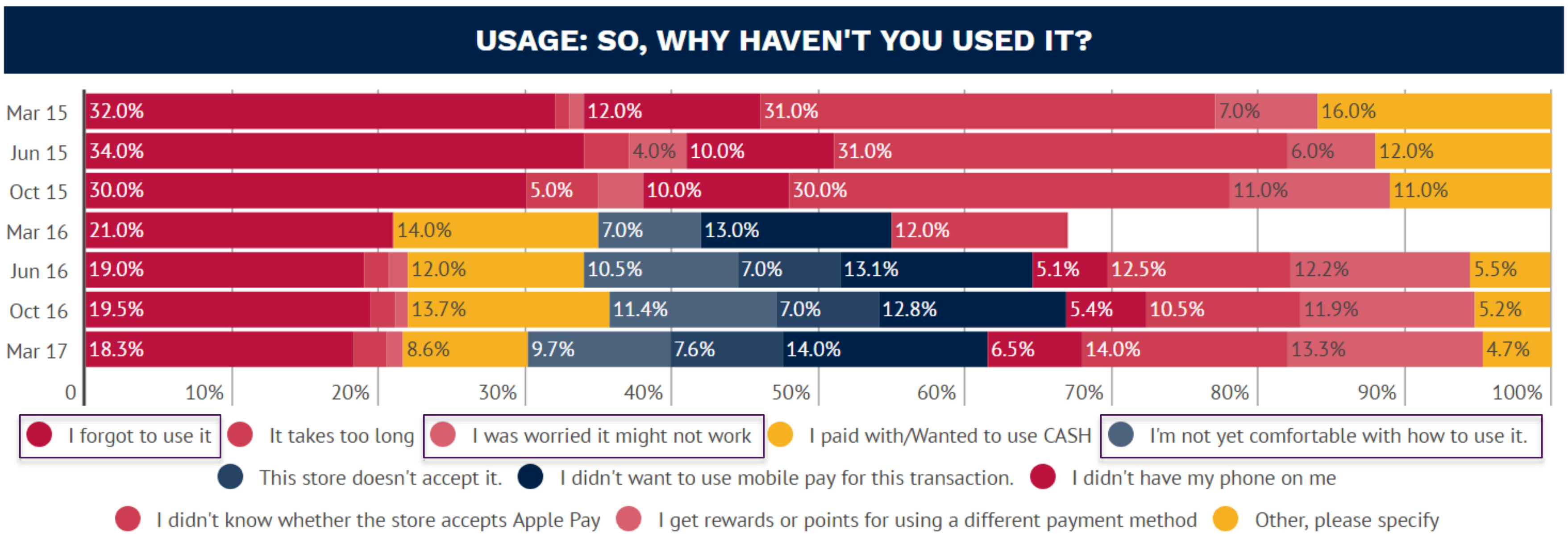
Entrust Datacard™

Los Realidad sobre las Tarjetas Financieras y Pagos Móviles

USAGE OF MOBILE PAYMENTS

MITO #1: La Adopcion de pagos moviles matara le existencia de tarjetas

“although many consumers are trying Apple Pay, they are not becoming habitual users. Usage was down 41% in the last 2 years, and the study also revealed that **consumers are consciously choosing to use another form of payment — namely, a card**”



Source: Apple Pay Adoption Tracker, March 2017

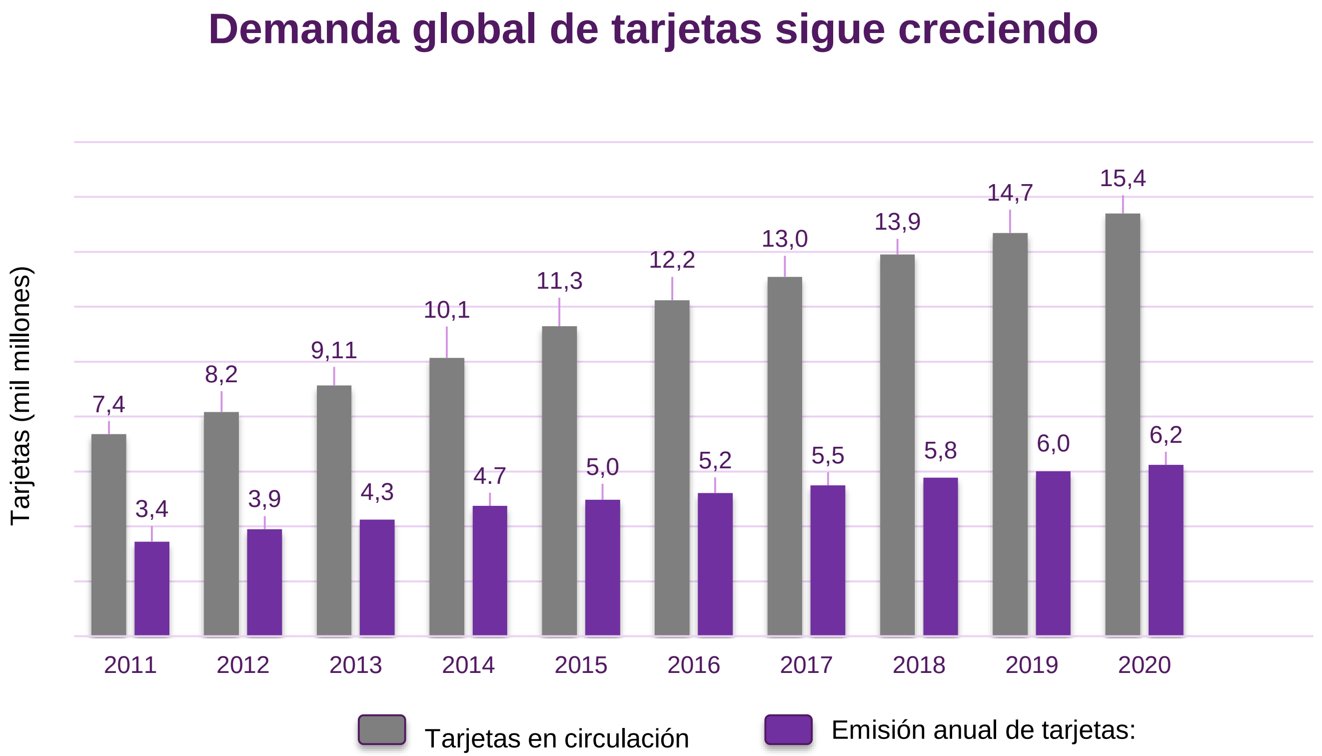
Entrust Datacard™

LA DEMANDA GLOBAL DE TARJETAS

MITO #2 : La producción de tarjetas emitidas reducira debido a la disminución en la demanda de tarjetas.

La demanda global de tarjetas continúa creciendo a una tasa anual compuesta (TCAC) del 6% (de 2015 a 2020).

La emisión anual de tarjetas se mantiene constante en aproximadamente el 40% de tasas de tarjetas en circulación.



Fuentes: Euromonitor, ICMA, Smart Card Association, Entrust Datacard Analytics.

