

Digital Trends

by Digital Bank LATAM

Nº 15 · Marzo 2024



Entrevista a Lorena Moya de Banco Pichincha

Transformando el futuro financiero con inclusión, innovación y conectividad

Bancolombia lidera la revolución fintech con su modelo de Banca como Plataforma y Servicio.

Transformación cultural en Tuya: Priorizando la humanidad ante la tecnología para adaptarse al cambiante mercado.

Un Futuro Saludable: El rol transformador de los Seguros en la era de la Inteligencia Artificial.

Editorial



por Patricio Silva Lewin
Director General de Digital Bank Latam

Avanzando hacia un futuro financiero innovador

Es un honor para nosotros celebrar la publicación de nuestra decimoquinta edición, un hito que marca un viaje emocionante a través de las transformaciones y los avances en el mundo financiero. Durante este tiempo, hemos sido testigos de una serie de cambios revolucionarios que han remodelado el paisaje financiero, impulsados por la innovación, la inclusión y la conectividad.

En esta edición, reflexionamos sobre los logros alcanzados y miramos hacia el futuro con optimismo y determinación. Desde nuestra entrevista inicial con Lorena Moya de Banco Pichincha, donde exploramos la visión inspiradora de una industria más inclusiva e innovadora, hasta nuestra cobertura detallada sobre la implementación del Sistema de Finanzas Abiertas en Chile, cada artículo ha sido una contribución valiosa para comprender los cambios fundamentales que están dando forma a nuestro mundo financiero.

A lo largo de estas quince ediciones, hemos sido testigos del poder transformador de la tecnología y la colaboración en la industria financiera. Desde la revolución digital liderada por iniciativas como "Ahorrando" de Coopeuch hasta el crecimiento exponencial de los pagos transfronterizos y el resurgimiento del Bitcoin, hemos presenciado cómo la innovación está abriendo nuevas fronteras y democratizando el acceso a los servicios financieros en todo el mundo.

Además, hemos explorado los desafíos regulatorios y las oportunidades emergentes en el ecosistema Fintech, así como el papel fundamental de la inteligencia artificial generativa en la creación de soluciones financieras más eficientes y personalizadas. A medida que nos adentramos en un futuro cada vez más digital y conectado, es esencial mantenernos ágiles y preparados para aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan.

Esta edición de Digital Trends es un testimonio del poder transformador de la innovación y la colaboración en el mundo de las finanzas.

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

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

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

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

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

Periodistas:
Priscilla Cardozo
priscilla.cardozo@digitalbankla.com

Diseño y diagramación:
Alfredo Calderón
Soho Chile
www.soho.lat

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

Agradecimientos:
Ebankingnews | www.ebankingnews.com

CON NUESTRO DISEÑO DE PRODUCTO WOW™

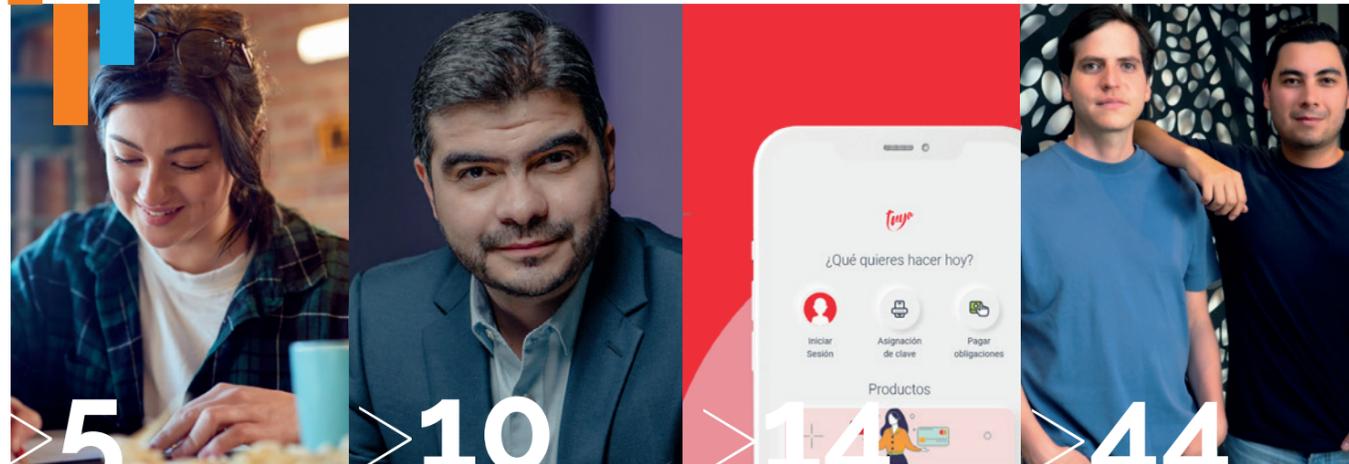
CONSTRUIMOS UN DISEÑO DE INTERACCIÓN FLUIDO Y UNA EXPERIENCIA DE MARCA AGRADABLE **QUE GENERA SATISFACCIÓN EN EL USUARIO, CONVERSIÓN A TUS PRODUCTOS Y RETENCIÓN EN LOS CLIENTES.**



CONOCE MÁS DE NUESTRO

MÉTODO DE DISEÑO **soho**™

PARA CREAR PRODUCTOS DIGITALES DE IMPACTO



3	Editorial	26	Tu Cambio: Ambiciosa expansión y revolución en pagos transfronterizos Entrevista a Carla Leal cofundadora de Tu Cambio
5	Transformando el futuro financiero con inclusión, innovación conectividad Entrevista a Lorena Zurita de Banco Pichincha	30	Transbank: pagos con billeteras digitales NFC crecieron sobre 1.000% en Chile durante el 2023 Artículo
10	Bancolombia lidera la revolución fintech con su modelo de Banca como Plataforma y Servicio Entrevista a Luis Miguel Zapata, Vicepresidente de Ecosistemas de Bancolombia	32	El Bitcoin recupera los 60.000 dólares y podría acercarse a su máximo histórico Artículo
14	Transformación cultural en Tuya: Priorizando la humanidad ante la tecnología para adaptarse al cambiante mercado. Entrevista a Hugo Zurek, vicepresidente de Canales y Ciberseguridad de TuyaEcosistemas de Bancolombia	34	Redbanc aborda los desafíos de la Ley Fintech en Chile: Enfoque en la seguridad, accesibilidad y colaboración Entrevista a Nicolás Giordano de Redbanc
16	Un Futuro Saludable: El rol transformador de los Seguros en la era de la Inteligencia Artificial Columna de opinión de Eduardo della Maggiora, Fundador y CEO de Betterfly	38	Scotiabank lidera la revolución financiera con su innovador programa de lealtad y gamificación Artículo
18	Coopeuch transforma el ahorro en Chile con "Ahorrando": Una revolución digital para la inclusión financiera Artículo de Coopeuch	40	Cómo la IA Generativa está Transformando el Panorama Financiero Artículo Kore AI
20	Desafíos y oportunidades para el ecosistema local y regional a partir de la regulación en la industria Fintech Columna de opinión de Franco Zurita, Founder y CCO de Monnet Payments	42	SmartForce revoluciona la Banca Digital con automatización de procesos y chatbots de Automation Anywhere y Kore.ai Artículo Smart Force
22	Implementación del Sistema de Finanzas Abiertas en Chile: Avances y perspectivas Artículo de Fintechile	44	Simetrik asegura US \$55 millones liderada por Goldman Sachs para impulsar su expansión global bajo el liderazgo de sus cofundadores Entrevista Alejandro Casas y Santiago Gómez de Simetrik
25	Tres tendencias para portales de clientes en 2024 Columna de opinión de Liferay	48	Noticias



Entrevista a Lorena Zurita de Banco Pichincha:

Transformando el futuro financiero con inclusión, innovación y conectividad

por Priscilla Cardozo

En los últimos años, el Banco Pichincha ha destacado su enfoque proactivo en la incorporación de tecnologías emergentes -como la inteligencia artificial y blockchain- como un medio efectivo para cerrar brechas económicas. Estas innovaciones han impulsado la eficiencia en el sector financiero, generando una rápida diferenciación en la propuesta de valor. La institución ha logrado ofrecer experien-

cias más personalizadas y eficientes a sus clientes, contribuyendo así a la transformación positiva de diversas industrias y sectores, marcando un hito significativo en la cuarta revolución industrial. En una reciente y exclusiva entrevista con Lorena Zurita, Chief Operating Officer (COO) de Banco Pichincha, se exploraron diversas temáticas clave en la industria financiera y la inclusión social. Zurita,

como líder destacada, compartió perspectivas sobre la integración de tecnologías emergentes, la inclusión financiera, la influencia de las fintech, la educación financiera, la brecha de género y el proyecto de internet satelital.

Considerando su posición como Chief Operating officer de Banco Pichincha y líder en el ámbito financiero, ¿cómo visualiza la incorporación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y blockchain en el sector bancario, y cuál cree que es el papel de líderes como usted en la adopción de estas innovaciones?

Desde mi rol visualizo la incorporación de tecnologías emergentes como una oportunidad para transformar y mejorar significativamente el sector bancario ya que estamos en la cuarta revolución industrial, así también para los sectores mucho más competitivos, definitivamente genera de forma más acelerada una diferenciación de la propuesta de valor.

Estas tecnologías están transformando la eficiencia en diversas industrias, y por supuesto incluye el sistema financiero, pero estas no pueden reemplazar la conexión emocional que los humanos ofrecemos como asesores, debemos enfocarnos en enriquecer nuestras relaciones en lugar de ser simplemente transaccionales. En cuanto a la inteligencia artificial (IA), veo su aplicación en diversas áreas, como el servicio al cliente, la gestión de riesgos, la detección de fraudes y la automatización de procesos. La IA puede ayudarnos a brindar experiencias más personalizadas y eficientes a nuestros clientes, así como a tomar decisiones basadas en datos más precisos y en tiempo real. Todo esto mezclado con blockchain nos permite hoy poder asegurar el end2end, simplificar procesos en donde se necesita el no repudio legal, entre otras cosas.

Como líderes considero que tenemos un rol fundamental en la sociedad de fomentar una cultura de innovación y colaboración, promoviendo la investigación y el desarrollo de soluciones basadas en estas nuevas tecnologías fomentar la capacitación y el desarrollo de habilidades digitales en nuestro equipo, y que estas implementaciones se lo hagan de manera ética y responsable, garantizando la privacidad y seguridad de los datos de nuestros clientes. También es fundamental educar a nuestros clientes sobre los beneficios y el uso seguro de estas tecnologías emergentes y por último y no menos importante, tener la conciencia que nuestros equipos y procesos requieren tiempo de adopción y por ende entre medio habrá resistencia y fricción que debemos gestionar.

Como figura destacada en el ámbito financiero, ¿cómo aborda la inclusión financiera, especialmente en contextos donde existen brechas económicas significativas, y de qué manera considera que las iniciativas pueden beneficiar específicamente a mujeres y niñas?

Reducir las brechas de género económicas y sociales con mujeres y niñas es crucial, no solo en el Ecuador sino a nivel mundial, considero que se debe promover la igualdad de género, no solo en temas

de inclusión financiera, sino desde programas de becas, mentorías y capacitación especializada.

Esto puede incluir la creación de oportunidades de aprendizaje temprana en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, así como la promoción de modelos a seguir y la eliminación de estereotipos de género en estas carreras STEM, promover programas de educación financiera dirigidos específicamente a mujeres y niñas, en donde se les brinden conocimientos y habilidades para administrar sus finanzas de manera efectiva, que puedan tomar decisiones financieras informadas y de alguna manera logren emprender iniciativas empresariales. Ponernos todos como reto el tener mujeres mejor preparadas, capacitadas y con un empoderamiento desde el conocimiento.

En esto, personalmente, he estado enfocada hace un par de años, apoyando en mentorías, en fundaciones, en charlas en desarrollo de equipos multidisciplinarios, educando desde la academia en temas de innovación y proyectos, apoyando en programas que promuevan el liderazgo y el empoderamiento económico, acceso a redes de apoyo y la participación en iniciativas de emprendimiento social que les brinden conocimientos y habilidades para administrar sus finanzas de manera efectiva ya que las niñas adolescentes y mujeres son parte de un porcentaje considerable que aporta en el desarrollo del emprendimiento y desarrollo del país.

Dada la creciente importancia de las fintech, ¿cómo percibe que este fenómeno ha influido en las estrategias y operaciones del sector financiero, y qué oportunidades identifica para mejorar la inclusión financiera?

Debemos hablar no solo de dar acceso por medios digitales, sino de hablar de un ecosistema, de poder asesorar financieramente a un cliente, de cuidarlo y llevarlo de la mano a su crecimiento, inclusión es un propósito no un negocio. Hoy los modelos de negocio en donde están explorando las fintech están polarizados, hay algunas que solo lo están mirando del punto de vista rentabilidad olvidándose del ecosistema y otras, que probablemente sean las que perduren y dejen un legado, se han estado enfocando en cómo mejorar la vida de las personas y desde ahí han construido capacidades. Estas son las más atractivas hoy en día para el sector financiero, ya sea permitiendo resolver problemáticas de una forma diferente, liviana, ágil, versátil o así también permitiendo la diversificación de áreas de negocio que estaban fuera del scope financiero.

Desde mi rol, veo con muy buenos ojos estos modelos, siento que se generará una gran competitividad dentro del mercado bancario. Se puede decir que este es el comienzo de un nuevo sector de servicios y las Fintech se perfilan como un proveedor de servicio que resultará esencial para cualquier entidad y aportar en productividad, eficiencia, democratización de la información alianzas, automatización de procesos y gestión óptima de postventa, y BPO automatizados

En el ámbito de la educación financiera, ¿podría compartir algunas iniciativas que haya respaldado o promovido para



empoderar a mujeres en el ámbito económico y financiero?

