

# Digital Trends

by Digital Bank LATAM

Nº 14 · Noviembre 2023



## Explorando la revolución de la Inteligencia Artificial en la Industria Financiera

Entrevista

Finanzas abiertas con las personas en el centro

Reportaje

Innovación financiera: Chatbots, la nueva frontera de la experiencia del cliente bancario

Artículo

Impulsando la inclusión financiera con Yappy



# Decodifica, Transformate & Impulsate

DECODE YOUR WORLD



*Las compañías pierden millones de dólares anuales debido a la mala gestión y calidad de sus datos*

**En Novakorp sabemos cómo ayudarte**

**CONTÁCTANOS Y DECODIFICA TU MUNDO**

 [info@novakorp.io](mailto:info@novakorp.io)

 [www.novakorp.io](http://www.novakorp.io)

 [/novakorp-io](https://www.linkedin.com/company/novakorp-io)

## Editorial



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

### La revolución silenciosa: Inteligencia Artificial en el Digital Bank Latam 2024

En el corazón de la revolución tecnológica, la inteligencia artificial se erige como el faro que guía la transformación del panorama financiero en América Latina. Digital Bank Latam 2024 se prepara para llevarnos a la vanguardia de esta revolución, con eventos programados en Colombia, México, Panamá, Perú, Argentina, Ecuador y Chile. A medida que nos acercamos a estos encuentros clave, es imperativo reflexionar sobre el papel crucial que la inteligencia artificial desempeñará en el futuro del sector financiero en la región.

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa futurista para convertirse en una realidad ineludible. En el ámbito financiero, su influencia es innegable, impactando desde la toma de decisiones hasta la personalización de servicios. Los avances en aprendizaje automático, procesamiento del lenguaje natural y análisis predictivo han permitido a las instituciones financieras ofrecer experiencias más fluidas y personalizadas a sus clientes.

América Latina, con su diversidad cultural y económica, presenta un terreno fértil para la implementación de soluciones basadas en inteligencia artificial. En el Digital Bank Latam 2024 esperamos presenciar cómo estas tecnologías están moldeando las estrategias financieras en cada uno de los países anfitriones. Desde la optimización de procesos internos hasta la creación de servicios más accesibles, la inteligencia artificial se posiciona como el catalizador de una transformación radical.

Colombia, México, Panamá, Perú, Argentina, Ecuador y Chile son los protagonistas de esta revolución silenciosa. Los líderes de la industria financiera en estos países están adoptando enérgicamente la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia operativa, identificar oportunidades de mercado y fortalecer la ciberseguridad. Digital Bank Latam 2024 será testigo de casos de éxito inspiradores y discusiones provocadoras que arrojarán luz sobre las posibilidades y desafíos que enfrenta la región en este viaje hacia la digitalización plena.

No obstante, con la promesa de innovación también surgen interrogantes éticos y regulatorios. ¿Cómo garantizamos que la inteligencia artificial se utilice de manera justa y equitativa? ¿Cómo protegemos la privacidad de los usuarios en un mundo cada vez más conectado? Estas preguntas críticas deben abordarse de manera colaborativa entre el sector privado, los reguladores y la sociedad en general.

Digital Bank Latam 2024 se presenta como el epicentro de la convergencia entre la inteligencia artificial y el sector financiero en América Latina. A medida que nos sumergimos en este viaje de descubrimiento, es imperativo que aprovechemos esta oportunidad para reflexionar sobre cómo la inteligencia artificial puede ser un catalizador para la inclusión financiera, la transparencia y el progreso en la región. Estamos en el umbral de una nueva era financiera, y es responsabilidad de todos nosotros dar forma a un futuro que sea beneficioso para todos.

*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](mailto:ramon.heredia@componentedigital.com)

**Patricio Silva**  
Director General de Digital Bank Latam  
[patricio.silva@digitalbankla.com](mailto:patricio.silva@digitalbankla.com)

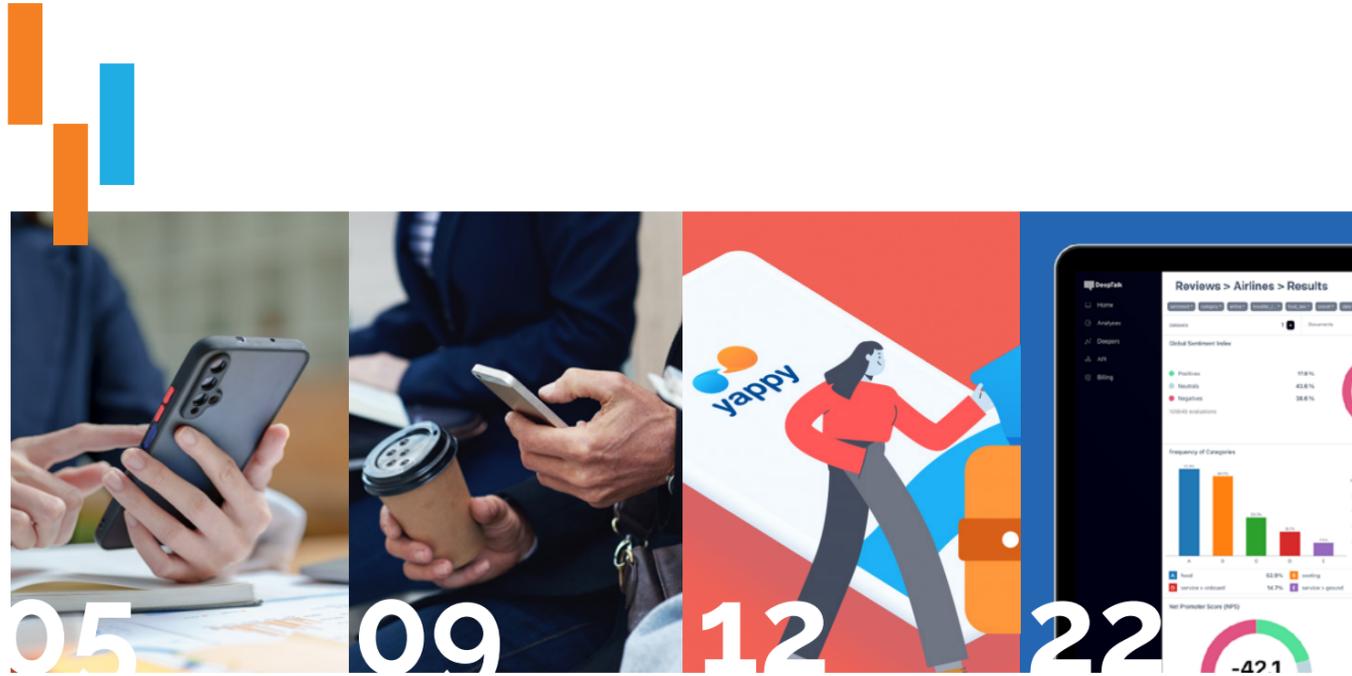
**Ignacio Rojas**  
Director de Comunicaciones y Marketing |  
Digital Bank Latam  
[ignacio.rojas@digitalbankla.com](mailto:ignacio.rojas@digitalbankla.com)

**Periodistas:**  
Priscilla Cardozo  
[priscilla.cardozo@digitalbankla.com](mailto:priscilla.cardozo@digitalbankla.com)

**Diseño y diagramación:**  
Alfredo Calderón  
Soho Chile  
[www.soho.lat](http://www.soho.lat)

**Digital Bank Latam**  
[www.digitalbanklatam.com](http://www.digitalbanklatam.com)  
Dir.: Máximo Humbser 577  
Santiago de Chile.

Agradecimientos:  
**Ebankingnews** | [www.ebankingnews.com](http://www.ebankingnews.com)



- 03** Editorial
- 05** Finanzas abiertas con las personas en el centro  
Entrevista a Rodrigo Mella, Senior Payments Specialist en BCI
- 09** Innovación financiera: Chatbots, la nueva frontera de la experiencia del cliente bancario  
Reportaje
- 12** Impulsando la inclusión financiera con Yappy  
Artículo de Yappy
- 14** El papel de la Inteligencia Artificial en la observabilidad de las instituciones financieras  
Artículo de Atentus
- 16** Coopeuch: Avances en inclusión financiera y tecnología en Chile.  
Entrevista a Marcela Núñez, Gerente de la División de Productos y Marketing de Coopeuch
- 20** Nuevas tecnologías en los reguladores bancarios - IA  
Columna de opinión de Aldo Ariel Ríos, Director Estrategia y Transformación de Superintendencia de Bancos de Panamá
- 22** Deep Talk: La transformación de la experiencia empresarial a través de la Inteligencia Artificial  
Entrevista
- 25** El rol de la banca digital en la educación financiera  
Columna de opinión de Estephany Ley, Directora de Banca Minorista en BanCoppel

- 26** Conecta: "La tecnología ha redefinido la banca y transformado las experiencias financieras para siempre"  
Entrevista a Conecta
- 30** Los datos son la llave para decodificar el mundo  
Artículo
- 32** IA Híbrida versus fraude financiero: una alternativa favorable para el sistema  
Columna de opinión de Federico dos Reis, CEO de INFORM Latam
- 34** Fectivo: Transformando el mundo de los pagos B2B en América Latina  
Entrevista a Gabi Cueva, CEO de Fectivo
- 36** Digital Bank Latam 2023 culmina su recorrido regional con éxito en Santiago de Chile  
Artículo de Digital Bank
- 38** Transformación del sector financiero gracias a la Inteligencia Artificial  
Columna de opinión de Nerio Peña
- 40** El Futuro de los Servicios Financieros  
Columna de opinión Mauricio Saavedra Pazos y Ernesto Doudchitzky
- 42** Noticias



# Finanzas abiertas con las personas en el centro

La Ley Fintech marca un hito en la evolución financiera al empoderar a las personas con el control de sus datos. Rodrigo Mella, Senior Payments Specialist en Bci, comparte en exclusiva las implicaciones y desafíos de esta revolución.

por Priscilla Cardozo

En una entrevista exclusiva con Rodrigo Mella, Senior Payments Specialist en Bci, se destaca la trascendental transformación que las finanzas abiertas prometen al colocar a las personas como protagonistas en el control de sus datos financieros. La Ley Fintec, con su enfoque en competencia, inclusión y desarrollo de servicios, allana el camino hacia un sistema financiero más personalizado. Mella aborda los beneficios, desafíos regulatorios y la importancia de

esta revolución en el ámbito financiero, proporcionando insights valiosos sobre la evolución de la industria. Las finanzas abiertas prometen cambiar el sistema financiero al entregarle a las personas el control de sus datos. Esto quiere decir que las personas serán las verdaderas protagonistas de la transformación digital. El objetivo de la Ley Fintech es promover una mayor competencia,



**Rodrigo Mella,**  
Senior Payments Specialist en BCI

inclusión y fomento al desarrollo de nuevas aplicaciones y servicios en el mercado financiero, consolidado el proceso de digitalización del sistema financiero.

Esto no quiere decir que la banca tradicional vaya a desaparecer, pero se espera que vaya mutando hacia un modelo que permita la personalización de productos y beneficios.

En ese aspecto, uno de los beneficios de esta normativa es la regulación de un sistema de finanzas abiertas, que establece que:

- **Las personas son dueñas de sus datos.**
- **Las entidades financieras están obligadas a tener el consentimiento de cada persona, antes de compartir su información con otros participantes.**
- **Solo se puede tratar y compartir información de hasta cinco años atrás.**

Por otra parte, este sistema facilita la entrada de nuevos actores, al incorporar mayores grados de competencia en productos o servicios financieros; tiene el potencial de promover la innovación de servicios que cubren una mayor amplitud de necesidades; y se abre un espacio relevante para aumentar el nivel de inclusión financiera en segmentos de la población desatendidos por parte de los servicios financieros tradicionales –por ejemplo medios de pago electrónicos para pequeños comerciantes- entregando a estos grupos productos idóneos para sus necesidades a través del uso de nuevas tecnologías.

La Ley distingue dos tipos de servicios relacionados a finanzas abiertas. Por un lado, los iniciadores de pagos, que facilitan el acceso de los clientes a sistemas de pagos digitales, a través del uso de transferencias electrónicas de fondos, sin la necesidad de pagar con tarjetas.

Esto permite un mayor acceso a pagos a multiplicidad de comercios, potencialmente a un menor costo que otros medios de pagos. Al mismo tiempo se incorporan estos participantes en el perímetro de supervisión de la CMF, considerando los potenciales riesgos que podrían generar.

Por otro lado, el servicio de agregador de información, permite que empresas participantes del sistema de finanzas abiertas accedan a la información del cliente, con el consentimiento previo y expreso del titular de los datos, para ofrecerle un más adecuado y amplio abanico de productos financieros.

No obstante, en la lista de potenciales beneficios, un sistema de

finanzas abiertas trae consigo una serie de desafíos, tanto para la industria como para el regulador.

En primer lugar, la Ley contempla una cantidad importante de cuerpos normativos que deben ser emitidos en un periodo acotado de tiempo. Normas sobre medios de entrega de intercambio de información, normas sobre estándares de consentimiento y autenticación y normas de seguridad de la información, son algunos de los elementos centrales del sistema de finanzas abiertas. Si bien existen ciertos consensos internacionales, no existen estándares únicos que adoptar, por lo que la tarea para la CMF será demandante.

