

Digital Trends

by Digital Bank LATAM

Nº 11 · Octubre 2022



Digital Bank 2022 Retorno a los eventos presenciales

Entrevista a Álvaro Ayerdi, CEO de Ginko

“Estamos presenciando una verdadera revolución de servicios digitales financieros positiva”

Funda Pro

Reseña más reciente de Tecnología de la Información y Comunicación

—
Encontramos nuevos
puntos de vista

—
soho



www.soho.cl

Editorial



por *Patricio Silva Lewin*
Director General de Digital Bank Latam

El futuro de la industria financiera es hoy

Digital Bank Latam nació hace 10 años con la idea de crear conexiones entre las fintech y los referentes de la banca y servicios financieros de toda América Latina. En este camino, bancos, compañías de seguros, financieras, cajas, emprendedores y más de 40 mil ejecutivos de la industria han sido parte de nuestros eventos. Con la emergencia sanitaria tuvimos que suspender los encuentros presenciales y, tal como la mayoría de las industrias, vimos acelerada la transformación. Por lo que nos adaptamos rápidamente a las nuevas necesidades digitales.

Muchos plantean que lo vivido fue una oportunidad donde se aceleraron procesos que por años no lograron pasar de la categoría de "proyectos". Otros creen que estos dos años facilitaron el salto definitivo hacia lo remoto y virtual. Pero lo cierto es que para un grupo muy importante, la presencialidad y el contacto personal seguirán siendo fundamentales.

Esos tres mundos, sin lugar a dudas, seguirán conviviendo y dando forma a los servicios financieros del futuro. Servicios personalizados con capacidad de responder a las necesidades de cada cliente, prospecto, partner comercial o usuario. Misma situación está ocurriendo con los equipos de trabajo y no solo hablamos de trabajo remoto, sino también de la masificación de los procesos de robotización y multi-canalidad.

Hoy en Digital Trends queremos abordar cuál es esa nueva normalidad a la que nos tuvimos que adaptar, qué es lo que está pasando, lo que viene y hacia dónde está enfocada la industria financiera en toda Latinoamérica.

La invitación permanente es a conectarnos y generar en conjunto todo el contenido y conocimiento que permitirán concretar iniciativas a favor de la inclusión y profundización de los servicios financieros. Desde este año, Digital Bank Latam está de vuelta en las principales capitales de la Región, dando visibilidad a las principales tendencias, desafíos y oportunidades que ofrece la industria financiera.

Digital Trends es una publicación de Digital Bank Latam. Las opiniones vertidas por colaboradores, columnistas y entrevistados son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten y no coinciden necesariamente con las opiniones de Digital Bank Latam.

Revista de distribución gratuita. Todos los derechos reservados. Queda prohibida toda su reproducción total y parcial tanto de textos como imágenes, aun mencionando a la fuente.

Ramón Heredia

Director Ejecutivo de Digital Bank Latam
ramon.heredia@componentedigital.com

Patricio Silva

Director General de Digital Bank Latam
patricio.silva@digitalbankla.com

Ignacio Rojas

Director de Comunicaciones y Marketing |
Digital Bank Latam
ignacio.rojas@digitalbankla.com

Periodistas:

Priscilla Cardozo
priscilla.cardozo@digitalbankla.com

Diseño y diagramación:

Alfredo Calderón
Soho Chile
www.soho.cl

Digital Bank Latam

www.digitalbanklatam.com
Dir.: Máximo Humbser 577
Santiago de Chile.

Agradecimientos:

Ebankingnews | www.ebankingnews.com



- 03** Editorial
- 05** Digital Bank 2022: Retorno a los eventos presenciales
Digital Bank
- 10** Criptomonedas: Escenario actual y proyecciones a mediano plazo
Artículo
- 13** Industria Financiera en América Latina: "Estamos presenciando una verdadera revolución de servicios digitales financieros"
Entrevista a Álvaro Ayerdi, CEO de Ginko
- 18** Microsegmentación: Una pieza clave para erradicar los ciberataques
Entrevista a Oswaldo Palacios, Director de Guardicore
- 21** Open banking: empoderando a los clientes
Columna de opinión Mijael Feldman CEO getxerpa
- 22** El costo creciente del fraude
Artículo

- 24** Prioridades de Inversión de las Empresas en América Latina
Columna de opinión Gastón Tanoira, Líder de tecnología y desarrollo de negocio de Avaya Latinoamérica
- 27** Agilizar o morir: una alerta para los bancos de Latam
Columna de opinión Pablo Itman, COO de Infocorp
- 29** Funda Pro: Reseña más reciente de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)
Artículo
- 34** Unicornios y Startups en el mercado actual
Artículo
- 36** Noticias



Digital Bank 2022: Retorno a los eventos presenciales

Después de dos años de realizar eventos virtuales, debido a la pandemia del Covid-19, Digital Bank Latam retoma este 2022 la presencialidad, reuniendo en un mismo escenario a los más destacados expositores y representantes de la industria financiera de la región.

por Priscilla Cardozo



Patricio Silva, Director General del Digital Bank Latam, expone en el evento realizado en Lima, Perú.

“ En las ciudades de Bogotá, Quito, Asunción y Lima, se han llevado a cabo los primeros encuentros del año de Digital Bank. ”

Digital Bank Latam busca abrir espacios para que los bancos, el mundo financiero y las fintech puedan conectarse a través de ecosistemas digitales y demostrar cómo estos están transformando los modelos de negocios en Latinoamérica y el mundo. Para el CEO de Digital Bank Latam, Patricio Silva *“Con la emergencia sanitaria por la que atravesó el mundo, esta transformación se convirtió en una aceleración para el mercado. Los canales van cada día evolucionando más, y a su vez minimizando el margen de error para ofrecer un servicio completo y acorde a la evolución del mundo financiero.”*

En las ciudades de Bogotá, Quito, Asunción y Lima, se han llevado a cabo los primeros encuentros del año de Digital Bank, un evento híbrido en donde los principales referentes de la industria financiera de la región se reunieron para compartir experiencias, exponer casos de éxito y hablar sobre las oportunidades de esta nueva era digital.

Con el apoyo de entidades como Asobancaria, Bancolombia, Bankzilla, bmc, Claro Empresas, Cobis, ECSFin, Giga Uno, Ginko, Liferay, Vass, Mambu, Red Hat, Rocketbot, Sensedia, Sura, Temenos, Thought Machine, y Twilio, entre otras instituciones financieras de la región, los asistentes reflexionaron sobre cómo tras la pandemia la disrupción digital, generó nuevas oportunidades, tendencias y desafíos que no solo impactaron a la industria, sino que lograron fomentar procesos más ágiles y efectivos con foco social.

Y es que según la consultora McKinsey & Company *“Las empresas del sector financiero dicen que al menos el 80% de las interacciones con los clientes en el entorno post-pandémico son digitales. En servicios financieros el aumento es de más del doble comparado con otros sectores”.*

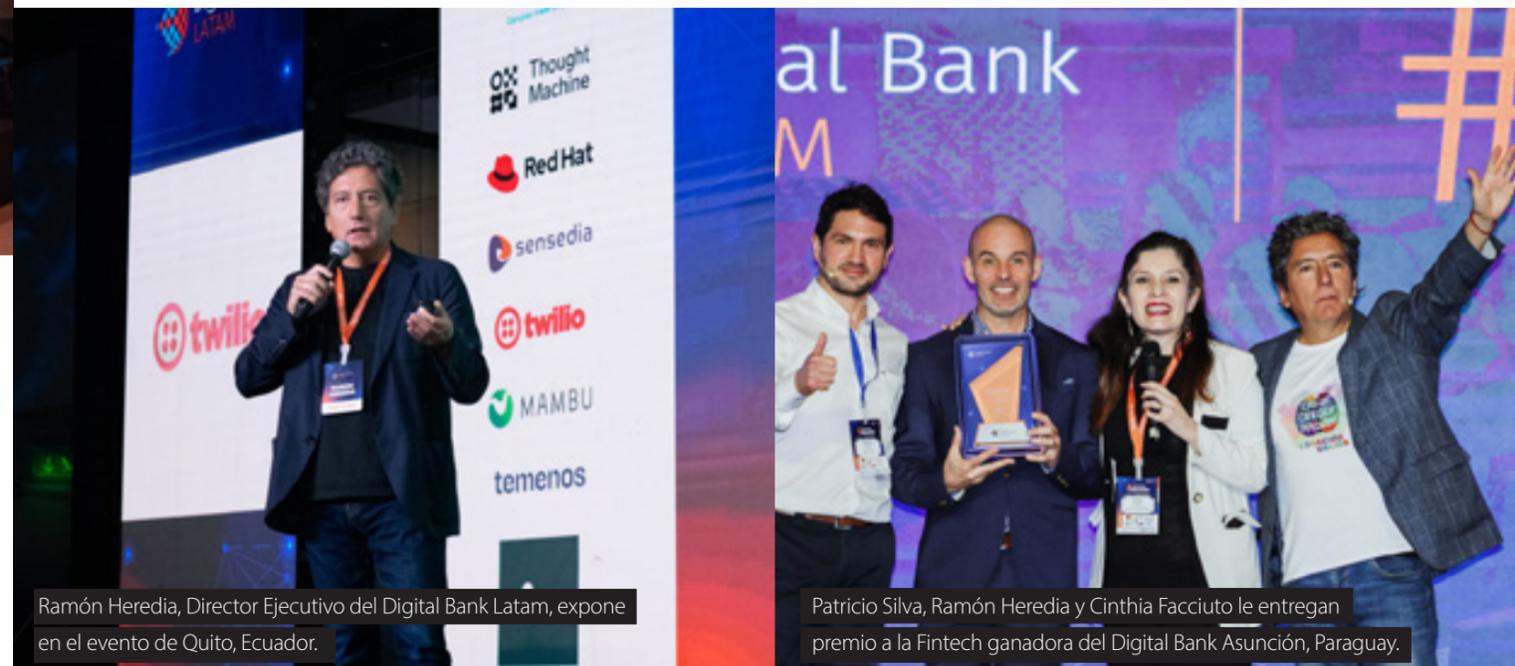
Participación de Startups Fintech en los eventos

Durante los eventos, startups fintech de la región presentaron una demo en vivo, las cuales fueron evaluadas por expertos de la industria. Kea, Chef Digitales, Brokerware, Tkambio y Tike fueron los dos emprendimientos mejor evaluados. Impacto en la generación de nuevos negocios, originalidad, simplicidad, facilidad de uso y capacidad de resolución a la problemática propuesta, fueron algunos de los criterios que se tuvieron en cuenta a la hora de elegir a los favoritos.

Como ganadores, estos emprendimientos accederán a una serie de acciones de apoyo para el desarrollo de su solución y su expansión en otros países de la región. *“Con esto, se refuerza que una vez más fue todo un éxito el encuentro de los principales actores de la banca digital del país y la región”*, comentó Silva.

Como la mayoría de las industrias, el sector financiero mostró una resiliencia, ofreciendo nuevos canales emergentes, captando nuevas audiencias y oportunidades de negocio. Con innovación y mejoras en los procesos, hoy en día las empresas ofrecen herramientas digitales, que llevan a tener servicios financieros más modernos, especializados, interactivos y brindando una mejor experiencia al cliente.

La gira de Digital Bank LATAM 2022 ha tenido gran éxito en su recorrido por la región. Los países que han recibido al evento han sido: Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y México. El próximo 23 de noviembre finalizarán los encuentros presenciales del año en Santiago, Chile. 📍



Ramón Heredia, Director Ejecutivo del Digital Bank Latam, expone en el evento de Quito, Ecuador.



Patricio Silva, Ramón Heredia y Cinthia Facciuto le entregan premio a la Fintech ganadora del Digital Bank Asunción, Paraguay.