He participado y desarrollado programas específicos dirigidos a mujeres. Niñas y adolescentes, con el objetivo de mejorar su conocimiento y habilidades en temas relacionados con el liderazgo, innovación, transformación digital, gestión financiera y emprendimiento; brindando oportunidades de aprendizaje, inspiración y networking. Iniciativas como desarrollar programa de becas para los correspondientes no bancarios en el cual se promueve prioritariamente el rol de las mujeres y de las nuevas generaciones.

Talleres de educación de financiera, enfocado en mujeres, son temas que hace ya algunos años estamos trabajando como institución, esto nos permite desde la génesis mejorar los indicadores de riesgo y con esto ser más consecuentes e integrales frente al otorgamiento de los créditos y con esto apoyar al cumplimiento de sueños de muchas familias.

En la actualidad, participo activamente en programas de mentorías, brindando orientación y apoyo a mujeres que buscan desarrollar sus habilidades y avanzar en sus carreras, esto obviamente con apoyo de maravillosas iniciativas y fundaciones como Ella es (Sheis) astronauta, ONU Mujeres, Mujeres por Ecuador y también a nivel de la academia.

Estoy convencida que aportar a transformar la vida de las mujeres requiere de una disciplina y convicción de varios sectores, el priorizar estas iniciativas desde el gremio financiero, así como políticas gubernamentales y apoyo a través del desarrollo de proyectos integrales e innovadores, permitirán el fortalecer sus habilidades y competencias basados en modelos sostenibles de educación, desarrollo territorial y emprendimiento. Cuando entendamos esta integralidad, habremos logrado una mayor inclusión y equidad de género.

Desde su perspectiva como vocera y líder en la industria financiera, ¿cómo evalúa la brecha de género en el acceso a servicios financieros y qué medidas considera esenciales para cerrar esa brecha y fomentar la igualdad de oportunidades?

Desde mi perspectiva, la medida más importante es que se incorporen actividades fuertes de Investigación y recopilación de datos desagregados por género, que le permita a las organizaciones como Asociación de Bancos u Organismos de Control comprender de mejor forma las brechas y desafíos específicos que enfrentan las mujeres en el acceso a servicios financieros. Esto permitiría diseñar políticas y programas más efectivos y basados en evidencia para cerrar estas brechas de género.

“ La institución ha logrado ofrecer experiencias más personalizadas y eficientes a sus clientes, contribuyendo así a la transformación positiva de diversas industrias ”



Lorena Zurita,
Chief Operating Officer (COO) de
Banco Pichincha

La brecha de género cada vez se reduce, sin embargo estamos lejos de llegar a indicadores de sectores maduros como son los mercados europeos, para ir moviendo esto, es esencial desafiar los estereotipos de género arraigados en la industria financiera y promover la igualdad de oportunidades para las mujeres. Esto implica garantizar que las mujeres tengan las mismas oportunidades de desarrollo profesional, acceso a redes y mentoría, y apoyo en su trayectoria financiera.

En el contexto de la transformación digital, ¿cómo lidera y promueve la adaptación a las nuevas tendencias financieras para garantizar la eficiencia y accesibilidad de los servicios a un público diverso, incluyendo a mujeres y jóvenes?

Definitivamente adaptarnos a las nuevas tendencias tecnológicas es clave para lograr este objetivo, hablando específicamente de Ecuador, que tenemos brechas importantes en materias de accesibilidad en el territorio.

Ciudades que no tienen acceso a internet, y otras que ya tienen más de 3 opciones de conectividad, nos invitan a ser cada vez más creativos para poder dar un servicio homogéneo entendiendo las distintas realidades.

Hay muchos programas que vienen desde las instituciones financieras, instituciones de desarrollo nacionales e internacionales, banca multilateral, organizaciones no gubernamentales locales e internacionales todos son parte esencial del ecosistema financiero y se deben seguir desafiando a seguir aportando cada vez más en alcanzar mayores niveles de inclusión de las mujeres.

Juntos debemos garantizar que todos tengan acceso, no solo en las ciudades más grandes, sino también en las zonas más remotas, hoy

las mujeres realizan sus transacciones en la cotidianidad, un pago de servicio una transferencia por temas emergentes, un pago de la colegiatura etc, acceso a financiamiento para que puedan cumplir sus necesidades básicas, educación o Capital de trabajo. Hoy muchas mujeres son cabeza de hogar y bajo esta premisa debemos seguir impulsando su desarrollo. En los jóvenes es mucho más fácil, las nuevas tendencias, desarrollos tecnológicos, productos ya vienen con esa perspectiva que genera el efecto wow en los jóvenes, solo debemos considerar que estas diferencias generacionales no nos vuelvan a "pillar" de sorpresa y podamos entregar como industria un servicio basado y a la altura que cada cliente se merece en todo su ciclo de vida.

Considerando su experiencia como Chief Operating officer, ¿cómo se asegura de que los mensajes sobre productos y servicios financieros sean accesibles y comprensibles para mujeres de todas las edades, incluyendo aquellas que pueden no estar familiarizadas con conceptos financieros más complejos?

Considero que la comunicación tiene que ir enfocada más a las necesidades de los clientes, y no solo mirado o abordado desde un tema de género, debemos dejar de hablar de estereotipos ya que un cliente puede ser hombre o mujer.

Si bien es cierto estudios como Multilaterales y ONGs evidencian que "las mujeres tienen menores conocimientos o entendimiento sobre información, conceptos o herramientas de utilidad para el acceso, elección y uso de los productos y servicios financieros comparadas con los hombres". No sé si hablar de construir políticas, términos y condiciones especiales para cada uno los distintos agrupadores que

definamos, creo que una podría ser por rango etario, por ejemplo, pero siento que por ahí no es la solución, en lo que sí debemos enfocarnos es en general ser lo "más simples posibles" sobre todo en cuando nos toca plasmar las necesidades. Los productos además, cada vez deben ser intuitivos, eso lo hace más atractivo, y valorado por nuestros clientes.

Como no lograremos poder hacernos entender de manera fácil para todos, es fundamental también crecer en este ámbito, El reto es fomentar estas competencias, sentar las bases en la educación primaria y secundaria, lo cual implica cambios en la malla curricular y la formación docente en educación financiera.

Actualmente existen mejores prácticas en escuelas y colegios como educación financiera y proyectos de emprendimiento que van abordando a nivel de las futuras generaciones este cambio de paradigma y que exista una mejor comprensión en zonas en donde ni siquiera tienen acceso a una cuenta ya que la inclusión financiera es un vehículo para que más mujeres puedan alcanzar esa independencia necesaria para cumplir metas

Recientemente, se ha destacado el reconocimiento que obtuvo Banco Pichincha por su innovación en el uso de internet satelital en colaboración con la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS). ¿Podría compartir más detalles sobre este proyecto desde su perspectiva, su impacto en la inclusión financiera y cómo considera que estas iniciativas pueden contribuir al desarrollo de comunidades, especialmente aquellas en áreas remotas o con limitado acceso a servicios bancarios tradicionales?

Apostando a la transformación con mucha innovación y resiliencia

para romper el obstáculo de la conectividad se implementó el proyecto CNB satelital conectando el POS con WIFI a través del internet satelital en zonas en donde no llega ninguna IFI dando acceso financiero a las comunidades Indígenas, afroamericanos y demás población vulnerable de las zonas rurales del Ecuador, permitiendo el desarrollo de la comunidad y creando un ecosistema que facilita la calidad de vida de la población impactada. Al disponibilizar este servicio cerca del lugar de residencia o trabajo de estas poblaciones, se posicionó el concepto de cercanía entregado por la red de Mi Vecino. Esta iniciativa, apoya el mejoramiento de la salud financiera de los clientes en la zona de influencia del Corresponsal no Bancario, a partir de procesos de formación, asesoría y comunicación.

Las acciones programadas se han venido aplicando ininterrumpidamente, tanto en modalidad presencial como en modalidad virtual asincrónica, convirtiéndose en uno de los programas referentes en esta materia a nivel nacional e internacional. Las principales actividades llevadas a cabo para el canal se concentran en cursos virtuales de autogestión del conocimiento en modalidad virtual y asincrónica, charlas de sensibilización e informativas sobre temas de educación financiera, alfabetización digital, ecosistemas de pagos.

Este modelo ha permitido que la población rural ecuatoriana que no tenía conectividad para transacciones financieras ni acceso a productos financieros, obtengan el acceso a estos servicios de manera fácil, segura, asequible y accesible para realizar depósitos, retiros, transferencias, pagos de servicios básicos, recargas móviles, pagos de bonos de desarrollo humano, pagos de tarjetas de crédito entre otras operaciones bancarias. 





Bancolombia lidera la revolución fintech con su modelo de Banca como Plataforma y Servicio

En una entrevista exclusiva con Digital Trends, Luis Miguel Zapata, vicepresidente de Ecosistemas de Bancolombia, revela cómo su enfoque en ecosistemas y colaboración está transformando la banca, integrando servicios de terceros para ofrecer soluciones integrales y personalizadas que contribuyen al bienestar financiero de millones.

por Priscilla Cardozo



Luis Miguel Zapata,
Vicepresidente de Ecosistemas de Bancolombia

Bancolombia, pionero en la transformación fintech, revela su enfoque disruptivo en el modelo de Banca como Plataforma y Banca como Servicio. Con más de 105,000 billeteras creadas y más de 3.6 millones de transacciones en 2024, la entidad comparte cómo la colaboración y la tecnología están redefiniendo la experiencia bancaria para millones de usuarios, al tiempo que impulsa el desarrollo sostenible de la sociedad en la era digital.

¿Cuál es la visión de Bancolombia respecto a la creación de valor compartido con terceros a través de su modelo de Banca como Plataforma y cómo se materializa esta visión en la práctica?

Hace cinco años, cuando se creó el equipo de Ecosistemas de Bancolombia, partimos de un punto claro: sabemos que la forma de interactuar con nuestros clientes se da a partir del entendimiento de sus necesidades de manera integral, es decir, no solo desde el componente financiero, sino también desde las necesidades no financieras.

Las personas necesitan tener vivienda, moverse y, en general, resolver cuestiones cotidianas en las que los productos y servicios bancarios son apenas una parte. Por eso elegimos a los ecosistemas como el camino por el cual evolucionamos nuestra propuesta de valor y la manera de hacer banca.

Bajo esta mirada, ponemos nuestras capacidades, conocimiento del cliente, plataformas y servicios a disposición de terceros, fintechs, empresas y pymes de esta y otras industrias, para orquestar solu-

ciones integrales que den respuesta a las necesidades del mercado. Una de las formas en la que materializamos este objetivo es a través de Banking as a Platform o Banca como Plataforma, que se traduce en cómo habilitamos productos y servicios de terceros incorporados en canales y experiencias propias de Bancolombia, contribuyendo así a dar visibilidad a otros y garantizando una experiencia digital completa y sin fricciones para las personas.

Creo firmemente en la unión de diferentes actores de un ecosistema para explorar y consolidar conocimiento en búsqueda de un desarrollo sostenible. Y aquí partimos de dos conceptos fundamentales:

1. "Somos un ecosistema, no un egosistema". Debemos entender que en algunas situaciones debemos trabajar unidos con otros actores para aportarles un mayor valor a nuestros clientes y seguir compitiendo con nuevas propuestas que ingresan al mercado.
2. Y para hacer este punto realidad debemos partir de la creación de ecosistema desde la colaboración, para fomentar la innovación y desarrollo de la sociedad, un concepto llamado "cooperencia", que no es más que la combinación de cooperación y competencia para la creación de valor. En otras palabras, una gran posibilidad de sumar esfuerzos para que los usuarios tengan acceso a las mejores soluciones, entendiendo que tenemos portafolios similares que en esencia "compiten", pero que también se complementan y pueden fortalecerse mutuamente.



En la medida en que se generen nuevas soluciones, también nos retará a seguir innovando y utilizando la tecnología como habilitador para acompañar a nuestros clientes. Además, debemos trabajar desde la cooepetencia, escuchando de forma activa las necesidades de las empresas, startups, fintechs y, por supuesto, a las personas para construir juntos para acelerar la inclusión financiera del país para estar presentes en la cotidianidad de las personas y que fomenten el desarrollo de la sociedad.

¿Qué estrategias o iniciativas han implementado para habilitar ecosistemas de terceros dentro de su modelo de Banca como Servicio, y cuáles han sido los resultados obtenidos hasta ahora?

En Bancolombia pensamos que la Banca como Servicio es el modelo que permite a terceros incorporar productos financieros en su propuesta de valor y ofrecerlos a sus clientes a través de su propia plataforma, y como parte de una experiencia integral, apalancándose en servicios de entidades bancarias reguladas a través de esquemas de conexión como las API.

Este es un modelo que no solo cuenta con un beneficio claro para los usuarios finales, por ejemplo, ahorro de tiempo y menos fricciones en sus experiencias y mayor acceso a productos y servicios, sino que también tiene beneficios para los terceros y para el banco.

Algunas de las soluciones que ya hemos implementado son:

Billetera como servicio

- Con montos movilizados por más de COP 23.900 millones.
- Más de 7,9 api calls en 2024.
- Más de 105.000 billeteras creadas en 2024.
- Más de 3,6 millones de transacciones en 2024.

Compra y paga después

- Más de 4 millones de clientes con un monto precalculado disponible. o COP 272.000 de ticket promedio.

¿Podría compartir ejemplos de cómo la tecnología ha sido clave para fortalecer la colaboración con terceros y ampliar la oferta de servicios financieros a través de la plataforma de Bancolombia?