Asimismo, existirán desafíos supervisores para la CMF. La Ley impone un plazo exigente en el cual se deberán autorizar a las empresas que deseen operar en el sistema de finanzas abiertas (iniciadores de pago e instituciones proveedoras de servicios basados en información).

Es esperable que una gran cantidad de empresas busquen entrar a operar, luego de que se ponga en funcionamiento el sistema. Aunque se tomará en cuenta el principio rector de la Ley sobre proporcionalidad en este proceso, se agrega una carga relevante de trabajo, puesto que se trata de un sistema basado en el uso de tecnologías, algunas de las cuales existen, pero también otras que podrían surgir. El sistema requiere de la existencia y generación de capacidades dentro de la CMF y el mercado financiero, que permitan ir a la par con los cambios. Por ejemplo, la definición del modelo de funcionamiento y el resguardo de la interoperabilidad entre las instituciones proveedoras y consultantes de información, materias que deberán ser resueltas por el equipo a cargo de la normativa.

#### **¿Cuáles son los principales objetivos de la Ley Fintec en relación con las finanzas abiertas?**

La Ley Fintec entregará a las personas el control total de sus datos obligando, a las entidades financieras, solicitar y contar con el consentimiento de los dueños de la información, antes de compartirla con otros participantes.

También, busca promover la inclusión financiera, entregando productos y servicios más personalizados, fomentando una mayor competencia entre los actores del mercado financiero y potenciar la digitalización del sistema financiero, a través del desarrollo de nuevas aplicaciones y servicios.

#### **¿Cómo se espera que las finanzas abiertas cambien el sistema financiero y beneficien a las personas?**

La Ley representa una oportunidad inigualable para que los distintos actores del mundo financiero, puedan desarrollar productos y servicios más personalizados y efectivos. Lo anterior, beneficiará a personas, pymes y empresas con alternativas más eficientes e inclusivas, gracias a un mejor manejo de los datos.

#### **¿Cuál es la importancia de la regulación en un sistema de finanzas abiertas y cuáles son los principales aspectos regulados por la Ley?**

El éxito del desarrollo de un sistema financiero basado en la tecnología depende, en gran medida, de un marco regulatorio que fomente la competencia y proteja a los usuarios. Es importante, entonces, construir una cancha nivelada para todos los actores, entrantes y tradicionales, que asegure más alternativas para las personas en un ambiente de confianza.

Existen también desafíos técnicos y operacionales para implementar un sistema de finanzas abiertas. Para esto, el uso de las mejores prácticas internacionales y la creación de marcos de coordinación público-privada es esencial para el éxito de esta iniciativa.

#### **¿Cómo está utilizando Bci la inteligencia artificial y las tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del cliente y ofrecer servicios financieros más personalizados en el marco de las finanzas abiertas?**

La IA actualmente cumple un rol fundamental y de apoyo en varias áreas del banco, como la gestión comercial, de riesgo de crédito, de fraudes y operacional del banco. Ésta nos permite tomar mejores decisiones y de forma más rápida, lo que se traduce en una mejor experiencia para los clientes.

En Bci contamos con varios productos digitales como MACH, el nuevo programa de cashback BciPlus+ y la funcionalidad de asesoría financiera "Mis Finanzas", que tienen componentes de IA que nos permiten diferenciarnos y crecer en el mercado. También contamos con varias herramientas ligadas al machine learning, usadas desde hace muchos años en Bci, para entender el comportamiento y las necesidades de los clientes y para personalizar las interacciones con ellos, a través de diálogos contextuales y omnicanales.

Las finanzas abiertas permitirán desbloquear nuevas oportunidades para mejorar la experiencia de los clientes, a través del uso de inteligencia artificial u otras herramientas.

#### **¿Cuáles son los desafíos que Bci ha enfrentado en la adaptación al sistema de finanzas abiertas y cómo los ha abordado?**

La Ley contempla una cantidad importante de cuerpos normativos, que deben ser emitidos y representan un desafío, tanto para la CMF como para los bancos.

En Bci hemos estado trabajando hace tiempo en distintos escenarios, que toman en cuenta la experiencia internacional, con el objetivo de adaptarnos de manera más simple a los futuros requerimientos.

#### **¿Cómo se garantiza la seguridad y privacidad de los datos de los individuos en el contexto de las finanzas abiertas?**

La confianza es fundamental para el presente y futuro de las finanzas, por eso, en Bci tenemos sólidas políticas de gestión de riesgo, en materia de seguridad y privacidad de los datos, además de un gobierno corporativo que protege a los clientes para asegurar la confianza en nuestros servicios.

Una de las claves para lograr lo previo son las certificaciones, que permiten acreditar determinados grados de seguridad en el tratamiento de los datos, y que serán esenciales con la llegada de nuevos actores a la industria.

Es importante, entonces, que los reglamentos de la normativa otorguen las mismas responsabilidades a todos los actores (fintech y bancos) para que, junto con facilitar más alternativas para las personas, den plena confianza en que la seguridad de sus datos está protegida.

#### **¿Cuáles son las expectativas en cuanto a la inclusión financiera y el acceso a servicios financieros para segmentos de la población previamente desatendidos mediante las finanzas abiertas?**

La implementación de tecnología en el sector, tiene el potencial de ofrecer alternativas, que también son más eficientes e inclusivas. Lo sabemos, por años de experiencia con MACH, la cuenta digital de Bci, brindando a casi 4 millones de personas, servicios que en el pasado sólo estaban disponibles para los usuarios de cuentas corrientes.

#### **¿Cómo se prevé el desarrollo y evolución futura del sistema de finanzas abiertas en el contexto de la rápida evolución tecnológica?**

Más allá de cómo será el futuro, nuestra experiencia nos ha demostrado que los procesos de innovación son dinámicos y responden a una sociedad en constante evolución, por lo tanto, para estar a la vanguardia resulta esencial la colaboración entre todos los actores del ecosistema financiero. Además del trabajo entre múltiples áreas para generar nuevas soluciones.

Por esa razón, en Bci realizamos un constante scouting para vincularnos con startups y otras empresas. Ésto nos permite expandirnos a nuevos mercados y crear un círculo virtuoso, destinado a agilizar la innovación para ambas partes, renovar la cultura empresarial y resolver desafíos internos. 

# Ofrecemos lo mejor de los dos mundos



Nos enfocamos en **incrementar la rentabilidad**

Entregamos la **mejor experiencia** a los usuarios



omnibanca.com consultec-ti.com  
omnibanca Consultecglobal



## Innovación financiera: Chatbots, la nueva frontera de la experiencia del cliente bancario

La organización tiene como misión proporcionar acceso al crédito a individuos que enfrentan dificultades para obtener tarjetas de crédito en bancos convencionales debido a su historial crediticio adverso.

Por Piscilla Cardozo



**Julie Villarreal,**

Gerente de Mercadeo Integrado de Infobip

La creciente presencia de empresas fintech en el mercado financiero ha impulsado a las instituciones bancarias tradicionales a reevaluar sus estrategias de experiencia del cliente. A pesar de la disponibilidad de aplicaciones bancarias que permiten a los clientes acceder a sus cuentas en cualquier momento, surge la pregunta de si esto es suficiente.

Según una encuesta reciente, el 60% de los consumidores latinoamericanos estarían dispuestos a cambiar de institución financiera en busca de una experiencia digital más fluida y satisfactoria. Esto plantea un desafío importante para los bancos tradicionales, que deben adaptarse a las expectativas cambiantes de sus clientes.

La experiencia actual del cliente bancario promedio ha evolucionado con la introducción de aplicaciones de mensajería que permiten una comunicación más instantánea y contextual. Sin embargo, las expectativas de tiempo de respuesta en estas plataformas superan significativamente los tiempos de respuesta reales. De acuerdo con Sprout Social, el cliente promedio espera una respuesta en redes sociales en un plazo de 0-4 horas, mientras que el tiempo de respuesta promedio puede llegar a ser de hasta 10 horas.

Esta discrepancia en las expectativas de tiempo de respuesta representa un desafío crítico para los bancos, ya que la confianza del cliente se ve socavada cuando las respuestas no son tan inmediatas como se espera. Las generaciones más jóvenes, en particular, sienten una desconexión con los bancos debido a la falta de confianza mutua.

Para abordar este desafío, muchos bancos están recurriendo a las aplicaciones de chat para fortalecer su relación con los clientes. La familiaridad y transparencia que ofrece la comunicación a través de estos canales pueden mejorar la confianza del cliente en la marca.

“Una solución muy acertada es utilizar chatbots,” señaló Julie Villarreal, Gerente de Mercadeo Integrado de Infobip. “Existen diversos tipos de estas herramientas que podrían adaptarse a diferentes usos, aplicables a los distintos puntos de contacto dentro del recorrido del cliente financiero. Están los chatbots basados en Inteligencia Artificial (NPL / PLN) que imitan conversaciones humanas con fluidez, se adaptan a las distintas formas de expresar una misma inquietud o queja y resuelven casos de mayor complejidad. Luego, tenemos los chatbots de palabras clave, que pueden resolver cuestiones de menor

dificultad a partir de formatos de opción múltiple, y por último, los chatbots híbridos, que permiten obtener lo mejor de ambos mundos, dependiendo de las necesidades particulares”, destaca Villarreal.

Sin embargo, la efectividad de estas aplicaciones depende de cómo se utilicen. Aquí hay seis formas en que los bancos pueden mejorar la experiencia del cliente utilizando chatbots:

**Ofrecer una experiencia personalizada:** Los chatbots pueden analizar el historial de mensajes y transacciones de los clientes para ofrecer ofertas personalizadas y asesoramiento financiero basado en sus necesidades individuales.

**Ofrecer soporte 24/7:** Los chatbots pueden proporcionar soporte constante a los clientes, reduciendo el tiempo de espera y generando confianza.

**Proporcionar respuestas rápidas a preguntas frecuentes:** Los chatbots pueden manejar preguntas comunes, liberando al equipo de atención al cliente para abordar problemas más complejos.

**Ofrecer un nivel adicional de seguridad:** Los chatbots pueden alertar a los clientes sobre actividades sospechosas y proporcionar autenticación de dos factores para proteger sus cuentas.

**Incitar a los clientes a realizar comentarios valiosos:** La flexibilidad de los chatbots permite a los clientes dar retroalimentación cuando prefieran, lo que puede resultar en opiniones más sinceras.

**Ofrecer educación financiera al instante:** Los chatbots pueden educar a los clientes a través de juegos interactivos, promoviendo una audiencia informada y menos morosa.

## Tipos de chatbots en el mundo de la banca

En el mundo de la banca, la implementación de chatbots se ha convertido en una herramienta esencial para mejorar la experiencia del cliente. Estos chatbots varían en complejidad y funcionalidad, y la elección del tipo de chatbot adecuado depende de las necesidades específicas de cada institución financiera y de los casos de uso dentro del recorrido del cliente.

**Chatbots de IA (Inteligencia Artificial):** Estos chatbots, a menudo



llamados chatbots NPL (Procesamiento del Lenguaje Natural) o PLN (Procesamiento del Lenguaje Natural), son la vanguardia de la tecnología. Son ideales para imitar conversaciones humanas con fluidez, adaptándose a diferentes formas de expresar las mismas inquietudes o quejas. Además, son capaces de resolver casos de mayor complejidad. Los chatbots de IA pueden analizar el lenguaje natural de los clientes y proporcionar respuestas contextualizadas. Son particularmente útiles para situaciones en las que se requiere un alto grado de interacción y comprensión del lenguaje humano.

**Chatbots de Palabras Clave:** Estos chatbots son ideales para abordar casos de menor complejidad y preguntas frecuentes. Funcionan mediante el reconocimiento de palabras clave y patrones específicos en el texto del cliente. Los chatbots de palabras clave suelen ofrecer a los clientes opciones múltiples para elegir y guiarlos a respuestas específicas. Son efectivos para brindar respuestas rápidas y soluciones a problemas comunes.

**Chatbots Híbridos:** Los chatbots híbridos combinan lo mejor de ambos mundos. Pueden adaptarse a una variedad de situaciones

y casos de uso. Estos chatbots ofrecen una flexibilidad que permite a las instituciones financieras abordar tanto preguntas sencillas como cuestiones más complejas. Utilizan la IA cuando es necesario para comprender y responder al lenguaje natural, pero también pueden recurrir a palabras clave cuando se trata de preguntas específicas. Los chatbots híbridos son una solución versátil para las instituciones financieras que desean brindar un amplio rango de servicios a sus clientes.

Es importante recalcar que, dependiendo del chatbot que se decida integrar a las estrategias comunicativas bancarias, su costo y tiempo de entrenamiento variarán.

“El aprendizaje automático se está adoptando cada vez más en todos los servicios financieros por su capacidad para predecir con precisión las necesidades de los clientes, proporcionar recomendaciones personalizadas de productos y servicios, anticipar las quejas y potenciar los chatbots para brindar una experiencia de retroalimentación más fluida”, destacó Bernard Marr en Forbes. 