Sahir Castro, VP Corporativo de Negocios de Digital Bank Latam, forma parte del stand del evento en Lima, Perú.



Patricio Silva, Director General del Digital Bank Latam, agradece la participación de los asistentes al evento de Lima, Perú.



COBIS | topaz

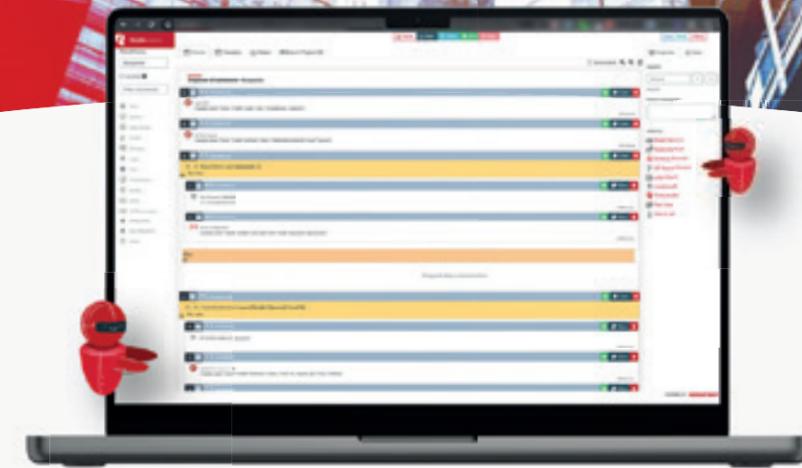
Dos grandes historias, una sola plataforma.

ROCKETBOT

Plataforma RPA Líder

¡Automatice procesos en su empresa con Rocketbot!

Estamos en el top 10 de herramientas de RPA a nivel mundial, con más de 4,5 estrellas en **Gartner** y **G2**



nuestros robots trabajan en:



www.rocketbot.com





Criptomonedas: Escenario actual y proyecciones a mediano plazo

Bitcoin y el mercado de las criptomonedas en general se encuentra en un momento complejo, no solo por su ciclo bajista, también por el aumento de las tasas de interés por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos. Provocando un fuerte golpe en los inversionistas de alto riesgo.

por Priscilla Cardozo

“ Los canales van cada día evolucionando más, y a su vez minimizando el margen de error para ofrecer un servicio completo y acorde a la evolución del mundo financiero. ”

En noviembre de 2021 el Bitcoin alcanzó los 69.000 dólares, sin embargo, ha perdido más de la mitad de su valor desde principios de año, pasando de 47.000 dólares a alrededor de 20.000 dólares. Según expertos, actualmente el mercado de las criptomonedas se encuentra ante un escenario de alta inflación e incertidumbre ante la potencial recesión mundial. Esto se debe principalmente al alza de las tasas de interés de la FED para combatir la inflación. Pese al escenario bajista, también hay visiones optimistas. Como la del inversor en riesgo, Tim Draper, quien señala que la criptomoneda alcanzará los 250.000 dólares a finales de 2023. *“Si bien el 2022 no parece ser un buen año para Bitcoin y las criptomonedas en general, el próximo podría ser mejor”*, asegura Draper.

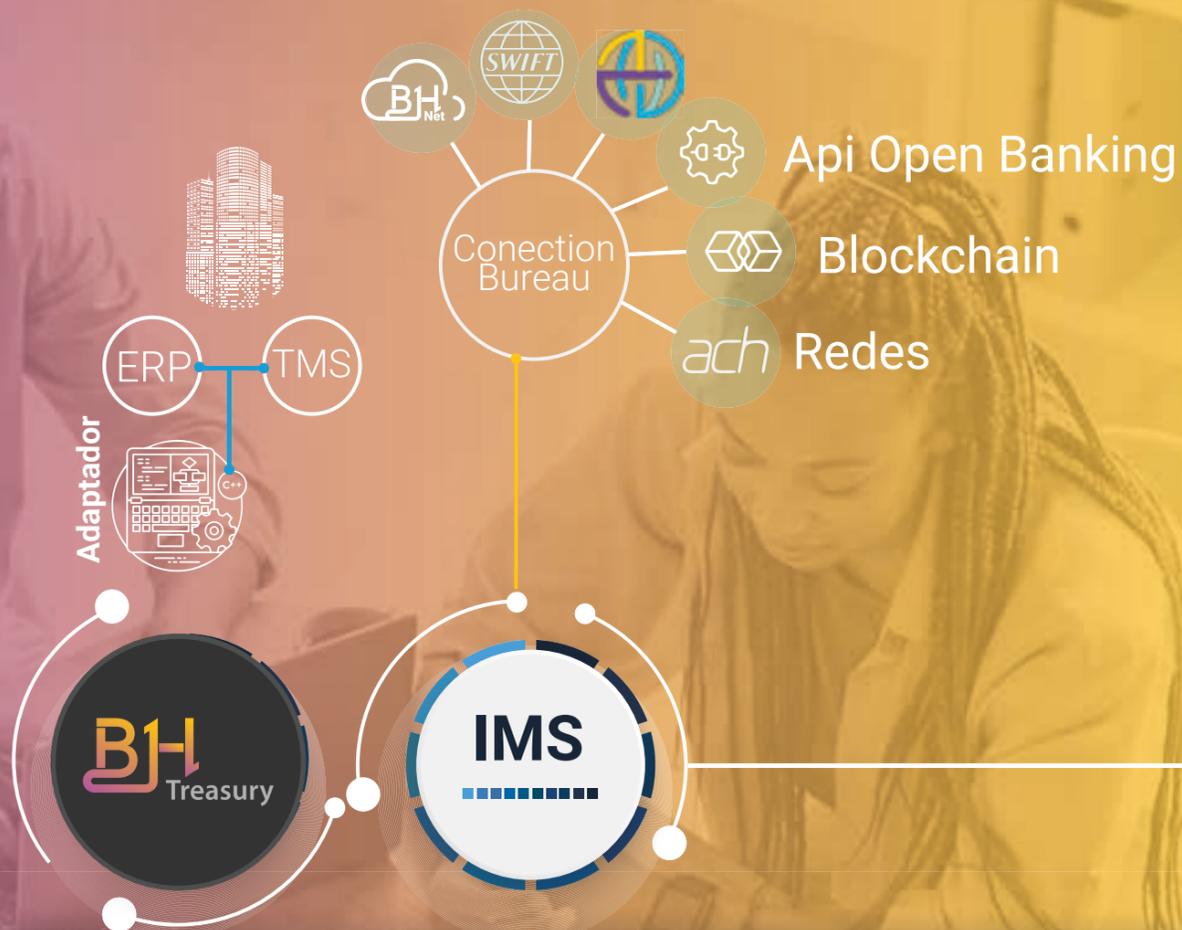
¿Son las criptomonedas el futuro de la economía?

La moneda digital descentralizada promete interrumpir las finanzas tradicionales, sin embargo los bancos, como el Banco de Inglaterra, sostienen que las criptomonedas «son extremadamente impredecibles». Es normal que la banca sea escéptica respecto al mercado de las criptomonedas. Tienen mucho que perder. Muchos tienen preocupaciones sobre el potencial de las criptomonedas descentralizadas para desestabilizar el control de los bancos centrales, sosteniendo que la falta de regulación hace imposible contener un escenario bajista o alcista, ya que el mercado se mueve por pura especulación. Lo cierto es que todavía existe una falta de conocimiento sobre

las criptomonedas y muchos gobiernos están desacelerando la adopción al presentar los criptoactivos como riesgosos. El valor combinado de las criptomonedas del mundo, alcanzó los 2 billones de dólares en agosto del 2021. La valoración de todos los bitcoins combinados es de alrededor de \$USD 700 mil millones, lo que equivale al 6% de la valoración del oro. Dejando claro que a las criptomonedas hay que prestarles una atención seria. Muchos inversionistas de riesgo creen que la industria de los activos digitales resultará revolucionaria, quizás no a corto plazo, pero en algún momento sucederá. De acuerdo con Nicolás Palacios, experto en Blockchain y youtuber financiero, las criptomonedas son activos digitales descentralizados que vienen a solucionar la problemática de transar valor por internet directamente entre las personas. *“Se especula que las personas adoptarán Bitcoin como un refugio, pero no todavía. Yo creo que en la siguiente caída grande del mercado, que tengamos más adelante, sí será un refugio para muchos”*, indica Palacios.

Bitcoin y otras criptomonedas han surgido como una nueva clase de activos -en este caso digitales-, las cuales han generado rendimientos extraordinarios y una legitimidad creciente durante la última década. Con el debate actual entre los expertos en el área, está claro que vale la pena considerar las criptomonedas como un tema serio. ■

Open banking B2B/B2C . Tesorería instantánea . Centro de Servicios . Conexión bancaria . Cash as a Service . H2H as a service . Conciliación . Api banking . ISO20022 SWIFT



Soluciones Integrales Para Tu Mensajería Financiera

Con nuestro sistema de módulos puedes automatizar cualquier tipo de proceso de tesorería, conciliación y pagos a nivel internacional. Además, ofrecemos eficiencia en diferentes protocolos financieros; conoce nuestras soluciones en [ISO 20022](#), [SWIFT CSP](#), [Conectividad](#), [In House Banking](#), [Open banking](#) y [finance](#).

¡ECS tu partner ideal!

ECS Fin
Latam.com

-  @ecsfm
-  ECS Fin Latam
-  ECS Fin Latam
-  www.ecsfinlatam.com

ÁLVARO AYERDI, CEO DE GINKO

Industria Financiera en América Latina: “Estamos presenciando una verdadera revolución de servicios digitales financieros”

Así lo afirmó Álvaro Ayerdi, CEO de Ginko. Organización especializada en la industria de los servicios financieros.

La globalización del sector financiero empezó en la década de los setenta en los Estados Unidos, sin embargo, Según la ONU -Organización de las Naciones Unidas- esta no se ha visto acompañada por un desarrollo paralelo en América Latina. Por lo que se ha vuelto un desafío importante para la región lograr un mayor crecimiento en sus sistemas financieros.

por Priscilla Cardozo



Álvaro Ayerdi,
CEO de Ginko

La pandemia del Covid-19 obligó a distintas industrias a potenciar su transformación digital y, según un estudio de Accenture, la banca está liderando en este aspecto. De esa forma, 68% de los ejecutivos de la banca sostiene que aceleró su transformación digital producto de la pandemia. Sin embargo, expertos aseguran que la brecha digital en América Latina sigue estando presente. En entrevista con Digital Bank Latam, Álvaro Ayerdi, CEO de Ginko, habló sobre la visión y oportunidades que ve dentro de la Industria Financiera en Latinoamérica y cómo Ginko Financial Solutions se involucra en el desarrollo de la misma.

¿Cuál es tu visión respecto a la evolución de la Industria Financiera en Latinoamérica?

América latina con más de 600 millones de personas, es una región hermosa, pero con profundas inequidades, con tasas de bancarización que apenas superan el 50% -en Europa es del 95%- y grandes problemas en el acceso a internet.

Sin bien la digitalización de servicios se amplió en pandemia por razones de seguridad y facilidad, ya que los gobiernos precisaron de estos servicios para hacer llegar auxilios a las personas, la oferta y calidad de conexión a internet no crecieron al mismo ritmo. Si descuidamos esto, pienso que se profundizarán las desigualdades que afectarán la bancarización y el uso de servicios para los grupos excluidos.

No obstante, estos temas comienzan a aparecer en las agendas de los gobiernos de esta parte del mundo, y se busca avanzar. Lo relevante, es que al mismo tiempo, comienzan a proliferar empresas de tecnologías con fantásticas ofertas de servicios.

Lo que permite la tecnología, es ofrecer servicios que están cerca de la gente. Siempre escucho que la tecnología es impersonal, pero ha colaborado, evitando que las personas dejen de hacer sus cosas porque debían asistir a una sucursal bancaria.