La tecnología para nosotros se convierte en un habilitador y catalizador para facilitar la interacción de los terceros como startups, fintechs, pymes y negocios, para que puedan integrar nuestros servicios en sus experiencias, por ejemplo. Hemos encontrado en las API una oportunidad para conectar con otros. Actualmente, contamos con API listas para que terceros puedan integrar servicios financieros bajo su propia marca a través de nuestro Portal de API. Allí cualquier tercero puede encontrar las API que ofrecemos al mercado, una explicación detallada de cada una y todas las condiciones necesarias para poder usarlas. Además, tenemos un ambiente Sandbox, que le permite a los terceros interactuar con nuestras API sin necesidad de tener conversaciones con el banco, toda basado en un proceso de autogestión del tercero. Por último, tenemos plataformas tecnológicas seguras, confiables y escalables que le dan tranquilidad a los terceros sobre las soluciones que usan.

¿Cuál es el papel de la analítica de datos en la contribución del banco al bienestar financiero de sus clientes, y cómo se utiliza esta información para ofrecer productos y servicios personalizados?

En Bancolombia nos mueve el propósito de promover desarrollo sostenible para lograr el bienestar de todos. Y cuando declaramos este objetivo superior tenemos claro que debemos trabajar de forma decidida desde el bienestar financiero de las personas y negocios, ya que, según estadísticas, una persona que tenga mejor relación con su dinero podrá vivir con más seguridad, libertad y mayor sensación de bienestar.

Para garantizar una experiencia superior, nos apalancamos en

la analítica para construir modelos que acompañen al cliente con recomendaciones personalizadas en el momento que las necesita. Hoy, nuestro gestor de finanzas personales, llamado Día a Día, y que se encuentra en la App Bancolombia, cuenta con modelos analíticos para interpretar los datos que tenemos sobre sus transacciones, comportamiento y hábitos, para así entregarle al cliente recomendaciones para la toma de decisiones, explicándole, por ejemplo, cómo se comporta su gasto en comparación con personas similares a ellos o cuál es la categoría en la que más gastan mensualmente. Nuestra meta es que la experiencia de cada cliente esté diseñada de acuerdo con su realidad y momento de vida, para que cada decisión que tome contribuya al logro de sus metas.

¿De qué manera aseguran que la innovación tecnológica y el análisis de datos estén alineados con la protección de la privacidad de sus clientes?

La seguridad y la privacidad de la información son pilares fundamentales de la estrategia de Bancolombia. Todos los productos y servicios que sumamos a nuestro portafolio de Banking as a Service son diseñados cumpliendo con estos, buscando tener en el mercado soluciones ágiles e innovadoras, pero siempre garantizando los más altos estándares de seguridad y protegiendo la información de nuestros clientes.

¿Qué desafíos han enfrentado en la implementación de su modelo de Banca como Plataforma y Banca como Servicio, y cómo los ha superado para seguir contribuyendo al bienestar financiero de millones de personas?

Hoy nos enfrentamos a un consumidor financiero que se ha transformado. Sus exigencias y características se han evolucionado en línea con el desarrollo del entorno digital: hoy se trata de un consumidor que asocia a las fintechs y neobancos con democratización y agilidad. Por otro lado, quiere consumir servicios financieros desde sus marcas preferidas, tiene más información y habilidades digitales, exige experiencias personalizadas y tiene múltiples relaciones financieras, entre otras características. Con ello por delante, la evolución del negocio bancario implica repensar el cómo y el dónde se entregan nuestros servicios y nuestra propuesta de valor.

Algunos desafíos a los que nos enfrentamos con estas soluciones son:

- Adopción de las soluciones en el mercado adaptadas a las necesidades y realidades de los terceros y comercios. En ocasiones puede resultar complejo la integración de componentes tecnológicos, procesos o capacidades. Por eso, tenemos el reto de seguir acompañando a estas empresas para poder integrar de manera exitosa nuestros

productos y servicios en sus canales para generarle valor al cliente final.

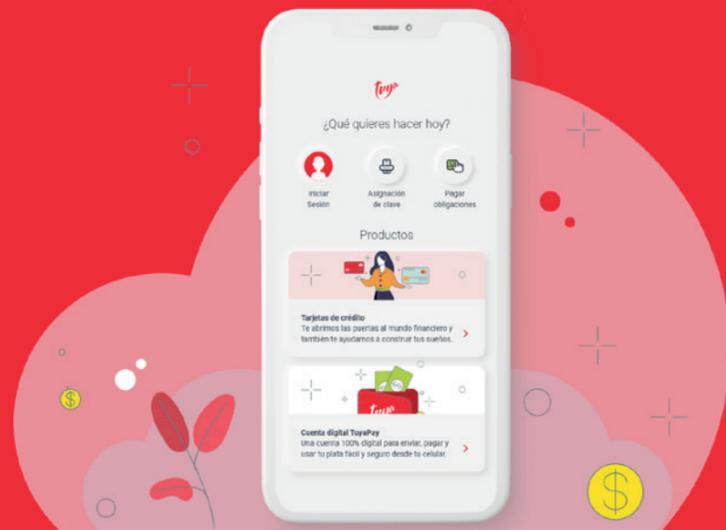
- Las condiciones del mercado en algunas ocasiones no permiten que los servicios crezcan como se espera, hay que iterarlos y buscar cómo atender las necesidades actuales del mercado para generar valor continuo para los clientes.
- La regulación viene evolucionando y nos implica movernos rápidamente para ajustar nuestros productos y servicios de acuerdo con la ley. Esto en ocasiones puede traer impactos para los terceros e implica coordinación de acciones entre las partes.

Para esto, nos enfocamos en seguir trabajando con determinación teniendo en cuenta que más que una tendencia, el BaaS y BaaP son soluciones que se quedarán con nosotros y que seguirán evolucionando junto a la banca. Como equipo estamos permanentemente evaluando cómo responden los terceros, startups, fintechs y pymes a nuestras soluciones, y sobre todo cómo las personas han adoptado sus productos a su cotidianidad. Nos enfrentamos a desafíos de orden mundial en todos los ámbitos, por ejemplo, desde lo social y ambiental, pero para adaptarnos buscamos entender el contexto y las necesidades de los clientes, y de acuerdo con eso priorizamos nuestros esfuerzos pensando en su bienestar.

¿Cuál es la visión a largo plazo de Bancolombia en cuanto a la evolución de su modelo de negocio y su contribución al bienestar financiero de la sociedad en un mundo cada vez más digitalizado y conectado?

Vivimos un momento coyuntural, en el que tenemos la oportunidad, gracias a los avances en las capacidades técnicas y analíticas, de hiperpersonalizar la experiencia de cada usuario, ofreciendo servicios y productos a su medida desde todas las industrias. Desde nuestra organización buscamos acompañar al cliente en cada etapa del logro de sus metas, esto desde la planeación y preparación, pasando por el logro de sus objetivos, y llegando al cumplimiento de sus obligaciones. Para esto, es fundamental acompañar y dar herramientas a los usuarios para que tomen decisiones conscientes, entendiendo el impacto que estas pueden tener en su bienestar financiero.

Por otro lado, tenemos un foco: poner al cliente en el centro. Esto, por supuesto, implica acompañarlo, estar en su cotidianidad garantizando una experiencia superior que sea cercana, confiable, oportuna y fácil. Como organización nos debemos asegurar de entender las necesidades de los clientes. Las personas sueñan con un hogar para su familia, desean viajar, estudiar, y como banco estamos ahí para acompañarlos a hacer sus objetivos realidad. 🏠



Transformación cultural en Tuya: Priorizando la humanidad ante la tecnología para adaptarse al cambiante mercado

Hugo Zurek, vicepresidente de Canales y Ciberseguridad de Tuya, revela en una entrevista exclusiva para Digital Trends, cómo Tuya ha liderado una transformación cultural centrada en las personas para enfrentar los desafíos del mercado, priorizando conversaciones transparentes e inclusión financiera.

En un mundo donde la tecnología avanza rápidamente, Tuya, empresa líder en servicios financieros, ha optado por un enfoque diferente. En lugar de centrarse únicamente en aspectos tecnológicos, ha apostado por una transformación cultural profunda, donde la empatía y la conciencia son la clave. Con más de 1.9 millones de personas que han comenzado su vida crediticia formal gracias a sus iniciativas, Tuya ha elevado la conciencia de su equipo, priorizando conversaciones humanas y estratégicas.

En una entrevista exclusiva, se explora cómo esta empresa ha liderado una transformación cultural centrada en las personas para adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y de los usuarios.

¿Cómo ha sido el proceso de transformación cultural dentro de la empresa para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios y del mercado, en lugar de centrarse en aspectos tecnológicos?

Elevar la conciencia de todas las personas que trabajan en Tuya, ha sido clave en este proceso. Esto lo hemos logrado a través de conversaciones transparentes que abarquen una mirada humana y otra estratégica.

Es importante tener conversaciones con nuestros empleados y empleadas para atender y gestionar sus emociones y las de los equipos, priorizando la seguridad psicológica y transformando nuestro modelo de liderazgo para contar con líderes cada vez más conscientes que habiliten estas conversaciones desde la parte personal, estratégica, de desarrollo y de desempeño.

Por otro lado, la mirada estratégica siempre estará presente. Nos encargamos de generar espacios para que los equipos conozcan las tendencias del mercado, del sector, los resultados de Compañía, cómo nos beneficia o afectan los cambios macroeconómicos, entre otros temas que permiten que nuestras planeaciones se realicen bajo el contexto organizacional y atendiendo a las necesidades puntuales de nuestra Compañía. Así mismo, hemos acudido a la innovación para retornos constantemente a crear diferentes escenarios de transformación, implementar mejoramientos continuos a los procesos y seguir reforzando una cultura donde las personas siempre están pensando en hacerse cargo y buscando la manera de contribuir al crecimiento de la organización.

¿Cómo han abordado los desafíos y resistencias internas al cambiar la forma en que la empresa interactúa con los clientes, más allá de actualizar sistemas tecnológicos?

Lo más importante es que todas las personas en Tuya entiendan el para qué es la transformación, que se sientan parte del proceso de cambio. Sin lugar a duda, estos procesos van a generar un grado de resistencia, pero abrazamos la diversidad de pensamientos y

ritmos en la curva de cambio, acompañando el proceso de gestión de emociones y resistencias. La divergencia es nuestro punto de partida y con unas conversaciones conscientes, llegamos a la convergencia. Por otro lado, si hay algo en lo debemos estar de acuerdo todas las personas que trabajamos en Tuya, es en la responsabilidad que tenemos con nuestros clientes y con todos nuestros grupos de interés para generar valor compartido.

¿Qué medidas toma la empresa para garantizar la inclusión financiera y brindar acceso a la tarjeta Tuya a segmentos de la población que tradicionalmente han tenido dificultades para acceder a servicios financieros?

En Tuya la inclusión financiera está en nuestro ADN, es el motor que nos impulsa a trabajar todos los días y la premisa que ha acompañado una historia en la que hemos sido el aliado de la primera experiencia de crédito formal para el país a través de soluciones financieras y no financieras que mejoran la calidad de vida de las personas y contribuyen con el desarrollo económico del país. Hoy, el total de personas que empezaron su vida crediticia formal de nuestra mano supera los 1.9 millones, para quienes nuestro producto representa la oportunidad de acceder a una mejor calidad de vida.

Cerca del 50% de nuestros clientes son mujeres lo que también evidencia nuestro compromiso con el empoderamiento y liderazgo femenino a través del otorgamiento de tarjetas de crédito. Gracias a esto, ellas adquieren una voz más fuerte en el manejo de la economía de su hogar y de la sociedad.

Por otro lado, no solo con nuestros productos de financiación trabajamos por la inclusión financiera, los seguros también han sido una manera de brindar oportunidades. Tenemos más de 400.000 clientes que cuentan con un seguro voluntario y cerca de 1.200.000 que tienen un seguro deudor, que los cubre en caso de muerte, incapacidad o desempleo.

Con TuyaPay, nuestra billetera digital también damos a las personas acceso al sistema financiero y a financiación. Algunas personas se acercan a Tuya buscando un producto de crédito, pero no tienen la capacidad de financiación, esto no quiere decir que les digamos que no hay opción, sino que los invitamos a usar TuyaPay. Con los movimientos que van desarrollando con esta billetera digital en los ecosistemas de los aliados, vamos conociendo sus transacciones para después, incluirlas en el sistema financiero con un producto de crédito ajustado a sus necesidades.

Otra de las estrategias que implementamos fue la emisión de los primeros bonos sociales subordinados por más de \$55 millones en el mercado local. Los recursos captados con ellos están siendo destinados a financiar

categorías que le generen bienestar a personas que nunca han tenido acceso al sistema financiero o que devengan ingresos hasta 2 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

¿Qué iniciativas tienen para promover la educación financiera entre la comunidad y los usuarios de la tarjeta Tuya?

Cada que un cliente llega a Tuya sabemos que probablemente es su primera experiencia con el sector financiero por lo que desde el primer momento es esencial para nosotros impactar desde la educación.

La Compañía tiene estructurado el programa de Educación Financiera "Cuentas con Tuya", el cual tiene como propósito ser parte de la cotidianidad de los clientes y la sociedad, generando una inclusión financiera responsable y acompañándolos para que mejoren su bienestar financiero, haciendo buen uso de sus productos. Este programa cuenta con el sello de calidad otorgado por la Superintendencia Financiera de Colombia.

Todo el tiempo ejecutamos campañas dirigidas a clientes y la sociedad con el fin de incentivar el uso responsable de los productos financieros, a través de temas como: control de gastos, gastos conscientes, centrales de riesgo, seguridad y prevención del fraude, este último teniendo en cuenta que es un riesgo latente que en los últimos años ha aumentado exponencialmente.

¿Qué diferencias clave destacaría entre la tarjeta Tuya y otras ofertas similares en el mercado?