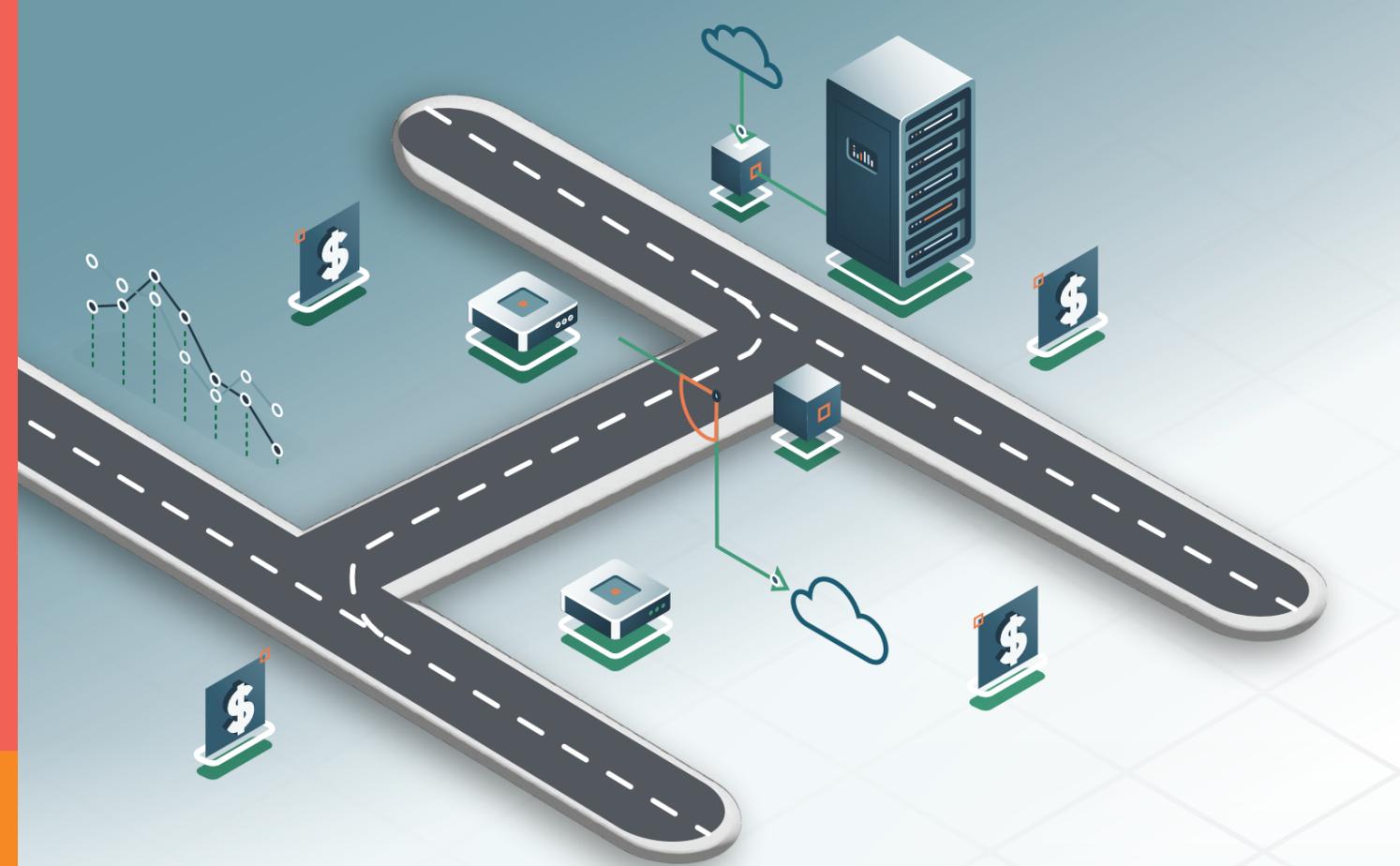
# Impulsando la inclusión financiera con Yappy

Miles de panameños que antes no estaban en el sistema financiero formal ahora lo están, y usan Yappy diariamente.

En junio de 2019, Banco General lanzó una nueva plataforma de pagos digitales llamada Yappy. La plataforma fue bien recibida por los clientes del banco, pero no fue hasta mediados de 2020 que realmente explotó su popularidad, en parte por la pandemia del Covid-19 que obligó a las personas a mantenerse en sus casas y buscar nuevas maneras de hacer sus pagos de forma remota. Actualmente, Yappy cuenta con 1.4 millones de clientes -en un país de poco más de 4 millones de habitantes-, que utilizan este método de pago en su diario vivir. Además, más de 25,000 emprendimientos y comercios utilizan Yappy para recibir pagos, lo cual es un impulso a estos negocios.

En el segundo trimestre de 2023, Yappy procesó un promedio de un millón de transacciones al día. La plataforma ha logrado transformar la manera como se utiliza el dinero en Panamá, desde el pago a un negocio informal de venta de aguacates en la ciudad, hasta pagos en lugares remotos del país como una abarrotería en un área rural. Este ecosistema digital, donde participan personas, emprendimientos, pequeñas y grandes empresas, es un gran paso para la inclusión financiera de miles de panameños.

Gracias a este éxito, en octubre de 2023 sale al mercado el nuevo Yappy App, una aplicación independiente del app de Banco General, que busca estar disponible para que otros bancos se integren a esta plataforma de pagos. La nueva aplicación permite al usuario personalizar contactos y comercios favoritos, personalizar los envíos de dinero con emojis y GIF, hacer más fácil la división de cuentas, acceso más ágil a pagos y mucho más. Yolianna Alfaro, Directora Comercial de Yappy, comentó **“con esta nueva aplicación, reafirmamos nuestro compromiso de ofrecer soluciones que se adaptan a las necesidades de nuestros clientes y su estilo de vida, y apoyar a la inclusión financiera de miles de panameños de forma accesible y conveniente”**. El 18 de octubre se anunció el primer banco que se integra a la plataforma, y se espera que otras instituciones lo hagan próximamente. Según el Banco Mundial, **“la inclusión financiera es un elemento facilitador clave para reducir la pobreza extrema y promover la prosperidad compartida”**. Yappy continúa comprometido con la inclusión, ayudando a personas y comercios a integrarse a un ecosistema de pagos digital. 📱



## El futuro de los servicios financieros está en línea

Descubra cómo con la plataforma de gestión de contenidos de Hyland puede avanzar en su viaje de transformación digital.

- ✓ Escalabilidad
- ✓ Automatización inteligente
- ✓ Centralización de la información

# Hyland™

Agendemos una conversación:



Conozca más en [www.hyland.com/es/solutions/industries/financial-services](http://www.hyland.com/es/solutions/industries/financial-services)

## Combatiendo el crimen financiero con IA híbrida

RiskShield lleva su estrategia de prevención del crimen financiero al siguiente nivel combinando en una sola solución IA basada en conocimiento experto con tecnología de aprendizaje de máquina.

# El papel de la Inteligencia Artificial en la observabilidad de las instituciones financieras

La empresa Atentus, con más de dos décadas de experiencia en soluciones de observabilidad para la industria bancaria, aborda el creciente impacto de la inteligencia artificial (IA) en este campo. En un entorno financiero digital en constante evolución, la eficiencia operativa y la experiencia del cliente se presentan como elementos cruciales para el éxito de las instituciones financieras.

**“En Atentus nos hemos adaptado a estas nuevas necesidades con un portafolio de servicios que refuerzan la calidad de los datos obtenidos por las plataformas de observabilidad y logran en nuestros clientes una aceleración de la transformación digital”,** afirma la organización.

La observabilidad, definida como el monitoreo y comprensión en tiempo real de todos los aspectos de las operaciones, se ve ahora enriquecida con el análisis de datos e inteligencia causal en tiempo real, gracias a la integración de la IA.

**“En los últimos años, nuestros clientes están viviendo ‘la revolución de la observabilidad’, que en el contexto bancario implica la capacidad de detectar y resolver problemas de manera proactiva, garantizando la disponibilidad de los servicios y la seguridad de los datos en todo momento”,** destaca la entidad.

La implementación estratégica de la observabilidad potenciada por la IA se ha convertido en una herramienta esencial para el

sector bancario. Esta evolución permite a las instituciones financieras obtener datos relevantes para la toma de decisiones informadas, optimizar el rendimiento de las plataformas de software y mejorar la experiencia del usuario.

### La IA desempeña un papel crítico al:

- Identificar** patrones anómalos en los datos para anticipar y resolver problemas antes de afectar a los usuarios.
- Predecir** tendencias y cambios en el comportamiento del cliente para tomar decisiones más informadas.
- Automatizar** tareas rutinarias y procesos internos, permitiendo a los equipos enfocarse en eventos críticos.
- Mejorar** la experiencia del cliente mediante la personalización de interacciones.

Ejemplos tangibles de aplicación de la IA incluyen la detección de fraudes en tiempo real, gestión de riesgos para decisiones crediticias sólidas y optimización de la experiencia del cliente a través del análisis del comportamiento.

No obstante, se destaca la importancia de abordar consideraciones éticas y de privacidad al implementar la IA en la observabilidad, asegurando la seguridad de los datos de los clientes. 📌



Para más información, visite [www.riskshield.cl](http://www.riskshield.cl) o escribanos a [latinoamerica@inform-software.com](mailto:latinoamerica@inform-software.com)





# Coopeuch: Avances en inclusión financiera y tecnología en Chile

En una conversación con Marcela Núñez, Gerente de la División de Productos y Marketing de Coopeuch, se explora el compromiso de la cooperativa chilena con la inclusión financiera y la adopción de tecnología para transformar la experiencia de sus socios.

Coopeuch, con más de cinco décadas de experiencia, comparte sus esfuerzos para llevar servicios financieros a regiones menos atendidas y su enfoque en la tecnología como medio para mejorar la calidad de vida de sus socios. Además, destacan su papel en la colaboración con startups y fintechs para impulsar la innovación en el sector financiero chileno y cómo están abordando la transformación impulsada por la Ley Fintech. Asimismo, Coopeuch revela cómo la inteligencia

artificial está personalizando las experiencias financieras y fortaleciendo la seguridad de las transacciones.

**¿Cómo está contribuyendo Coopeuch a la inclusión financiera en Chile y qué estrategia están implementando para asegurarse de que más personas tengan acceso a los servicios financieros?**

En Coopeuch nos mueve la inclusión financiera.



**Marcela Núñez,**  
Gerente de la División de Productos y Marketing de Coopeuch

Llevamos 55 años trabajando en esto, somos una cooperativa de ahorro y crédito, estamos en todo Chile y algunos datos concretos del trabajo que estamos realizando en inclusión financiera y de algunos resultados que hemos tenido, es que el 73% de nuestros socios están fuera de la Región Metropolitana, tenemos una presencia muy fuerte en regiones y muy distinta al resto de las instituciones financieras. También, que más del 46% de nuestras operaciones las hacemos en comunas con índices de pobreza superior al 10%. Nos enfocamos mucho en hacer inclusión financiera geográfica y también crediticia.

Somos los segundos en Chile en ahorro, después del Banco del Estado, y esto es un trabajo de muchos años. Un 40% de personas que acceden a créditos con nosotros, no acceden al sistema financiero y últimamente, también hemos desarrollado productos de inversión para que las personas, desde 1500 pesos, puedan invertir de manera 100% digital en fondos mutuos o en fondos de inversión, productos que antes estaban reservados para personas de altos patrimonios.

**La innovación es fundamental en el sector financiero. ¿Puedes compartir ejemplos de iniciativas o proyectos innovadores en los que Coopeuch esté trabajando actualmente para mejorar la experiencia de sus clientes?**

La innovación es clave y la vemos como una herramienta, al igual que la tecnología para lograr nuestro propósito de la mejor manera, que es hacer inclusión financiera y mejorar la calidad de vida de las personas, a través de los productos y servicios financieros que la cooperativa entrega. Trabajamos hace varios años en metodologías ágiles y estamos siempre preocupados de incorporar nuevas tecnologías. Por ejemplo, nuestro modelo de negocio tradicional, donde nosotros visitamos a las personas, las atendemos en sus puestos de trabajo y le damos acceso a productos, el 95% de las operaciones se hacen en las plataformas digitales. Nos hemos preocupado por mejorar mucho la experiencia de las personas, los tiempos de respuesta y también la experiencia de los ejecutivos. Antes los ejecutivos andaban con un bolso lleno de papeles, hoy esto es 100% paperless y es un proceso mucho más rápido, más tecnológico y con una mejor

experiencia para las personas.

Hoy día tenemos productos de inversión muy convenientes y sofisticados para personas de todos los segmentos, desde montos muy bajos y de manera 100% digital, lo que nos permite llegar a muchas más personas de manera más barata y más asequible.