Considero que estamos presenciando una verdadera revolución de servicios tecnológicos financieros.

¿De qué manera la pandemia transformó la industria financiera en la región?

La pandemia nos golpeó a todos, en GINKO, desde su fundación compartimos la visión de una organización deslocalizada, con una gestión centrada en objetivos, una plataforma tecnológica que apoya todos nuestros procesos operativos y administrativos, y lo más importante, poniendo el factor humano en el centro de todo. Pero a pesar de todo eso y el tiempo que invertimos en llegar ahí, al declararse la pandemia tuvimos que realizar ajustes, las personas emigraron de las capitales, nos encerramos, y esta visión que trabajamos durante años se volvió una realidad obligada de manera súbita. Actualmente, nuestra área de Talentos y Cultura ha establecido que las personas que trabajamos en GINKO, si así lo desean, pueden trabajar el 100% de sus jornadas desde sus hogares, finalmente se trata de ser conscientes con los principios de confianza, liderazgo y empoderamiento de las personas, no se puede descuidar el peopleware.

En lo relacionado a la industria financiera, considero que la pandemia no cambió la visión de la industria, las instituciones financieras conocen el norte, saben dónde se encuentra su isla de Ítaca. Lo que sí puedo asegurar, es que la pandemia aceleró drásticamente los procesos de transformación que ya venían ocurriendo.

Por ejemplo, todos hemos escuchado que la digitalización del dinero es inevitable, lo sabemos hace años, pero lo que pasó con PIX no deja de sorprender, y para ser honesto, me emociona profundamente. Para los que no lo conocen la historia, PIX un método de pago digital desarrollado en Brasil y lanzado en plena pandemia -fines del 2020-, lo sorprendente es que solo 11 meses después de su lanzamiento ya contaba con 110 millones de usuarios que realizaban sus pagos de manera frecuente por esta plataforma. Esta innovación, impulsada en el momento justo, produjo que en Brasil se utilizará un 30% menos de dinero en efectivo.

“Existe una gran necesidad de servicios por parte de la comunidad. Existe mucho capital global invirtiendo en nuevas ideas, existe el conocimiento técnico para llevar adelante estas ideas”

Estoy hablando de que luego de la pandemia el 70% de las transacciones en China ya son digitales, en Latinoamérica se estima que ese porcentaje es de un 25%. Entonces, sin intentar hacer futurología, existen tendencias que marcan hacia dónde se dirige esta industria, las conocemos, y la pandemia aceleró la adopción, generando un genuino cambio de hábito en las personas. Insisto, estamos frente a una revolución de servicios tecnológicos financieros, tanto del lado de los que ofrecen, como de los que lo consumen.

¿Qué oportunidades ven en la Industria Financiera de la región?

Existe una gran necesidad de servicios por parte de la comunidad. Existe mucho capital global invirtiendo en nuevas ideas, existe el conocimiento técnico para llevar adelante estas ideas, los gobiernos -junto a la empresa privada- avanzan en disminuir la brecha digital.

Con esos factores pienso que el escenario es formidable, tenemos recursos, talentos y un expectante y desafiante mercado interno, lo que por cierto, genera una gran competencia, pero es una competencia que resultará en que nos desafíemos nosotros mismos a mejorar continuamente en las soluciones que se ofrecen a las personas. Soluciones que están pensadas para abordar ese mercado, nuestro mercado latinoamericano. Soy muy optimista respecto a lo que está sucediendo.

Actualmente, en la Industria Financiera existe un grupo de clientes que obliga cada vez más a las organizaciones a innovar, pero hay otro grupo se resiste al cambio ¿Cómo Ginko enfrenta este gran reto?

Recuerdo que hace unos días ingresé al portal web de uno de los bancos en los que tengo cuenta, una vez realizado el login, en medio de la pantalla aparece una gran publicidad en donde se me ofrece un producto nuevo, un producto que me interesó, bajo

la imagen del aviso un gran botón que decía “solicita el producto”, y más abajo, un mensaje con letras pequeñas anunciaba: “Al solicitar el producto, tu ejecutivo de cuentas te contactará en 48 horas hábiles”. Seis días para que el ejecutivo se contacte, esta aberración en mi experiencia de cliente, es un claro ejemplo de un banco que no está entendiendo, que la manera de relacionarse con los usuarios cambió, y si yo quiero un producto, lo quiero ahora, o por lo menos, contar con la información disponible para tomar una decisión.

Claro que existe la antítesis latinoamericana al reciente ejemplo, lo que hace Simón Borrero con Rappi en Colombia, David Vélez con Nubank en Brasil, Marcos Galperin con Mercado Libre en América latina, o Pierpaolo Barbieri con Uala en la Argentina, son soluciones simples, cercanas, transparentes, bien hechas, que ponen la experiencia del cliente como el fundamento central en sus desarrollos. Todas empresas dignas de mi admiración. Para GINKO, que vive en el negocio del B2B, la innovación es un proceso y cuando uno está en el mundo de la innovación, vive en una constante búsqueda de crear cosas nuevas y con nuestros clientes nuestra relación es básicamente proponer, escuchar, proponer, escuchar, proponer.

Desde hace mucho tiempo en GINKO hablamos con las Instituciones financieras respecto a la actualización de sus sistemas, de nuevas Apps, de experiencia de usuario, de ofrecer Banking as a Services, Open Banking, escalamientos, pipelines de implementación eficientes, etc. Con la mayoría de nuestros clientes avanzamos hacia esas direcciones, pero también existen esos que les cuesta un poco más, y si bien nunca he visto a un banco quebrar por una precaria estrategia tecnológica, no tengo duda que se transformarían en un blanco para ser adquiridos por Bancos más grandes, y eso sí que lo hemos visto.

¿Cuáles son los planes de Ginko para ayudar a que más organizaciones optimicen la relación con sus clientes?

“ Hemos creado algo realmente importante y esperamos colaborar en ser un puente entre las instituciones bancarias tradicionales y el conjunto extraordinario de fintech en Latinoamérica. ”

Los cambios de los que hemos hablado durante esta entrevista, abren un sin fin de oportunidades, en los últimos tres años Ginko ha duplicado el número de trabajadores, y esperamos volver a doblarlo en los próximos 3 años.

La filosofía es GINKO AS A SERVICES. Estamos al servicio de nuestros clientes, sabemos que ellos no esperan de nosotros solo la colaboración técnica que puede brindar una empresa experta en TI, ellos esperan de nosotros que colaboremos, que nos co-inspiremos, que articulemos juntos la elaboración de estrategias digitales, que utilicemos sus fortalezas y las nuestras para alcanzar sus objetivos, y eso nos encanta.

Dentro de nuestros productos, está nuestra conocida solución de Banca Digital, la que cuenta con implementaciones en instituciones financieras de Chile, Colombia, Panamá, República Dominicana y otros. Pero hoy me gustaría destacar nuestro nuevo producto, PSD, que surge como resultado de una profunda reflexión de 7 años conviviendo con la realidad de la industria bancaria en América latina, e intentando ser una respuesta a los problemas comunes que hoy aquejan a las instituciones financieras.

PSD es una plataforma omnicanal de gestión, desarrollo e integración de aplicaciones y servicios que permite la rápida implementación y exposición de funcionalidades a través de APIs, habilitando nuevas experiencias de usuario, consistentes desde cualquier punto de contacto, y en un menor Time to Market. Desde ahí gestionamos todos los aspectos transversales de los puntos de contacto, como seguridad, auditoría, monitoreo, analítica, trazabilidad, notificaciones, y cualquier otro tipo de control, quedan cubiertos a partir de una única implementación. Al centralizar las integraciones, gestión y operación de los canales digitales en una plataforma distribuida, se disminuye la complejidad y los costos, sin aumentar el riesgo, debido a su arquitectura flexible y modular basada en OSS.

Hemos creado algo realmente importante y esperamos colaborar en ser un puente entre las instituciones bancarias tradicionales y el conjunto extraordinario de fintech en Latinoamérica.

¿Cuáles son los próximos desafíos para la industria financiera?

Durante muchos años Latinoamérica ha tenido el sector bancario más rentable del mundo luego de África, sirviendo principalmente a las élites, hace solo un momento comentaba que la bancarización es de solo un 50% en Latinoamérica y el porcentaje

es menor si miramos a los que utilizan el sistema frecuentemente. Está baja penetración ha transformado a Latinoamérica en uno de los mercados más atractivos para las empresas de tecnología financiera. No estoy hablando de que la misma torta se repartirá entre más partes, me refiero a una torta mucho más grande, que permitirá el ingreso de nuevos actores.

Finalmente, esto no solo mejorará la economía de los países como México, Brasil o Colombia que han creado más de 1000 empresas relacionadas a este tema en los últimos 24 meses. Los grandes beneficiados serán las personas, las PYMES, ya que ahora podrán acceder a una gran gama de servicios financieros de manera rápida y a costos muy razonables.

Con la presión de esta ola de innovación, sumado al choque inflacionario y posterior choque de tasas, que conducirán a una posible recesión, Los Bancos enfrentan un desafío importante a la hora de encontrar su lugar y obteniendo grandes beneficios de este nuevo orden, pero encontrarán en su camino, tres elementos que tendrán que resolver:

- Adopción, gran capacidad para adoptar nueva tecnología.
- Estructura, más livianas y ágiles.
- Externalización, reconocer los procesos que no son parte de su núcleo de negocio y externalizarlos.

Como decía el profesor Humberto Maturana, lo que se necesita es una transformación en la convivencia. Pienso que todos pueden salir beneficiados de los cambios que se están produciendo.

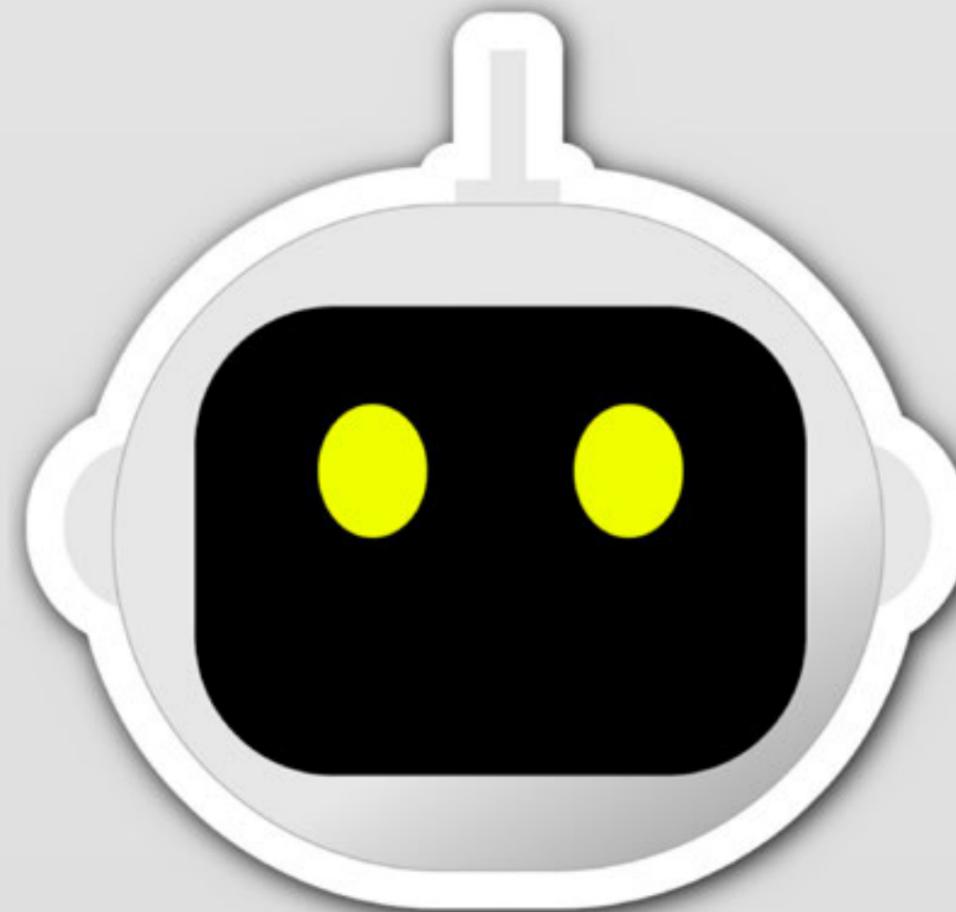
Sobre GINKO FINANCIAL SOLUTIONS: empresa de tecnología de origen Chileno, especializada en el sector Bancario y Financiero; con operación regional, tienen presencia en Colombia, Chile y Panamá. Su objetivo es cambiar y evolucionar la industria financiera, desde un profundo entendimiento de las necesidades, políticas y normas de seguridad que rigen a las instituciones financieras.