Nuestra propuesta de valor se basa en dar acceso a los productos y servicios de nuestros aliados Éxito, Carulla y Alkosto.

Nuestra operación se soporta en un modelo de Open Finance bajo la figura B2B2C, que se diferencia de otras entidades financieras que cuentan con productos y canales propios mientras de nuestro lado, nos apalancamos en la marca, canales y datos (open data) de los aliados, lo que nos permite conocer a profundidad los clientes para diseñar una oferta ajustada a sus necesidades, intereses y momentos de vida y tener una relación que vaya más allá de lo transaccional.

¿Cuál es la visión y los objetivos futuros de la tarjeta Tuya en términos de innovación, expansión y mejora continua para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes?

Buscamos seguir afianzando nuestra propuesta de valor con el retail para ser el mejor aliado financiero, para esto, es fundamental desarrollar un modelo de Open Data que nos permita tener un conocimiento profundo del cliente para conocer sus gustos y comportamientos, ofrecerle servicios, productos y soluciones adaptados a esto y así lograr una fidelización que también se representa en un crecimiento para el aliado. 



por **Eduardo della Maggiora**
Fundador y CEO de Betterfly

Un Futuro Saludable: El rol transformador de los Seguros en la era de la Inteligencia Artificial

El mundo se enfrenta a una crisis de salud y bienestar: las enfermedades crónicas son responsables del 74% de todas las muertes en el mundo, una cifra que ha aumentado de 61% en la última década. Sin embargo, un 80% de estas enfermedades, incluidas las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares y la diabetes de tipo 2, pueden prevenirse mediante cambios en el estilo de vida. Pequeños hábitos cotidianos, como caminar, meditar, dormir lo necesario, y comer una dieta balanceada, pueden reducir sustancialmente el riesgo de padecer enfermedades graves, lo que reafirma la necesidad de actuar tanto individual como colectivamente para fomentar estilos de vida más saludables.

Sin embargo, para saltar la brecha entre la teoría y la práctica en la adopción de estilos de vida saludables, es necesario un planteamiento distinto, dinámico e innovador. Las campañas de concientización pública son cruciales, pero deben ir acompañadas de incentivos tangibles que motiven a las personas a tomar y mantener hábitos saludables.

En este contexto, las compañías de seguros, en particular las de vida y salud, emergen como actores clave. Más allá de su rol tradicional, tienen un interés directo en el bienestar de sus asegurados; clientes más sanos viven más, pagan más primas y presentan menos siniestros. Beneficiando tanto el bienestar del individuo como la rentabilidad del asegurador.

En Estados Unidos, apenas un 3% de los 4 billones de dólares de gasto en salud se destinan a la prevención. Sin embargo, la mayoría de las enfermedades y muertes en el mundo se deben a estilos de

vida poco saludables. Es aquí donde las compañías de seguros tienen la oportunidad de redistribuir recursos, desde la protección o pago de siniestros, hacia la prevención para incentivar comportamientos más saludables, alineando sus intereses financieros con el bienestar de sus clientes.

Por ejemplo, si un cliente con una póliza de seguro de vida de cien mil dólares falleciera, la compañía tendría que desembolsar esta suma. Lógicamente, si pudiesen, las aseguradoras preferirían invertir una parte de este monto en mantener e incentivar la salud de este asegurado para aumentar su longevidad y prevenir enfermedades de alto riesgo.

Pero hasta hace poco, dichas compañías no disponían de los medios para identificar esas oportunidades ni de la plataforma para invertir en el bienestar de sus clientes. Tampoco existía la IA y su capacidad de análisis de gran cantidad de datos con capacidad de conducir a evaluaciones de bienestar personalizadas, prediciendo los riesgos de salud individuales con precisión. Hoy, hay más de 5 billones de dólares de reservas de capital en el balance del sector asegurador de Estados Unidos que están ahí principalmente porque el riesgo de los seguros de vida se ha calculado de manera incorrecta durante los últimos 30 años, por falta de datos reales y actualizados respecto al riesgo individual. Hoy las aseguradoras disponen de la tecnología necesaria para desbloquear esa enorme cantidad de dinero y utilizarla para fomentar la salud y el bienestar de sus asegurados, lo que mejora notablemente los resultados de esas compañías de

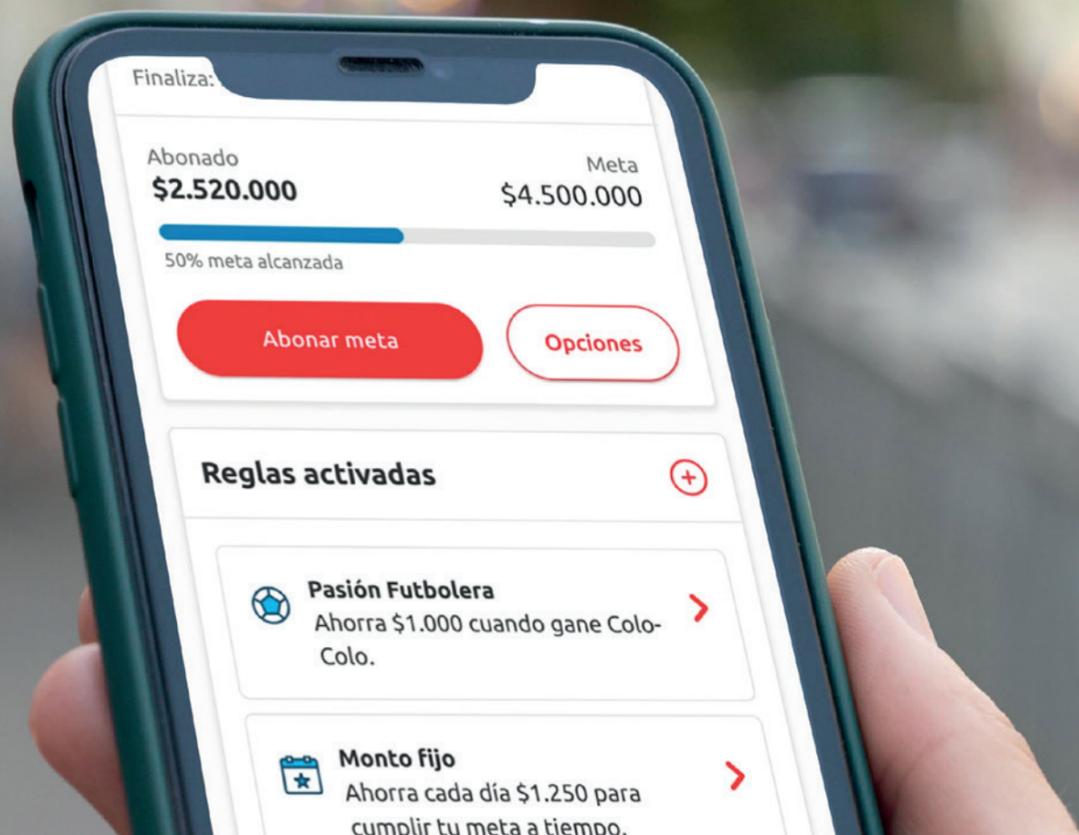
“ para saltar la brecha entre la teoría y la práctica en la adopción de estilos de vida saludables, es necesario un planteamiento distinto, dinámico e innovador. ”

seguros. En Betterfly, estamos construyendo esta plataforma. Durante los últimos cinco años, Betterfly se ha transformado en la plataforma de protección y beneficios más grande de Latinoamérica, trabajando con compañías de todo tamaño para fomentar la salud y bienestar de sus clientes y equipos. Durante este tiempo hemos estado construyendo una infraestructura que combina los mundos de los seguros y el bienestar con un motor de gamificación, con impacto social, que fomenta una vida saludable. Hoy nuevas tecnologías, particularmente IA, nos están permitiendo entregar soluciones que hasta hace poco eran impensadas. Llegando de una semana en Davos en el encuentro del Foro Económico Mundial, del que formo parte del centro para la nueva economía y sociedad junto con líderes de tecnológicas como OpenAI y Microsoft, pude compartir y discutir estos temas en profundidad. La Inteligencia Artificial ocupó la mayor parte de la agenda del Foro. A lo menos el 80% de los temas que se tocaron, desde a lo menos alguna perspectiva, ponen a la IA como un elemento que será crucial en lo que se viene para el mundo.

Para mi sorpresa, el área donde se ve mayor impacto de la IA es como desencadenar recursos para mejorar la calidad de vida de millones, a través de la prevención y la hiper-personalización de soluciones a medida. Mediante el uso de IA, hoy podemos identificar patrones de comportamiento y factores de riesgo específicos, lo que permite la creación de planes de salud y bienestar adaptados a las necesidades individuales. Esto no sólo permite diseñar y fomentar programas de cambios de hábitos a escala, sino

que también potenciar la prevención de enfermedades, contribuyendo a una mayor longevidad y calidad de vida de la población. Se discutió ampliamente sobre el futuro del trabajo y el papel esencial que juegan empleadores y organizaciones en fomentar una sociedad más saludable. A través de sus programas de beneficios, las empresas son clave en desarrollar equipos más saludables, influyendo en las decisiones de estilo de vida y la prevención de enfermedades crónicas. Este enfoque en la salud y el bienestar no sólo beneficia a los colaboradores, sino que también es un factor estratégico para aumentar el compromiso y la productividad en los equipos. Al igual que las compañías de seguros, esto repercute directamente en la rentabilidad y resultados de las empresas. En este contexto, las compañías de seguros y los empleadores desempeñan un rol crucial, convirtiéndose en aliados fundamentales en esta cruzada. Este enfoque no sólo tiene sentido desde el punto de vista económico, sino que también se ajusta a una visión más amplia de la responsabilidad social corporativa, en la que las empresas contribuyen de forma significativa al bienestar de las comunidades a las que sirven.

Para esto, la colaboración entre las aseguradoras, las empresas y otros socios estratégicos será clave para desbloquear un futuro en el que la salud y el bienestar no sean meras aspiraciones, sino realidades alcanzables para todos. Y si se ejecuta correctamente, este enfoque tiene el potencial de desencadenar la mayor cantidad de recursos dedicados al bienestar humano y la prosperidad que el mundo haya visto jamás. ▮



Coopeuch transforma el ahorro en Chile con “Ahorrando”: Una revolución digital para la inclusión financiera

En respuesta a la disminución de la tasa de ahorro en Chile, que se situó en un 41,3% durante el primer semestre de 2023, según el estudio “Panorama del Ahorro de Coopeuch”, la cooperativa financiera ha lanzado una innovadora herramienta digital denominada “Ahorrando”. Esta nueva funcionalidad, desarrollada en colaboración con la fintech chilena Getxerpa, tiene como objetivo revitalizar el ahorro y gestionar las finanzas personales de los socios de Coopeuch, marcando un hito en la búsqueda de la inclusión financiera en el país.

La disminución en la tasa de ahorro ha sido una preocupación persistente en Chile, y Coopeuch busca abordar este desafío con una solución digital única. Ahorrando se presenta como una herramienta integral, desarrollada para hacer del ahorro un hábito accesible y sostenible. La cooperativa ha buscado

aliarse con la fintech Getxerpa para ofrecer a sus socios una experiencia personalizada y centrada en sus necesidades financieras.

Mijael Feldman, CEO de Getxerpa, expresó su satisfacción con la alianza y destacó: “Esta herramienta comenzó con pruebas piloto con un grupo pequeño de socios y colaboradores, donde obtuvimos resultados muy positivos, demostrando que los socios de Coopeuch están interesados en tener más herramientas y acompañamiento para alcanzar sus objetivos financieros”.

Esta nueva funcionalidad no solo representa un esfuerzo por mejorar las tasas de ahorro, sino que también busca proporcionar a los socios de Coopeuch una herramienta que se integre de manera fluida con sus vidas cotidianas. Rodrigo

“Esta nueva funcionalidad, desarrollada en colaboración con la fintech chilena Getxerpa, tiene como objetivo revitalizar el ahorro y gestionar las finanzas personales de los socios de Coopeuch, marcando un hito en la búsqueda de la inclusión financiera en el país.”

Silva, gerente general de Coopeuch, destacó la importancia de la inclusión financiera y la promoción del ahorro: “En Coopeuch, siempre hemos generado inclusión financiera en Chile y promovido con fuerza la importancia del ahorro. Ahorrando refuerza ese propósito con elementos diferenciadores y asesoría para el desarrollo de nuestros socios, permitiéndoles alcanzar sus metas”.

Experiencia positiva en las pruebas piloto

Marcela Núñez, Gerente de división Productos y Marketing, compartió las experiencias positivas obtenidas durante las pruebas piloto de Ahorrando. Núñez mencionó: “Hemos tenido una buena recepción de los socios, con muy buenos resultados en el piloto que nos demostraron que existe un alto interés en ahorrar y que se ha relevado en esta primera etapa de lanzamiento donde ya estamos muy cercanos a lograr 1.000 socios y creciendo que son parte de este programa”.

Esta respuesta positiva subraya la necesidad percibida por los socios de Coopeuch de contar con herramientas efectivas que faciliten y fomenten el ahorro. El programa Ahorrando ha capturado la atención de los socios, y se espera que su adopción continúe creciendo a medida que más usuarios experimenten los beneficios de esta innovadora funcionalidad.

Diversas formas de ahorro para adaptarse a todos

Una de las características distintivas de Ahorrando es la variedad de opciones que ofrece a los usuarios para adaptarse a sus preferencias y hábitos de gasto. Marcela Núñez ofreció información detallada sobre las diferentes formas en que los usuarios de la aplicación Coopeuch pueden aprovechar

esta funcionalidad: “Existen distintas formas mediante las cuales los socios pueden aprovechar las funcionalidades de Ahorrando. Hoy en día tenemos habilitadas: Redondeo, Pasión Futbolera, Placer Culpable, Monto Fijo y Desafío 52 semanas”.