**¿Cómo ha colaborado Coopeuch con startups o fintechs para promover la innovación y ofrecer nuevos servicios a sus socios?**

Hemos hecho varias iniciativas innovadoras, fuimos la primera institución financiera en Chile en comprar una fintech. En el año 2019 nosotros compramos la Fintech Finciero y a través de esa compra logramos lanzar un producto de prepago: Dale Coopeuch. Que ahora es común, pero hace unos años no era lo mismo que hoy. Logramos sacar en 90 días, con una metodología de trabajo ágil, nuestro primer producto prepago y hoy día ya tenemos una audiencia de 240.000 personas, así que hemos adoptado la tecnología, estamos siempre estudiando y analizando con otras startups e instituciones que nos puedan apoyar en nuestro desarrollo, pero siempre con el objetivo de que estas sean herramientas para impulsar nuestro propósito. que es hacer inclusión financiera y mejorar la vida de las personas.

Tenemos un mapa grande de Fintech con las cuales colaboramos, y tenemos algunos ejemplos concretos: actualmente operamos con Fintoc, con quienes tenemos integraciones de Open Finance, y por ejemplo nuestro prepago Dale, el cual mencioné antes, en donde las personas pueden hacer transferencias y cargar las tarjetas sin salir del ambiente de la misma aplicación. Entonces esa es una integración que mejora muchísimo la experiencia del usuario.

También tenemos una alianza con Floico, con quienes también estamos trabajando para mejorar nuestras ofertas con los socios, haciéndolas cada vez con más información y más personalizadas. Estamos también con Getxerpa, anteriormente llamado Nubank, con quienes estamos lanzando un programa de ahorros super interesante,

basado en comportamientos, en objetivos, metas, el cual se llama "Ahorrando". Trabajamos en cobranza y con un montón de startups y Fintech que nos han ayudado a impulsar algunos de nuestros desarrollos de manera más rápida, más innovadora, diferente y siempre apuntando a mejorar nuestra oferta de valor.

**La Ley Fintech en Chile ha introducido regulaciones para el sector. ¿Cómo ha impactado esta ley en las operaciones de Coopeuch y qué oportunidades o desafíos ven en ella?**

Hoy en día se sigue trabajando en consultas públicas para la elaboración de los reglamentos por parte de la CMF y estamos siendo parte de esa discusión, proponiendo ideas, entregando nuestra mirada para el sector cooperativo que es muy relevante y nosotros vemos la Ley Fintech o el Open Finance, como una tremenda oportunidad para seguir innovando y mejorar nuestra oferta de valor en el servicio que le damos a nuestros socios. Es un cambio de paradigma, porque las personas, con previo consentimiento, van a compartir su información y acceder a mejores ofertas. Nosotros estamos desarrollando una oferta para poder atender de mejor manera las necesidades de esas personas cuando estén buscando alternativas y siempre enfocados en mejorar nuestra oferta de valor y cumplir de mejor manera este propósito que tenemos, de hacer inclusión y mejorar la vida de las personas.

**Respecto a las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, ¿Cuál es la visión de Coopeuch? ¿Han implementado o planean implementar soluciones de inteligencia artificial para mejorar sus servicios financieros?**

La tecnología nos ha habilitado para mejorar nuestro alcance, nosotros tenemos enrolamiento digital, tenemos más de un millón de socios y sin duda este crecimiento tan grande que hemos tenido en los últimos años tiene mucho que ver con la posibilidad, por ejemplo, de que los socios puedan enrolarse digitalmente. La tecnología ha sido un gran habilitador para seguir aumentando nuestro impacto y nuestro alcance. Nosotros estamos en las 346 comunas de Chile, tenemos 86 sucursales que siguen siendo muy importantes para nosotros, pero la tecnología sin duda ayuda a mejorar nuestro alcance. Aquí el desafío está en mantener la cercanía que tenemos con nuestros socios y que crece cada día, seguir manteniendo nuestro sello y que la tecnología sea una forma de estar más cerca de ellos, que la digitalización sea una forma más de estar presentes en sus celulares, 24/7 y cuando lo necesiten. Respecto a inteligencia artificial generativa, estamos trabajando en un piloto y este primer gran proyecto nos va a permitir hacer muchas mejores recomendaciones a los socios, procesando mucho mejor la información que ellos nos entregan y apoyando a los ejecutivos a que puedan dar respuestas más asertivas y más rápidas.

**En este contexto de la inteligencia artificial, ¿cómo la están utilizando para personalizar las experiencias financieras de sus clientes y mejorar la seguridad de las transacciones?**

Hoy en día la capacidad de análisis de data es super importante. Lo que está pasando en muchas industrias, y en el caso nuestro, para mejorar la experiencia de los clientes y entregar experiencias más personalizadas, lo que hacemos es incorporar la inteligencia artificial generativa en nuestro CRM y analizamos la comunicación de los socios desde distintas fuentes que nos llegan, a través de eso estamos dando ofertas más asertivas. Un proceso en el cual nos hubiéramos demorado mucho más tiempo, con la intervención humana, estamos llegando a una respuesta más rápida y ayudamos al ejecutivo a que de una respuesta más asertiva. Es una mejora de experiencia pero también nos va a dar un salto en cuanto a conocer mucho mejor a nuestros socios y hacer uso de su información, porque al final todos estamos con mucha data, la data es un habilitador para la IA generativa pero el desafío está en cómo uno analiza esa data de la mejor manera y en nuestro caso, estamos enfocados en utilizarla para entregar un mejor servicio a nuestros socios y una oferta mucho más adecuada a lo que la persona está buscando y necesita.

**¿Cuáles son las principales oportunidades que Coopeuch ve en el panorama financiero chileno en relación con la inclusión financiera, la tecnología y la innovación?**

La ley Fintech y Open Finance es una gran disrupción, es un cambio de paradigma, y lo vemos como una gran oportunidad. Y en Coopeuch trabajamos con una visión de hacer una inclusión financiera de calidad, ese es nuestro gran desafío. La inclusión financiera es el acceso a medios pagos electrónicos, al crédito, al ahorro, a los seguros, etc. Y ahí parte la población que está incluida a través de una cuenta paga o vista, pero aún falta sofisticar la calidad esa inclusión. Vemos una gran oportunidad, estamos trabajando muy fuerte en la línea de los ahorros para que las personas tengan más acceso a ahorrar porque estamos convencidos de que esto puede cambiar la calidad de vida de las familias y las personas, para eso hay que otorgar productos que sean de fácil acceso, de fácil entendimiento y de bajos costos. Eso es lo que las empresas podemos hacer, ofrecer productos que tengan ciertas cualidades para que las personas puedan ahorrar más. Así sea un monto bajo, lo importante es empezar. También estamos trabajando fuertemente en la educación financiera, tenemos una plataforma que se llama Coopeuch Educa que está conectado a nuestros medios de pago. Próximamente estaremos lanzando "Ahorrando" en colaboración con una fintech, así que hay muchas oportunidades de seguir progresando y de que los chilenos estén incluidos financieramente. 📈

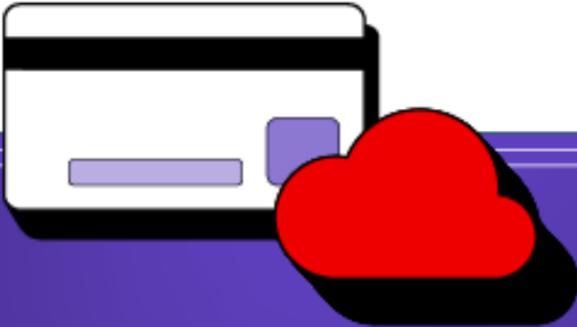


**Red Hat  
FINFEST** 2023

> Powered by: **FIN**ancial Services Latam\_

**¡Te invitamos a ser parte del Red Hat  
FinFest 2023!** Un evento donde la música y  
la tecnología convergen para explorar nuevas  
formas de abordaje a las necesidades del  
sector financiero.

**¡Tú también puedes ser parte!**

**Ver más**



por Aldo Ariel Ríos

Director Estrategia y Transformación de Superintendencia de Bancos de Panamá

## Nuevas tecnologías en los reguladores bancarios - IA

Las funciones de la Superintendencia de Bancos de Panamá (SBP) requieren el uso de tecnología tanto para hacer más eficiente nuestra labor como para apoyar e incentivar el uso de la tecnología con nuestros regulados y la Inteligencia Artificial (IA), sin duda, apoyará para que nuestras responsabilidades se realicen de una manera más eficaz y precisa, generando la mejor información para el proceso de monitoreo y su posterior toma de decisiones a nivel normativo.

Hemos reconocido la importancia de utilizar tecnología avanzada para fortalecer nuestro proceso de supervisión bancaria. En ese sentido, hemos implementado herramientas de análisis de datos para mejorar la calidad y eficiencia en el análisis de la información recibida por parte de los sujetos obligados. En los últimos años, hemos logrado, además, agilizar nuestros procesos de análisis, reduciendo significativamente el tiempo que se empleaba en la recopilación y presentación de informes manuales. Ahora, gracias a estas herramientas, podemos generar informes interactivos y en tiempo real que nos proporcionan una panorámica completa de la información que envían nuestros sujetos obligados.

Las inversiones en tecnología son una adición invaluable a nuestras capacidades de supervisión y regulación, permitiéndonos aprovechar las múltiples funcionalidades de análisis dinámicos, al igual que calcular y evaluar de manera más precisa el nivel de riesgo inherente asociado a las entidades financieras que

supervisamos y regulamos. Gracias a este enfoque dinámico, hemos fortalecido nuestras capacidades para tomar decisiones informadas y con base en datos, así como para implementar medidas preventivas adecuadas.

La SBP ya hoy está utilizando tecnología para mejorar el análisis de los datos recibidos de los sujetos obligados y esta se ha convertido en un aliado estratégico en nuestros esfuerzos por mantener la integridad de nuestro sistema financiero y proteger así los intereses de todos los ciudadanos y actores involucrados en nuestro sistema bancario, además, es importante destacar la utilización de tecnologías que nos permiten el intercambio seguro de información, como TeamMate+, plataforma que utilizamos en la SBP y que refuerzan la comunicación entre las entidades financieras con la SBP. Estas herramientas permiten una comunicación directa y en tiempo real, optimizando la coordinación y el intercambio de datos en beneficio de un sistema más robusto.

Dicho lo anterior, y como entidad autónoma del estado, hemos priorizado nuestros esfuerzos, recursos y presupuestos para fomentar la innovación tecnológica y adquirir herramientas avanzadas. Estamos comprometidos con el impulso de un sistema bancario cada vez más sólido, confiable y transparente. Este compromiso nos obliga a mantenernos a la vanguardia con las dinámicas comerciales de las entidades bancarias

“ La sinergia entre tecnología y prácticas de mitigación de riesgos será la norma en el futuro del sector financiero, asegurando eficacia en la supervisión y estabilidad gracias a soluciones tecnológicas confiables y compromiso con la seguridad. ”

y asegurar la supervisión efectiva del negocio bancario en su conjunto.

Promovemos, además, la adquisición de habilidades técnicas y analíticas, pero también hacemos hincapié en la comprensión de los procesos financieros y las normativas vigentes, esta combinación y sinergia permiten a nuestro equipo no solo operar la tecnología, sino también comprender su contexto y aplicarla de manera eficiente en nuestro trabajo diario, elevando así la importancia del desarrollo del capital humano como elemento clave en nuestra estrategia de optimización en el uso de la tecnología. A través de la capacitación, la colaboración y el fomento de habilidades técnicas y adaptativas, estamos creando un equipo que está cada vez más preparado para liderar y aprovechar el potencial de la tecnología en nuestra labor de supervisión bancaria. Por otro lado, desde la perspectiva de la SBP, la tecnología y la IA, específicamente, representan una oportunidad importante para supervisar y velar por la estabilidad del sistema financiero de manera más exhaustiva. Los reguladores podemos utilizar análisis de datos avanzados para identificar tendencias y riesgos emergentes en el sector financiero, lo que permite tomar medidas preventivas y responder, de manera más rápida y eficiente, a medidas correctivas. Asimismo, mientras avanzamos en esta dirección, es fundamental considerar los desafíos éticos, legales y de seguridad cibernética para asegurar que la adopción de la tecnología

beneficie tanto a las instituciones financieras como a la sociedad en general.

En el horizonte, el sector financiero se encamina hacia un futuro donde la sinergia entre la tecnología y las sólidas prácticas de mitigación de riesgos será la norma. Esta convergencia augura una mayor eficacia en la supervisión bancaria y estabilidad del sistema, gracias a la confiabilidad de las soluciones tecnológicas empleadas y al compromiso continuo con la seguridad y la integridad del sistema. En esta era de cambios rápidos y constantes, la combinación estratégica de la tecnología y los protocolos robustos serán pilares fundamentales en la evolución del sector financiero panameño.

Para finalizar, es importante destacar que la implementación de la IA en las tareas que ejecuta el regulador bancario debe siempre estar acompañada de un marco regulatorio sólido, que garantice la transparencia, la ética y la privacidad de los datos. Además, como en toda organización, es esencial priorizar la capacitación constante de nuestro personal y así tener la capacidad de supervisar y gestionar estas tecnologías de manera efectiva. La combinación de la IA con la experiencia profesional, sin duda, puede mejorar significativamente la supervisión y regulación de las instituciones financieras, lo que, a su vez, contribuye a la estabilidad del sistema financiero que, como mencioné anteriormente, es la esencia de nuestra razón de ser. <sup>4</sup>



Philipp Grothaus y Juan José Soto, fundadores de Deep Talk

# Deep Talk: La transformación de la experiencia empresarial a través de la Inteligencia Artificial

Deep Talk, con su enfoque de inteligencia artificial, revoluciona la gestión de datos no estructurados y ofrece un vistazo al futuro de las empresas.

por Piscilla Cardozo

En un mundo donde el 85% de los datos empresariales carece de estructura, Deep Talk emerge como un faro de innovación. Esta solución de IA se adentra en la inmensidad de datos no estructurados, desde interacciones con clientes hasta conversaciones internas, y los convierte en herramientas efectivas para la toma de decisiones.