La diferenciación que han alcanzado en los últimos años está basada en los éxitos logrados con sus clientes, en la experiencia en implementación de aplicaciones para canales digitales, y en el acompañamiento a las instituciones financieras en su camino a abordar los nuevos desafíos de la industria.

Cuenta con clientes como; Multibank, Banco de Bogotá, Banco Santander, Banco de Occidente, BBVA, entre otros. En el siguiente link www.ginkofs.com, podrá ampliar la información. 📄

Voice Banking

Servicios financieros al alcance de tu voz



Bankzilla

info@bankzilla.net / www.bankzilla.net



OSWALDO PALACIOS, DIRECTOR DE GUARDICORE PARA LATINOAMÉRICA

Microsegmentación: Una pieza clave para erradicar los ciberataques



Oswaldo Palacios,
Director de Guardicore para Latinoamérica

La microsegmentación puede ser fundamental para que las instituciones financieras -y de otros rubros- erradiquen los ciberataques. Los ciberataques son cada vez más frecuentes y según IDC, estos irán aumentando por el crecimiento exponencial de la nube. En el año 2021, solo en Latinoamérica se registró un incremento del 38% de ataques cibernéticos; de acuerdo las estadísticas globales de Check Point, mientras que a nivel global, se detectó un alza del 50% de amenazas por semana.

Esto ha generado que las filtraciones de datos ahora le cuesten a las organizaciones un promedio de US\$ 1.82 millones por incidente, el mayor costo en la historia, según el informe anual Cost of a Data Breach, realizado por Ponemon Institute a petición de IBM security. En fechas recientes se ha impulsado en las organizaciones la microsegmentación de los centros de datos y aplicaciones críticas, con el fin de obtener ventajas de seguridad y visibilidad.

Oswaldo Palacios, Director de Guardicore para Latinoamérica, expone en una entrevista exclusiva de Ebankingnews cuál es la importancia de la microsegmentación y de qué manera las compañías preocupadas por tener una herramienta que les otorgue visibilidad y control granular de sus aplicaciones críticas, pueden beneficiarse y protegerse de los ciberataques.

¿Qué es la microsegmentación y cuál es su importancia?

La microsegmentación consiste en implementar una herramienta que nos muestre los procesos de comunicación en todos los activos de nuestro ambiente de TI, -Servidores físicos, virtuales, activos en nubes públicas y privadas, contenedores etc-.

La microsegmentación nos ayuda a aislar aplicaciones críticas a nivel de proceso de comunicación, y limitar las conexiones entrante o salientes de dicha aplicación, con lo cual si se compromete nuestra aplicación, la amenaza quedará limitada al servidor comprometido, ayudando a evitar propagaciones de malware o activaciones de ransomware, por poner un ejemplo.

Un fabricante de Microsegmentación debe ser capaz de mostrar todas las cargas de trabajo y procesos sin importar donde se ejecuten.

¿Quiénes impulsan la microsegmentación y a qué sector va dirigida esta solución?

Principalmente las áreas de Ciberseguridad e infraestructura son las más beneficiadas con una herramienta de Microsegmentación. La solución va dirigida a cualquier compañía preocupada por tomar decisiones respecto de quién se debe comunicar con quién, y estar un paso adelante de soluciones tradicionales de seguridad perimetral.

¿Cómo se benefician las instituciones financieras con la microsegmentación?

La microsegmentación permite a las instituciones financieras alcanzar una serie de objetivos clave mientras protegen sus aplicaciones críticas a través de un enfoque único y directo. Las instituciones financieras tienen un fuerte requerimiento de ahorro de costos a través de la automatización, la optimización de recursos y las tecnologías ágiles. Necesitan una solución que pueda aumentar la seguridad y al mismo tiempo promover la eficiencia operativa.

Además, las instituciones financieras siempre han sido los principales objetivos para la delincuencia. Según Forbes, los ataques cibernéticos cuestan más a las instituciones financieras que las empresas de cualquier otra industria. Dado que las transacciones remotas e indirectas son la norma en estos días, los atacantes tienen aún más oportunidades para romper la seguridad del perímetro. Esto aumenta aún más el riesgo de incumplimiento y los costos de remediación.

¿Cuáles son los principales desafíos de seguridad en la industria financiera?

La gestión de los controles de seguridad cibernética en los servicios financieros es una tarea compleja.

Existen numerosos controladores que hacen que el trabajo requiera mucho tiempo y recursos.

Hay requisitos de Ciberseguridad a nivel de país que deben seguirse, sin mencionar los mandatos de seguridad de los proveedores y diversas regulaciones de privacidad. En conjunto, imponen una gran cantidad de desafíos de informes y gestión de riesgos. La banca moderna depende en gran medida de una gran cantidad de aplicaciones de terceros, socios y proveedores externos que acceden al centro de datos a través de una variedad de rutas de acceso.

La infraestructura de red en evolución deja a las organizaciones con una combinación de tecnología en la nube y sistemas heredados, en un entorno enredado que es difícil de visualizar, auditar y proteger.

¿La ciberseguridad se sigue fortaleciendo o ya es un sector consolidado?

Nosotros -Guardicore- vemos que el sector ha crecido a pasos agigantados en parte para cumplir la demanda de servicios y trabajo remotos resultado de la pandemia. En seguridad no hay soluciones absolutas y es un rubro en constante evolución. 🚀

Empodere sus clientes con una banca digital completa en una plataforma segura y escalable.

Con **Liferay Experience Cloud**, su institución financiera podrá:

- Crear **experiencias digitales personalizadas** que fidelicen a los clientes
- Aprovechar las **funciones de autoservicio digital** para empoderar a sus usuarios
- Impulsar las ventas cruzadas a través de una **personalización efectiva**
- **Integrar sistemas** y ofrecer una experiencia omnicanal conectada

Acceda al QR code



y conozca más



por **Mijael Feldman**

CEO getxerpa

Open banking: empoderando a los clientes

La rapidez y simpleza en el uso de los servicios es casi una obligación por estos días para cualquier empresa. El mundo financiero no está exento de esa responsabilidad. En una sociedad hiperconectada, internet ha transformado la forma en que las personas interactúan con las instituciones financieras, haciendo necesario facilitar los pasos y trabajar en una experiencia cada vez más personalizada.

En este contexto nació el concepto de "open banking" -o banca abierta en español- como un mecanismo para cumplir con las nuevas necesidades de los consumidores, quienes ya no quieren tener que cambiar entre una plataforma y otra cada vez que van a una compra o pagar un determinado servicio. Pero, ¿cómo funciona el open banking?

A través del open banking los clientes son dueños de su propia información financiera, algo que hasta poco tiempo aún era impensado. Los bancos siempre han sido propietarios de estos datos, debido a que son quienes los guardan y gestionan, dejando sin oportunidad al cliente de compartirlos con terceros de manera fácil. Por este motivo, a través de la banca abierta, los usuarios se convierten en verdaderos propietarios de la información de sus cuentas bancarias y de ahorros, créditos hipotecarios y tarjetas de crédito, concentrando toda esta data en un solo sistema aún cuando los productos sean de diferentes instituciones bancarias.

De esta manera, los bancos estarán obligados a la integración estandarizada de APIs (Application Programming Interface. en Inglés), ofreciendo abiertamente a sus clientes la posibilidad de utilizar información bancaria de manera segura, en el mismo espacio digital en el que empiezan una transacción. Es importante destacar que la función de intercambiar datos financieros ocurrirá únicamente cuando exista un consentimiento expreso de los propietarios de esa información.

Algunos ejemplos para entender de mejor manera cómo funciona el open banking:

1. Agiliza los procesos de cotización de créditos.

Hoy, las personas tienen que ir a diferentes instituciones finan-

cias para cotizar un crédito, pedir información y compartir la documentación requerida. El banco tiene que hacer luego una evaluación y devolver la oferta. Con open banking es mucho más simple. Cualquier institución financiera podría simplemente pedirle al cliente que conecte su información, a través de una API, para hacer una evaluación de riesgo en minutos sin tener que pedirle al cliente documentos adicionales.

2. Mejora la administración de las finanzas personales.

Probablemente quien esté leyendo este texto coincidirá en el hecho de que la mayoría tiene hoy varias cuentas bancarias, un fondo de inversión en un banco determinado, una tarjeta de crédito en otro y quizás alguna cuenta de ahorro en una fintech. Es decir, el dinero está fragmentado.

El open banking, en ese sentido, entrega la posibilidad para que una institución financiera le proponga a su cliente administrar todo desde un solo lugar. Los clientes pueden anexar las credenciales de todas sus entidades bancarias y condensar la información en una sola plataforma, accediendo fácilmente a su estado de cuenta, saber cuánto se ha gastado en el mes, cómo están las deudas, entre muchas otras herramientas.

3. Mejorar las condiciones de las deudas.

A veces pasa que los clientes tienen deudas en más de una institución y a diferentes tasas. Al tener muchas veces una deuda tan dispersa, es difícil pagarlas todas. El open banking entrega la solución de conectar todas las deudas en un solo lugar y a una tasa mucho más conveniente.

En varios países, como México, Brasil, Inglaterra e Italia se está impulsando con fuerza la banca abierta para fomentar de manera sana la competencia, la innovación y una mejor salud financiera. Todo en beneficio del consumidor. Se abren nuevas posibilidades para las instituciones financieras y las fintech de poder trabajar juntas para ofrecer una mejor experiencia al usuario final. Yo lo llamaría un gran triunfo para el consumidor así como para las instituciones. 📈

El costo creciente del fraude



“ La biometría promete una confirmación de identidad confiable para determinar correctamente quién está utilizando un dispositivo mediante el reconocimiento ”

El fraude en línea: un desafío colosal

El área de acción para el fraude es tan amplia que ningún vector de ataque tiene prioridad sobre otros.

Las filtraciones de datos, que alguna vez fueron una noticia inusual, están aumentando su alcance y ocurren con mayor frecuencia. Mientras tanto, los datos conseguidos mediante esas filtraciones se utilizan para abrir cuentas fraudulentas que, a su vez, se utilizan para cometer fraude de identidad y explotar cualquier valor que la empresa proporcione, como créditos gratuitos o programas de lealtad.

La apropiación de cuentas existentes también es un objetivo válido para los estafadores, especialmente cuando hay un valor monetario que se puede extraer. Incluso si no hay ganancia financiera que obtener, las cuentas hackeadas se pueden utilizar para troleear otras cuentas de clientes o enviarles correo no deseado, lo que devaluará la empresa.

A menudo, los ataques a cuentas nuevas y existentes ocurren a través de aplicaciones web o móviles, pero estos no son los únicos canales de cliente expuestos. La falta de inversión en la protección contra el fraude de los centros de contacto también ha hecho que estos sean un objetivo principal. Un centro de contacto con agentes en línea es especialmente vulnerable. Aunque se supone que el centro de contacto aumenta la satisfacción del cliente, la introducción.