La opción de redondeo permite a los socios ahorrar el excedente de sus compras, estableciendo automáticamente una cantidad para ahorrar. La funcionalidad “Pasión Futbolera” vincula el ahorro a eventos deportivos, como la victoria o el gol de su equipo favorito. “Placer Culpable” ofrece la posibilidad de ahorrar al darse un gusto y realizar pagos con la cuenta vista Coopeuch en el tipo de comercio que el usuario defina. La opción “Monto Fijo” permite a los usuarios elegir cuánto quieren ahorrar y con qué frecuencia, mientras que el “Desafío 52 semanas” propone un ahorro progresivo semana tras semana.

Impacto en la inclusión financiera en Chile

La implementación de Ahorrando se percibe como un paso significativo hacia la mejora de la inclusión financiera en Chile. Marcela Núñez señaló: “Para Coopeuch generar inclusión y salud financiera es muy importante. La inclusión la estamos empujando a través de medios de pago como la cuenta vista Coopeuch y la cuenta de prepago Dale, también con créditos de consumo e hipotecarios y distintos tipos de seguros”.

La salud financiera es un aspecto crucial, y Coopeuch también ha desarrollado la iniciativa “Salud Financiera” en colaboración con Getxerpa. Esta herramienta, parte de la plataforma web CoopeuchEduca, asesora y acompaña a los socios con Cuenta Vista Coopeuch a través de recomendaciones y análisis impulsados por machine learning. Permite a los usuarios definir presupuestos, controlar gastos y fomentar el ahorro. 📊



por **Franco Zurita**

Founder y CCO de Monnet Payments

Desafíos y oportunidades para el ecosistema local y regional a partir de la regulación en la industria Fintech

En la última década, la revolución digital ha remodelado la faz de nuestras vidas, afectando de manera significativa al sector financiero. En este contexto, las empresas fintech han surgido como actores cruciales en la transformación del panorama financiero, ofreciendo soluciones innovadoras que abarcan desde pagos móviles hasta préstamos peer-to-peer y criptomonedas. Sin embargo, este vertiginoso crecimiento ha planteado desafíos regulatorios, siendo evidente en América Latina la necesidad de un marco legal robusto. Desde nuestra experiencia como participantes en la industria, con presencia en los principales países de la región, como es el caso de Chile, exploraremos los desafíos y oportunidades que surgen de la regulación fintech, centrándonos en la Ley Fintech chilena como un ejemplo relevante. El crecimiento acelerado del sector fintech ha alertado a los gobiernos sobre la importancia de estos actores, propiciando la creación de instrumentos regulatorios. En este contexto surge la Ley Fintech chilena, un marco regulatorio integral que aborda dos cuestiones cruciales: el Open Finance y la regulación de players y activos del sector financiero local. Este marco busca fortalecer la solidez y confiabilidad de los actores fintech al reconocerlos oficialmente, proporcionando así una mayor seguridad a

los inversores. Las ventajas de esta ley son notables, fortaleciendo el ecosistema fintech nacional, generando confianza y transparencia, y regulando a los actores mediante organismos estatales. Esta legislación promueve la implementación de nuevas tecnologías e innovación en el sector, mejorando las condiciones de financiamiento para los consumidores y fomentando la competencia en la industria. Además, proporciona certezas jurídicas, buscando democratizar el acceso a servicios financieros más personalizados y menos costosos. En este sentido, consideramos que la Ley Fintech representa un avance significativo en términos de regulación y transparencia, siendo una señal positiva para el sector en Latinoamérica. Esto debería catalizar el crecimiento de la industria fintech en Chile al proporcionar una mayor claridad en las normas y regulaciones del sector. Asimismo, se espera que Chile se consolide como un líder de innovación fintech en América Latina, atrayendo más inversionistas y sirviendo de ejemplo para otros países de la región que buscan fortalecer su industria digital. No obstante, como participantes del sistema, creemos que

“ las empresas fintech han surgido como actores cruciales en la transformación del panorama financiero, ofreciendo soluciones innovadoras que abarcan desde pagos móviles hasta préstamos peer-to-peer y criptomonedas. ”

aún queda camino por recorrer, requiriendo esfuerzos conjuntos del sector privado y el gobierno para avanzar hacia una realidad más sólida. Los gobiernos nacionales deben trabajar en regulaciones que permitan el crecimiento del mercado fintech en un entorno donde prevalezca la seguridad, la transparencia y la protección de datos, además de ampliar derechos y fomentar la inclusión financiera. Todo esto generaría un impacto altamente positivo en la región, considerando los avances tecnológicos y la demanda de flexibilidad y actualización por parte de la sociedad. Desde Monnet Payments, destacamos la gestión de pagos y dispersiones como una de las áreas más transformadoras de la fintech, revolucionando la distribución de fondos de manera eficiente. Buscamos impulsar la inclusión financiera mediante canales que permitan a todos los usuarios realizar pagos en línea o recibir pagos. Sin embargo, para que estas iniciativas tengan un impacto regional significativo, es esencial integrar los marcos regulatorios en Latinoamérica, teniendo en cuenta las particularidades de cada mercado. Aunque Chile ha avanzado en la regulación fintech, aún existen desafíos en toda América Latina, con cada país teniendo su propio enfoque y marco regulatorio, lo que puede dificultar la expansión regional de las empresas fintech.

La velocidad del cambio tecnológico y la innovación constante demandan regulaciones flexibles y adaptables. Aunque la regulación adecuada puede abrir nuevas oportunidades de inversión y crecimiento en el sector fintech, la falta de armonización regional puede ser un obstáculo. La colaboración y la adopción de mejores prácticas son esenciales para garantizar un ecosistema fintech vibrante y sostenible en toda América Latina. En conclusión, el camino hacia un ecosistema fintech regulado en América Latina es un desafío complejo pero necesario. La Ley Fintech de Chile ofrece un modelo interesante, enfocándose en la protección del consumidor y la supervisión efectiva. Sin embargo, cada país debe adaptar sus regulaciones a su contexto específico, manteniéndose al día con la evolución tecnológica. El futuro de las fintech en Latinoamérica dependerá de la capacidad de los gobiernos y reguladores para equilibrar la innovación y la seguridad, proporcionando un entorno propicio para el crecimiento de estas empresas y protegiendo al mismo tiempo los intereses de los consumidores. La colaboración regional y la adopción de mejores prácticas son claves para garantizar un ecosistema fintech robusto y sostenible en toda América Latina. ▮



Implementación del Sistema de Finanzas Abiertas en Chile: Avances y perspectivas

En un hito trascendental para la modernización del sector financiero chileno, el país se embarca en la implementación del Sistema de Finanzas Abiertas, alineado con la Ley Fintech, marcando un significativo avance en la transformación digital y la inclusión financiera. Anunciado por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), el inicio de la implementación está previsto para el segundo semestre de este año, coincidiendo

con la publicación de la Norma de Carácter General (NCG) que abordará los fundamentos de esta iniciativa. La estimación sugiere que este proceso se extenderá a lo largo de 3 a 4 años, permitiendo así una evaluación detallada de su impacto real en términos de innovación, competencia e inclusión financiera. El director ejecutivo de Fintechile, Ángel Sierra, destaca la importancia de esta iniciativa al señalar cómo la

“La estimación sugiere que este proceso se extenderá a lo largo de 3 a 4 años, permitiendo así una evaluación detallada de su impacto real en términos de innovación, competencia e inclusión financiera.”

implementación del Sistema de Finanzas Abiertas, en conformidad con la Ley Fintech, abrirá nuevas puertas para el acceso a servicios financieros, especialmente para aquellos segmentos de la población que históricamente han sido excluidos. “La apertura de datos y la interoperabilidad resultante permitirán que un número considerable de personas acceda a servicios financieros, fomentando la inclusión y reduciendo las barreras que han limitado el acceso en el pasado”, subrayó Sierra.

La implementación de esta normativa marca un avance crucial hacia un sistema financiero más inclusivo y accesible, alineado con las demandas de una sociedad cada vez más digitalizada. La transparencia y la accesibilidad de los servicios financieros son esenciales para el crecimiento económico y la equidad, y el Sistema de Finanzas Abiertas se posiciona como un catalizador para lograr estos objetivos en el contexto de la transformación digital.

En el año 2022, se estableció un acuerdo marco para la lectura de datos en colaboración con la Asociación de Bancos (ABIF), evidenciando el compromiso proactivo del sector financiero chileno con la transparencia y la seguridad en el manejo de datos. Este acuerdo establece una clara señal sobre la importancia atribuida a la protección de la información financiera y sienta las bases para prácticas sólidas en el manejo de datos en el ámbito financiero. La NCG que se publicará en el segundo semestre del presente año proporcionará un estándar definitivo alineado con las mejores prácticas a nivel global, lo que garantizará transacciones financieras más seguras y transparentes.

Ángel Sierra subraya que el principal beneficio derivado de

la implementación del Sistema de Finanzas Abiertas será el fomento de la competencia. “Esto no solo impulsará la innovación en el sector fintech, sino que también contribuirá a una mayor inclusión financiera, generando un entorno financiero más dinámico y eficiente para el país”, afirma. La competencia resultante de la apertura de datos y la interoperabilidad no solo estimulará la creatividad y la mejora de los servicios financieros existentes, sino que también promoverá la aparición de nuevas soluciones y modelos de negocios, beneficiando a los consumidores y la economía en general.

La implementación del Sistema de Finanzas Abiertas se erige como un paso crucial hacia la transformación digital y la mejora de la eficiencia en el sector financiero chileno. Este sistema allana el camino hacia un futuro más inclusivo y competitivo, fortaleciendo la posición de Chile como un líder en innovación financiera en la región. La colaboración entre las instituciones financieras, reguladores y actores del sector fintech es esencial para garantizar una implementación exitosa y maximizar los beneficios para todos los participantes del ecosistema financiero.

La implementación del Sistema de Finanzas Abiertas en Chile representa un hito significativo en el camino hacia un sector financiero más transparente, inclusivo y dinámico. A medida que este proceso se desarrolla en los próximos años, se espera que impulse la innovación, promueva la competencia y mejore la accesibilidad a los servicios financieros para un amplio espectro de la población, consolidando la posición de Chile como un referente en la adopción de prácticas financieras avanzadas y sostenibles. 📈

RedPay

Somos la red de pagos QR interoperable.



Une las billeteras digitales y las plataformas de pago de los comercios.



Pagos instantáneos, recibe tus fondos en tiempo real.



Realiza transacciones con diferentes activos financieros.



Múltiples experiencias de pago; Pago QR, Pago con Alias, Pago en Transporte público, entre otros.



Mayor seguridad, pagos autenticados.



Fácil integración y menor comisión.

Conoce más en nuestras redes



redpay.cl



/RedPay_cl



@redpay_cl



por Flávio Moitinho

Director de Negocios de Liferay en Latinoamérica

Tres tendencias para portales de clientes en 2024

Mientras las compañías financieras evalúan cuidadosamente ventajas y desventajas de su experiencia actual de servicio al cliente, muchas han percibido que invertir en la satisfacción del cliente debe convertirse en una máxima prioridad.

Según un informe reciente de Gartner, "muchos clientes de servicios financieros encuentran difíciles de usar los canales digitales y no logran completar sus interacciones financieras o se sienten atraídos por un competidor con una mejor experiencia digital".

Los portales de clientes son el hub central donde los clientes pueden acceder a sus servicios, resolver dudas, aprender acerca de nuevos productos financieros, interactuar con sus gerentes de cuentas y mucho más. En Liferay, desde nuestra experiencia ofreciendo soluciones digitales para empresas de servicios financieros de todo el mundo, pudimos identificar tres tendencias para portales de clientes en 2024:

Capacitar a los clientes para que logren más por sí mismos con el autoservicio

Ofrecer a los clientes un auto-servicio intuitivo para las tareas cotidianas es una de las prioridades para 2024 ya que permite a las empresas ofrecer servicios más avanzados para diferenciarse de la competencia. Canales de atención digitales y presenciales deben ser conectados para brindar a los clientes con más conveniencia. Por ejemplo, cuando un cliente completa un formulario "Contáctenos", se puede sugerir contenido y herramientas de autoservicio existentes que podrían resolver su problema. Si el cliente todavía necesita comunicarse con un representante en vivo, los datos capturados en el formulario se pueden reenviar al centro de llamadas para gestionar la solicitud sin necesidad de que los clientes vuelvan a explicar su problema.

Apoyar a los clientes a tomar mejores decisiones financieras con contenido educativo.

Los portales de clientes son una herramienta poderosa para incentivar a los clientes a acceder a nuevos productos financieros de manera más

simple y rápida. Para ello, dos factores son fundamentales: búsqueda y personalización de contenido.

Las búsquedas hechas por el cliente en el portal pueden mostrar sus tendencias de consumo. De esta forma, facilitar la búsqueda por dudas e información de productos es un paso importante para educar en las ventajas ofrecidas por la empresa.

Adicionalmente, los resultados de búsqueda deben ser personalizados según una variedad de criterios, como los servicios adquiridos, el perfil del cliente y su localización. Mostrar al cliente productos y servicios adecuados a sus necesidades amplía las oportunidades de cross-sell y up-sell.

Conectar los canales de atención digitales y presenciales para experiencias híbridas.

Después de años priorizando el contexto digital, 2024 es el año de invertir en las experiencias híbridas. El reto es orquestar la experiencia del cliente, en todos los canales digitales y presenciales, de manera que el portal de cliente sirva como una única capa de experiencia unificada. Para eso, también es necesario dar a los colaboradores herramientas para visualizar el viaje del cliente por completo. Los sistemas de atención deben ser integrados para generar una visión única de cada cliente: sus preferencias, sus puntos de contactos previos, sus visitas a las tiendas físicas y su historial de productos o servicios utilizados. Así, no importa si el contacto es presencial o virtual, al cliente se le brindará una atención completa y fluida.