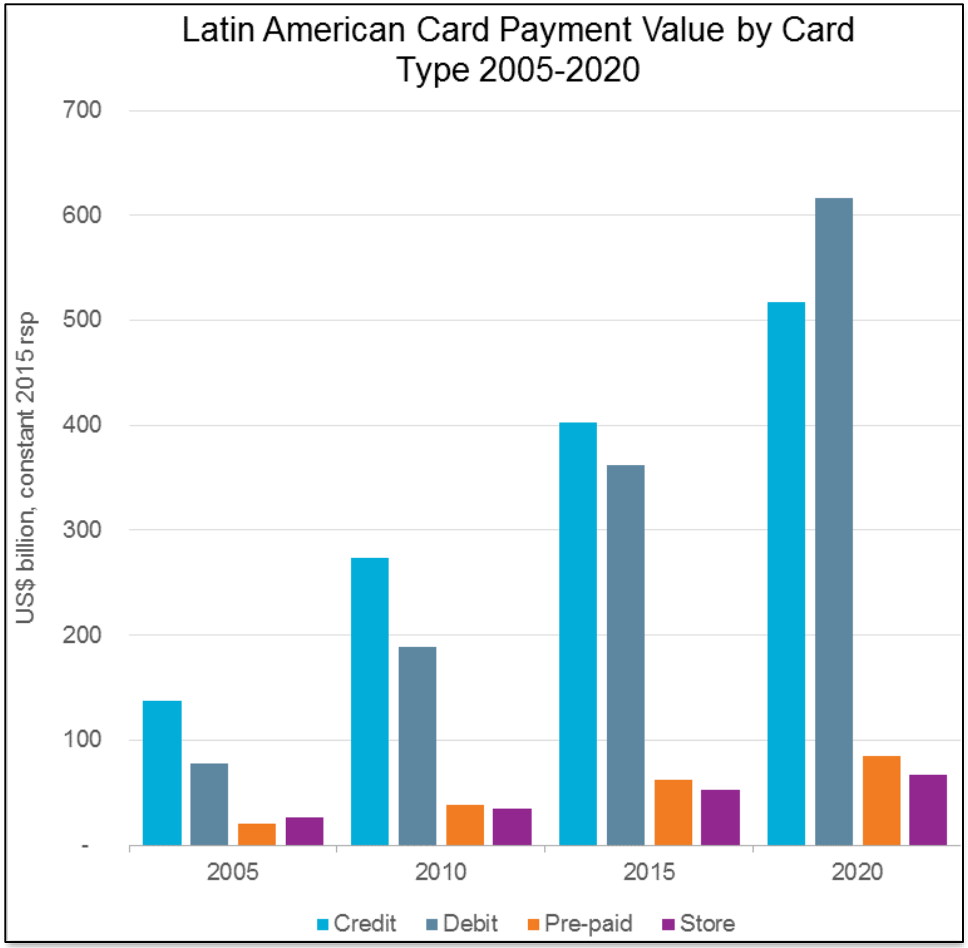
Entrust Datacard™

TARJETAS DE DEBITO IMPULSARAN EL CRECIMIENTO

- Por primera vez en la región para el año 2020, se estima que el valor total del pago con tarjeta de débito será mayor que el crédito.

- Dado que los productos de débito ofrecen a los clientes de las instituciones financieras con poco riesgo de pérdida, que son los consumidores de ingresos en general, medio e inferior y estrechamente en línea con las estrategias de inclusión financiera de ser desplegado a través de la región

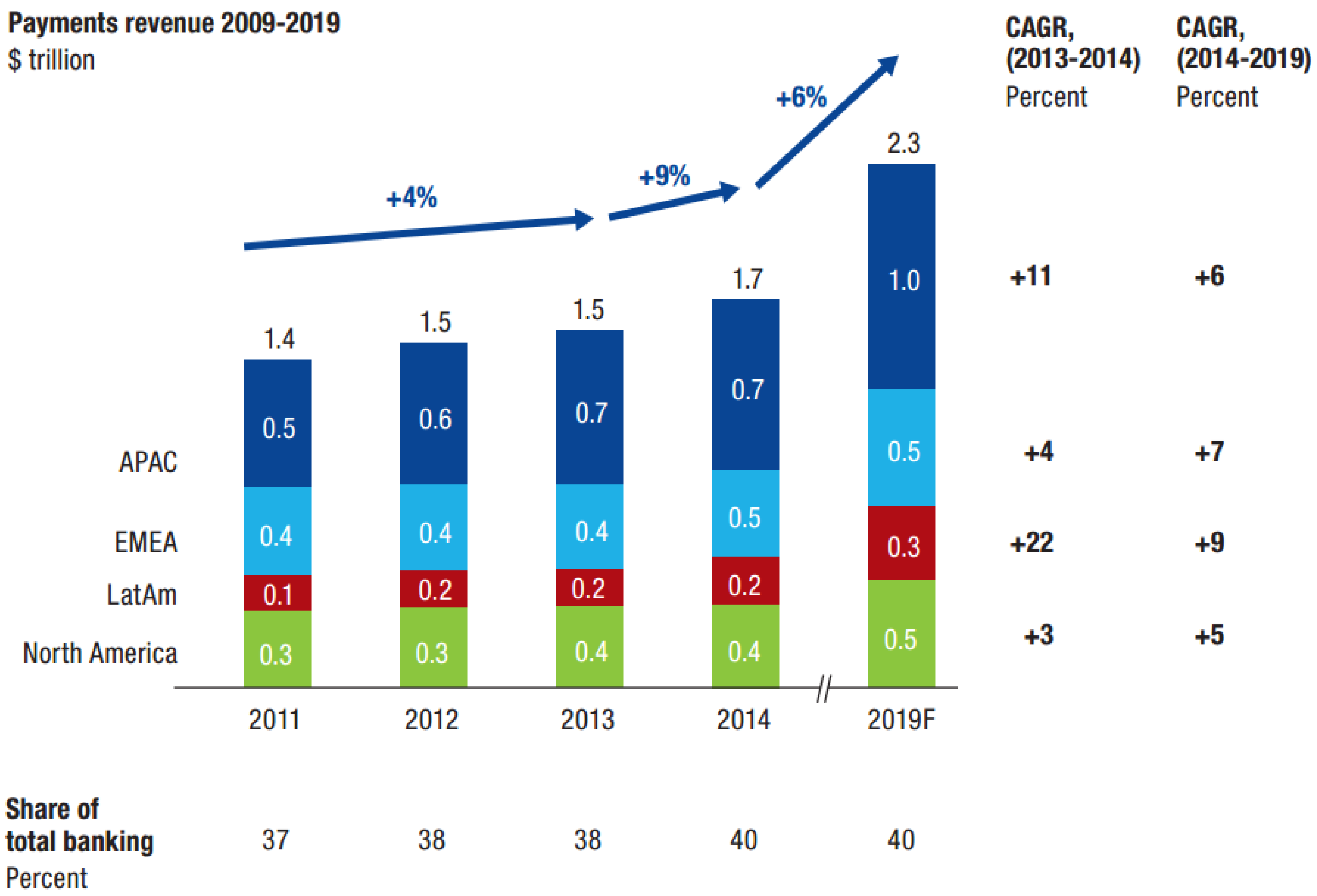
- Los principales impulsores de la mayor acceso a los servicios financieros a los consumidores han sido la política de pago del gobierno y los operadores de redes móviles (MNO de) que entran en el espacio de pago.