El equilibrio entre los controles de fraude y la experiencia del cliente es un desafío constante, y con frecuencia puede generar una pérdida de ingresos. Cuanto más restrictivos sean el registro, el inicio de sesión o la interacción con el centro de contacto, más se frustran los clientes.

El fraude en cifras

El fraude generado por bots automatizados sigue siendo una amenaza importante para casi dos tercios de las empresas de comercio electrónico medianas y grandes. Además, los costos del fraude, como porcentaje de los ingresos anuales, también están en aumento. Las apropiaciones de cuentas pueden costarles a las empresas hasta USD 15 000 por incidente. Asimismo, los equipos de atención al cliente pueden gastar más de USD 50 por caso para ayudar a los clientes a recuperar el acceso.

Sin control, estos gastos crecen linealmente con la empresa.

“ Las apropiaciones de cuentas pueden costarles a las empresas hasta USD 15.000 por incidente. ”

La lucha contra el fraude mediante pruebas de identidad

Uno de los desafíos más importantes para garantizar un negocio en línea viable orientado al cliente es la “prueba de identidad”, el proceso utilizado para verificar

la asociación de un sujeto con su identidad real.

Los desafíos inherentes a la creación de cuentas en línea son más complejos que en el mundo físico, donde generalmente es suficiente una factura de servicios asociada con un pasaporte o

una licencia de conducir. La verificación de una identificación gubernamental durante un registro en línea está destinada a ralentizar la incorporación típica de un usuario. Para equilibrar la necesidad comercial de seguridad y la preferencia del usuario por conveniencia, se deben permitir registros de usuarios rápidos con suficiente verificación para reducir la creación fraudulenta de cuentas y filtrar a los actores maliciosos. Entonces, ¿cómo se realiza normalmente la prueba de identidad?



Correo electrónico: simple, pero no siempre seguro.

Una gran mayoría de las cuentas en línea se identifican por direcciones de correo electrónico de usuario. Esta práctica ganó un punto de apoyo en el negocio desde el principio, ya que una dirección de correo electrónico es única para una persona, los clientes rara vez olvidan su propia dirección de correo electrónico y se pensó que este medio era la mejor manera de comunicarse con el titular de una cuenta. Sin embargo, es casi imposible determinar si un correo electrónico es fraudulento o no.



Biometría: más nuevo, pero no necesariamente mejor.

La biometría promete una confirmación de identidad confiable para determinar correctamente quién está utilizando un dispositivo mediante el reconocimiento, el almacenamiento y la comparación de atributos físicos, como huellas digitales o escaneo

de iris. En la práctica, la captura y el almacenamiento de datos biométricos no hacen que sea inmune a las filtraciones masivas de datos. Una vez que una persona pierde el control de sus datos biométricos, no es posible cambiarlos como si fuera una contraseña. En combinación con otros problemas de privacidad, como las prácticas de recopilación de datos biométricos, el almacenamiento y las vulnerabilidades del delito cibernético, esto ha llevado a preocupaciones y demandas válidas con respecto al uso de datos biométricos en la verificación y autenticación seguras de personas reales.



Varios puntos de datos: ¿es demasiado?

Otro método para verificar que una persona real está detrás de una solicitud de registro o un restablecimiento de contraseña es solicitar varios datos personales. Debido a los riesgos inherentes de hacer negocios en línea, es una práctica estándar para muchas empresas modernas, como las de servicios financieros o compañías de seguros, la solicitud de números de seguro social, identificaciones gubernamentales, direcciones particulares y pruebas de antecedentes laborales. Este paso mejora radicalmente las posibilidades de que las nuevas cuentas provengan de personas reales, pero también introduce fricción del usuario en el proceso. Si bien, según Gartner, la fricción de la verificación de la documentación en línea es menor de lo que sería hacerlo en persona, no se elimina. Tampoco es adecuada para todas las situaciones. Proporcionar estos datos para abrir una cuenta bancaria tiene sentido, pero puede ser un exceso cuando uno se registra para una app de viajes compartidos. 1



por **Gastón Tanoira**

Líder de tecnología y desarrollo de negocio de Avaya Latinoamérica

Prioridades de Inversión de las Empresas en América Latina

Después de dos años de grandes cambios y transformaciones, Avaya reconoce que las compañías han tomado rumbos distintos. Nuevas tecnologías llegaron para quedarse, otras se volvieron obsoletas y esto ha tenido un profundo impacto en las dinámicas de negocio y consumo. Un estudio reciente de Frost & Sullivan, realizado con 700 tomadores de decisión presentado por el equipo de la firma en una de mis presentaciones más reciente, nos muestra cuáles son esas nuevas directrices que se imponen en términos de inversión, apropiación e implementación de tecnología.

Innovación

Sin lugar a duda el apetito por la innovación tecnológica se ha acelerado en los últimos años. De acuerdo con Frost & Sullivan 7 de cada 10 líderes locales consideran crucial o muy importante acelerar el ritmo de la innovación en sus organizaciones hacia el próximo año. En los últimos años, las tecnologías digitales se han consolidado como verdaderos aceleradores de la innovación. Por ello, la llave del éxito de una organización está en su capacidad de adaptación y transformación digital. Este mismo estudio revela que adaptarse a las nuevas formas de trabajar; Incrementar la capacidad para responder al aumento de la demanda por parte de los consumidores; y, mejorar las capacidades de e-commerce son los principales objetivos de transformación digital.

Pero respecto a la manera como se planea seguir con el proceso de transformación, existen diferentes métricas entre las que se destacan: la satisfacción y adquisición de clientes, los resultados de producción y la innovación en los productos, la efectividad en la entrega de los servicios, y la velocidad de lanzamiento al mercado de productos y servicios.

Además, en este análisis también se mencionaron algunos de los principales desafíos para alcanzar estos objetivos de transformación digital, entre lo que se encuentran: La incertidumbre sobre la futura estructura organizativa y los estilos de trabajo; la dificultad de encontrar al socio adecuado para la transformación digital; la falta de expertise in-house; y la resistencia al cambio de los empleados.

Ultra personalización de las soluciones tecnológicas: 'composability'

La palabra "composability" significa permitir que las empresas puedan seleccionar o diseñar los productos que mejor se acomodan a sus necesidades, y así crear experiencias más ricas de forma rápida y con menor esfuerzo. Esto se ha convertido en un imperativo del diseño y desarrollo de productos y servicios de Avaya a nivel mundial, haciendo hincapié en la necesidad de volver el ejercicio de transformación tecnológica en algo cada vez más multidisciplinar en el que participen persona de diferentes áreas, contextos y generaciones. Además, estamos seguros de que las compañías buscan soluciones modulares que puedan adaptar o personalizar según sus necesidades forma sencilla y ágil.

En nuestra compañía, y en el mundo "composability" se ha hecho realidad gracias a las APIs y a la tendencia de todo como un servicio, y creemos que este es un factor decisivo para que las empresas puedan rápidamente crear servicios y ofertas de valor diferenciales. En este sentido, el estudio muestra que el 76% de ellos están familiarizados con los conceptos de comunicaciones programables vía APIs flexibles y las plataformas de comunicación como servicio (CPaaS).

Las empresas están volcándose hacia las comunicaciones programables por tres motivos principales: Aumentar la productividad de los trabajadores de oficina, mejorar las interacciones con clientes, e, Incrementar las eficiencias operacionales a través de la automatización de flujos de trabajo.

Asimismo, los hallazgos de Frost & Sullivan sobre cómo las empresas latinoamericanas están empleando CPaaS y comunicaciones programables, muestran que un alto porcentaje ya está aprovechando APIs de mensajería, email, video, voz y hasta chatbots. En el caso de soluciones de comunicación y colaboración, el 41% de los líderes locales cree que es un "must have" mientras que el 43% considera que es deseable que su proveedor cuente con capacidades de CPaaS y comunicaciones programables. Por el lado de las soluciones de CX, el panorama es similar. El 37% de los tomadores de decisión locales afirma que su proveedor

debe contar con capacidades de CPaaS y comunicaciones programables, mientras que un 48% lo considera como algo deseable.

Plataformas en las que convergen todos los servicios con un único proveedor

Los tomadores de decisión en América Latina y el mundo están mostrando un fuerte vuelco hacia soluciones end-to-end de un solo proveedor en el corto plazo. Si bien en la actualidad 1 de cada 4 empresas en nuestra región ya cuenta con una solución de comunicaciones end-to-end de un único proveedor, lo más interesante es ver la preferencia para los próximos dos años, donde ese porcentaje casi que se duplicará, alcanzando el 45% del total. Siguiendo esta tendencia, en Avaya estamos invirtiendo fuertemente en crear una plataforma de procesamiento de media en la nube, llamada MPC. Utilizamos esta plataforma común para dar servicios CCaaS, UCaaS y CPaaS por medio de un core único, con niveles de flexibilidad, resiliencia, integración y reutilización de funcionalidades comunes entre todos estos servicios, esta es una innovación que hasta el momento no ha sido replicada en la industria.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, trabajar con un socio tecnológico de confianza permite el acceso a herramientas que confluyen para satisfacer sus necesidades específicas. De hecho, para un 45% de los líderes, ofrecer un portafolio amplio de tecnología que permita un "one-stop shop" es un factor imprescindible a la hora de elegir su proveedor de soluciones de comunicación y colaboración. Asimismo, un 37% elige contratar soluciones de UCaaS que sean bundles "all-inclusive".

Desde Avaya, entendemos que esta dinámica evita tener una amplia gama de soluciones y proveedores para elegir, que puede ser abrumador y aumenta las posibilidades de seleccionar una solución tecnológica que no sea la adecuada.

La gran ola de migración a la Nube

Este 2022 ha traído nuevas oportunidades que están siendo aprovechadas por aquellas compañías que han demostrado flexibilidad, eficiencia y resultados a la altura de las circunstancias. Muchas de ellas, se han apalancado en tecnología, como la Nube, para habilitar su transformación. De hecho, 8 de cada 10 empresas en la región ya están moviendo aplicaciones a la Nube, según muestra el estudio.

Aunque en nuestra industria seguimos viendo gran disparidad en la preparación de las empresas para este proceso y vemos que algunas siguen prefiriendo procesos on-premise, otras que no quieren dar el paso de golpe y buscan modelos híbridos y otras que simplemente nacieron siendo digitales.

En este sentido, siguen existiendo varios desafíos para las compañías que han emprendido este proceso. Entre los más relevantes, debemos mencionar los siguientes: garantizar el cumplimiento de regulaciones y la seguridad de los datos y aplicaciones; desplegar una aplicación en múltiples entornos de TI; modernizar aplicaciones legacy para su despliegue en la nube; y, el hecho de migrar datos y aplicaciones a la nube que suele tener sus propias complicaciones.

Es por esto por lo que desde Avaya seguimos ofreciendo un gran espectro de posibilidades para consumir nuestra tecnología, buscando acompañar a nuestros clientes en sincronía con su nivel de preparación y necesidades, y también ayudándolos a enfrentar los retos que necesitan superar para llevar a su compañía al siguiente nivel de apropiación tecnológica.

Estudios proyectan la consolidación de un escenario híbrido en la región, donde existirán cada vez más opciones para operar la infraestructura de sistemas y aplicaciones de contact center y comunicaciones unificadas, ya sea a través de nubes públicas, privadas o híbridas. De hecho, para el 62% de los tomadores de decisión en América Latina mover aplicaciones de CX hacia la nube es crucial o muy importante, de acuerdo con la encuesta de Frost & Sullivan.

Hay que decir, además, que el mercado de comunicaciones como servicio está en franco crecimiento. Este mismo estudio, muestra una fuerte aceleración en nuestra región del mercado de CCaaS (Centros de Contacto como Servicio), que ha registrado un incremento de más del 160% en solo 3 años y con expectativas de superar los 250 millones de dólares en facturación este año.

