



VeriFone dentro del mercado latinoamericano de autoservicio

Durante el importante evento CL@B 2009, enfocado en la tecnología y las tendencias del sector financiero, que se llevó a cabo a fines del mes de agosto en Miami, VeriFone presentó el MX ATM, un nuevo kiosk de autoservicio que ha sido diseñado para el mercado latinoamericano.

El MX ATM de VeriFone es una familia de kioscos seguros y fáciles de utilizar, que permiten dispensar y depositar efectivo, además de otras funciones básicas características de los kioscos de autoservicio, desarrollados para ser instalados en lugares como hoteles, tiendas por departamentos, clubes nocturnos y empresas, entre otros.

Este nuevo producto de la compañía hasta el momento ha sido puesto en funcionamiento por dos grandes jugadores del sector financiero mexicano, BBVA Bancomer y Prosa; quienes han comenzado con éxito la instalación de estos equipos en cadenas de farmacias y comercios en todo el territorio mexicano.

Para hablar sobre esta importante incursión de VeriFone dentro del mercado del autoservicio, PaymentMedia tuvo oportunidad de dialogar con dos importantes ejecutivos de la compañía involucrados en el proyecto: Silvio Fontes, director regional de desarrollo de negocios, y Gustavo Jiménez, vicepresidente del grupo de sistemas integrados de VeriFone.

¿Qué ha llevado a VeriFone a esta incursión en este mercado? Los equipos de pago de VeriFone vienen siendo utilizados desde hace algunos años para el mercado de autoservicio. Sobre todo en países de Europa y Asia, donde se realizan, por ejemplo, integraciones utilizando nuestros equipos integrados a kioscos de consulta. Naturalmente, así como otros proveedores expanden su negocio principal, VeriFone ha extendido su portafolio de productos para brindar a sus clientes algunas soluciones integradas con pago, en forma de kioscos, cajeros, sistemas de recarga y acceso, entre otros. Este proceso ha sido muy natural y responde a la demanda que el mercado demuestra en estos momentos.

¿Qué características tienen los productos que ha desarrollado la compañía para el área de autoservicio? Los modelos de la familia MX ATM son kioscos de pago tipo Business Hours con características de seguridad superior, que permiten incluir dispensadores de billetes, depositadores, recicladores, lectores de código de barras, lectoras de huella digital y palma, entre otros periféricos.

Estamos seguros de que el futuro de un cajero tradicional es un cajero reciclador; y es aquí donde tenemos una solución diferente: un reciclador de billetes de pequeño porte, que permite ofrecer una variedad de servicios financieros a los comercios, al mismo tiempo que reduce los costos de traslado de valores, robos y, principalmente, el activo improductivo. Tenemos un kiosco de corresponsalía bancaria de bajo costo, que utiliza la misma plataforma de software y agentes de gestión,



Silvio Fontes,
Director Regional de Desarrollo
de Negocios de VeriFone

periféricos, seguridad y robustez, pero sin dispensador de billetes.

¿Ha trabajado la compañía con socios tecnológicos para llevar adelante el desarrollo de estos productos? Sí, el modelo que llevamos adelante es un modelo horizontal de fabricación, con el que se busca estar siempre cerca de los mercados más extensos, con el fin de obtener beneficios de logística y soporte, y obviamente reducir los costos a nuestros clientes.

La iniciativa MX ATM funciona bajo un modelo de integración liderado por VeriFone. La compañía posee socios miembros en varios frentes, como: manufactura, desarrollo de software, servicios y los socios comerciales. El objetivo que se persigue es proveer el mejor soporte a los clientes, pero principalmente escucharlos y darles la flexibilidad que demandan.

Este modelo difiere del que presentan los actuales fabricantes de cajeros, por la horizontalidad y el alcance. Está basado en el modelo que opera VeriFone, para aprovechar una estructura que atiende a nivel mundial.

¿En qué países se han implementado los ATMs de la compañía y cómo podría calificar estas implementaciones? Como resultado de la estrategia antes mencionada, el primer país donde se han implementado estos equipos es México, que es donde se encuentra el primer



Gustavo Jiménez,
Vicepresidente del Grupo de Sistemas
Integrados de VeriFone

fabricante calificado. Obviamente, dada la proximidad, la compañía se encuentra actualmente promoviendo estos kioscos en países de la región de América Central y el Caribe.

VeriFone ha trabajado en este proceso de la nueva plataforma de MX ATM durante alrededor de un año y medio, y desde hace un tiempo se están llevando adelante dos pilotos en México que han resultado ser muy exitosos. La compañía se encuentra muy conforme con el desarrollo de los proyectos que se han realizado hasta el momento.

¿Cuáles serían los siguientes pasos en cuanto a la implementación? La compañía quiere expandir la oferta de estos productos en nuevos mercados, debido a la aceptación positiva de clientes fuera de nuestro mercado inicial, México.