Source: Euromonitor

CRECIMIENTO SALUDABLE EN LA INDUSTRIA DE PAGOS

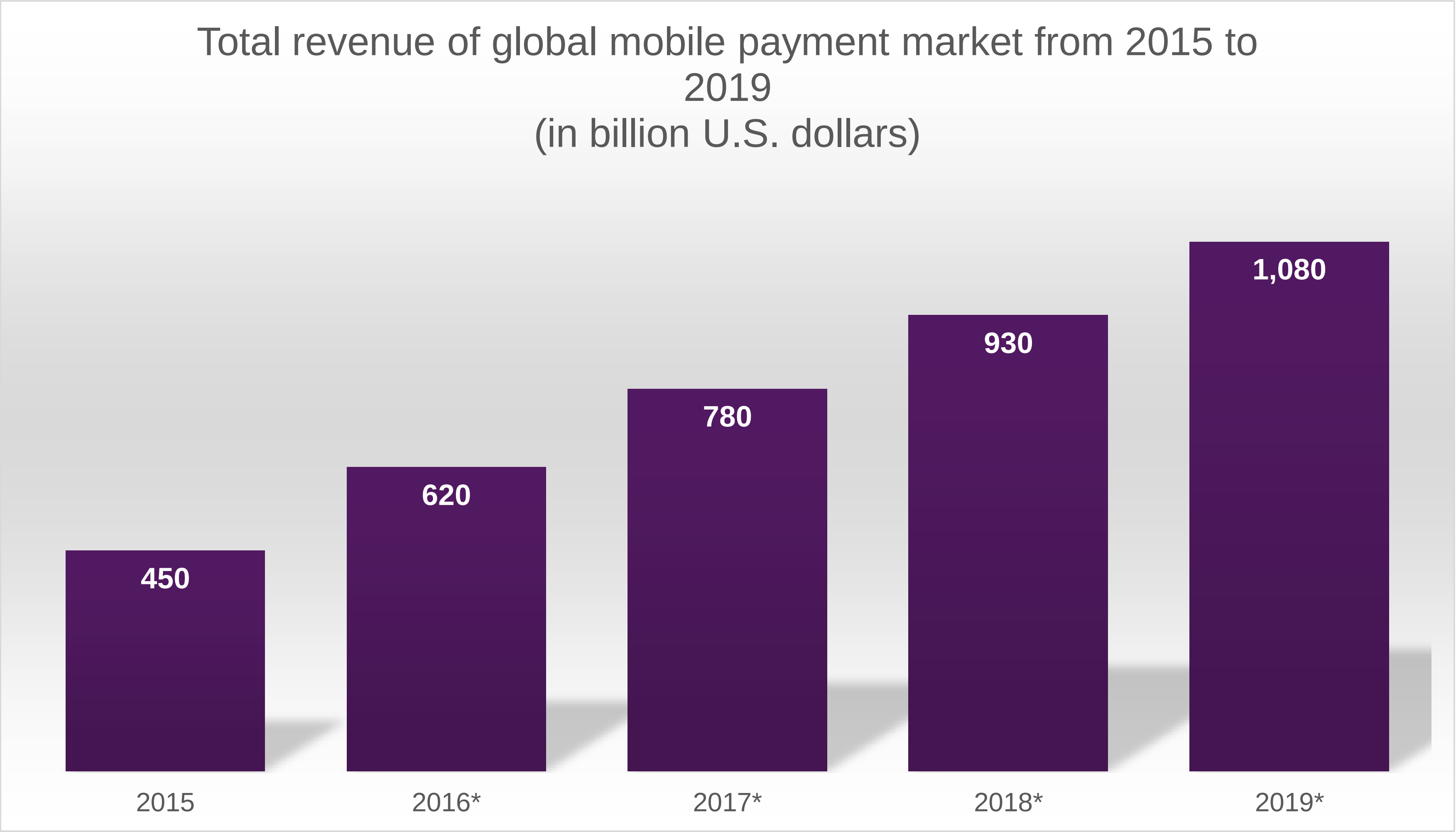
Global payments revenues grew 9% in 2014, compared to 4% the years before, and are expected to grow 6% per year for the next 5 years