En esta entrevista exclusiva, Juan José Soto y Philipp Grothaus, fundadores de Deep Talk, darán a conocer cómo la organización impulsa la experiencia de clientes

y colaboradores a través de casos de uso que van desde la categorización de texto hasta el análisis de encuestas y la creación de Chat GPT personalizados. También sobre su enfoque en la privacidad y seguridad de los datos, cumpliendo con regulaciones rigurosas. Además, se hace mención de los desafíos comunes que enfrentan las empresas al implementar soluciones de IA, ofreciendo una visión del futuro de la inteligencia artificial en la experiencia empresarial.

“ las empresas que logran avanzar son las que entienden que la IA es un proceso continuo, no es comprar una cafetera y obtener café dos segundos después. Son los que van paso a paso incorporando la IA en su procesos ”

**¿Puedes explicar brevemente cómo Deep Talk utiliza la Inteligencia Artificial para transformar datos de texto en análisis e insights, y cuáles son los beneficios para las empresas?**

Alrededor del 85% de los datos de una empresa no tienen estructura, no los puedes ordenar en un excel como las ventas o los gastos. Estos datos son principalmente interacciones con clientes o trabajadores a través de encuestas con respuestas abiertas, chats, tickets de soporte, emails o bases de conocimiento internas.

Este 85% de los datos generalmente no es tomado en cuenta en las analíticas, métricas o análisis de datos porque su utilización es muy costosa y lenta a pesar de que son datos tremendamente valiosos para tomar decisiones.

Nosotros hacemos modelos de Inteligencia Artificial para distintas industrias, con el fin de incorporar estos datos en la toma de decisiones en cuestión de minutos, ya sea en el análisis de datos, o en el uso de LLM's -Large language models- para transformar las bases de conocimiento, capacitación, manuales, etc; de una empresa en un "ChatGPT" interno disponible en Whatsapp, Teams, Google Chat, Slack, etc.

**¿Cuáles son los casos de uso más comunes en los que la IA ha demostrado ser especialmente efectiva para mejorar la experiencia de clientes y colaboradores?**

De cara a clientes existen distintos modelos que categorizan cada texto o interacción con un cliente para gatillar acciones que pueden ser de venta, soporte, escalamiento, etc. Hemos visto casos donde las empresas lo utilizan para detectar bugs en sus

sistemas, otros donde se utiliza para detectar oportunidades de venta y generalmente para entender y extraer insights sobre la experiencia de los clientes. De cara a People Analytics es similar, sobre todo con el análisis de encuestas. Y en el uso de LLM's, tenemos casos desde chats sobre medicina basada en la evidencia, como chats sobre compliances legales, manuales de seguridad o procesos de RRHH.

**¿Cómo garantizan la privacidad y la seguridad de los datos en el proceso de análisis de texto mediante IA?**

Como empresa tenemos estructura legal en Francia y debemos cumplir con la regulación europea de protección de datos y privacidad. Además de las regulaciones como GDPR, a nivel tecnológico trabajamos muy de cerca con AWS Amazon, con servidores tanto en Europa como USA con procesos internos rigurosos de protección de datos.

**¿Puedes compartir un ejemplo destacado en el que Deep Talk haya tenido un impacto significativo en la mejora de la experiencia de clientes o empleados de una organización?**

Tenemos un caso que nos gusta mucho, que es una de las principales empresas de Retail en México, utilizaban para los análisis de encuestas y feedback interno un software muy común en grandes empresas, pero que no era capaz de detectar temas como "problemas éticos" de "Management y liderazgo" o de "acoso", porque en general son softwares diseñados para encajar en millones de casos y no en necesidades particulares de las empresas. Cuando utilizaron Deep-Talk.ai, además de obtener visualizaciones de datos en minutos de todo el feedback de sus



por Estephany Ley

Directora de Banca Minorista en BanCoppel

## El rol de la banca digital en la educación financiera

En un contexto en el que la digitalización de la banca se ha acelerado exponencialmente, uno de los beneficios clave para los usuarios se encuentra en la educación para sus finanzas personales. Para darnos una idea del crecimiento exponencial que ha tenido la banca digital, te comparto que su base de usuarios pasó de 20 millones a 80 millones en los últimos 10 años. Además, de las 39 millones de operaciones bancarias que se hacen diariamente, 25.7 millones son tradicionales y 13.3 millones son digitales, lo que representa un crecimiento de 156% y 448% respectivamente para el mismo periodo, de acuerdo con datos de la Asociación de Bancos de México (ABM).

Este cambio no sólo ha transformado la forma en la que manejamos nuestras finanzas, sino que también, ha abierto nuevas oportunidades para mejorar la educación financiera en el país. En el último Índice de Alfabetización Financiera, realizado por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) a inicios de este año, México obtuvo un puntaje de 57 sobre 100, detallando que existen diversas brechas, por ejemplo, el conocimiento financiero es mayor en hombres que en mujeres, en habitantes de localidades urbanas que en rurales, y en personas con grados académicos en comparación con quienes no tienen licenciatura.

Ante este panorama, en el que hay mucho camino por recorrer, hay dos conceptos clave para la transformación digital de la banca: las finanzas invisibles y el futuro del modelo omnicanal. Finanzas invisibles, desvelando los misterios financieros. Las finanzas invisibles se refieren a los aspectos de nuestras vidas financieras que antes estaban ocultos o eran difíciles de rastrear. Gracias a la banca digital, ahora tenemos una visión mucho más clara de nuestros hábitos de gasto, inversiones y ahorros. Esto es posible debido a la facilidad con la que podemos acceder a nuestras transacciones en línea y a las herramientas de seguimiento de gastos. La banca digital hace que nuestras finanzas sean más visibles, lo que a su vez promueve una mayor conciencia y responsabilidad financiera.

Además, la banca digital no se limita a proporcionar un simple desglose de gastos, muchas de estas plataformas ofrecen herramientas de presupuesto, alertas de gasto y análisis de tendencias las cuales facilitan a las personas a comprender mejor sus patrones financieros y a tomar decisiones más informadas. En resumen, las finanzas invisibles están siendo descubiertas y gestionadas de manera más eficiente gracias a la banca digital.

Este nivel de transparencia al que nos permite llegar la banca digital nos ayuda a comprender mejor los procesos de los bancos y el manejo de nuestras finanzas, impulsando la educación financiera a través del conocimiento del funcionamiento de las transacciones, comportamientos, patrones y gestiones responsables.

El futuro del modelo omnicanal como apoyo a la educación financiera.

Por otra parte, tras este crecimiento de operaciones digitales, es importante preguntarnos sobre el futuro de los modelos de atención tradicionales de los bancos, ya que a diferencia de lo que algunos habían anticipado, el número de sucursales bancarias ha registrado una disminución de apenas 5.3% en los últimos 10 años, de acuerdo con la ABM. Esto se debe a que en grandes ciudades ya no se requiere tener una estructura tan grande de este tipo. Sin embargo, en las ciudades pequeñas, aún hay mucha labor que hacer en cuanto a inclusión financiera; es decir, la bancarización y oferta de productos y servicios financieros a la mayoría de la población a través de los canales tradicionales.

El concepto de omnicanalidad se refiere a la capacidad de los usuarios para interactuar con los servicios financieros en múltiples canales, como aplicaciones móviles, sitios web, cajeros automáticos, centros de atención al cliente y más. Esta versatilidad es esencial para la educación financiera y traza un camino en el que la digitalización debe estar acompañada de un sistema que pueda dar atención personalizada a más personas desde distintas vías.

El modelo omnicanal de un banco, mejora su infraestructura al tener un canal digital que permite agilizar operaciones móviles en cualquier lugar, desde la comodidad de un teléfono inteligente. Además, los bancos no pueden dejar de lado una red de sucursales amplia que desde lugares físicos esté apoyada con tecnología como inteligencia artificial, que permita dar una mejor atención a los clientes, identificar sus hábitos y situación financiera y ofrecerles opciones de servicios y productos que mejoren sus finanzas personales, impulsando su educación financiera. En conclusión, la banca digital juega un papel primordial para la inclusión y educación financiera de millones de mexicanos. A los bancos nos corresponde trazar la ruta que mejore la experiencia del usuario desde las plataformas digitales, sin descuidar nuestros canales físicos de atención al cliente. 📌



trabajadores, lograron filtrar por región, sucursal y hasta jefes de sucursal, temas como: acoso laboral o problemas éticos. Hasta hace un par de años esto solo lo podías hacer leyendo manualmente miles de comentarios cada mes.

### ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan las empresas al implementar soluciones de IA y cómo los abordan?

Un desafío clave es el liderazgo directivo, las empresas que logran avanzar son las que entienden que la IA es un proceso continuo, no es comprar una cafetera y obtener café dos segundos después. Son los que van paso a paso incorporando la IA en su procesos, con decisión y con un horizonte en el tiempo que no tiene por qué ser de años, pero sí de 6 meses hacia arriba, trabajando como partners con sus proveedores.

### ¿Cuáles son las perspectivas futuras de la aplicación de la inteligencia artificial en la mejora de la experiencia de clientes y qué consejos ofrecería a las empresas que deseen aprovechar esta tecnología de manera efectiva?

La velocidad a la que vamos es increíble, estamos todo el día metidos en esto y nos impresionan las cosas que podemos hacer e implementar cada semana con los avances en infraestructura y software que estamos viviendo. En el futuro los clientes podrán sentirse insatisfechos por un producto físico, pero raramente por todo el viaje de compra, porque la excelencia en la experiencia a cliente será la norma, los que no la obtengan desaparecerán, será 100% automatizable en tiempo real.

El único consejo que se puede dar es partir ya, porque la adopción profunda de estas tecnologías en todos los procesos de una empresa toma tiempo y esfuerzo, pero los que lo hagan liderarán. 📌



# Conecta: “La tecnología ha redefinido la banca y transformado las experiencias financieras para siempre”

por Piscilla Cardozo

En una entrevista exclusiva, los líderes de la industria financiera de Conecta hablan sobre la revolución digital, indicando cómo las tecnologías emergentes están redefiniendo la banca y mejorando la interacción entre clientes y bancos.

En la era digital actual, la transformación del sector financiero ha llegado a ser una necesidad más que una opción. De acuerdo a un informe publicado en 2021 por Mastercard y Americas Market, un 82% de los usuarios pudo abrir una cuenta en menos de una hora, en comparación con el 59% de los clientes de instituciones bancarias tradicionales. Además, el número de descargas de aplicaciones móviles bancarias experimentó un crecimiento del 45% entre el cuarto trimestre de 2020 y el primer trimestre de 2021, según Fin-tech App Marketing Insights.

Conecta, una empresa líder en soluciones tecnológicas para el sector financiero, ha estado a la vanguardia de esta revolución y en esta entrevista exclusiva se mostrará cómo han contribuido de manera significativa a la transformación digital en el sector financiero, brindando soluciones altamente personalizadas, aprovechando la inteligencia artificial y enfrentando los desafíos de la digitalización.

## ¿Cómo ha contribuido Conecta a la transformación digital en el sector financiero?

Conecta ha desempeñado un papel fundamental en la transformación digital del sector financiero mediante un enfoque distintivo que se adapta a las necesidades específicas de cada institución. En lugar de aplicar una solución genérica a todos, reconocemos la

singularidad de cada empresa o banco, teniendo en cuenta sus nichos, sus clientes y las particularidades de sus ciclos comerciales y operativos. Nuestro equipo se esfuerza por asesorar y encontrar soluciones a medida que se ajusten perfectamente a los objetivos de cada compañía.

Además, nos mantenemos en constante evolución y capacitación para estar al ritmo de las herramientas tecnológicas que nuestros socios lanzan año tras año. Esta capacidad de adaptación constante y rápida es esencial para contribuir a la transformación digital en un entorno en constante cambio. Gracias a este enfoque, hemos logrado establecernos como un actor destacado en la industria tecnológica del país y estamos en proceso de expansión hacia Centroamérica y el Caribe, alineados al compromiso continuo de impulsar la transformación digital en el sector financiero a mayor escala.

## ¿Cuáles son algunas de las soluciones digitales clave para mejorar la interacción entre el banco y sus clientes?

En los últimos años, hemos sido testigos de una transformación significativa en la relación entre los bancos y sus clientes, impulsada por soluciones digitales clave. Anteriormente, la adopción de aplicaciones bancarias y servicios en línea en Ecuador experimentaba una resistencia notable por parte de los usuarios. Sin embargo, la pandemia trajo consigo un cambio radical en esta dinámica. En la actualidad, las aplicaciones bancarias se han convertido en el principal punto de contacto entre los clientes y las instituciones financieras, y los canales digitales desempeñan un papel fundamental en la fidelización de clientes, la adquisición de nuevos usuarios y la construcción de relaciones de confianza entre los usuarios y las instituciones financieras. Este cambio se ha visto acentuado por la transición generacional, a medida que pasamos de la era de los “boomers” a la de los millennials y la generación Z, para quienes la digitalización es esencial. Como resultado, la demanda de servicios en agencias físicas ha disminuido considerablemente.