Por el lado de UCaaS (Comunicaciones Unificadas como Servicio), existen datos igualmente alentadores. La expectativa de crecimiento para usuarios en este año se mantiene en las 2 cifras, superando largamente los 2.3 millones de usuarios activos en la región que generarán cerca de 300 millones de dólares en facturación en 2022. En este sentido, hoy es el momento de plantar una base sólida de soluciones de CX y colaboración para el futuro de su organización. Y enfocar las inversiones en suites de servicios en la nube integrados que ofrezcan las experiencias que los usuarios finales, los empleados y los administradores de TI de las empresas necesitan.

temenos

Buy Now Pay Later

La Revolución del Financiamiento en Punto de Venta

Disponible como un servicio en la nube de Temenos, los bancos e instituciones no-bancarias pueden integrar la solución BNPL rápidamente para agilizar su crecimiento.

Para más información escríbenos a:

latam-contactus@temenos.com



temenos.com



por **Pablo Itman**

COO de Infocorp

Agilizar o morir: una alerta para los bancos de Latam

La afirmación puede sonar un tanto fuerte, pero no por eso menos real. Los bancos sienten la enorme presión de innovar y brindar una mejor experiencia a sus clientes, cada vez más rápido para estar a la altura no sólo de sus competidores, sino de las experiencias que sus clientes tienen en todo tipo de plataformas digitales. Sin embargo los tiempos de desarrollo existen y aún teniendo una cantidad de personas tanto en los equipos tecnológicos internos como de sus proveedores, sienten que nunca van tan rápido como quisieran.

Ahora bien, no hay forma de que una organización y sus procesos sean más ágiles que automatizando todas las tareas que sean susceptibles de serlo. Esto tiene una explicación muy sencilla: no existe ninguna metodología enfocada al aumento de la productividad que pueda competir con la posibilidad de apretar un botón que haga que, mediante un proceso que tarda milésimas de segundos, una tarea quede resuelta. Por ello, en la actualidad actividades como el testing, capacitaciones, despliegues de versiones, personalización de las soluciones, asignación inteligente de equipos de trabajo, son tareas entre otras que en Infocorp están cada vez más automatizadas.

And the winner is.... AUTOMATIZAR

Por supuesto, existen muchas otras tareas claves que se pueden y deben automatizar, como la detección de vulnerabilidades de seguridad. El negocio de la banca depende de la confianza que los clientes depositan en sus proveedores de servicios financieros y esta se sostiene en la seguridad con la que las organizaciones manejan los fondos y los datos de sus clientes. Esta es la razón por la que en Infocorp no solo utilizamos las herramientas más innovadoras con el fin de detectar las vulnerabilidades de seguridad de un sistema, sugiriendo la mejor solución para estas e incluso estimar el tiempo en el que pueden ser solucionadas, sino que siempre se puede llevar la automatización un poco más allá. Estamos trabajando para lograr que la herramienta también solucione de forma autónoma la vulnerabilidad. Se dice que antes los informáticos pensaban en cómo automatizar el trabajo del resto de los mortales, pero hoy se encuentran pensando en cómo automatizar su propio trabajo.

¿Es utópica la automatización?

No hay que limitarse a la hora de pensar en automatización. En ese sentido, y saliendo de las áreas que nos pueden ser más familiares o parecer más factibles a la hora de automatizar, hace un tiempo, en conversaciones con distintos equipos de trabajo

[Sigue en la siguiente página]

en Infocorp, compartí mi visión a respecto a la automatización y las ventas: crear una herramienta capaz de formular a un cliente 3 preguntas y que a partir de sus respuestas, en cuestión de milisegundos esta genere un plan de negocio detallado, que satisfaga todas sus expectativas en términos de solución, tiempos de ejecución y presupuesto. Sé que no deja de ser un sueño, pero sirve para entender las potencialidades de la automatización que sumada a la inteligencia artificial nos seguirá sorprendiendo cada día. Todavía hay mucho camino por recorrer y cualquier avance que logremos significará un aumento enorme de la agilidad de una organización.

Banca y automatización

Volviendo a la banca, la automatización le ofrece a este sector otra ventaja relacionada con la seguridad. Y es que mientras menos intervengan las personas en los procesos, menos probabilidades habrá de que se cometan errores. Por ejemplo, en mayo de este año (2022) un error de un empleado de un gran banco internacional causó una caída de los índices de varias bolsas europeas, especialmente la de Estocolmo. Según la agencia Bloomberg, la falla duró unos minutos, pero produjo una pérdida de 300 mil millones de euros a las bolsas afectadas. Al parecer se trató de un fat finger error (error del dedo gordo) o, como diríamos por aquí al sur del Río de la Plata, un dedazo. Es decir, un empleado apretó el botón que no era y ocasionó una catástrofe. Otras de las ventajas de la automatización es que libera a las personas y a sus cerebros de los trabajos operativos y repetitivos para que puedan dedicarse a pensar en soluciones creativas.

Comprar o desarrollar en casa, esa es la cuestión

Me inicié desde muy joven a trabajar en tecnología dentro de la industria financiera, y desde esos tiempos siempre los bancos se enfrentan a la disyuntiva de comprar tecnología a un proveedor o desarrollar in house. Porque por un lado aspiran a tener el "control" absoluto de su solución, pero por otro, justamente, precisan agilidad. Mi sugerencia es: tomen el camino del medio. Así como frecuentemente las consultoras aconsejan a sus clientes no delegar el control de su operación en un proveedor, la mayoría de las organizaciones no pueden permitirse contar con un equipo con la suficiente dimensión, foco y dedicación a generar nuevas soluciones. Entonces, lo más conveniente es que las organizaciones acuerden con su proveedor de soluciones tecnológicas en qué partes del proceso les interesa participar y en cuáles no. A algunos bancos les interesa manejar la interfaz con el cliente, pues ésta está íntimamente ligada a su estrategia de marketing y desean tener la posibilidad de cambiarla todas las veces que quieran y no tener que depender de los tiempos de su proveedor. Dicho de otra manera, aspiran a la agilidad. Atendiendo a esta necesidad es que en Infocorp diseñamos herramientas como Digital Toolkit, basada en IC Banking – una plataforma omnicanal–. Digital Toolkit facilita que el cliente participe en el desarrollo pero sin que sea necesario que construya el producto completo, generando así una modalidad de trabajo ágil y colaborativa, donde cada equipo aporta su mayor valor agregado. En este sentido Digital Toolkit ofrece 3 beneficios:

- 1- Cuenta con componentes técnicos (visuales y no visuales) de uso genérico y específicos que ofrecen un menú de tarjetas para mostrar productos bancarios en distintos formatos.
- 2- Ofrece documentación mediante un storybook que muestra en tiempo real las propiedades y la configuración de los componentes gráficos.
- 3- Facilita la integración continua que ayuda a que el testing se haga de forma más rápida y, con un alto nivel de automatización, se pueda pasar entre ambientes. 🚀



Funda Pro: Reseña más reciente de Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

Por Vanessa Arenas

Las crisis son oportunidades para cambiar las reglas del juego, permiten desprenderse de la estructura de pensamiento antiguo, de las premisas que atan y que no permiten ver las grandes oportunidades que están ahí, listas para ser descubiertas y desarrolladas.



“ la verdadera oportunidad no radica en tener dispositivos nuevos, sino en que el Internet móvil llegará al 61% de la población. ”

El inicio de esta década está marcada por la “Nueva Normalidad”, que surge de la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia del virus Covid-19. Las oportunidades y amenazas que se derivan de esta situación, se conjugan con circunstancias del pasado, dando como resultado múltiples futuros posibles. Solo hace falta tener la capacidad de visionarlos, pero tal vez, lo más importante es tener la suficiente energía para materializarlos.

Los cambios que gradualmente se acumularon en varias décadas, han cristalizado en que, hasta el año 2025, el 71% de la población mundial habrá adoptado la tecnología móvil y digital en su vida habitual; la pandemia sin duda lo aceleró todo. Pero la verdadera oportunidad no radica en tener dispositivos nuevos, sino en que el Internet móvil llegará al 61% de la población para el mismo período de tiempo. Este acceso es habilitante para que los servicios digitales viabilicen nuevas e innovadoras plataformas digitales para varios sectores.

La Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) debe apuntalar el futuro de la economía, que es cada vez más digital. Todos los sectores productivos se van moviendo, poco a poco, al ritmo de la tecnología. Por eso, también surge el reto de que sea cada vez más inclusiva e integradora. Una de las primeras grandes demostraciones fue ver que -obligadas o no- las empresas de todos

los tamaños se digitalizaron y lograron sobrevivir a la pandemia, en tiempos de desaceleración económica y distanciamiento social.

Para que las tendencias de adopción de tecnologías que surgieron en la pandemia -incluso antes- sigan creciendo de forma positiva, es imprescindible consolidar un ecosistema digital boliviano que refleje la realidad y los cambios que se están produciendo. En este marco, los expertos sugieren trabajar en tres ejes claves que pueden asegurar que la economía digital que se está construyendo hoy, mañana sea inclusiva e integre a la mayor cantidad de personas posible en todo el mundo, y en Bolivia en particular.

El primer punto es el acceso. Es necesario trabajar con más fuerza para que todas las poblaciones y comunidades, incluso las más alejadas de los centros urbanos, tengan a su disposición la infraestructura tecnológica y financiera necesaria para participar en las economías digitales.

El segundo punto tiene que ver con la adopción. La gente que hoy no participa de las economías digitales debe asumir la decisión de hacerlo y saber que recibirá varios beneficios. Para alcanzar este objetivo es necesario seguir y ampliar el trabajo de comunicación de toda la información que hoy en día se concentra

únicamente en ciertos grupos de personas.

La retroalimentación e integración son el tercer punto que recomiendan los expertos, pues no basta con avanzar en los centros de desarrollo e innovación generando herramientas, el objetivo debe ser considerar a los usuarios y crear tecnología y economías digitales que respondan a sus necesidades. Para que los beneficios sean palpables en la sociedad boliviana, es necesario que primero se pueda saber cuál es el estado de situación del ecosistema en el que se incuban y desarrollan los emprendimientos, que serán semillas de las empresas con las que se desea contar.

Con este objetivo es que Fundación para la Producción (FUNDA-PRÓ) Fundación Solidaridad y Desarrollo Sostenible (SOLYDES), Fundación Emprender Futuro (FEF), BIM Asset Management e ICCO Cooperación, unieron esfuerzos para realizar hasta la fecha 3 reportes del Mapeo de Tecnología Digital en Bolivia focalizado en las Startup.

Los reportes, de línea de base en la gestión 2019 y posteriormente el reporte de la gestión 2020 referentes al Ecosistema de Tecnología Digital en Bolivia, se realizaron con el objetivo de iniciar un proceso dialéctico de conversación entre todos los participantes del Ecosistema.

El primer Reporte del Mapeo de la Línea de Base del Ecosistema de Tecnología Digital 2019 es un documento que brindó información sobre el estado de situación y los retos a futuro de este ecosistema en Bolivia. En la segunda versión del Reporte de Mapeo del Ecosistema de Tecnología Digital 2020 se presentó el progreso, avance y desarrollo de este.

En el reporte 2021 se buscó continuar con la medición cuantitativa de la evolución del Ecosistema, mediante indicadores como el número de emprendimientos tecnológicos (las startups), de instituciones de apoyo, etc. pero también incorporar

dimensiones cualitativas de desarrollo de los actores y el Ecosistema en su conjunto. Con dos reportes presentados a nivel nacional, se considera oportuno poder difundir este tercer reporte a nivel regional para ser considerada en las estadísticas internacionales, este último punto, es en sí mismo uno de los objetivos a desarrollar en el reporte de la presente gestión. Para los que quieran un adelanto de los resultados del último Mapeo, a continuación, compartimos las conclusiones del Reporte 2021.