Source: McKinsey Global Payments Map

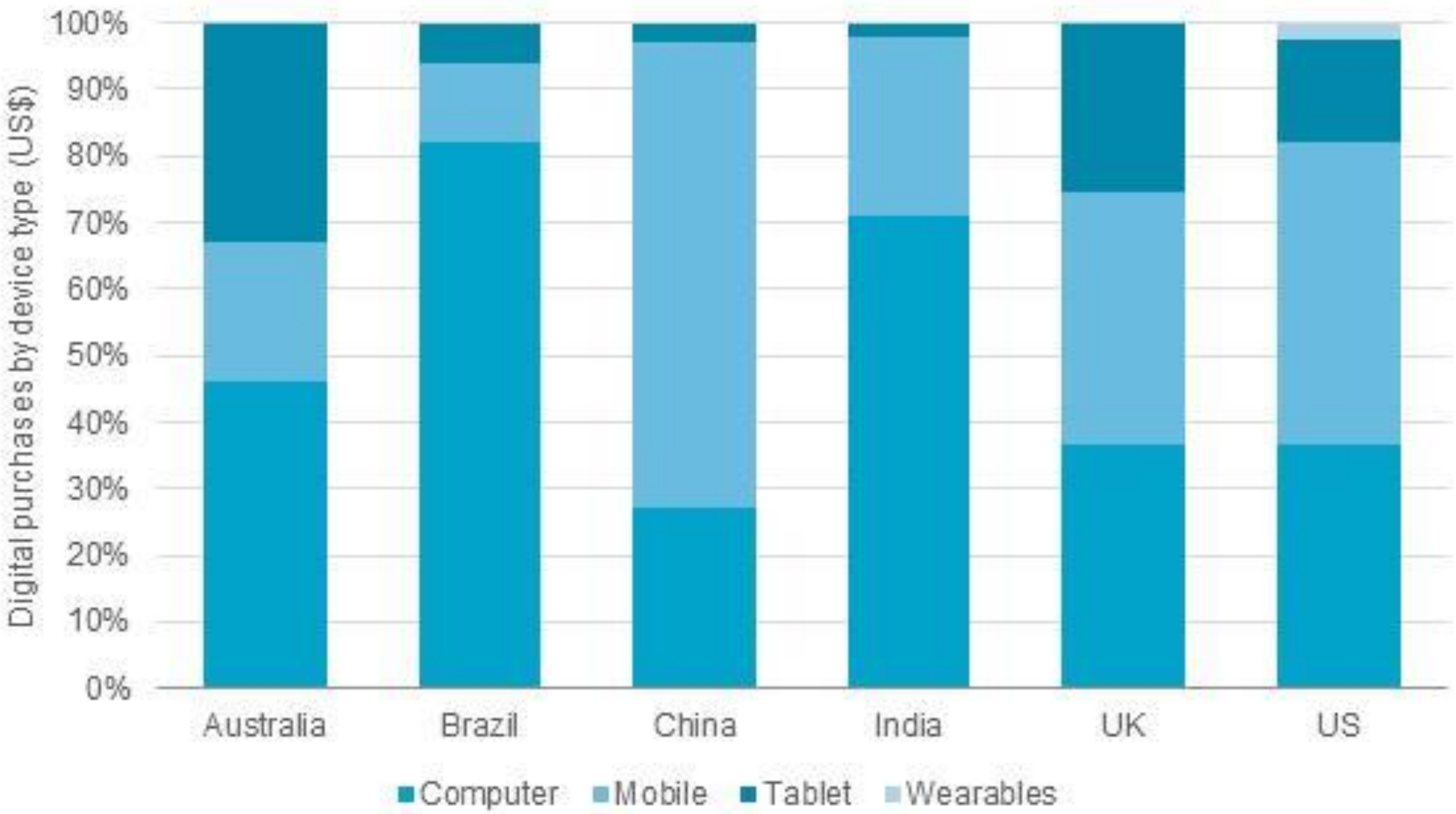
Entrust Datacard

GLOBAL MOBILE PAYMENT MARKET



Source: TrendForce, NFC World and Statista 2017

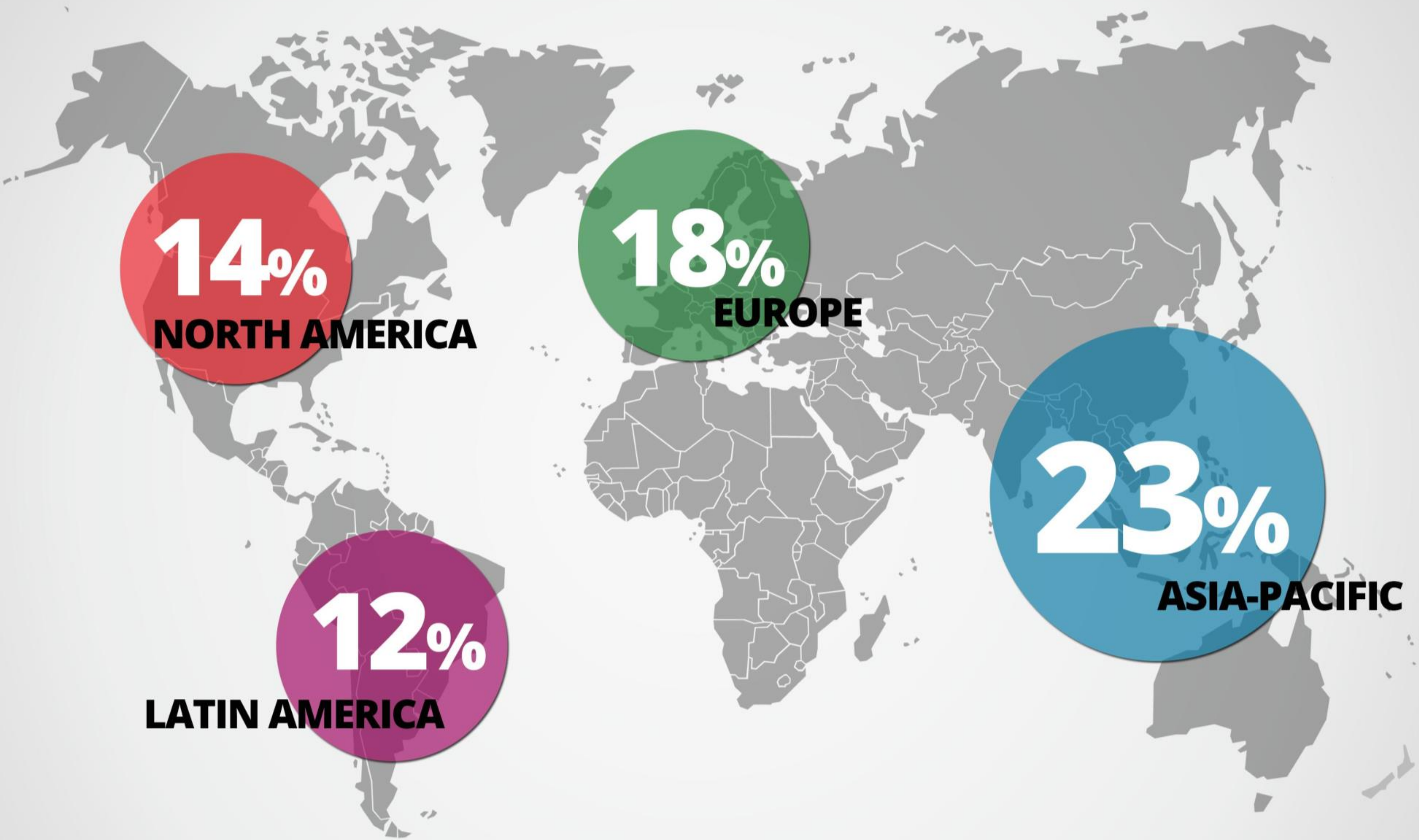
FORECASTED DIGITAL PURCHASES BY DEVICE TYPE, 2020



Source: Euromonitor

Entrust Datacard™

MOBILE SHOPPERS USING MOBILE WALLETS

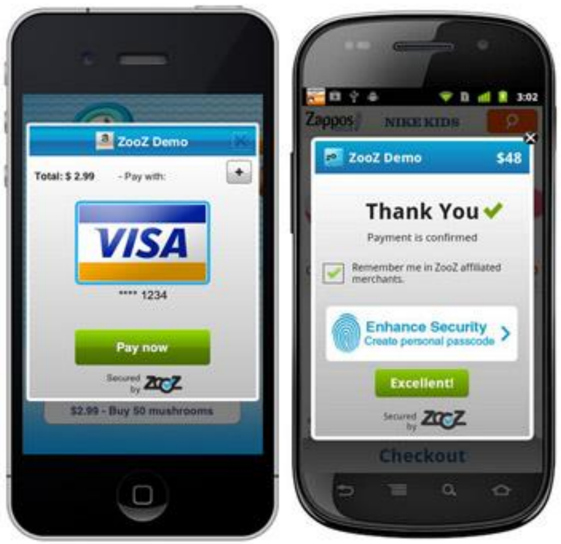


Source: Global Mobile Wallets 2017: Competitors and Market Opportunities by yStats.com

MOBILE READINESS

Source: MasterCard Mobile Payments Readiness Index

PAGO MÓVIL VS. ACEPTACIÓN DE PAGO MÓVIL



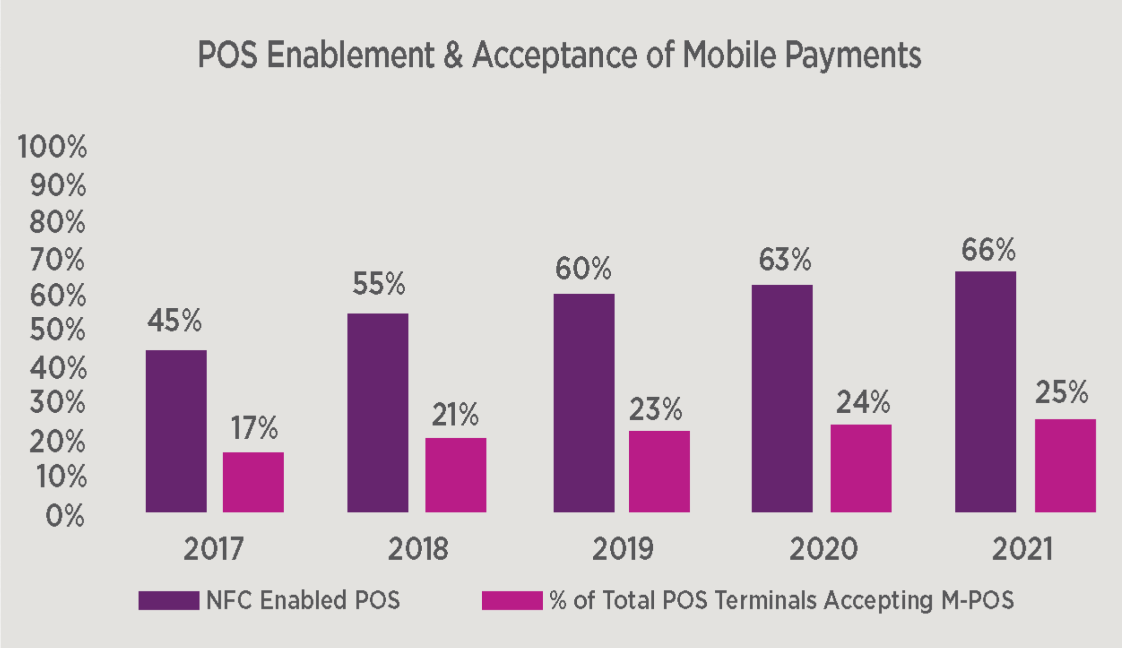
Los pagos móviles se producen cuando un cliente paga usando un Smartphone, una tableta o un dispositivo portátil.

La aceptación de pagos móviles significa que un comerciante puede aceptar pagos a través de un terminal POS con tecnología NCF.