Cuando se diseñan correctamente, los portales de clientes pueden aumentar las ventas, permitir estrategias de servicio proactivas y vincular perfectamente los canales físicos y digitales, mejorando las tasas de retención de clientes. Esta será una prioridad para las empresas en búsqueda de éxito en 2024. 



Tu Cambio: Ambiciosa expansión y revolución en pagos transfronterizos

por *Piscilla Cardozo*

Este 2024, Tu Cambio tiene sus ojos puestos en un crecimiento significativo, con planes audaces de expandir sus operaciones a 20 rutas de envío, incluyendo la entrada al mercado peruano. Con el objetivo de alcanzar 15 mil clientes, la empresa ha iniciado un robusto desarrollo en su plataforma, introduciendo opciones de pago locales como transferencias bancarias y tarjetas de débito/crédito del Perú. Además, la automatización de procesos locales está en marcha para brindar una experiencia de usuario más eficiente.

En una entrevista exclusiva con la cofundadora Carla Leal, se revelaron detalles cruciales sobre la integración de inteligencia artificial (IA) en los servicios de pagos transfronterizos de Tu Cambio. Leal destacó cómo la IA ha acelerado los tiempos de procesamiento de pagos internacionales, ofreciendo ayuda instantánea a las familias usuarias y garantizando tiempos de

envío inferiores a 60 minutos hacia todos los destinos.

En el ámbito de la tecnología, Tu Cambio destaca por la integración de inteligencia artificial en sus servicios de pagos transfronterizos. Esto no solo ha acelerado los tiempos de procesamiento de pagos internacionales, sino que también ha permitido una asistencia más rápida a las familias usuarias. Con tiempos de envío garantizados en menos de 60 minutos a todos los destinos, la incertidumbre sobre la llegada del dinero se disipa, marcando un avance significativo en el competitivo sector de remesas.

¿Cuáles son las principales metas de Tu Cambio al expandirse este año?

Este 2024 nos hemos propuesto ampliar a 20 rutas de envío para llegar a más familias expandiendo nuestra solución hacia

Perú y alcanzar 15 mil clientes este año, para ello hemos comenzado a trabajar en el desarrollo de la plataforma implementando opciones de pago como transferencias bancarias, tarjetas de débito/crédito del Perú y automatización de procesos locales.

Buscamos ampliar el modelo B2B hacia empresas interesadas en facilitar a sus colaboradores enviar remesas a sus países de origen. He iniciar el desarrollo de una infraestructura piloto para ser proveedores de servicios de pago de empresas Fintech que les permita conectarse a nuestra tecnología.

¿Cómo la integración de inteligencia artificial ha mejorado la experiencia del usuario en sus servicios de pagos transfronterizos?

La integración de inteligencia artificial (IA) en nuestros servicios de pagos transfronterizos ha aportado significativas mejoras a la experiencia del usuario, acelerando los tiempos de procesamientos de pagos internacionales, disponibilizando la ayuda cuando las familias lo necesitan, garantizando a los usuarios tiempos de envío menores a 60 minutos hacia todos nuestros destinos, eliminando para ellos la incertidumbre de cuándo llegará el dinero, siendo la mayor preocupante en el sector de remesas.

Otro punto de relevancia para los usuarios de Tu Cambio es que gracias a la automatización mediante IA usando machine learning nuestro algoritmo de aprendizaje automático analiza datos de más de 80 exchanges y patrones de más de 4.000



Carla Leal,
Cofundadora de Tu Cambio

criptomonedas optimizando las rutas de pago y reduciendo los costos asociados con las conversiones de divisas y comisiones por servicio. Traslado mejores tasas de intercambio al mercado.

En términos de criptomonedas, ¿cómo gestionan las variaciones en los valores para garantizar transacciones seguras y estables?

La gestión de variaciones en los valores de criptomonedas es un desafío clave para garantizar transacciones seguras y estables en este espacio. Algunas medidas que implementamos incluyen un 85% de las operaciones son con stablecoins "monedas estables" que están vinculadas a activos tradicionales como el dólar estadounidense, lo que la ayuda a mantener un valor más constante. Nuestro algoritmo puede detectar patrones de mercado y ejecutar transacciones automáticamente para minimizar el impacto de las variaciones de precios.

La gestión efectiva de estos riesgos es nuestra clave para garantizar la seguridad y estabilidad en el espacio de las criptomonedas.

Sabiendo que la seguridad es clave, ¿cuáles son las principales medidas implementadas para proteger la información financiera de los usuarios?

La seguridad de la información financiera de los usuarios es de relevancia en Tu CAMBIO desde el inicio nos hemos

“ Con el objetivo de alcanzar 15 mil clientes, la empresa ha iniciado un robusto desarrollo en su plataformas ”



preocupado por la implementación de protocolos de encriptación y medidas para la protección de los datos sensibles de los usuarios haciendo segura la comunicación entre el usuario y nuestra plataforma.

Nos preocupamos de operar con procesadores de pago con tarjetas de crédito y débito nacionales que cumplan con las normativas de tratamiento de datos personales y sensibles tanto en Chile como en Perú, como Transbank.

Buscamos así en 2024 iniciar los procesos de certificación en estándares de seguridad de datos como la certificación ISO 27001.

En términos de competencia, ¿cómo Tu Cambio se diferencia de otras plataformas de pagos transfronterizos y criptomonedas?

Cuando hablamos de las plataformas alternativas a Tu Cambio el usuario puede encontrarse con barreras como cierres de puertas digitales quedando sus transferencias para los días hábiles siguientes, sin operaciones los fines de semana y tiempos de envío que van de 1 a 5 días hábiles.

Por eso creamos Tu Cambio, para romper las barreras digitales, donde el usuario cuenta con un sistema automatizado que opera 24/7 incluyendo fines de semana, llegando el dinero en menos de 60 minutos directo a las cuentas bancarias del destinatario hacia todos nuestros destinos.

Gracias al desarrollo de nuestro algoritmo con machine learning que Analiza, Aprende y Predice no solo una ruta de intercambio sino explorando más de 300 mil rutas de envío a través de la compra/venta de criptomonedas, por que depende de cual es la criptomoneda, el exchange y e momento del mercado, para disponibilizar el dinero en el momento oportuno.

¿Han establecido alianzas estratégicas para facilitar la expansión internacional y cómo contribuyen estas asociaciones a sus objetivos?

En 2024 buscamos impactar a más de 75mil familias para ello buscamos generar alianzas con organizaciones que apoyan a migrantes que tengan un impacto positivo en la sociedad y con empresas locales tanto en Chile como Perú que cuenten con colaboradores globales que buscan enviar dinero a sus familias en su país de origen.

Nos encontramos en búsqueda de espacios que permitan relacionarnos y ser un aporte dentro del ecosistema fintech tanto local como internacional, recientemente obtuvimos la participación en el Laboratorio CAF de Inclusión Financiera del Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe lo que nos

permitirá acelerar nuestra solución por la región con el apoyo de la aceleradora suiza Seedstars.

También trabajamos junto a entidades reguladoras como la Unidad de Análisis Financiero (UAF) en Chile y próximamente con la Unidad de Información Financiera (UIF) en Perú para el apoyo y cumplimiento de los estándares normativos en procedimientos KYC (conoce a tu cliente) y AML (Contra el lavado de dinero).

¿Podría proporcionar más detalles sobre la experiencia de Tu Cambio al recibir el premio de innovación fintech en el Digital Bank Santiago? ¿Cómo creen que este reconocimiento impactará positivamente en su posicionamiento y desarrollo dentro del sector fintech?

El reconocimiento de Digital Bank Santiago en innovación fintech nos ha permitido posicionar nuestra solución tanto en el mercado en Chile como internacional, accediendo a oportunidades de colaboración dentro de los principales referentes de la banca, atrayendo medios de comunicación y apoyos institucionales, facilitando la expansión y exposición internacional interactuando con agentes de cambio del sector financiero de la región.

Forjando un Futuro Innovador en las Finanzas Globales

En el cierre de esta inmersión en la narrativa evolutiva de Tu Cambio, se perfilan horizontes auspiciosos y revelaciones estratégicas que consolidan su posición como un actor destacado en el escenario financiero transfronterizo. Las metas ambiciosas de expansión, respaldadas por tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, sugieren un capítulo nuevo y emocionante para la plataforma. La entrevista exclusiva con la cofundadora Carla Leal proporciona un acceso sin precedentes a los bastidores de la innovación que impulsa a Tu Cambio.

En un sector donde la competencia es feroz, Tu Cambio no solo ha trascendido las barreras digitales, sino que ha erigido un puente hacia la eficiencia, la seguridad y la inclusión financiera. Las alianzas estratégicas forjadas con organizaciones clave y el reconocimiento en el ámbito fintech posicionan a Tu Cambio como un faro de excelencia y un catalizador de cambios en el panorama global de pagos transfronterizos.

Con un futuro que se vislumbra prometedor, Tu Cambio emerge como un referente, marcando una huella indeleble en la convergencia de la tecnología y las finanzas. El viaje de Tu Cambio no solo ha comenzado; ha dejado una impresión duradera en la historia de la innovación financiera. 🚀



Transbank: pagos con billeteras digitales NFC crecieron sobre 1.000% en Chile durante el 2023

Asimismo, los pagos a través de billeteras con tecnología QR crecieron un 130% respecto al año anterior, impulsados por la masificación de las compras online.

por Priscilla Cardozo



Paola Ledezma,
Gerente de la División de Productos e Innovación de Transbank

El año 2023 marcó un punto de inflexión en el ecosistema de pagos de Chile, con un crecimiento exponencial en la adopción de billeteras digitales para realizar transacciones. Liderando este cambio se encuentra Transbank, el principal adquirente del país, cuyas cifras revelan un espectacular aumento del 1,000% en el uso de billeteras digitales con tecnología NFC (Near Field Communication) en establecimientos afiliados.

Este fenómeno no se limita únicamente al ámbito presencial, ya que los pagos electrónicos a través de billeteras con tecnología QR también experimentaron un aumento notable del 130% en comparación con el año anterior. Este incremento está impulsado en gran medida por el auge del comercio electrónico, que ha transformado la forma en que los consumidores chilenos realizan sus compras.

Paola Ledezma, Gerente de la División de Productos e Innovación de Transbank, destacó la importancia de este crecimiento sin precedentes: **“El 2023 ha sido un año crucial para el desarrollo de los pagos digitales en Chile. Este crecimiento posiciona a nuestro país como un referente regional en materia de innovación financiera y nos acerca al escenario global, donde la adopción de billeteras móviles está en constante aumento”.**

Este aumento significativo en el uso de billeteras digitales no solo se refleja en las transacciones presenciales, sino también en el comercio electrónico. Durante el año pasado, Transbank observó un aumento del 55% en las transacciones realizadas mediante billeteras digitales en el ámbito del comercio electrónico. Además, los montos promedio de las compras en línea utilizando códigos QR triplicaron aquellos realizados de manera presencial con tecnología NFC.

Varios factores contribuyeron a este récord histórico en los pagos digitales en Chile. Uno de los más destacados fue el lanzamiento

en agosto del popular servicio Apple Pay de Apple Inc. Este servicio revolucionario no solo brindó a los usuarios una forma conveniente y segura de realizar pagos, sino que también sirvió como un catalizador para la adopción masiva de billeteras digitales en el país. El aumento constante del comercio electrónico también desempeñó un papel fundamental en el crecimiento de los pagos digitales. Con la creciente comodidad y seguridad de realizar compras en línea, los consumidores chilenos han optado cada vez más por utilizar billeteras digitales para realizar sus transacciones, tanto en establecimientos físicos como en plataformas de comercio electrónico.

Además, la creciente familiaridad de las nuevas generaciones de consumidores con la tecnología y los pagos móviles ha contribuido significativamente al aumento en la adopción de billeteras digitales. Los smartphones se han convertido en una herramienta indispensable en la vida cotidiana, y la capacidad de realizar pagos sin contacto a través de ellos ha impulsado aún más su popularidad.

Ledezma enfatizó el compromiso de Transbank con la innovación y la expansión de las opciones de pago digital en Chile: **“Estamos comprometidos en brindar a nuestros clientes las herramientas y tecnologías más avanzadas para facilitar sus transacciones. Actualmente, aceptamos 13 soluciones a través de nuestra red, lo que garantiza que todos los chilenos tengan acceso a las nuevas formas de pago y compra en línea que están marcando tendencia a nivel mundial”.**

El año 2023 fue testigo de un crecimiento sin precedentes en el uso de billeteras digitales en Chile, impulsado por la conveniencia, seguridad y facilidad de uso que ofrecen estas tecnologías. Con Transbank a la vanguardia de este cambio, el país se encuentra en una posición sólida para liderar la revolución digital en el ámbito de los pagos y el comercio electrónico en la región. 📈



El Bitcoin recupera los 60.000 dólares y podría acercarse a su máximo histórico



El Bitcoin logró escalar por sobre los 60.000 dólares el pasado 27 de febrero, pavimentando así la senda de valoración más alta de su historia.

El mundo de las criptomonedas está en plena efervescencia con el Bitcoin, cuyo rally lo tiene encumbrado por sobre la barrera psicológica de los 60.000 dólares. Esta hazaña marca el nivel más alto desde finales de 2021, consolidando aún más su posición como la criptomoneda líder en el mercado.

Desde el inicio del año 2024, el Bitcoin ha experimentado un impresionante ascenso del 46.5%, pasando de los 43,252 a los 63,404 dólares. Este notable crecimiento ha sido impulsado por una serie de factores clave que están redefiniendo el panorama de las finanzas digitales.