Nuestra estrategia de fabricación distribuida permitirá traer beneficios de logística y soporte a los clientes que se encuentren más próximos. En estos momentos, VeriFone se encuentra preparando su segundo fabricante, en Brasil, que producirá para el mercado local y países vecinos.

¿Desarrollarán terminales sólo para el sector financiero o también apuntarán a otros mercados verticales? El MX ATM fue diseñado para atender mercados verticales, y debido a sus características de seguridad, el equipo también atiende los requerimientos

[AUTOSERVICIO]

de las instituciones financieras que buscan expandir sus servicios a sitios que anteriormente presentaban dificultades, por el costo de operación y porte de los equipos.

El sistema puede ser presentado bajo diferentes configuraciones, desde las más básicas -que permiten utilizarlo como kioscos multifunción para pagos de cuentas- hasta otras más complejas, donde se agregan las funcionalidades de depósitos y dispensador, o la posibilidad de adaptarlos a proyectos de transporte público como recarga y dispensario de tarjetas plásticas, entre otros. Esto demuestra que el MX ATM es un kiosco multifunción de nacimiento.

¿Cómo ve actualmente el mercado latinoamericano de terminales de autoservicio? Existe un consenso de que la región latinoamericana va a crecer en el segmento de terminales de autoservicio alrededor de un 15% al año, para 2013. Dentro de este



mercado, se espera que el gran crecimiento sea para cajeros de conveniencia, en sitios alejados a las sucursales bancarias, como hoteles, áreas turísticas, comercios, lugares masivos como para transporte público y sucursales gubernamentales. No se espera un crecimiento exponencial similar al del mercado norteamericano, donde desde 1995 hemos visto un crecimiento sin regulación, y hoy encontramos un cajero en cada esquina, y la mayoría de los usuarios desconfían de utilizar sus tarjetas y su información personal en estos cajeros. Lo vemos diferente en nuestra región: los bancos y los comercios serán los que conducirán este proceso.

¿Cree que el mercado latinoamericano generará suficientes oportunidades de negocio que justifiquen el riesgo de la apuesta que ha realizado VeriFone? Naturalmente. Ésta es una extensión de nuestro modelo de negocio actual, donde ya proveemos a varios integradores soluciones de pago para integrar

VeriFone within the Latin American market of self-service

During the important event CL@B 2009, focused on the technology and trends of the financial sector, which took place in the end of August in Miami, Verifone presented the MX ATM, a new self-service kiosk especially designed for the Latin American market.

VeriFone's MX ATM is a family of secure and easy-to-use kiosks, which enable the payment and deposit of cash, besides other typical basic functions of the self-service kiosks, developed to be installed in places like hotels, department stores, night clubs and enterprises, among others.

This new product of the company has been brought into operation by two big players of the Mexican financial sector, BBVA Bancomer and Prose; who have successfully started the setting up of these equipments in drugstore chains and stores over the Mexican territory.

In order to speak about this major incursion of VeriFone within the self-service market, Paymentmedia had the chance to talk to two important executives of the company involved in the project: Silvio Fontes, regional director of business development and Gustavo Jiménez, vice president of the group of integrated systems at VeriFone.

What led Verifone to this incursion in this market? The payment equipments of VeriFone have been used for some years for the self-service market. Above all in countries of Europe and Asia, where integrations are made using our equipments integrated to enquiry kiosks, for example.

Naturally, as other providers expand its main business, VeriFone has widen its product portfolio in order to offer to its clients some integrated solutions with payment, in forms of kiosks, tellers, recharge and access systems, among others. This process has been very natural and responds to the demand that the market shows nowadays.

What characteristics do the developed products by the company for the self-service area have? The models of the family MX ATM are payment kiosks type Business Hours with characteristics of superior security, they allow to include note dispensers, recycling depositors, barcode readers, fingerprint and palm readers, among other peripheral. We are certain that the future of the traditional teller is a recycling teller: and here is where we have a different solution: a note recycler of small freight,

which allows to offer a variety of financial services to stores, at the same time it reduces the costs of the value translations, robbery and mainly, the nonproductive asset.

We have a low cost kiosk of correspondent banking, which uses the same software platform and management agents, peripheral, security and robustness, but without dispenser.

Has the company worked with technology partners to carry on the development of these products? Yes, the model we carry on is a horizontal model of manufacturing, with which is expected to be close to the widest market, with the aim of obtaining logistic and support benefits, and obviously to reduce the costs for our clients.

The initiative MX ATM works under a model of integration led by VeriFone. The company has member partners in many fronts, such as: manufacture, software development, services and commercial partners. The aim is to provide the clients with the best support but mainly to listen to them and give them the flexibility they demand.

This model differs from the one the current teller manufacturers are presenting, because of the horizontality and reach. It is based on the model which VeriFone operates, in order to take advantage of a structure which serves worldwide.

Which countries have implemented the company's ATM and how would you clarify these implementations? As a result of the mentioned strategy, the first country where those equipments have been implemented is Mexico, and there is where the first qualified manufacturer is. Obviously, given the closeness, the company is currently promoting these kiosks in countries in the regions of Central America and the Caribbean.