Entrust Datacard™

LA REALIDAD DE LA ADOPCIÓN DEL COMERCIANTE

La implementación de "*NCF Enabled POS Terminals*" esta lenta



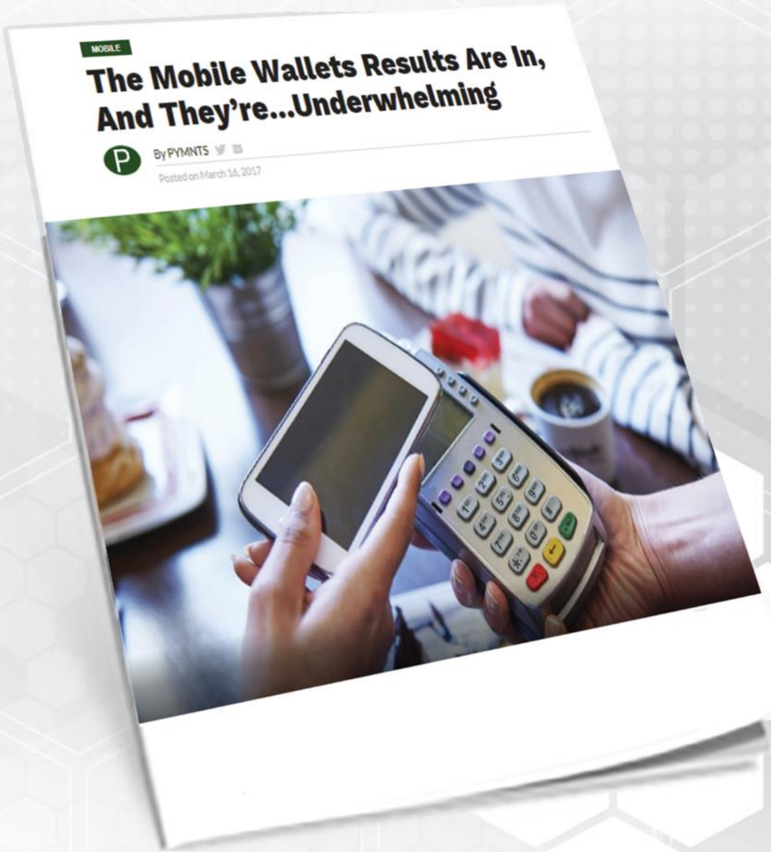
By 2021, roughly
66%
of POS terminals
will be NFC-enabled...

but only
25%
will actually be
accepting mobile
payments.

Source: EMV and NFC: US Merchant Implementation Status, 2016, Aite

Entrust Datacard™

LA ADOPCIÓN DE LA CARTERA MÓVIL ESTÁ ATASCADO EN NEUTRAL



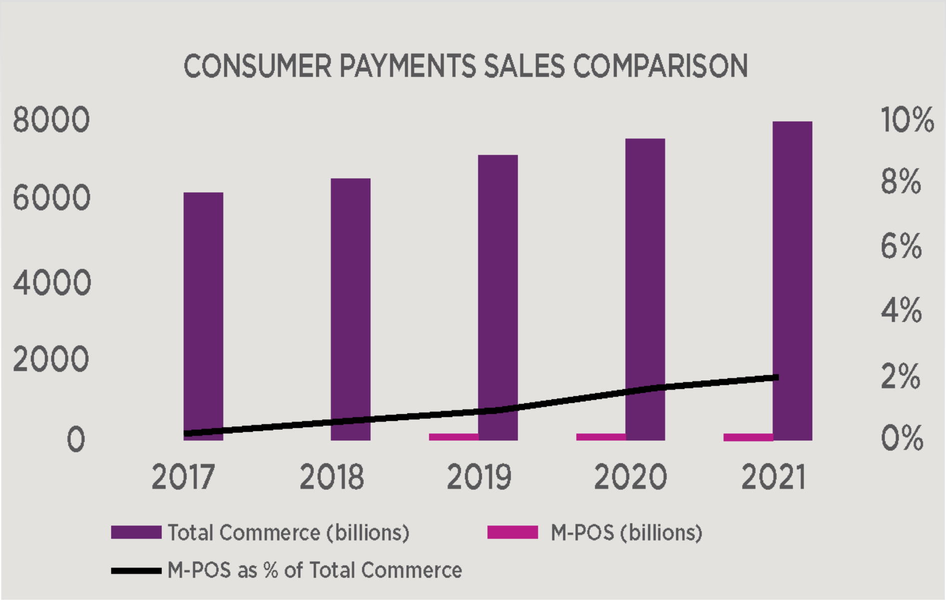
"Cuando se trata de usar en la tienda, es obvio que esta atascado en neutral. La mayoría de los consumidores no los usan cuando pueden, y las nuevas tasas de adopción se han nivelados- excepto por Apple Pay, donde han disminuido visiblemente. Los consumidores no están tan emocionados, y dado que el entusiasmo se ha calmado, simplemente no hay motivación para que los comerciantes cambien sus equipos actuales".

Source: Pymnts.com Report "The Mobile Wallets Results Are In, And They're…Underwhelming"

Entrust Datacard™

¿ESTAMOS LISTOS?

LOS CONSUMIDORES NO ESTÁN PREPARADOS PARA ADOPTAR LOS PAGOS MÓVILES DE FORMA SIGNIFICATIVA



Para el año 2021, solo el 2% de las ventas ocurrirán a través de pagos POS móviles.

47% de los consumidores dicen que no es probable que nunca cargue su información de tarjeta de pago en su teléfono móvil.

Why Don't More Consumers Go Mobile?

91% Card is preferred payment method

40% Security concerns

34% No clear benefit

26% Risk of losing phone

Source: Mobile Payments Platforms & Markets: How High is Up?, Mercator, March 2017; JPM Chase 2016 Consumer Commerce Study; U.S. Consumer Payments Study, TSYS, 2015.

Entrust Datacard™

La Experiencia del Consumidor Omnicanal
Un Concepto Critico para el Éxito

Entrust Datacard™

What Consumers Want From Digital Banking

- INSTANT GRATIFICATION
- SIMPLE, FRICTIONLESS EXPERIENCES
- CONTROL & POWER TO CHOOSE
- SECURITY FOR INFORMATION, ASSETS

Seamless Experiences Across All Channels

Entrust Datacard™

EL PODER ELEGIR- ES LA CLAVE HACIA EL ÉXITO

La Experiencia Que Yo Quiero

La competencia esta activamente persiguiendo estrategias omni canales, su banco debe ofrecer opciones que realmente satisfaga los deseos de consumidores

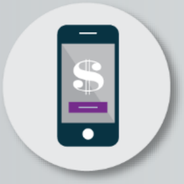
Critical Concept

Offer a range of digital & physical elements consumers can use to create customized experiences

