

Zenobia Córdova: “La banca digital cobra relevancia en estos momentos”

Conversamos con **Zenobia Córdova**, gerente de la División de Innovación y Estrategia de Cliente del Banco de Comercio, sobre la estrategia digital que ha desarrollado la entidad para avanzar en el mercado.

La pandemia del COVID-19 ha hecho que la digitalización sea una prioridad para todas las empresas. ¿Cómo ha avanzado en general la banca y el Banco de Comercio al respecto?

Efectivamente, la banca digital cobra principal relevancia en estos momentos, acercando los servicios y productos de la banca a los clientes. Supone un reto para todo el sector y una oportunidad para acortar el tiempo de adopción digital que suelen tener estos modelos de negocio.

En Banco de Comercio, la estrategia digital que hemos adoptado se basa en una transformación que tiene como punto de partida el conocimiento del cliente. A partir de ello diseñamos nuestro modelo de negocio y construimos nuestros productos y servicios digitales. La **pandemia** nos está dejando muchas lecciones. La estrategia digital se refuerza, ya que fue pensada para un entorno de alta complejidad e incertidumbre como la que estamos viviendo hoy ante la emergencia sanitaria.

¿Qué metas tiene el Banco de Comercio respecto a su digitalización?

Nuestro objetivo no solo es brindar un onboarding digital de los productos tradicionales sino generar un valor incremental y diferenciado al cliente de manera sostenible. Es por eso que estamos trabajando en una plataforma omnicanal para nuestros clientes que son tanto personas naturales como empresas.

¿Qué protocolos sanitarios están estableciendo para proteger a sus trabajadores a partir de la pandemia?

Desde el primer día de la pandemia, hemos desplegado distintas acciones pensando en el bienestar de nuestros clientes y colaboradores. Tenemos un gran número de personas que vienen desempeñando sus funciones desde casa y garantizando la continuidad del negocio.

En el caso de los colaboradores que atienden al público en nuestras distintas sedes, hemos desarrollado un protocolo para su cuidado personal y el de atención al cliente. Así, el colaborador debe lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón, mínimo 20 segundos; desinfectar sus manos con alcohol en gel; evitar tocarse los ojos, la nariz y la boca con las manos sin lavar; y cubrirse la nariz y la boca con el antebrazo o pañuelo desechable al estornudar o toser. Además, todos nuestros colaboradores cuentan con equipos de protección y reciben capacitación constante sobre el uso correcto del mismo.

¿Qué nuevos proyectos o productos digitales tienen planeado lanzar este año?

Como parte de nuestro roadmap digital, estamos trabajando en la digitalización de productos como Cuentas de Ahorro, Préstamos de Libre Disponibilidad, Depósitos a Plazo, nuestros

Convenios -el core de negocio FF.AA. y PNP y Convenios Civiles- y también estamos desarrollando un Modelo de Negocio de Pagos Digitales.

El Banco de Comercio estaba enfocado principalmente en atender a miembros de las **FF.AA.** y **PNP**. No obstante, ahora la estrategia es atender al público en general. Cuéntenos sobre este cambio del modelo de negocios.

Nuestra transformación como banco se ha centrado en el negocio, teniendo como unidad fundamental de este cambio, al cliente. Nuestra cadena de valor está orientada principalmente hacia el conocimiento del cliente, a través del cual hemos desarrollado una serie de estrategias que nos van a permitir diversificar el negocio y entrar hacia nuevos segmentos de la banca retail; y para ello es que también estamos trabajando diversos productos digitales que queremos llevar con un modelo de negocio totalmente transformado, que no solo digitalice las operaciones tradicionales de un banco, sino que realmente esté orientado a satisfacer las necesidades del cliente y llegar más allá de eso.

¿Qué resultados han obtenido con Cambix, su servicio de cambio de divisas digital?

Hoy Cambix viene impactando a más de 3.000 usuarios de distintos perfiles y necesidades como de casa, ejecutivos, jóvenes universitarios y emprendedores, entre otros. Cambix, aporta una solución sólida segura y responde al nuevo comportamiento del consumidor que requiere bajo o cero contactos con soluciones presenciales. Cambix, además, es una plataforma abierta disponible para clientes de cualquier banco, evita que el cliente salga por una casa de cambio o

cambista buscando un buen precio y exponiéndose a riesgos.

¿Cuál es la expectativa de crecimiento de la aplicación para su primer año de funcionamiento?

Desde que Cambix inició (enero 2020), viene registrando un crecimiento sostenible teniendo un quiebre exponencial de 350% desde el mes de marzo. En ese sentido, Cambix ha tenido muy buena respuesta de parte del público. Hoy estamos en más de 30 operaciones diarias y esperamos llegar a fin de año con más de mil operaciones mensuales. Este año, queremos tener una participación importante en el servicio de cambio de divisas desde casa y que podamos acompañar a los ciudadanos en las actuales y futuras circunstancias con la mejor experiencia de cliente.