Uno de los principales impulsores de este repunte ha sido la aprobación por parte de la Comisión de Valores y Bolsa de EE.UU. (SEC) para la creación de fondos cotizados (ETF) vinculados al precio del Bitcoin. Esta decisión ha generado un nuevo nivel de confianza en el mercado, atrayendo la atención de grandes instituciones financieras como BlackRock, Fidelity y Grayscale, que han buscado capitalizar en este nuevo panorama.

La presión de recompra de Bitcoins por parte de inversores institucionales también ha sido un factor crucial en este rally alcista. Abel Peña, director de ventas de Bit2Me, ha señalado que esta demanda institucional está teniendo un impacto tangible en el mercado, impulsando aún más el precio del Bitcoin.

Además, la presión de recompra de Bitcoins por parte de inversores institucionales ha sido un factor crucial en este repunte alcista. Según Julio Moreno, jefe de investigación de

CryptoQuant, **“los precios encontraron un fondo a medida que la presión de venta se agotó una vez que las ganancias no realizadas a corto plazo de los titulares se volvieron cero”**. Moreno destacó que más “ballenas” están comprando BTC este año, con un total de tenencias que alcanza su punto más alto desde noviembre de 2022, con 3,9 millones en BTC. La reducción en las ventas de Bitcoins por parte de gigantes como Grayscale también ha contribuido a aliviar la presión a la baja sobre los precios, creando un ambiente más propicio para el crecimiento sostenido de la criptomoneda.

El próximo halving de Bitcoin, programado para ocurrir en aproximadamente dos meses, también ha generado expectación en el mercado. Durante este evento, la recompensa para los mineros de Bitcoin se reducirá a la mitad, lo que históricamente ha resultado en un aumento en el valor del Bitcoin. Este factor añade un elemento adicional de anticipación y expectación en el mercado, alimentando aún más el fervor en torno a la criptomoneda.

Es importante destacar que el Bitcoin no es solo una moneda digital, sino también un activo de inversión cada vez más importante en el panorama financiero global. Su creciente aceptación y adopción por parte de inversores institucionales y grandes empresas reflejan su potencial como un refugio de valor y una cobertura contra la inflación.

Bitcoin ha capturado la atención de inversores y entusiastas de las criptomonedas en todo el mundo al superar la barrera de los 60.000 dólares. Este hito histórico refleja el crecimiento explosivo y el potencial del Bitcoin como un activo de inversión cada vez más importante en el panorama financiero global. 📈



Redbanc aborda los desafíos de la Ley Fintech en Chile: Enfoque en la seguridad, accesibilidad y colaboración

En una entrevista exclusiva para Digital Trends, Redbanc revela cómo ha enfrentado los retos regulatorios, garantizado la seguridad de las transacciones financieras y promovido la inclusión, mientras lidera la transformación digital en el sector.

por Priscilla Cardozo



Nicolás Giordano,
Gerente comercial Redbanc

En medio del cambiante panorama regulatorio y tecnológico, Redbanc se ha erigido como un faro de innovación y adaptabilidad en el sector financiero chileno. Con la entrada en vigor de la Ley Fintech, la empresa se ha enfrentado a una serie de desafíos que han puesto a prueba su capacidad para mantener la seguridad, promover la inclusión financiera y fomentar la colaboración entre diversas entidades del ecosistema.

En esta entrevista exclusiva a Nicolás Giordano, gerente comercial Redbanc, se explora en detalle cómo la organización ha abordado estas cuestiones, desde la implementación de rigurosos protocolos criptográficos hasta el desarrollo de soluciones tecnológicas punteras como RedPay y RedGiro QR. Además, se examina el papel crucial que desempeña la empresa en la creación de un entorno de confianza digital, fundamental para el intercambio seguro de datos y servicios en la industria financiera.

¿Cuáles son las principales implicaciones que la Ley Fintech ha tenido para Redbanc y cómo ha abordado la empresa los desafíos que esta normativa presenta en el sector financiero?

Basándonos en la experiencia y aprendizajes internacionales, en Redbanc creemos que para implementar con éxito la Ley Fintech es necesario establecer un Marco de Confianza efectivo, lo cual se encuentra en completa sintonía con el propósito de la compañía, que es facilitar la evolución de la industria financiera. A través de

nuestras capacidades tecnológicas, aspiramos a desempeñar un rol protagónico en esa implementación, administrando una plataforma que centralice aquellos elementos fundamentales que permitirán el intercambio seguro de datos y servicios entre todos los miembros del ecosistema, levantar solicitudes, resolver dudas, monitorear cumplimientos, bajo estándares de confianza digital y operativa.

En el contexto de la Ley Fintech, ¿Cómo Redbanc ha trabajado para garantizar la seguridad de las transacciones financieras y la protección de la información de los usuarios?

La seguridad es un pilar estratégico de la empresa, por lo que estamos constantemente invirtiendo, capacitándonos y atentos a las tendencias. Para garantizar la seguridad de transacciones financieras y la protección de la información de los usuarios en el contexto de la Ley Fintech, Redbanc dispone de un flujo transaccional de protocolos criptográficos seguros para las comunicaciones. En esta línea, utilizamos herramientas de cifrado para la protección de datos sensibles y confidenciales, siempre en línea con la certificación PCI DSS, a la cual Redbanc está suscrita. Esta propuesta busca cumplir con los estándares más altos de seguridad establecidos y anticiparse a los desafíos futuros en el ámbito de la ciberseguridad.

“ Dentro de nuestro ADN está trabajar por la interoperabilidad de los diferentes actores del ecosistema financiero, concepto clave si hablamos de inclusión. ”



En relación con la transformación digital, ¿cuáles han sido los mayores éxitos y desafíos que Redbanc ha experimentado al adoptar nuevas tecnologías en su operación?

Un desafío clave es mejorar el time to market para poder satisfacer de manera eficiente las demandas cambiantes de los clientes. Esto requiere de una infraestructura flexible que nos permita innovar rápida y eficazmente, optimizando el uso de la información, reduciendo costos y adaptándonos a las fluctuaciones de la actividad comercial, alcanzando así el máximo potencial del negocio financiero. Para lograrlo, ha sido fundamental la alianza que sellamos con Google Cloud, logrando una migración rápida y segura de los data center a la Nube, manteniendo la continuidad y seguridad operacional que nos caracteriza. A través del acuerdo, buscamos también robustecer el proceso de transformación integral de Redbanc, para convertirnos en un facilitador en el mundo Fintech y seguir potenciando la evolución de la Industria Financiera.

¿Cómo ha impactado la transformación digital en la experiencia del cliente en Redbanc? ¿Se han implementado nuevas iniciativas para mejorar la accesibilidad y la usabilidad de los servicios financieros?

La transformación y evolución digital ha desafiado a todas las industrias a innovar y a la mejora continua, en especial a la financiera. En Redbanc estamos comprometidos con el desarrollo de nuevas iniciativas que respondan a las necesidades actuales de nuestros clientes, a través de soluciones que se anticipen a los desafíos y oportunidades del futuro. Además de RedPay y RedGiro QR, estamos trabajando en AliasPay, una solución que simplifica las transferencias al asociar los datos de la cuenta a un alias único. Una propuesta centrada en la experiencia del cliente que facilita y simplifica el intercambio de dinero entre usuarios, eliminando la necesidad de compartir información detallada en cada transacción. Vemos una oportunidad significativa en integrar tecnologías como el código QR y soluciones de transferencia simplificadas, lo que representa un avance hacia una mayor accesibilidad y usabilidad en el sector financiero.

La Ley Fintech fomenta la inclusión financiera. ¿Cómo ha contribuido Redbanc a la inclusión de sectores de la población que tradicionalmente han tenido un acceso limitado a servicios financieros?

Dentro de nuestro ADN está trabajar por la interoperabilidad de los diferentes actores del ecosistema financiero, concepto clave si hablamos de inclusión. Un ejemplo es RedGiro QR, una solución

tecnológica que permite a las personas girar dinero de los cajeros automáticos sin tarjetas, solo utilizando el celular y escaneando un código QR. Esta innovación la hemos implementado con diferentes instituciones bancarias y Fintech. En este sentido y como también buscamos democratizar y facilitar el acceso al dinero efectivo, estamos trabajando en conjunto con otra Red de ATMs para que RedGiro QR esté operativo para todos sus clientes durante el segundo semestre de este año. Por otra parte, a través de RedPay también contribuimos a la inclusión de sectores de la población que cuentan con acceso limitado a servicios financieros, donde la integración de todos los actores del sistema es clave para mejorar la experiencia de compra y crear nuevas oportunidades de negocio. RedPay forma parte integral de la visión estratégica de Redbanc con la que además buscamos robustecer nuestra posición y ofrecer nuevos estándares para el ecosistema de pagos digitales. Nuestro desafío es llegar a 5 millones de pagadores y 200 mil comercios para el 2024. Finalmente pensando en la Ley Fintech, hemos definido nuestra contribución a través de la implementación del Marco de Confianza, le daremos tranquilidad y confianza digital a todos los actores del ecosistema a través de una plataforma probada a nivel mundial. Esto permitiría, por ejemplo, cualquier Fintech y sus usuarios, compartir información con la Banca de manera segura

y coordinada, y saber que la institución es quien dice ser y que comparte las políticas y protocolos de seguridad necesarios.

La colaboración entre entidades financieras es esencial para promover la interoperabilidad. ¿Cómo ha colaborado Redbanc con otras instituciones para facilitar la integración de servicios y mejorar la eficiencia en el sector?

Facilitar la colaboración entre diferentes entidades del ecosistema – banca, Fintech, adquirentes y comercios digitales entre otros-, es esencial para promover la interoperabilidad y el intercambio de información de manera segura y eficiente. En este sentido desarrollamos RedPay, que integra a todos los actores del ecosistema de pagos digitales y que va en línea con los hábitos y tendencias del usuario moderno. Una característica importante es que los pagos se realizan en tiempo real, es una transacción con acreditación inmediata y que le permite a los comercios recibir los abonos en el momento. Además, permite cobros en formato no presencial y recurrentes sin fricción para el usuario. Lo que buscamos es construir un ecosistema de pago digital para todo, más eficiente, pensando en el cliente y considerando a todos los actores de la industria financiera. ⁴



Scotiabank lidera la revolución financiera con su innovador programa de lealtad y gamificación

por Priscilla Cardozo

Desde su relanzamiento en 2023, el programa de Scotiabank ha transformado el panorama financiero con su enfoque centrado en premiar la lealtad y el comportamiento financiero de los clientes a través de la gamificación.

Con una estrategia basada en la gamificación, los clientes realizan diversas misiones para obtener Puntos de Nivel, desbloqueando así una serie de beneficios cada vez más atractivos. Además, el programa se distingue por su capacidad para personalizar los beneficios gracias a un algoritmo recomendador desarrollado por el banco. Con más de 600.000 clientes habilitados y una amplia gama de descuentos y beneficios exclusivos, Scotiabank continúa marcando la pauta en la innovación financiera y la promoción de la educación financiera entre sus clientes.

Según palabras del SVP de Banca Retail, Daniel Puerta: **“Hemos realizado conversaciones exhaustivas para asegurar la participación de los mejores partners y marcas destacadas del mercado. Por otro lado, nuestro equipo de analytics ha desarrollado un algoritmo recomendador de beneficios, que analiza la historia de transacciones de los clientes, así como variables demográficas, para ofrecerles beneficios personalizados que se ajusten a sus necesidades y preferencias”**.

Una de las características destacadas del programa es su capacidad para predecir las compras futuras en base a la historia de transacciones de cada cliente: **“Parte del algoritmo incluye la predicción de compras en otros rubros, lo que nos permite anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles beneficios relevantes”**, señala Puerta.

Desde su lanzamiento, Beneficios Scotia ha alcanzado cifras significativas: más de 620.000 clientes habilitados, con un 50% de ellos ingresando al menos una vez en los últimos 30 días. Además, más de 23.000 clientes han participado en alguna misión, y más de 10.000 son jugadores activos mensuales.

El programa ofrece más de 120 descuentos activos, con más de 40 beneficios exclusivos en Misiones que varían en su porcentaje de descuento según el nivel del cliente. Algunos de los descuentos más valorados incluyen beneficios adicionales en marcas como Copec, Nike y Prüne, así como la oportunidad de participar en concursos y sorteos exclusivos. Scotiabank ofrece un programa inclusivo que permite a los clientes sin tarjeta de crédito acceder a sus beneficios, en función de su comportamiento y acciones realizadas en el programa. **“Una de las ventajas es que los clientes que no tienen tarjeta de crédito también pueden acceder a este programa, dependiendo de su comportamiento y de las acciones que vayan haciendo también pueden acceder a mayores beneficios”**, afirma Daniel Puerta.

Otra de las herramientas que Scotiabank ha impulsado para ampliar su gama de beneficios es +Sueldo, un programa que premia quienes tengan el pago de sus remuneraciones asociado a su cuenta en el banco, otorgándoles mayores descuentos, hasta 18 cuotas sin interés, tasas preferenciales en créditos de consumo y el doble de acumulación en PesosScotia. **h**

Cómo la IA Generativa está Transformando el Panorama Financiero

En un mundo en constante evolución, donde la personalización del servicio al cliente, la gestión eficiente de carteras y la detección de fraudes son fundamentales, la Inteligencia Artificial (IA) Generativa emerge como un catalizador de transformación en el sector financiero. Según los datos de Gartner, las inversiones de las firmas de capital de riesgo en soluciones de IA Generativa han superado los \$1.7 mil millones de dólares en los últimos tres años. Es evidente que la IA Generativa no solo está convirtiendo sueños en realidades cotidianas, sino que también está redefiniendo el panorama financiero.