- Ernst & Young, Global Banking Outlook 2015

DESAFÍO - DECISIONES DE INVERSIÓN TECNOLÓGICA

PARA SUS CLIENTES



Mobile Payments

Online Banking

Self Service Kiosks

Location-Based Offers

PARA INFRAESTRUCTURA INTERNA

Forensic Data Analytics

Tablet-Based Training

Real-Time High-Value Payments

Authentication Methodology

TECHNOLOGY-DRIVEN DECISIONS

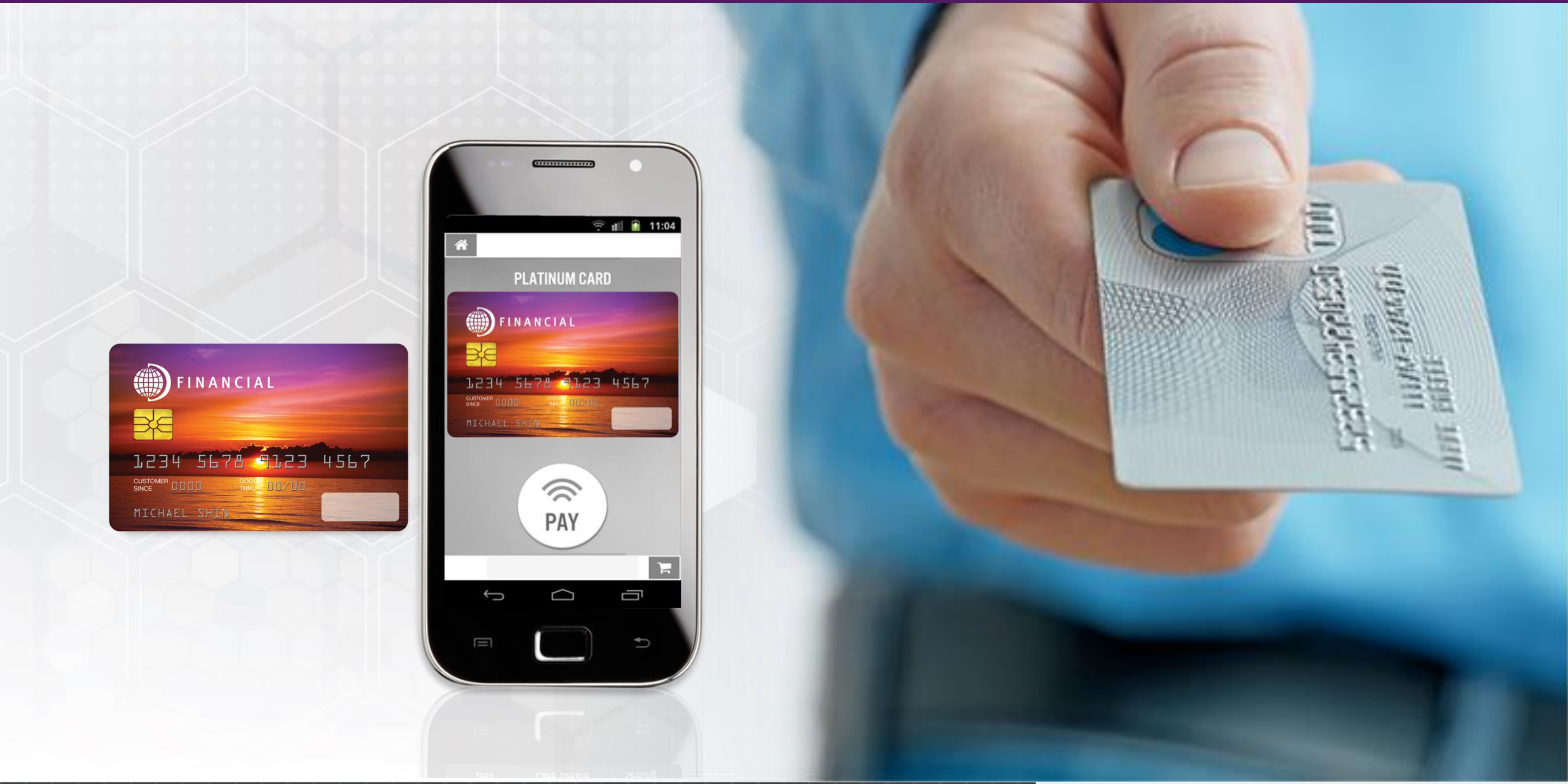
1. Choose technology investments
2. Build omni-channel experience
3. Collect customer inputs, forensic data
4. Continue to optimize the experience

Entrust Datacard™

Soluciones Financieras Completas para un Futuro Balanceado

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

LA EMISIÓN DIGITAL ES UN COMPLEMENTO A LA EMISIÓN INSTANTÁNEA DE TARJETAS, NO UN REEMPLAZO



Entrust Datacard™

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

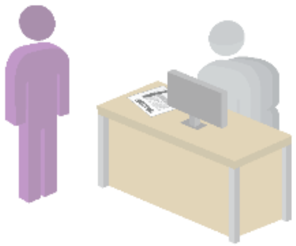
1 **Card request through FII Software**

Entrust Datacard™

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software

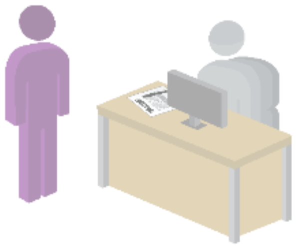


2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software



2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

Entrust Datacard™

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

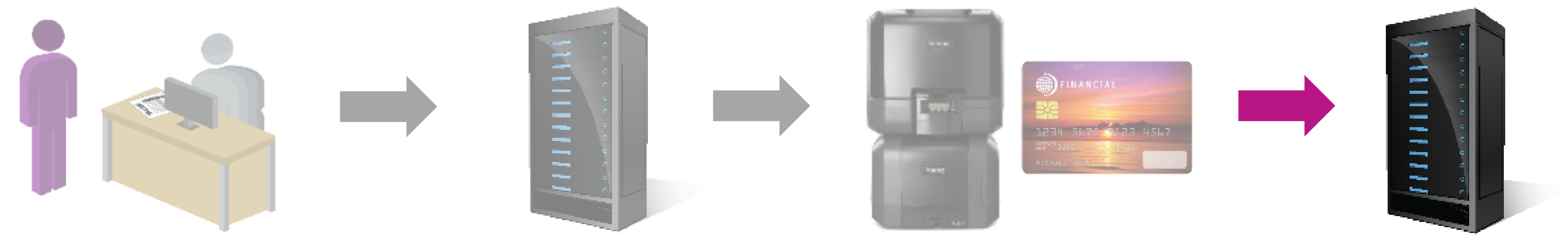
ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software

2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

4 EDC interfaces with switch to activate card



PHYSICAL + DIGITAL CARD ISSUANCE = COMPLETE SOLUTION

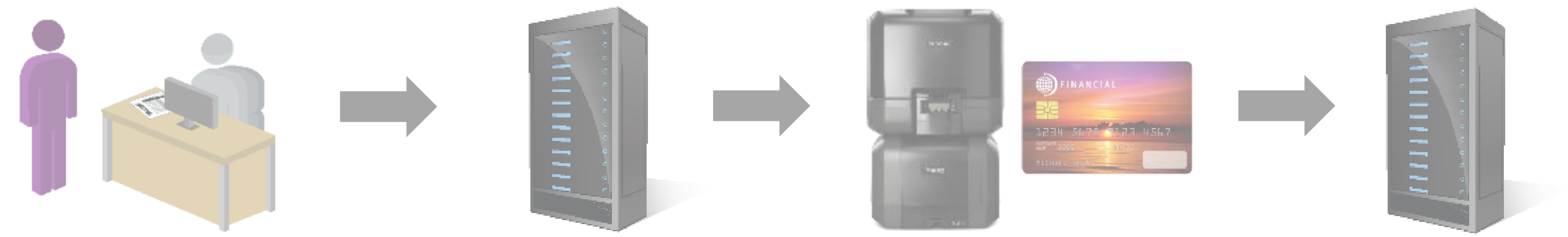
ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software

2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

4 EDC interfaces with switch to activate card



5 Cardholder data sent to token provider platform

First Data

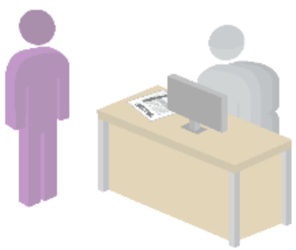
MasterCard

VISA

PHYSICAL + DIGITAL CARD ISSUANCE = COMPLETE SOLUTION

ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software



2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

4 EDC interfaces with switch to activate card

5 Cardholder data sent to token provider platform

First Data
MasterCard
VISA

6 Token provider sends data to mobile wallet provider

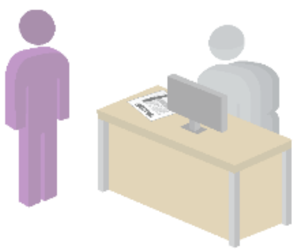
pay
Pay
Google wallet
SAMSUNG pay
PayPal

Entrust Datacard™

PHYSICAL + DIGITAL CARD ISSUANCE = COMPLETE SOLUTION

ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE’S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software