En cuanto a capacidad de generación de startups y estructura del Ecosistema TIC.

Después de tres observaciones aplicadas al ecosistema, es posible afirmar que este se caracteriza por su estabilidad, el crecimiento es “orgánico” a base de la capacidad instalada de los actores privados que en él participan. Si bien la generación y desaparición de emprendimientos es altamente dinámica no permite su expansión. A pesar que los actores del ecosistema perciben que tienen capacidad instalada, para atender un mayor número de startups, este no cambia apreciablemente, en todo caso, la capacidad actual y las condiciones sistémicas del mercado nacional.

Abordando el reto de proponer una forma objetiva de discriminar a las startups, se plantea una herramienta para su clasificación, que puede ser mejorada en cada gestión.

Como consecuencia de la aplicación de esta propuesta de herramienta, se advierte que existe un grupo de emprendimientos que no responden a las condiciones que caracterizan a una startup. La oportunidad de mejora, es entonces, poder moldear los procesos del ecosistema para que sea posible crear, identificar y desarrollar “mejores” startups que justifiquen el esfuerzo que hacen los co fundadores y todos, personas naturales y jurídicas que se comprometen con el ecosistema de tecnología digital boliviano. Se aprecia la existencia de al menos tres sub ecosistemas, uno

“ las startups no perciben que participar del proceso de emprendimiento, que de manera espontánea se articula entre las entidades del ecosistema, sea una ruta para llegar al financiamiento de sus planes. ”

por cada departamento del eje troncal. De acuerdo con la investigación, las startups participan, en su mayoría, en ecosistemas que se encuentran en su ciudad de origen. A pesar de que las condiciones han cambiado por la pandemia y se advierte la existencia de startups que participan en ecosistemas diferentes al de la ciudad de origen, será importante difundir las fortalezas de los ecosistemas departamentales para que las startups elijan a cual sumarse.

Respecto a la relación de las startups con las entidades de apoyo y sus servicios.

En cuanto a la percepción de las startups sobre los servicios que reciben de las instituciones del ecosistema, encuentran que son una oportunidad de aprendizaje y de trabajo en redes con sus pares.

Profundizando la reflexión, si bien en general la percepción del costo beneficio de participar en los eventos es valorada de manera positiva, parece ser el factor con la menor calificación, cabe preguntarse si la percepción del valor que reciben por su participación alcanza las expectativas generadas sobre estos. Otro aspecto derivado de esta reflexión es que, los emprendedores tecnológicos no demuestran aún la capacidad de articularse entre ellos como resultado de sus propios esfuerzos, las evidencias del estudio hacen pensar que son actores acostumbrados a operar con sus propios medios. El rol de las entidades del ecosistema contribuyen a mitigar esta debilidad. El estudio nos proporciona evidencia de que las startups no perciben que participar del proceso de emprendimiento, que de manera espontánea se articula entre las entidades del ecosistema, sea una ruta para llegar al financiamiento de sus planes. Siendo el acceso a financiamiento la más sentida de las necesidades de las startups, en coincidencia con las apreciaciones de las instituciones, se genera un efecto dialéctico entre: Es condición

el contar con una mayor cantidad de inversores antes de generar más emprendimientos invertibles o, viceversa, generar una mayor cantidad de emprendimientos invertibles para incentivar el accionar de nuevos inversores. La salida de estos dilemas es obvia y sencilla de enunciar, más es un reto complejo, y consiste en dar pasos al mismo tiempo en ambos sentidos, comenzando primero, con más y mejores startups atractivas de alto potencial de escalabilidad.

Algunas apreciaciones finales sobre las startups.

Un aspecto a favor de las startups que hoy habitan el ecosistema boliviano es su desarrollo en el último año, así como sus perspectivas para los próximos, lo que ha generado un mayor número de empleo, brindando una oportunidad de trabajo en un sector productivo no tradicional para nuestro país.

La posibilidad de generar más empleo en este sector económico, genera nuevas oportunidades principalmente para los jóvenes, sin embargo, continúa la necesidad de una mejor articulación entre la academia y la industria para maximizar las oportunidades a las personas que participan de este.

En contraposición, la equidad de género continúa siendo una de las principales oportunidades de mejora.

En término de brindar oportunidades, en el estudio se identificó que ni las startups, ni los actores del ecosistema, han identificado la posibilidad de articular el área urbana con el área rural, como una oportunidad que permita rescatar y aprovechar características que son únicas del territorio dónde se encuentra el ecosistema. De igual manera, pocas startups han identificado retos ambientales como una fuente de oportunidades de negocio.

Respecto al impacto de la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID - 19, las percepciones son equilibradas, a pesar de que el proceso de adopción tecnológica se aceleró considerablemente, no tuvo un efecto derrame sobre las startups consultadas. 📌

¿Tus clientes quieren una tasa del 0%?

No, tus clientes quieren una interacción digital sin fricciones y personalizada.

¡Con Twilio obtienes esto y más!

¡Descúbrelo ahora!





Unicornios y Startups en el mercado actual

por Priscilla Cardozo

En la actualidad muchos usuarios interactúan constantemente con empresas Unicornios sin saber lo que este término significa. Más allá de lo fantasioso que esta palabra pueda llegar a sonar, la realidad es que obtener este título puede llegar a ser más complicado de lo que parece.

Para lograr ser una empresa Unicornio es necesario enfrentar los innumerables retos que las Startups y la industria digital imponen. Por lo que se puede dar por hecho que se requiere de un equipo talentoso y decidido a afrontar estos desafíos.

Los Unicornios más grandes provienen de China y Estados Unidos, entre ellos se encuentran Alibaba y Uber. En Latinoamérica hay casi 50 startups o empresas tecnológicas que se convirtieron en Unicornios. Pero, ¿qué significa este término?

De acuerdo a Hubspot, las empresas unicornio son startups millonarias que aprovechan las nuevas tecnologías para innovar y ofrecer sus servicios. Su crecimiento es exponencial y parecen ser compañías imparables. La mayoría no superan los 10 años de antigüedad, pero han logrado valuaciones superiores al billón de dólares, sin tener presencia en la bolsa.

Estas empresas han logrado causar un gran impacto, por lo que muchos las consideran increíbles, magníficas y un modelo a seguir; de ahí proviene la referencia hacia los unicornios.

El término fue utilizado por primera vez por Aileen Lee en el 2013, quien denomina a las empresas unicornio como: «Una compañía tecnológica que alcanza el valor de 1.000 millones de USD en algún momento de su proceso de levantamiento de capital, sin llegar a cotizar en bolsa».

Unicornios en Chile

Según el informe de CB Insights, en los últimos 2 años, la cantidad de empresas unicornios se ha incrementado de 200 a más de 400 a nivel mundial. Sin embargo antes del 2021 en Chile no existían, en Latinoamérica habían algunos -específicamente en Argentina, México y Brasil-, pero en Chile seguía siendo un mito. Fue durante la pandemia del Covid19-, en el 2021, donde dos startups chilenas se convirtieron en unicornios: Cornershop y NotCo. Además, recientemente la empresa Betterfly se sumó a este conjunto de organizaciones.

Betterfly es una startup chilena de tecnología para seguros, la cual provee una plataforma de beneficios digitales, en donde los colaboradores se motivan a generar hábitos saludables, como meditar o caminar. La startup fue fundada en el 2018 por Eduardo della Maggiora y su objetivo era que la aplicación transformara hábitos saludables en donaciones de comida para luchar contra la desnutrición en el mundo.

En 2020 se mejora la plataforma digital ofrecida a empresas, para que sus colaboradores combinen el bienestar con la protección financiera y el propósito social. La empresa logró convertirse en unicornio luego de una ronda de inversión serie C que recaudó US\$125 millones, liderada por Glade Brook Capital.

Según María de los Ángeles Romo, Gerente de Startup Chile, el auge de las startups chilenas obedece, más que nada, a una política pública consistente y un trabajo colaborativo que ha permitido transformar a Chile en uno de los mejores países para emprender. *“El Estado chileno ha impulsado su desarrollo y florecimiento. Hoy*

“ Para lograr ser una empresa Unicornio es necesario enfrentar los innumerables retos que las Startups y la industria digital imponen. ”

celebramos con orgullo a cientos de emprendedores consolidando sus sueños y resolviendo problemáticas mundiales con tecnología local; y aplaudimos a los ansiados Unicornios, entendido como quienes mantienen el sentido de ecosistema y alientan a las siguientes generaciones a emprender”, comenta.

¿Qué viene ahora?

El camino apenas comienza. Según datos de Startup Chile, en el país las startups representan solo el 1% del total de las empresas, pero generan el 40% de los nuevos empleos. Por ello, el organismo de ámbito multisectorial Corfo -Corporación de Fomento de la Producción- ha robustecido el rol de Start-Up Chile, agregando herramientas para consolidar al país como el principal punto de conexión de emprendimiento e inversión de la región, empujando para dinamizar el mundo del capital de riesgo y los fondos que apuestan por estas empresas.

“Desde Corfo seguiremos construyendo un país donde la libertad de crear y emprender y el apoyo del Estado para facilitar la posibilidad que estas iniciativas crezcan y se expandan, sean parte importante de la reactivación económica de Chile y así sean muchas más las startups que nazcan desde nuestro país hacia el mundo”, Asegura María de los Ángeles.

Para que el ecosistema logre tracción es necesario reconocer los casos de éxitos y modelos de rol que inspiren a otras generaciones de emprendedores. A pesar de que en Chile ya existen Unicornios, es necesario obtener más tracción en esta industria. Y luego, que esos emprendedores exitosos tomen el lugar de inversionistas de riesgo y mentores.

El emprendimiento es realmente un ecosistema cuando los emprendedores son por y para emprendedores.

El rol de los inversionistas

Si bien las startups se destacan por ser innovadoras y resuelven alguna necesidad del mercado con procesos de transformación digital, no siempre se convierten en Unicornios.

De acuerdo con Salesforce, el gran diferencial de las startups es que poseen una gestión joven, que entiende y vive los principales

problemas que necesitan ser solucionados en el mundo hoy. Y por tener esa visión, acaban obteniendo un crecimiento exponencial; pero la prosperidad de las mismas muchas veces tarda en ocurrir, por lo que el rol de los inversionistas es fundamental. Según el Servicio Brasileño de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae), hay algunas opciones de inversiones para quienes están comenzando:

- **Inversor Angelical:** pueden actuar individualmente o en grupos y suelen tomarse de dos semanas a seis meses para evaluar un proyecto; invierten entre 20 mil y 100 mil USD.
- **Fondos de capital semilla con recursos privados:** generalmente hacen un primer aporte de entre 40 mil y 100 mil USD, después de un período de evaluación que puede extenderse hasta seis meses.
- **Fondos de capital semilla con capital público en su composición:** el período de evaluación es de entre tres y seis meses generalmente; invierten entre 100 mil y 950 mil USD en negocios aprobados.

Sobre la base del primer estudio latinoamericano de Inversores, Fondos, Familia y Offices de Ventures Capitals y Redes Ángeles, en promedio, los inversionistas reportan un 50,38% de colocaciones de impacto en sus portafolios, lo que marca un factor importante a la hora de elegir una startup para invertir, considerando que este tipo de inversiones surgieron a partir del año 2009.