Además, hemos desarrollado aplicaciones y portales web diseñados específicamente para el sector de banca empresarial. Estas soluciones permiten a los equipos financieros de las empresas acceder de manera segura y sencilla a servicios desde diversas plataformas, ya sea en la web o dispositivos móviles. Esto representa un cambio significativo en la percepción de la complejidad de las transacciones financieras, ya que actualmente es posible, por ejemplo,

pagar la nómina de un equipo de trabajo directamente desde un teléfono móvil. Esto nos convirtió en el Partner de negocios de la primera institución financiera del Ecuador en lanzar una aplicación de banca empresas nativa.

## ¿De qué manera la inteligencia artificial ha sido implementada por Conecta para optimizar los servicios financieros?

Aunque el concepto de inteligencia artificial se ha vuelto ampliamente accesible gracias a herramientas como CHAT GPT, en nuestra empresa, hemos ido más allá al incorporar procesos de aprendizaje automático en cada una de nuestras soluciones. Por ejemplo, nuestros clientes pueden acceder a un portafolio de soluciones con infraestructuras preparadas para AI que le permiten acceder a inteligencia artificial/aprendizaje automático en sus nubes privadas sin perder el control de la data y al mismo tiempo proteger toda su información con soluciones de respaldo de la información.

Tenemos experiencia en la aplicación de la inteligencia artificial en el sector financiero. Por ejemplo, utilizamos datos de consumo para generar modelos de comportamiento de compra, lo que permite a nuestros clientes ofrecer descuentos, asignar límites de tarjetas de crédito y promociones de manera más precisa. Además, empleamos algoritmos para la toma de decisiones en la colocación de créditos y tarjetas de crédito.

En nuestro software CTRL+, hemos implementado exitosamente chatbots que permiten a las instituciones financieras reducir costos operativos y mejorar la interacción con los clientes. Estas integraciones se benefician de recursos de inteligencia artificial integrados, lo que garantiza que las conversaciones sean más fluidas y menos monótonas que las interacciones tradicionales con chatbots.

## ¿Cuáles considera que son los beneficios más significativos de la integración de tecnologías digitales, incluyendo la inteligencia artificial, en el ámbito financiero?

La infraestructura tecnológica de una institución financiera es decisiva al momento de la interacción entre cliente y banco. Uno de los objetivos de las instituciones financieras está dirigido a aumentar la bancarización de la población y es ahí donde podemos ver los principales beneficios de la tecnología digital. Al mejorar los canales digitales los índices de satisfacción del consumidor aumentan, es mucho más sencillo acceder a una cuenta bancaria o realizar cualquier tipo de transacción llegando a mayor cantidad de personas

“ La resistencia al cambio es otra barrera común en la adopción de soluciones digitales. Para abordar este desafío, trabajamos de cerca con cada cliente para comprender sus necesidades específicas y personalizar nuestras soluciones ”

y aumentando la cartera de clientes. Esto hace que los procesos complejos sean fluidos y fáciles sin la necesidad de un conocimiento extenso, disminuye el costo operativo y brinda la confianza de ser una institución financiera a la que el usuario pueden acceder desde cualquier lugar.

**¿Cuáles son los retos comunes que las instituciones financieras enfrentan al adoptar soluciones digitales, y cómo Conecta aborda estos desafíos?**

Uno de los principales retos que hemos visto en nuestros clientes es el temor por la pérdida de datos o información importante de su Core de negocios, por eso nos enfocamos en ofrecerles soluciones que reducen al mínimo esta probabilidad y que ofrecen al cliente la confianza de que su información está segura ya sea en nube u on premise.

Otro desafío común es la adopción de plataformas digitales por parte de los clientes. Para abordar este desafío, con nuestro Software CTRL+ hemos puesto un énfasis especial en la experiencia del usuario y la accesibilidad, trabajando de manera cercana con los equipos de UX/UI de cada banco. Nuestro equipo trabaja en estrecha colaboración con los clientes para recopilar comentarios y opiniones de los usuarios y desarrollar soluciones que cumplan con los requerimientos de todas las partes involucradas. Hemos logrado aumentos significativos en la adopción de plataformas, llegando a un 68% más de usuarios para uno de nuestros clientes.

La resistencia al cambio es otra barrera común en la adopción de soluciones digitales. Para abordar este desafío, trabajamos de cerca con cada cliente para comprender sus necesidades específicas y personalizar nuestras soluciones de manera que se adapten a sus flujos de trabajo y procesos existentes. Esto minimiza la interrupción y facilita la transición hacia soluciones digitales.

**¿Cómo se han enfocado en personalizar los servicios financieros para satisfacer las necesidades individuales de los clientes en un entorno digital?**

Nos basamos en la premisa de que “One size no fits all”. Reconocemos que cada institución financiera es única, con sus propios nichos de mercado, clientes y procesos comerciales específicos. Por lo tanto, trabajamos en estrecha colaboración con cada cliente para entender sus necesidades y objetivos individuales.

Nuestro proceso de desarrollo e implementación es ágil y adaptable. Nos centramos en comprender los flujos de información y los procesos que cada cliente ha establecido, lo que nos permite ofrecer soluciones 100% personalizables y parametrizables. Trabajamos en conjunto con nuestros clientes para lograr los mejores resultados y asegurarnos de que se sientan acompañados en cada paso del proceso. Esto nos permite ofrecer las mejores opciones para sus usuarios y garantizar que nuestras soluciones se adapten perfectamente a sus necesidades específicas.

**¿Qué medidas han implementado para asegurar la seguridad de la información financiera y la privacidad de los clientes en los canales digitales?**

En la actualidad contamos con una certificación ISO 27001, un estándar internacional que verifica que cumplimos con estrictos procesos de seguridad de la información y protección de datos de nuestros clientes y proveedores, con la implementación de este sistema de gestión aseguramos la continuidad del negocio de Conecta y las instituciones financieras que trabajan con nosotros.

Adicional a esto, el nivel de personalización de nuestras soluciones permite que el cliente pueda decidir entre las diferentes alternativas de seguridad a nivel de acceso a portales, cuentas de usuario y desarrollo de la plataforma. Estas medidas aseguran que además de velar por la seguridad de la información de nuestros clientes, el core de negocio de nuestro software esta desarrollado siguiendo estándares internacionales para la industria lo que nos ha permitido ser una de las pocas empresas ecuatorianas que exporta software de clase mundial. 4



# CYBER SECURITY

Soluciones innovadoras para la prevención de fraudes bancarios con la tecnología de Datablink.



**Protección para Autorizaciones y Transacciones Financieras**



**Tokens físicos, virtuales y mixtos de próxima generación**



**Soluciones bancarias Zero Trust**



**DESCUBRA NUESTROS PRODUCTOS**  
[watchguard.com/datablink](https://watchguard.com/datablink)

# Los datos son la llave para decodificar el mundo

Con esta premisa, la empresa argentina Novakorp realizó una gira por América Latina para enfatizar la importancia de utilizar los datos como activos estratégicos y comprender cómo aprovecharlos al máximo en el sector banca, fintech e insurtech.

El tour empezó en Buenos Aires, Argentina, en el marco de la novena edición de "Nuevo Dinero", un evento que año a año reúne a líderes del ecosistema financiero, banca y fintech de todo el mundo. Allí, Kevin Cánova, CEO de Novakorp, brindó un pitch en el que destacó la importancia de utilizar los datos para impulsar el éxito en el competitivo mundo financiero.

**"Nuestra solución propone adoptar el dato como activo estratégico para generar un valor diferencial en el negocio",** indica Cánova.

Con respecto a la importancia de los datos, ya no hay dudas que son clave para identificar los comportamientos del cliente. Esto permite poder transformar la manera en la que las compañías se comunican con ellos, y eso es -justamente- lo que Novakorp ofrece: la posibilidad de decodificar el mundo circundante gracias al poder oculto de los datos, mediante la utilización e implementación de un servicio 360° que pone el foco en los procesos, las personas y las tecnologías para obtener productos de datos que permitan aumentar el revenue, disminuir costos y mitigar riesgos.

Luego de un breve paso en "Fin & Pay", el próximo destino fue Panamá donde Novakorp participó en el evento "Digital Bank & Insurance" junto a "Consultec TI" con quienes mantienen una alianza estratégica. Allí el tema central del pitch giró en torno a la economía de la experiencia.

Uno de los desafíos más importantes que enfrentan las empresas en el sector banca & fintech es la diferenciación en un mercado en el que abundan las ofertas. Para fidelizar a los clientes, es crucial configurar experiencias personalizadas basadas en datos. Novakorp propone una solución integral llamada "Data Fabric" que ayuda a las empresas a aprovechar sus datos para crear experiencias únicas.

Con el objetivo de seguir ampliando la regionalización comercial, la gira continuó por El Salvador y México. En este último destino, Gonzalo De Luca, Business Consulting Manager fue el portavoz del mensaje de Novakorp junto a John Cárdenas, Global Sales Manager de Consultec TI.

En esta expansión inminente hacia América Latina, el viaje continúa con un breve párate en Mendoza y Buenos Aires, donde Novakorp estará participando en eventos de la Cámara Fintech, de quien es partner. Y, finalmente, este rush culmina en Chile para cerrar un año de enorme crecimiento.

“  
tenemos un modelo que busca combinar el mundo de la consultoría con el mundo del delivery”

**¿Cuál es el diferencial de Novakorp?** La combinación del proceso de consultoría con la implementación, lo que asegura que los proyectos no solo se diseñen de manera estratégica sino que también se ejecuten eficazmente para lograr resultados tangibles.

Kevin Cánova, CEO & founder lo define de esta manera: **"no somos una empresa de delivery, tenemos un modelo que busca combinar el mundo de la consultoría con el mundo del delivery. ¿Por qué? Porque la consultoría nos ayuda a entender para qué vamos a hacer ese proyecto y cómo vamos a hacerlo con las mejores prácticas. Después de esa instancia se realiza el delivery de esa solución para que genere resultados"**.

A lo largo de su trayectoria en la industria, Novakorp ya ha expandido su presencia en más de 6 países. Está presente en Argentina, España, Canadá, Estados Unidos, Ecuador y Colombia. La regionalización continúa en Centroamérica y otros países europeos. 



por **Federico dos Reis**  
CEO de INFORM Latam

## IA Híbrida versus fraude financiero: una alternativa favorable para el sistema

Diariamente bancos e instituciones financieras procesan más de 3 billones de transacciones en todo el mundo. La protección contra el fraude exige correlacionar cantidades ingentes de datos procedentes de perfiles de clientes, transacciones financieras anteriores y actividad en Internet entre otras, con la complejidad que en cuestión de milisegundos se deba decidir si una operación es legítima o fraudulenta.

Esta dinámica permite que el sistema se encuentre expuesto a defraudadores que continuamente lo desafían para lograr vulnerar sus barreras contra el delito, lo que, sumado al creciente aumento de las compras no presenciales, hace imprescindible que las instituciones deban implementar tecnologías para aumentar la resiliencia sin incrementar la fricción de los clientes a la hora de realizar compras online.

Sin embargo, actualmente podemos ver cómo aún hay instituciones que no logran el equilibrio justo, o que todavía no implementan las tecnologías adecuadas que les permitirán ir un paso delante de los defraudadores. Un ejemplo de esto son las tarjetas con Pines dinámicos o sin información visible que, si bien aumentan las barreras al fraude, complican los procesos de compra online aumentando su tiempo y por ende impactando la experiencia de compra.

Frente a este panorama, en el último período las instituciones financieras han buscado maneras de disminuir el fraude sin aumentar la fricción del cliente y evitando tener grandes cantidades de "posibles delitos por analizar". Para ello muchas optaron por implementar técnicas y sistemas basados en Inteligencia Artificial (IA) como modelos de Machine Learning (ML) para anticipar y evitar la problemática. Estos le permiten reducir la probabilidad de fraude en una transacción a partir de correlacionar y analizar grandes conjuntos de datos. Para lograr buenos resultados se requiere "entrenar al algoritmo" con transacciones históricas que han sido marcadas como fraudulentas para que el mismo pueda reconocer los patrones de fraude

contenidos en los conjuntos de datos. De este modo, muchos de los intentos de estafa pueden detectarse automáticamente y prevenirse.

Si bien este tipo de tecnologías son efectivas en la lucha contra el fraude, requieren equipos altamente capacitados para garantizar su correcto funcionamiento y una gran cantidad de información para poder ser efectivas a la hora de identificar el delito. Es debido a esto último que los modelos basados exclusivamente en ML no son tan efectivos a la hora de detectar nuevos "modus operandi", que pueden pasar desapercibidos por un tiempo, generando millonarias pérdidas para las instituciones financieras. Una manera más eficiente de combatir el fraude, y que hoy es utilizada en algunos de los procesadores de pago y bancos pioneros a nivel mundial, son aquellos sistemas que utilizan modelos basados en IA Híbrida.