2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

4 EDC interfaces with switch to activate card

5 Cardholder data sent to token provider platform

FirstData. MasterCard VISA

6 Token provider sends data to mobile wallet provider

pay Pay Google wallet SAMSUNG pay PayPal

7 Mobile platform provisions card into wallet

Entrust Datacard™

EMISIÓN DE TARJETA FÍSICA + DIGITAL = SOLUCIÓN COMPLETA

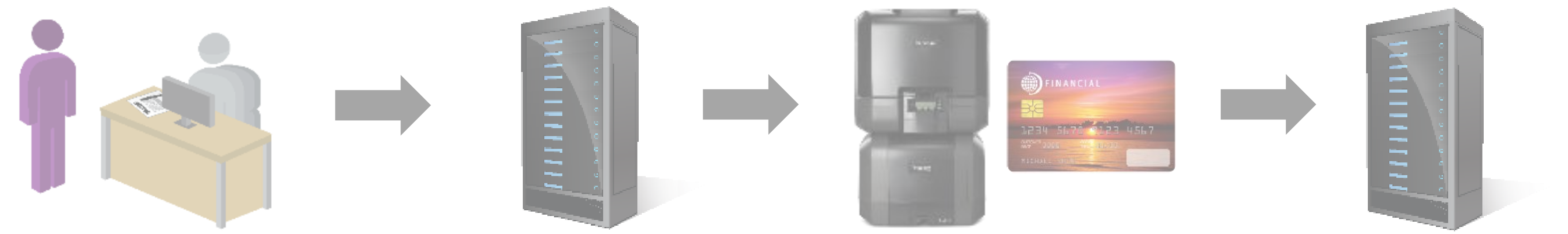
ISSUE A PHYSICAL CARD FIRST, THEN INSTANTLY TRANSMIT CARDHOLDER INFORMATION TO YOUR TOKEN SERVICE PROVIDER PLATFORM FOR DIGITAL CARD PROVISIONING. HERE'S HOW IT WORKS.

1 Card request through FII Software

2 EDC interfaces with Card Management System (CMS)

3 EDC produces physical card in branch

4 EDC interfaces with switch to activate card

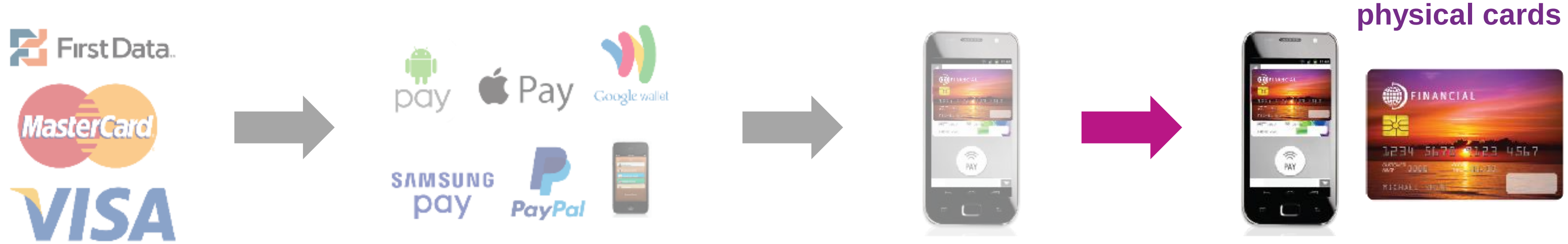


5 Cardholder data sent to token provider platform

6 Token provider sends data to mobile wallet provider

7 Mobile platform provisions card into wallet

8 Consumer is equipped with digital and physical cards



Entrust Datacard™

IMPACTO DE LA EMISIÓN INSTANTÁNEA EN TARJETAS DE DÉBITO

DEBIT ACTIVE RATE
increases by
12-25%

Lift for the life of the card for incrementally Activated/Debit Active cards

INCREMENTAL TRANSACTIONS
3-7

Transactions per card, per month for the life of the card

20-30%
INCREMENTAL DEBIT VOLUME LIFT

5-15%
INCREASE
IN ACCOUNTS OPENED PER BRANCH

5-15%
AVERAGE TRANSACTION INCREASE

Using a $40 Average Ticket Transaction baseline

1ST DAY
PURCHASE INCENTIVES

Without: 50% 1st day purchase
With: 95%+ 1st day purchase

Fuente: informado por los clientes de emisión instantánea de Entrust Datacard.

Entrust Datacard™

IMPACTO DE LA EMISIÓN INSTANTÁNEA EN TARJETAS DE CRÉDITO

DEBIT ACTIVE RATE
increases by
20-39%

Bank
0000 0000 0000 0000

Lift for the life of the card for incrementally Activated/Debit Active cards

INCREMENTAL TRANSACTIONS
2-5

Transactions per card, per month for the life of the card

Bank
0000 0000 0000 0000

30-42%
INCREMENTAL CHARGE VOLUME LIFT

initial
7 DAY SPEND

$300-$700+
PER CARD

100%
INCREMENTAL LIFT

Spend that takes place in days 1-7

5-15%
AVERAGE TRANSACTION INCREASE

Using a $94 Average Ticket Transaction baseline

1ST DAY
PURCHASE INCENTIVES

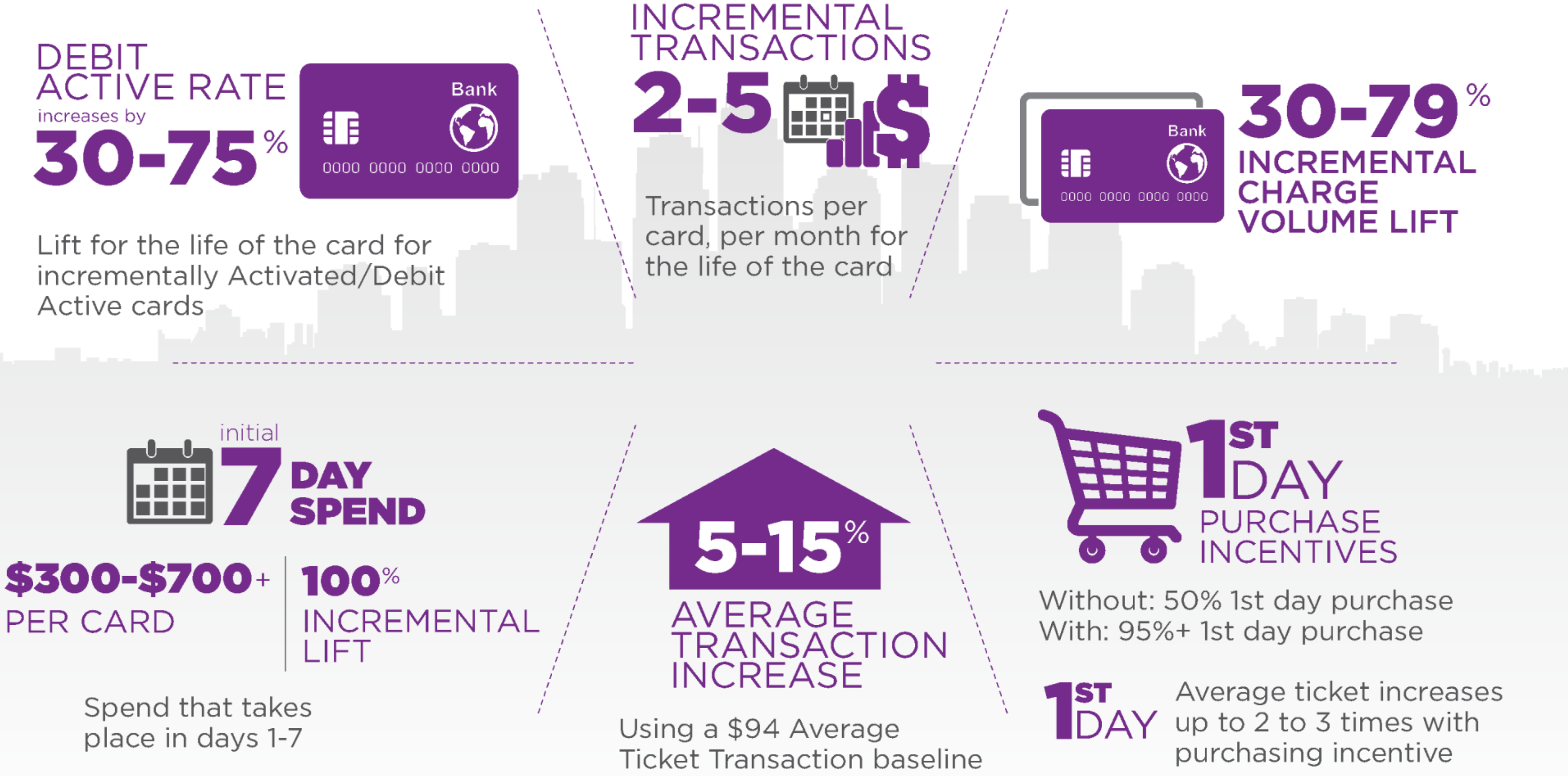
Without: 50% 1st day purchase
With: 95%+ 1st day purchase

1ST DAY
Average ticket increases up to 2 to 3 times with purchasing incentive

Fuente: informado por los clientes de emisión instantánea de Entrust Datacard.