VeriFone has worked in the process of the new platform MX ATM for about a year and a half and from some time now pilots are being carried out in

en kioscos de autoservicio e incluso en cajeros, y soluciones para banca correspondiente.

¿Qué se puede esperar de VeriFone en la región de Latinoamérica sobre este segmento de negocio con vistas al futuro?

Estamos ofreciendo esta solución en mercados seleccionados. La compañía está siendo bastante conservadora de no promover un lanzamiento generalizado donde no se pueda proveer soporte a los clientes de manera efectiva. Vemos hacia 2010 y 2011 una expansión muy fuerte de este negocio en países como México, Brasil, Colombia, Venezuela, Argentina y Chile.

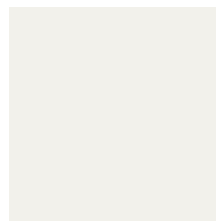
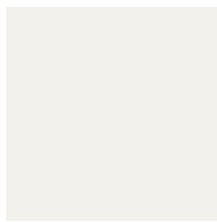
Teniendo en cuenta que en el mercado del autoservicio existen players que se encuentran muy consolidados y con mucha experiencia en el segmento, ¿cuáles son los planes que tiene la compañía para competir con estas empresas líderes en el mercado? Los fabricantes tradicionales



de cajeros obviamente buscan atender las necesidades de los clientes en torno a las instalaciones de terminales en locaciones alejadas, y proveer soluciones multifuncionales.

Hay una multitud de proveedores en cada país que ofrecen diferentes sistemas de kioscos, que ahora los están expandiendo con soluciones más livianas que aceptan billetes y depósitos. Claro que aquí existe una preocupación en cuanto a la seguridad de estas soluciones.

Lo que VeriFone trae a la mesa es su tecnología de pagos, su experiencia en soluciones de transacción segura y de correspondencia bancaria, conceptos importantes para los cajeros multifunción. No buscamos competir con los cajeros tradicionales, pues queremos enfocarnos apenas en soluciones para el segmento de conveniencia y para las cadenas de comercio. ■



Mexico which have been really successful. The company is satisfied with the development of the projects that have been made until now.

Which would be the next steps in regards to the implementation? The company wants to expand the offer of these products to new markets, due to the clients' positive adaptation outside our initial market, Mexico. Our strategy of distributed manufacturing will bring logistic and support benefits to the closest clients. Currently, VeriFone is preparing its second manufacturer, in Brazil, which will produce for the local markets and neighbor countries.

Will you develop terminals just for the financial sector or will you also approach other vertical markets? MX ATM was designed to serve vertical markets and given its security characteristics, the equipment also serves the requirements of the financial institutions which aim to expand their services to places that presented difficulties before, because of the operation cost and the equipment freight.

The system can be presented under different configurations, from the most basic one- which allows its use as multitask kiosk for the payment of bills- to more complex ones, where the functionalities of deposits and dispensers are added, or the chance to adapt them to public transport projects such as recharge or plastic cards dispenser, among others. MX ATM has been a multitask kiosk since its birth.

How do you see the Latin American market of self-service terminals nowadays? There is a consent that the Latin American region will grow in the segment of self-service terminals around 15% a year, for 2013. Within this market, it is expected that the great growth is for the convenience ATMs, in places which are far from the bank branches, such as hotels, tourist areas, shops, massive places such as public transports and government branches.

It is not expected an exponential growth such as the North American, where since 1995 we've seen a growth without regulation and nowadays we see an

ATM on every corner, and the majority of users mistrust when using their cards and personal information in these teller. We see that differently in our region: the banks and the shops are the ones to lead the process.

Do you believe that the Latin American market will generate enough business opportunities which justify the hope made by VeriFone? Naturally. This is an extension of our current business model where we already provide many members with payment solutions to integrate in the self-service kiosks and even in tellers, and solutions for the correspondent banking.

What can be expected from VeriFone in the Latin American region about the business segment when looking at the future? We are offering this solution to selected markets. The company is being quite conservative by not promoting a generalized launching where is not possible to provide support to the clients efficiently. We see a strong expansion of this business in 2010 and 2011 in countries such as Mexico, Brazil, Colombia, Venezuela, Argentina and China.

Having into consideration that in the self-service markets there are very consolidated and experienced players in the segment, which are the plans of the company so as to compete with the leading enterprises in the market? The traditional teller manufacturers obviously aim to meet the clients' needs as for the setting up for terminals in remote locations, and to provide multitask solutions. There are several providers in each country that offer different kiosk systems, and they are expanding them now with lighter solutions which accept notes and deposits. However, there is a constant worry about the security of these solutions.

What VeriFone brings to the table is its payment technology, its experience on secure transaction solutions and correspondent banking, major concepts for the multitask tellers. We are not looking to compete with traditional tellers; we want to focus on solutions for the convenience segments and chain stores.