Los modelos con IA Híbrida combinan el conocimiento experto de los investigadores con modelos de aprendizaje de máquina en un mismo software, aprovechando al máximo la experiencia de los profesionales en la detección de fraude y la potencia de los algoritmos inteligentes con modelos de aprendizaje de máquina. De esta manera, cuando se identifican nuevos patrones de transgresión, por ejemplo, si se identifica una nueva tendencia de fraude por la aparición de nuevas formas de pago o instrumentos financieros, el experto puede crear y desplegar reglas que impidan que esto se propague. Si solo existiera un modelo basado en ML se necesitaría gran cantidad de datos para poder detectar y prevenir este nuevo patrón.

Como solución, la unión de los beneficios que brinda el aprendizaje de máquina con algoritmos inteligentes que utilizan perfiles dinámicos, detección de redes, lógica difusa, por nombrar alguna de las técnicas, permite identificar patrones de fraude de manera flexible, proactiva y que son difíciles de evadir para los defraudadores, incrementando la precisión y logrando resultados sustancialmente mejores. **4**



## CREA EXPERIENCIAS BASADAS EN DATOS./

Crea soluciones digitales centradas en datos a través de nuestro **Estudio C-UX para el mercado bancario de Latam.**

Imaginemos juntos la experiencia bancaria del futuro.

**soho**

CHILE / COLOMBIA / URUGUAY / PANAMÁ / MÉXICO / USA  
WWW.SOHO.LAT

AGENDAMOS UNA  
CONVERSACIÓN





# Fectivo: Transformando el mundo de los pagos B2B en América Latina

Fectivo, la solución que revoluciona los pagos B2B, comparte su enfoque de expansión y su impacto en el mercado.

por Priscilla Cardozo

Fectivo, una innovadora solución de pagos B2B, está marcando la pauta en el mundo de los negocios en Panamá. Con un compromiso hacia la eficiencia y la seguridad en las transacciones, esta empresa está transformando la forma en que los mayoristas y minoristas manejan sus pagos.

En una entrevista exclusiva, Gabi Cueva, CEO de Fectivo, comparte su visión de expansión, el impacto de su monedero digital y cómo la inteligencia artificial impulsa sus servicios. Además, revelan emocionantes planes de crecimiento y cómo un reciente premio de innovación fintech en el Digital Bank Panamá consolida su posición como líder en el sector.

## ¿Puedes contarnos sobre Fectivo y sus planes de expansión?

Fectivo es un servicio innovador que busca resolver el problema de muchos mayoristas de mercancía en cuanto al manejo de sus pagos con los minoristas y todas las agravantes que son riesgo, tiempo, eficiencia, costos operativos y seguridad para muchos de ellos. Un proyecto pensado, analizado y lo más importante se realizaron estudios y varios planes piloto que nos ayudaron a comprender las reales necesidades tanto de los minoristas como de los mayoristas y saber cómo resolverlo.

Actualmente estamos cubriendo varias áreas en el país de manera progresiva para así garantizar un servicio óptimo y eficiente. Hemos

creado valores agregados a nuestros servicios y dentro de ellos podemos mencionar el "Full Payment" en donde recibimos varios métodos de pago (ACH, Yappy, Tarjetas de débitos y créditos, link de pago, cheques, entre otros). Próximamente lanzaremos un nuevo producto que será además de innovador muy beneficioso para nuestros clientes mayoristas y comerciantes minoristas.

## ¿Cómo funciona el monedero digital B2B y cómo beneficia a sus clientes en la cadena minorista y mayorista?

Nuestro monedero es muy intuitivo lo que quiere decir que es muy fácil y sencillo de realizar un pago a través de él, y lo más importante es que de manera digital nuestros clientes pueden llevar un registro de sus pagos y sus facturaciones, además el beneficio que reciben nuestros distribuidores es que por medio del portal que le brindamos pueden visualizar los pagos en tiempo real de sus minoristas así podrán incrementar sus ventas llegando a más minoristas.

## Respecto a la inteligencia artificial. ¿Cómo la utilizan para mejorar sus productos y servicios? ¿Puede proporcionar ejemplos de casos exitosos?

Manejamos varias plataformas con inteligencia artificial, por ejemplo:

- **Plataforma de logística:** Nos permite llegar de manera rápida a los diferentes minoristas de 2 a 3 veces a la semana, ahorrando tiempo lo que nos permite abarcar más rutas de manera certera y eficiente cada día.
- **Plataforma de Cumplimiento:** Podemos ver en tiempo real las transacciones de los minoristas, monitoreando cada una de sus transacciones alertándonos si hubiese algún movimiento inusual para prevenir el uso indebido de nuestros servicios; también podemos corroborar la identidad de los usuarios y sus actividades con herramientas de KYC, KYB y KYT.
- **Plataforma digital o monedero:** le permite al minorista analizar y programar sus pagos recurrentes y/o habituales. Adicional, cuenta con el registro completo de todas sus transacciones y comportamiento de compras con cada mayorista.

## Con 4,000 clientes en Panamá, es evidente que Fectivo ha tenido un impacto significativo en la región. ¿Cuáles son los factores clave que han contribuido a su éxito y crecimiento en el mercado?

El éxito se debe primero al gran compromiso que tenemos con nuestros clientes y el equipo de trabajo; comprendemos muy bien el mercado tanto la parte de los mayoristas como de los minoristas y



**Gabi Cueva,**  
CEO de Fectivo

seguimos aprendiendo de ambos lados cada día para así ofrecerles un servicio a la medida, apoyándoles en mejorar su gestión diaria, por ejemplo el minorista ya no tiene que salir a realizar los depósitos al banco, lo que implica tiempo, gastos de movilización y seguridad; nosotros vamos donde ellos y el pago se realiza a través de nuestro monedero de manera rápida y segura.

## ¿Cómo están regulados por la Superintendencia de Bancos de Panamá y cómo garantizan el cumplimiento de las regulaciones financieras?

Bajo la Ley Bancaria del 30 de abril de 2008 y la Ley 23 del 27 de abril de 2015, además de los acuerdos 010-2015 y 005-2015 emitidos por la Superintendencia de Bancos de Panamá. Garantizamos el cumplimiento de la regulación con nuestro Manual de Prevención y la realización de una adecuada debida diligencia a nuestros clientes para que el uso de la plataforma se haga con fondos legítimos.

## ¿Puedes adelantarnos algunos de los planes y proyectos que tiene Fectivo para el futuro? ¿Qué podemos esperar ver en los próximos años en términos de innovación y crecimiento?

Tenemos varios planes dentro de estos ofrecer nuevos productos y servicios innovadores que le darán la oportunidad tanto al minorista como al mayorista de incrementar su eficiencia y efectividad. También aumentar, tanto nuestra cobertura nacional -lo que se traduce en atender más minoristas-, como planes internacionales de operar y expandir nuestros productos y servicios a otros países Latinoamérica en 2024.

## Ganar un premio de innovación es un logro significativo para cualquier empresa. ¿Puede compartir más detalles sobre el premio de innovación fintech que recibieron en el Digital Bank Panamá y cómo creen que este reconocimiento contribuirá al desarrollo de su empresa en el sector fintech?

Este gran reconocimiento es un verdadero honor para nosotros, nos hace reforzar nuestro compromiso de seguir innovando para brindar soluciones originales y de mucho valor agregado a nuestros clientes. Queremos agradecer a Digital Bank Panamá por su loable labor en beneficio de la industria Fintech. Quedamos con la impresión que este reconocimiento ratifica el potencial que cuenta la solución de Fectivo en el mercado B2B y una clara visión de transformar la forma en que los mayoristas y minoristas transaccionan a través de nuestro monedero electrónico de pago que impulsa el cashless payment. 🚀



# Digital Bank Latam 2023 culmina su recorrido regional con éxito en Santiago de Chile

por Piscilla Cardozo

Digital Bank Latam concluyó con un rotundo éxito su recorrido por la región, consolidándose como el epicentro vibrante de la convergencia entre la tecnología y las finanzas en América Latina. La última parada de este viaje transformador tuvo lugar en Santiago de Chile, marcando el cierre triunfal de un año lleno de logros y avances en la industria financiera.

Con un total de seis paradas que abarcaron Bogotá, Lima, Quito, Panamá, Ciudad de México, y finalmente Santiago de Chile, Digital Bank Latam atrajo a más de 3000 participantes, compartiendo ideas innovadoras en el cruce de la tecnología y las finanzas. Patricio Silva, Director General de Digital Bank Latam, expresó su satisfacción al afirmar: "Digital Bank ha superado nuestras

expectativas en cada ciudad que hemos visitado este año. La energía y la participación que hemos experimentado son testamentos de la creciente convergencia entre la tecnología y las finanzas en la región."

Digital Bank Latam se consolida así como un catalizador esencial para la colaboración y la innovación en el sector financiero de la región. Durante el próximo año, los destinos de los eventos de la organización incluyen Colombia, México, Panamá, Perú, Argentina, Ecuador y Chile. Estos encuentros prometen seguir impulsando la convergencia entre la tecnología y las finanzas, marcando el camino hacia un futuro innovador y colaborativo en la región latinoamericana. 🚀



por **Nerio Peña**

Asesor de Consultoría en GBM Panamá

## Transformación del sector financiero gracias a la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial (IA) está revolucionando diversos sectores, y el de la banca y los seguros no es una excepción. Esta tecnología está transformando la forma en que las instituciones financieras operan y brindan servicios a sus clientes. Desde la automatización de tareas hasta la detección de fraudes, la IA está generando eficiencia y mejorando la experiencia del usuario.

En el sector bancario, la IA está siendo aplicada en numerosas áreas. Una de ellas es la atención al cliente, donde los chatbots impulsados por IA pueden responder consultas básicas y brindar soporte las 24 horas del día. Estos asistentes virtuales pueden entender el lenguaje natural y ofrecer respuestas precisas y rápidas, mejorando la satisfacción del cliente.

Además, la IA ha demostrado ser eficaz en la detección de fraudes financieros. Mediante el análisis de grandes volúmenes de datos, los algoritmos de IA pueden identificar patrones sospechosos y alertar a los bancos sobre posibles transacciones fraudulentas. Esto ayuda a prevenir pérdidas económicas y proteger la seguridad de los clientes.

Otro aspecto importante es la personalización de servicios financieros. La IA permite analizar el comportamiento y las preferencias de los clientes, lo que permite a las instituciones financieras ofrecer productos y servicios adaptados a las necesidades individuales de cada cliente. Esto mejora la experiencia del usuario y fortalece la relación entre el banco y sus clientes.

En el sector de los seguros, la IA también está teniendo un impacto significativo. Por ejemplo, las compañías de seguros pueden utilizar algoritmos de aprendizaje automático para evaluar riesgos y calcular primas de seguros de manera más precisa. Esto permite una suscripción más rápida y precisa, beneficiando tanto a las aseguradoras como a los clientes.

Además, la IA se utiliza para automatizar el proceso de reclamaciones en seguros. Los algoritmos de IA pueden analizar documentos y datos relevantes para acelerar el proceso de liquidación de reclamaciones. Esto reduce la carga administrativa y mejora la eficiencia de las compañías de seguros.

Sin embargo, a medida que la IA se vuelve más omnipresente en el sector de banca y seguros, es importante abordar los desafíos éticos y de privacidad. La transparencia en el uso de los datos y la garantía de la equidad en la toma de decisiones son aspectos cruciales para considerar.

En resumen, la Inteligencia Artificial está transformando el sector de banca, seguros, financieras y cooperativas, al aumentar la eficiencia operativa, mejorar la experiencia del cliente y facilitar la toma de decisiones informadas. A medida que esta tecnología continúa evolucionando, es fundamental encontrar un equilibrio entre la innovación y la protección de los derechos y la privacidad de los individuos.

¡El cambio es inminente! 🚀

## MONITOREO + OBSERVABILIDAD

### NEGOCIOS DIGITALES MÁS RÁPIDOS Y SIN ERRORES

#### Monitoreo Web

- ✓ Disponibilidad de tu canal digital garantizado las 24 horas del día.
- ✓ Evita pérdidas financieras asegurando el 100% de funcionamiento en tus operaciones y transacciones.
- ✓ Monitoreo de los procesos complejos que son necesarios para las transacciones.



#### Monitoreo Mobile

Impulsa tu negocio hacia el éxito en el mundo digital con nuestra avanzada solución de **observabilidad**. Monitorea y analiza en tiempo real cada rincón de tus canales digitales para optimizar el rendimiento y ofrecer una experiencia excepcional a tus clientes. Obtén insights precisos y toma decisiones basadas en datos con nuestra plataforma líder en la industria.



Contáctanos  
[contactenos@atentus.com](mailto:contactenos@atentus.com)

Más información  
[www.atentus.com](http://www.atentus.com)





por Mauricio Saavedra Pazos, Director Corporativo de InteliData Latam  
y Ernesto Doudchitzky, Ceo/Co-funder de Chattigo.