Entrust Datacard™

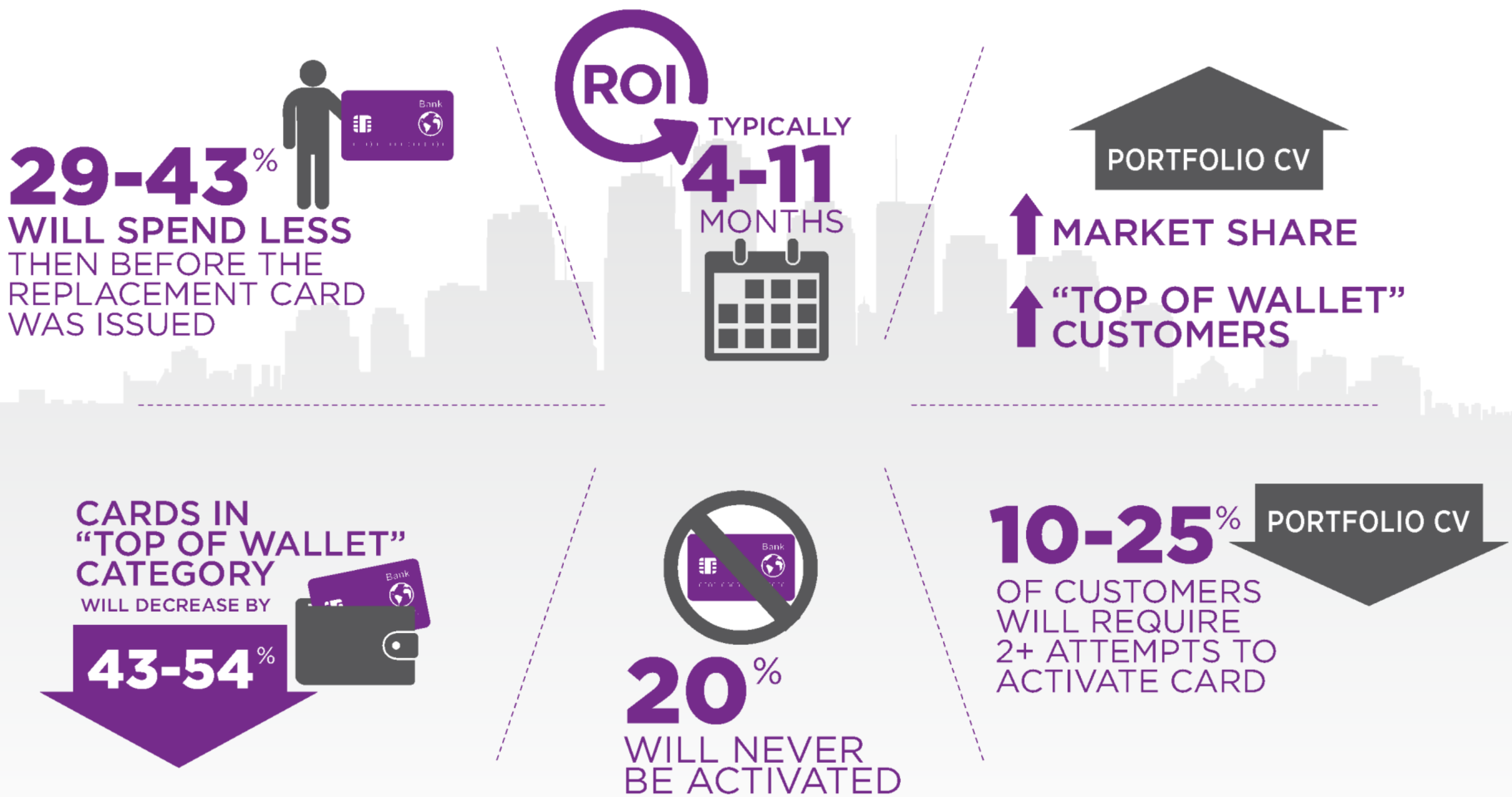
IMPACTO DE LA EMISIÓN INSTANTÁNEA EN TARJETAS DE MARCAS COMPARTIDAS



Fuente: informado por los clientes de emisión instantánea de Entrust Datacard.

Entrust Datacard™

IMPACTO DE USAR EMISION CENTRALIZADA PARA REMPLAZAR TARJETAS PERDIDAS O ROBADAS



Fuente: informado por los clientes de emisión instantánea de Entrust Datacard.

Entrust Datacard™

¿Qué nos Espera en el Futuro?

Entrust Datacard™


QUE MEDIO DE PAGO DOMINARA ESTE TRONO?

PALABRAS SABIAS

"Ninguna forma de pago jamás ha desaparecido desde la invención de la moneda, y las tarjetas son el estándar de pago en este momento"

“Las tarjetas trabajan y la personas las entiende. Mobile tendrá su lugar en el ecosistema de pagos, pero será un tiempo y es probable que las tarjetas y pagos móviles coexistirán durante algún tiempo”

Thad Peterson
Title: Senior Analyst, Aite Group

ABOUT THAD PETERSON

- Thad Peterson is a senior analyst with Aite Group, focusing on the evolution of the payment space, the customer payment experience, and merchant acquiring.

- Recognized as a global thought leader in payments, Thad has a proven track record of identifying and developing new opportunities and technologies in payments and financial services. He has relevant expertise in applying customer behavior to the payments ecosystem in both corporate and startup environments. Thad’s consulting background includes engagements on credit and debit cards, mobile payments, airline payment platforms, consumer and merchant loyalty, payment technology evolution, stored value, and product innovation. He holds patents in customer authentication and real-time mobile-enabled loyalty.

En el futuro, cual será la división entre métodos de pagos alternativos y tarjetas financieras

North America

	APM	Card
2014	28%	72%
2019	35%	65%

EMEA

	APM	Card
2014	49%	51%
2019	55%	45%

Asia Pacific

	APM	Card
2014	58%	42%
2019	63%	37%

Latin America

	APM	Card
2014	25%	75%
2019	29%	71%

Entrust Datacard™

LA ADOPCION MASIVA DE TARJETAS PERSONALIZADAS

Impacto de la tarjeta de crédito/débito personalizada

15% Aumento en tasas de adquisición del tarjetahabiente

30% Aumento del uso comparado con tarjetas financieras estándar

50% Aumento de tasas de activación de tarjetas

* Fuente: The Power of On-Demand Payment Cards and Personalization, George Wolbert.

Entrust Datacard™

EL FUTURO ES FÍSICO, ES DIGITAL, ES PARA EL CONSUMIDOR

PRINT ON DEMAND

Para recibir sus tarjetas personalizadas, por favor siga los siguientes pasos.

1. Escoja una foto
2. Envíala por correo electrónico a cardwizard@Outlook.com
3. Ponga su nombre en el asunto del correo
4. Preferiblemente una foto horizontal de alta resolución

Entrust Datacard

Thank you, Gracias, Obrigada!