Además, de acuerdo a Statista.com, entre los años 2009 y 2019 se reportó un 19% de Startups en el mundo cuyos fundadores tuvieran al menos una mujer. La encuesta de Ventures Capitals y Redes Ángeles, arroja que en promedio, un 28,62% de los emprendimientos invertidos tienen mujeres fundadoras. Del total de la muestra, el 70% se inclina por invertir en Fintech. Cerca del 50% de los inversionistas se declaran agnósticos a la industria, sin embargo, en la práctica en nuestras conversaciones con ellos, siempre tienen alguna industria de preferencia. Foodtech y SaaS siguen en las preferencias, siendo SaaS un modelo de negocio más que una industria. ¹



CONVIÉRTASE EN UNA EMPRESA DIGITAL AUTÓNOMA

El futuro de los servicios
financieros está aquí.



Conozca más en bmc.com



App detecta contagios de covid-19 a través de la voz usando la inteligencia artificial

Un equipo de científicos, expertos en inteligencia artificial (IA), ha desarrollado una app móvil para detectar los casos de covid-19 en las voces de la gente con más precisión y rapidez que las pruebas de antígenos utilizadas hasta ahora.

El sistema, que se presenta este lunes en el Congreso Internacional de la Sociedad Respiratoria Europea de Barcelona, también es más barato que las pruebas de antígenos, lo que significa que podría usarse en países de bajos ingresos en los que estos test son caros o difíciles de conseguir.

Según Wafaa Aljbawi, investigadora del Instituto de Ciencia de Datos de la Universidad de Maastricht (Países Bajos), este modelo de IA tiene una precisión del 89%, un porcentaje que en caso de los test varía en función de la marca.

¿Cómo funciona?

La aplicación se instala en el teléfono móvil del usuario, los participantes deben dar información básica, y datos de su historial médico y de hábitos como el tabaquismo, y luego se les pide que graben su respiración, su tos y su voz.

Usando la técnica de análisis de voz llamada análisis de espectrograma de Mel, que identifica diferentes características de la voz, como el volumen, la potencia y la variación, pudieron descomponer las distintas propiedades de las voces de los participantes.



Redes sociales buscan regular su uso entre los menores de edad

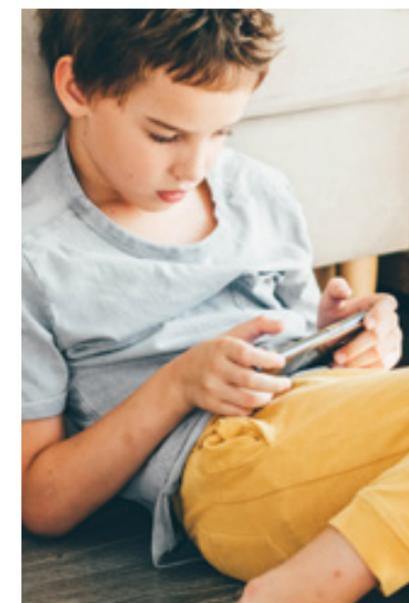
Entre los mecanismos que han ideado plataformas como Instagram, Snapchat y TikTok figuran desde inteligencia artificial para detectar la edad de los usuarios, según sus rasgos, hasta herramientas de control parental. Estas funcionalidades mejoran la seguridad de las rrs, pero expertos advierten sobre las desventajas que podrían traer.

El uso de redes sociales se ha convertido en algo cotidiano y transversal en todo el mundo. Ha cambiado los canales y formas de interacción entre personas y, por lo mismo, a medida que estas plataformas se han expandido, también se han generado nuevos cuestionamientos éticos, legales y prácticos asociados a su uso. Uno de ellos es el uso de ellas por parte de menores de edad. Aunque casi todas las redes sociales han fijado los 13 años como la edad mínima para tener una cuenta, abre la puerta a otros desafíos, por ejemplo, el de pensar cómo debe ser el uso de redes para esos adolescentes entre 13 y 18 años.

Los esfuerzos de Instagram

Uno de los problemas asociados a uso de redes sociales por parte de menores es cómo verificar que efectivamente los nuevos usuarios de estas plataformas tengan la edad que dicen tener. Con la idea de poner fin a esta situación, Instagram acaba de anunciar dos nuevas formas de que sus nuevos usuarios verifiquen su edad.

La primera y la más innovadora es a través de un video selfie. A través de este método, el usuario recibe instrucciones de cómo grabarse y luego Instagram envía una imagen de este registro a Yoti. Esta empresa especializada en estimaciones de edad, analiza a través de inteligencia artificial los rasgos del usuario y determina si es mayor de 13 años. Instagram asegura que después de este proceso, la imagen es eliminada y que además el método solo sirve para reconocer la edad pero no la identidad de quien lo use.



La pulsera creada por chilenos que ayuda a medir las emociones

Académicos de la Universidad de Chile lanzaron Biomonitor 3.0, una pulsera que recopila datos que, junto a un modelo de inteligencia artificial, pueden detectar las emociones de quienes la usen. El invento no tiene fines comerciales y busca ser un aporte en investigaciones de áreas como el transporte, la salud, los videojuegos y el deporte.

La finalidad del proyecto es hacer experimentos con personas que fueran más efectivos y precisos al medir sus emociones, ya que estas variables suelen medirse con métodos como cuestionarios pero no de una manera más científica, en la que no influya la subjetividad de la persona en cuestión.

¿Cómo funciona?

El Biomonitor V3.0 mide cuatro variables, que permiten dar los primeros pasos para detectar emociones de sus usuarios. Estas son los latidos del corazón, frecuencia de los mismos, temperatura de la piel y actividad electrodermal, que se refiere a los cambios que tiene la piel cuando una persona experimenta ciertos sentimientos, como por ejemplo cuando se pone la "piel de gallina".

El modelo se creó en base a datos que se recopilaron con usuarios de la pulsera que cada cierto tiempo tenían que categorizar sus emociones, usando las variables positiva o negativa y activa o pasiva. Esa información se cruzó con los indicadores que entregaba la pulsera y así la inteligencia artificial asoció ciertas combinaciones de variables a determinados sentimientos, como felicidad, tristeza o estrés.



Japón declara la guerra a los disquetes y otros dispositivos obsoletos

El ministro de Asuntos Digitales de Japón ha declarado la guerra a los disquetes y a otras tecnologías obsoletas que aún se usan en la administración del país.

En pleno 2022, aproximadamente 1.900 procedimientos gubernamentales aún requieren a las empresas utilizar este tipo de dispositivos de almacenamiento, así como CDs y minidisquetes, reveló Taro Kono.

Pese a su imagen de país pionero en dispositivos innovadores de alta tecnología, Japón es conocido por aferrarse a tecnologías obsoletas en su cultura de oficina. Un comité del gobierno japonés detectó unas 1.900 áreas en las que las empresas deben utilizar medios de almacenamiento como disquetes para crear aplicaciones o guardar datos.

Un país de contrastes

No es la primera vez que Japón genera titulares por sus hábitos anticuados, lo que supone una paradoja, dada la capacidad del país para desarrollar productos innovadores y exitosos. Se han ofrecido varias explicaciones a este fenómeno, desde una alfabetización digital deficiente hasta su cultura burocrática plagada de actitudes conservadoras.

Fue especialmente chocante cuando el ministro de Seguridad Cibernética del país admitió en 2018 que nunca había usado una computadora y alegó que siempre delegaba en su personal todas las tareas relacionadas con las tecnologías de la información.

En Estados Unidos salió a la luz que en la década de 2010 aún se usaban disquetes en la gestión de las fuerzas nucleares del país aunque, según informes, esta práctica se eliminó antes de 2020.



Impulsamos la innovación de la industria financiera

En Ginko Financial Solutions apoyamos la revolución de los servicios digitales en Latinoamérica. Proveemos tecnología de punta para potenciar la agilidad y eficiencia de todo el ecosistema financiero.



Deja que tu desafío sea parte del nuestro.

GINKO
Financial Solutions

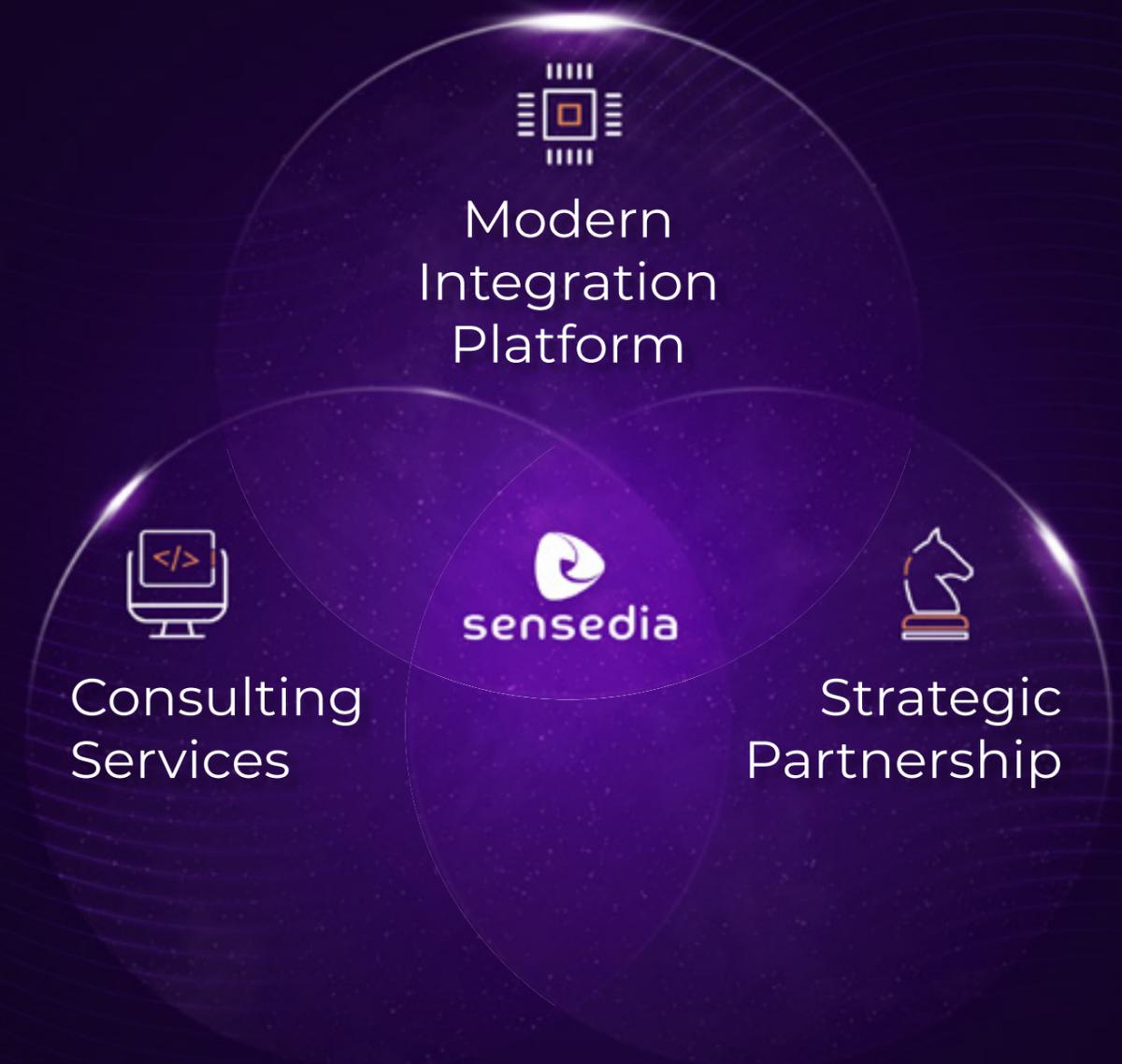
Visítanos en www.ginkofs.com



#OpenFinance #OpenBanking #OpenInsurance

Cree una mejor experiencia para sus clientes mediante la conectividad, la portabilidad y la **colaboración**

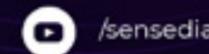
Habilitamos negocios en un mundo digital gracias a nuestra **plataforma de integración de API.**



Escanea para saber más:



sensedia_api



/sensedia



www.sensedia.com



/company/sensedia



/sensedia