## El Futuro de los Servicios Financieros

Las preferencias de comunicación de los clientes están cambiando gracias a los avances en la economía digital. Como resultado, las instituciones financieras se vieron motivadas a cambiar también. Los avances en la economía digital han cambiado las preferencias de comunicación de los clientes, lo que ha llevado a las instituciones financieras a adaptarse. La banca directa y la banca móvil son ejemplos de cómo se vislumbra el futuro de la asistencia bancaria. La banca directa ofrece tarifas atractivas a cambio de transacciones por teléfono o web, y la banca móvil ha evolucionado de transacciones básicas a aplicaciones completas con características como transferencias P2P y pagos por foto y voz.

Sin embargo, la competencia se está intensificando con la Banca en plataforma ("Banking as a platform"), que busca estandarizar las API en las instituciones financieras, permitiendo a los desarrolladores mejorar las ofertas de los bancos de manera más eficiente. Esto beneficia tanto a nuevas empresas como a actores tradicionales que se debatían entre sistemas heredados y altos costos de desarrollo personalizado.

### ¿Cómo será la experiencia bancaria futura?

**Totalmente virtual:** Los canales virtuales evolucionarán más allá de las transacciones básicas, brindarán una amplia gama de funcionalidades como, por ejemplo, la apertura de cuentas, créditos y beneficios en forma proactiva a los clientes.

**Enfocada en el cliente:** A medida que los clientes se vuelven más conocedores de la tecnología, ejercerán mayor influencia sobre las propuestas de valor y experiencia que esperan de las instituciones financieras. Proactividad en relación a su comportamientos de consumo.

**Continua y sin interrupciones:** Los bancos deberán atender las expectativas crecientes de los clientes que se están acostumbrando a experiencias de servicio continuo y sin interrupciones ofrecidas por los proveedores más tecnológicos.

**Personalizada:** Las ofertas de servicio evolucionarán para orientarse a satisfacer las necesidades de cada persona en

forma individual, personalizando cada vez más con la información de su uso y comportamiento. Esto hará sentir que el banco lo atiende a él en forma personalizada y no masivamente.

**Externalizada:** Las instituciones financieras se apoyarán cada vez más en proveedores externos para ofrecer de manera oportuna soluciones muy valoradas por los clientes, agilidad que hoy los bancos no tienen pero si quieren capturar ese valor para sus clientes.

Estas tendencias pueden moldear el futuro de los servicios financieros masivos de varias formas. Si los servicios se desagregan al punto en el que las instituciones financieras ya no controlen la mayoría de la información financiera de los individuos, se limitará la capacidad de las instituciones financieras tradicionales de crear de manera independiente productos y servicios más atractivos para los clientes.

Adicionalmente, el cambio de preferencias de los clientes puede dar lugar a la creación de un nuevo ecosistema de proveedores no tradicionales. En este escenario, las instituciones financieras podrían aún actuar como puerta de entrada al cliente, pero se verá disminuida su capacidad de controlar la experiencia del cliente de principio a fin.

### Nuevos roles en en juego:

**Empresas no Bancarias:** las empresas no financieras toman el control de la relación con el cliente, así como la distribución de los servicios financieros. Las instituciones financieras tradicionales se convierten en proveedores de productos financieros cada vez más refinados.

**Las instituciones financieras virtuales** emergen para especializarse en la gestión de cuentas, ofreciendo una gran variedad de productos financieros mediante la asociación con proveedores de nicho alternativos. Las asociaciones permiten que las redes de proveedores alternativos compitan con los bancos minoristas que ofrecen el servicio completo.

**Las instituciones financieras usan canales virtuales** para fortalecer las relaciones con los clientes. Los canales virtuales permiten a las instituciones financieras ofrecer servicios a un bajo costo adicional.

**Nuevos Productos** que nacen de necesidades específicas de los clientes como temas de microcréditos, Tarjetas de Créditos Virtuales, cheques electrónicos de único cobro, boletas de garantías flexible y evolutivas al riesgo, servicios financieros multipaís, programas de reconocimiento por permanencia, referencia o uso de productos, programa de beneficios específicos para cada cliente, pro actividad en la información financiera para estar con el cliente en la toma de decisiones de inversión o compra.

### Por qué es relevante una Estrategia Omnicanal Dirigida al Cliente

Aunque suene categórico, es muy difícil que una empresa sobresalga en su mercado si no se abre a la transformación digital. En ese sentido, consciente de las posibilidades que le entregan los canales digitales, está integrando una estrategia omnicanal para la captación de clientes.

**¿Por qué razón?** Porque el comportamiento de los consumidores se inclina por la innovación, la sencillez y la accesibilidad de las plataformas digitales. De acuerdo con la Encuesta de Rendimiento Frente a las Expectativas del Cliente (PACE) de 2019 del FIS, **casi el 75% de todas las interacciones se realizan mediante un dispositivo en línea o móvil.**

El desafío se encuentra en la construcción de relaciones de valor con los clientes. Para superarlo, **el enfoque omnicanal es la clave** para que se gestione eficazmente la cartera de sus servicios y retenga la lealtad de los usuarios.

### Pero, ¿qué es una estrategia omnicanal y por qué es importante?

En términos generales, esta estrategia supone la integración de diferentes puntos de contacto (canales) entre una empresa y los clientes. La meta es entregar una mejor experiencia de compra y potenciar el vínculo que tiene la organización con su público objetivo.

La atención al cliente con una estrategia omnicanal se enriquece. Este método permite a los clientes conectarse por medio de sus canales disponibles. De esta manera, cada recurso digital es una oportunidad para la entidad de seguir comunicando su mensaje de marca, y cada punto de contacto es fundamental en la creación de una experiencia del cliente unificada.

Ahora bien, para la captación y segmentación del cliente no sólo basta con aumentar los canales digitales. Se requiere utilizar los recursos adecuados que respondan a los requerimientos específicos de los clientes, reconociendo sus motivaciones y objetivos. Lo anterior significa integrar, de acuerdo con los hábitos digitales del usuario, una herramienta que permita cumplir con las expectativas de los consumidores, al mismo tiempo que ayuda a lograr los objetivos de eficiencia y rentabilidad de la institución.

### ¿Qué herramienta es útil no sólo para la captación de clientes, sino también para su fidelización?

Sin duda, la automatización que proveen los chatbots es una de ellas.

Los chatbots conversacionales, apoyados con inteligencia artificial, permiten la comunicación con los clientes con un grado de personalización que satisface sus necesidades. La interacción se realiza de forma proactiva, programada o bajo demanda, es decir, entrega a los clientes la respuesta que necesitan, cuándo y cómo la desean.

Esta comunicación se efectúa, en el caso de los chatbots, por medio de los canales habituales que usan los clientes y a través de interfaces amigables utilizando el lenguaje natural.

Así, por ejemplo, gracias a la función de chat un cliente podría recibir en tiempo real, 24/7, información sobre sus instrumentos, servicios y orientación en función de sus objetivos específicos y situación.

Las ventajas son innumerables. Aparte de funcionar como un recurso que mejora la estrategia omnicanal, entregando una experiencia unificada, los chatbots crean una relación cercana entre la organización y sus clientes al estar disponibles para sus dudas y necesidades. Además, aumenta la eficiencia, disminuyendo la necesidad de la presencia de agentes humanos y los recursos que eso significa. ▮



## De Twitter a X y luego a... ¿banco?: Elon Musk tiene un plan fintech para la red social

Elon Musk planea transformar la red social X en una plataforma financiera completa, incluyendo servicios similares a PayPal. En una llamada con empleados, Musk anunció su visión de que X abarque la vida financiera de los usuarios, eliminando la necesidad de cuentas bancarias tradicionales. El magnate espera implementar esta transformación a finales de 2024, destacando que no se trata solo de transferencias de dinero, sino de abarcar todos los aspectos financieros.

“Cuando digo pagos, en realidad me refiero a toda la vida financiera de alguien. Si se trata de dinero, estará en nuestra plataforma. Dinero o valores o lo que sea. Entonces, no es solo enviarle 20 dólares a mi amigo. Estoy hablando de que no necesitarás una cuenta bancaria”, afirmó Elon Musk durante una llamada con empleados de X, subrayando su ambición de convertir la red social en una plataforma financiera integral.

Fuente: Forbes Chile

## Perú: 25% de los usuarios del sector fintech pertenecen a la Generación Z

La participación de la Generación Z en el sector fintech de Perú ha experimentado un crecimiento significativo, representando el 25% de los usuarios en la plataforma tyba, según datos compartidos por la misma. Aunque muestran un rápido aprendizaje sobre finanzas, los jóvenes de 18 a 24 años no son los inversionistas más arriesgados. En cambio, el grupo de 45 a 54 años se identifica como el más propenso a asumir riesgos, seguido por los de 55 a 64 años y los mayores de 65.

La preferencia por invertir en moneda local es común en la mayoría de los usuarios, destacándose los fondos mutuos CC Liquidez Soles y CC Corto Plazo Soles. La opción tyba Pocket es popular en todas las edades, mientras que ‘viajar’ se destaca como la meta principal de inversión, seguida de cerca por ‘casa’. Catherine Chu, Experience Owner en tyba, subraya la importancia de invertir en cualquier etapa de la vida para alcanzar objetivos financieros y asegurar el bienestar económico a largo plazo.

Fuente: CNN

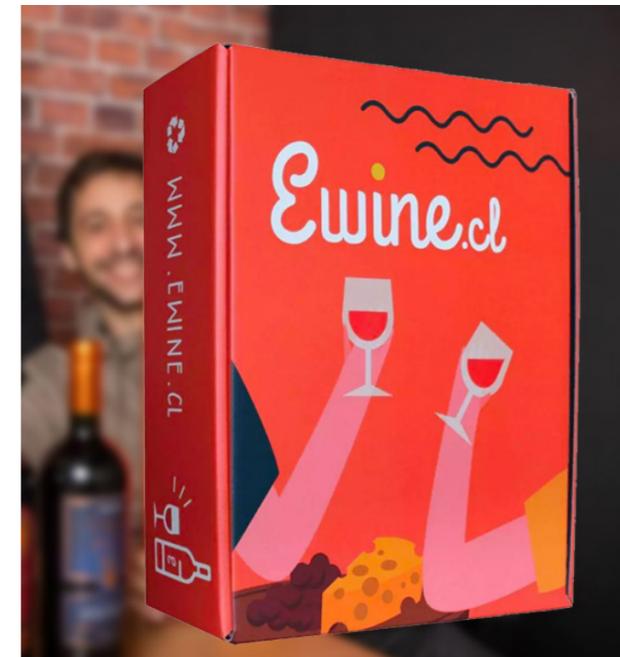


## Startup chilena recomienda vinos a través de Inteligencia Artificial

Ewine.cl, la startup chilena que utiliza inteligencia artificial para simplificar la elección de vinos, se destaca por ofrecer “un viaje de descubrimiento personalizado”, según Andrés Dougnac, cofundador de la plataforma. Su algoritmo personalizado aprende de las preferencias de los usuarios a lo largo del tiempo, recomendando vinos específicos basados en perfiles individualizados creados a través de un cuestionario interactivo en la plataforma.

La experiencia única de Ewine.cl, respaldada por más de 60 asociaciones con viñedos, ofrece a los suscriptores un viaje de descubrimiento personalizado. Además, la plataforma destaca beneficios para la salud asociados con el consumo moderado de vino, respaldados por la ciencia.

Fuente: Ebanking News



## Fintech chilena Tenpo lanza su tarjeta de crédito y entra a competir con la banca tradicional

La nueva tarjeta de crédito de Tenpo, la cuenta digital chilena, ha emitido más de 15,000 tarjetas en su primer mes, logrando este resultado gradualmente a través de invitaciones a clientes. A pesar de la positiva recepción, la fintech tiene como objetivo tener más de 40,000 tarjetas operativas para finales de año. La tarjeta de crédito de Tenpo ofrece control total sobre el cupo, gastos y presupuesto, disponible tanto virtual como físicamente y sin costo de mantención ni administración al contratarla en línea.

Con un enfoque en la democratización de las finanzas, Tenpo busca brindar a los clientes flexibilidad y ajuste del producto según sus necesidades, junto con un reporte financiero que abarca la situación de deuda en instituciones financieras reguladas en Chile.

“Estamos muy contentos con la primera evaluación, la que viene a reforzar la lealtad de nuestros usuarios con Tenpo. Si tomamos en consideración la medición de NPS (Net Promoter Score), esta fue de 79%, cuando el promedio de los bancos tradicionales es de solo 40%. ¡Sabemos que estamos recién partiendo y tenemos mucho más para entregar en innovación y servicio!”, destacó Fernando Araya, Co Founder y CEO de Tenpo, expresando su satisfacción ante la positiva respuesta y la lealtad de los usuarios hacia la nueva tarjeta de crédito.

Fuente: Ebanking News



EVENTOS DEL 2024

# DIGITAL BANK LATAM

PREPÁRATE PARA LA REVOLUCIÓN DIGITAL

-  Ecuador: Marzo
-  Perú: Abril
-  Colombia: Mayo y Octubre
-  Panamá: Agosto
-  México: Octubre
-  Argentina: Septiembre
-  Chile: Abril y Noviembre



Digital Bank  
LATAM