¿Qué es la IA Generativa?

La IA Generativa, un subconjunto de la inteligencia artificial, se centra en permitir a las máquinas generar contenido, datos o respuestas conversacionales, creativas y contextualmente relevantes.

La IA Generativa en las Finanzas

En el dinámico mundo financiero, donde la precisión es esencial, la IA Generativa se erige como la vanguardia de esta transformación. Según las proyecciones de MarketResearch.biz, se estima que el mercado global de IA Generativa en servicios financieros alcanzará los USD 9,475.2 millones para el año 2032. Su influencia se extiende a diversas operaciones financieras, desde el trading algorítmico hasta la evaluación de riesgos y el servicio al cliente.

Calificación Crediticia y Evaluación de Riesgos

Los puntajes de crédito y las evaluaciones de riesgo son pilares en la industria financiera, determinando decisiones de préstamos e inversiones. Con capacidades de procesamiento de lenguaje natural, la IA Generativa puede analizar datos no estructurados para evaluar la solvencia de un individuo, mejorando la precisión y reduciendo sesgos en las decisiones financieras.

Estrategias Inteligentes de Inversión y Trading

La IA Generativa utiliza aprendizaje automático y análisis de datos para procesar grandes volúmenes de información financiera, facilitando decisiones de inversión informadas y estrategias de trading eficientes.

El Auge de los Algoritmos Inteligentes

La IA Generativa potencia el trading algorítmico, adaptándose a condiciones de mercado en tiempo real y mejorando la eficiencia y precisión de las transacciones financieras.

La Era de los Robo-Advisors

Los robo-advisors, impulsados por IA Generativa, ofrecen servicios de gestión de carteras personalizados y libres de sesgos, brindando recomendaciones de inversión sin intervención humana.

Servicio al Cliente y Chatbots

Los asistentes impulsados por IA Generativa ofrecen soporte al cliente personalizado y eficiente, utilizando comprensión del lenguaje natural y procesamiento de datos avanzado.

El Futuro de las Finanzas

El uso de IA Generativa permite a las organizaciones financieras mantenerse competitivas, ofreciendo un soporte de primer nivel a empleados y clientes mientras cumplen con las regulaciones. Según Forrester, se espera que la IA Generativa experimente un crecimiento anual del 36% hasta 2030.

Según Forrester, la IA Generativa tendrá una tasa de crecimiento anual promedio del 36% hasta 2030. ¿Está interesado en escalar su organización con IA Generativa? Utilice un asistente virtual bancario prediseñado y aprenda cómo potenciar su negocio en solo 30 días con Kore.ai visitando <https://kore.ai/bankassist/>.



Apoyamos a las Empresas a poner la IA en Acción!

Desde asistentes virtuales conversacionales hasta casos de usos con IA generativa, Kore.ai te brinda la plataforma, las herramientas de bajo código y las soluciones para implementar la IA correctamente en tu empresa.

¡Contáctanos ahora para obtener mas información!

brasil@kore.com

<https://kore.ai/contact-us/>

SmartForce revoluciona la Banca Digital con automatización de procesos y chatbots de Automation Anywhere y Kore.ai

La colaboración estratégica entre SmartForce, Automation Anywhere y Kore.ai promete impulsar la eficiencia y la satisfacción del cliente en la industria bancaria digital con soluciones innovadoras.

En la era digital actual, la eficiencia y la rapidez son esenciales para el éxito en la industria bancaria. La automatización de procesos robóticos (RPA) se ha vuelto fundamental para optimizar las operaciones y mejorar la experiencia del cliente. Dos de las principales empresas en esta revolución, Automation Anywhere y Kore.ai, están transformando el mercado de la banca digital con soluciones innovadoras. SmartForce, con su enfoque en la investigación profunda y el desarrollo tecnológico, se une a esta transformación para llevar la eficiencia y la excelencia en el servicio al siguiente nivel.

Automation Anywhere: La Revolución RPA

Automation Anywhere es conocida por su enfoque innovador en la automatización de procesos. Su plataforma RPA ofrece una amplia gama de capacidades, desde la automatización básica de tareas repetitivas hasta la automatización de procesos complejos que involucran múltiples sistemas y aplicaciones. En el sector de la banca digital, Automation Anywhere ha demostrado ser una herramienta invaluable para agilizar procesos como la verificación de identidad, el procesamiento de préstamos y la gestión de cuentas. Al automatizar estas tareas, las instituciones financieras

pueden mejorar la precisión, reducir los costos operativos y aumentar la satisfacción del cliente.

Kore.ai: La Revolución de la Inteligencia Conversacional

Kore.ai es pionera en la integración de la inteligencia artificial (IA) y la automatización en la banca digital a través de su plataforma de mensajería y chatbot. Su enfoque centrado en el cliente permite a los bancos ofrecer experiencias personalizadas y basadas en la conversación a sus clientes, mejorando así la interacción y la satisfacción. Los chatbots de Kore.ai pueden realizar una amplia variedad de tareas, como consultar saldos, realizar transferencias y proporcionar asistencia en tiempo real. Esto libera a los empleados de tareas repetitivas y les permite centrarse en actividades de mayor valor, como el asesoramiento financiero personalizado. La Sinergia de SmartForce con Automation Anywhere y Kore.ai En este panorama de innovación tecnológica, SmartForce se destaca por tener a los mejores desarrolladores que investigan a fondo los procesos y buscan la mejor manera de optimizarlos. La colaboración de SmartForce con Automation Anywhere y Kore.ai promete revolucionar aún más el mercado de la banca digital. La combinación de la potente plataforma RPA de Automation Anywhere con la inteligencia conversacional de Kore.ai permite a SmartForce ofrecer soluciones integrales que impulsan la eficiencia, la productividad y la satisfacción del cliente en la banca digital. 📈

Traslada las interacciones críticas desde sucursales hacia los canales digitales con **kore.ai**



WWW.SMART-FORCE.COM

CONOCE MÁS:





Simetrik asegura US \$55 millones liderada por Goldman Sachs para impulsar su expansión global bajo el liderazgo de sus cofundadores

por Priscilla Cardozo

Alejandro Casas y Santiago Gómez, CEO y COO de Simetrik respectivamente, revelan los planes tras el éxito de la ronda de financiamiento y cómo esto potenciará su presencia en el sector financiero a nivel mundial.

En una entrevista exclusiva con eBanking News, los Cofundadores de Simetrik, Alejandro Casas y Santiago Gómez, desvelan los planes tras asegurar una impresionante suma de US \$55 millones liderada por Goldman Sachs. Desde el fortalecimiento de su expansión global hasta la integración de tecnologías de vanguardia, los líderes de Simetrik detallan cómo esta inyección de capital impulsará el futuro de la compañía en el competitivo mundo del sector financiero.

¿Cuáles son los principales objetivos de Simetrik al recaudar US \$55 millones en la ronda de serie B liderada por Goldman Sachs?

Respuesta sugerida: Nuestro principal objetivo es potenciar nuestra expansión global. Este financiamiento marca un momento importante para Simetrik, ya que fortalece nuestra posición en un sector financiero que está en constante cambio y nos permite expandir nuestro alcance a nivel mundial. Además, los fondos recaudados nos permiten mejorar nuestros SBBs mediante la incorporación de una Inteligencia Artificial más avanzada y segura para ofrecer mejores soluciones de automatización financiera.

Principalmente, los recursos obtenidos se utilizarán para expandir nuestras operaciones, invertir en investigación y desarrollo, así como para fortalecer la presencia de nuestra compañía en mercados clave.

Goldman Sachs, una de las bancas de inversión más importantes del mundo, es un aliado estratégico con una enorme experiencia y un alto nivel de conocimiento de la industria financiera. Además cuentan con una red global que nos ayudará a catapultar nuestro proceso de expansión para poder incursionar en nuevos mercados de manera exitosa. Vemos esta inversión como una apuesta por Simetrik, porque ven que tenemos proyección global y estamos implementando una expansión agresiva a todo el mundo, siendo un software que puede ser usado por cualquier empresa en el mundo.

¿Cómo planea Simetrik utilizar los fondos recabados para expandir su alcance internacional?

En primer lugar, la idea es fortalecer nuestra tecnología para así robustecer el servicio que ofrecemos a nuestros clientes. En ese punto, nuestra atención se centra en la integración de la Inteligencia Artificial en nuestras soluciones. Esta inversión nos permitirá apuntar a empresas que operen en varios países simultáneamente, con el foco de llegar al ecosistema de pagos y consumo.

En ese sentido, en paralelo también estamos ampliando nuestros canales de distribución al establecer asociaciones y alianzas es-

tratégicas con importantes empresas de consultoría, para así llegar a nuevas audiencias y grupos de interés.

¿Qué tipo de soluciones financieras ofrece Simetrik y cómo se diferencian de otras plataformas similares?

Respuesta sugerida: En Simetrik creamos soluciones para simplificar y automatizar tareas financieras como la centralización de registros, la conciliación, el control, los informes y la contabilidad. Nuestros productos se basan en los Simetrik Building Blocks (SBB), un concepto escalable, adaptable e intuitivo respaldado por el desarrollo sin código y las tecnologías de inteligencia artificial generativa. Actualmente, los equipos se enfrentan a nuevos retos por la creciente oferta de productos fintech, nuevas modalidades de pago, entre otros. Los equipos deben aprender a entender cómo reporta cada uno de estos nuevos productos, qué riesgos hay, cómo mitigar, controlar y contabilizar, para luego construir un proceso escalable.

Lo que está pasando es que las empresas con las que trabajamos se integran con muchos productos en diferentes partes del mundo, las combinaciones son infinitas y trae nuevos retos. Nuestra herramienta es la indicada para enfrentarlos por su diseño modular. Nuestro enfoque de bloques de construcción (SBBs) permite adaptarse a las necesidades de hoy y las del futuro, creando una oportunidad muy grande para posicionarnos y redefinir el stack de software de los CFO y los equipos de finanzas y operaciones. Por otro lado, también trabajamos con empresas que enfrentan retos regulatorios y de cumplimiento, por lo que la auditabilidad que ofrecemos es un punto importante.

Hemos logrado un alto nivel de recurrencia de los clientes que adoptan nuestra solución tecnológica, y nuestro modelo de negocio hoy en día tiene una estructura financiera sólida y robusta. Estas características son las que nos colocan en una posición muy positiva frente a los mercados de capital de riesgo y los inversionistas de la talla de Goldman Sachs, que buscan mitigar riesgos y mantener tasas de crecimiento y expansión aceleradas; son nuestros diferenciales frente a muchas otras empresas, que nos convierten en un socio de interés para la estrategia de una compañía como Goldman Sachs.

¿Qué mercados específicos tiene como objetivo Simetrik al expandirse internacionalmente?

Apuntamos a importantes empresas de pagos y mercados de consumo en todo el mundo. Observamos que es un rubro que ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos años, por ejemplo con la expansión de las plataformas de pagos y las billeteras digitales. Creemos que es un área que seguirá expandiéndose y donde vemos oportunidades de seguir brindando soluciones que transformen y modernicen las gestiones financieras. Al mismo tiempo,

“ Nuestra visión es apalancar esas nuevas tecnologías y ponerlas a disposición de las empresas, creando una solución verdaderamente robusta y efectiva para los desafíos de las áreas financieras ”

ya somos muy fuertes en Latinoamérica y además de robustecer las operaciones regionales, también queremos seguir consolidando y fortaleciendo nuestra presencia en South East Asia, India, Europa, donde ya tenemos clientes.

¿Cuál es la estrategia de Simetrik para captar la atención y la confianza de importantes empresas de pagos y mercados de consumo en todo el mundo?

Hoy en día, vivimos en un contexto donde las empresas se enfrentan a una alta complejidad operativa, un alto volumen transaccional, y un alto nivel de variabilidad en los datos que deben procesar en su operación diaria. Esto implica que deben ser capaces de gestionar y analizar un vasto conjunto de información, de manera rápida y eficiente, y con la mínima susceptibilidad a errores, para llegar a resultados precisos y confiables que puedan ser una guía en la toma de decisiones estratégicas y de negocio. Bajo esta dinámica de mercado, las empresas necesitan una solución integral que les permita simplificar estos niveles de complejidad, al mismo tiempo que reducen riesgos y garantizan el cumplimiento normativo, y esto es precisamente lo que hemos logrado con Simetrik. Nuestra visión es apalancar esas nuevas tecnologías y ponerlas a disposición de las empresas, creando una solución verdaderamente robusta y efectiva para los desafíos de las áreas financieras, que facilite la automatización de los procesos, el control operativo y contable, y que asegure una mayor precisión y fiabilidad de los datos.

Al mismo tiempo, empoderamos a los equipos de finanzas y contabilidad y FP & A. Los hacemos independientes de los equipos de TI, liberamos de tareas manuales y se enfocan ahora en lo que realmente importa, esto ha sido muy importante porque nos adap-

tamos fácilmente a sus necesidades y les permitimos escalar con la solución no-code que no requiere conocimientos en programación y código.

¿Cómo ha sido la trayectoria de Simetrik hasta la fecha, y qué logros o hitos destacados ha alcanzado desde su fundación?

Nacimos en 2019 y desde ese año venimos contribuyendo a la automatización y optimización de las operaciones financieras de empresas con presencia en diferentes mercados y pertenecientes a diferentes industrias. En 2022 levantamos capital de serie A y desde ese levantamiento hemos crecido 4 veces.

Con el paso de los años hemos consolidado una base de clientes muy sólida, integrada por empresas de amplia trayectoria y con una presencia muy importante en el mercado, que incluye a compañías como PayU, MercadoLibre, Rappi, PagSeguro, Falabella, Oxxo, Itaú y Nubank, y asociaciones con firmas líderes como Deloitte.

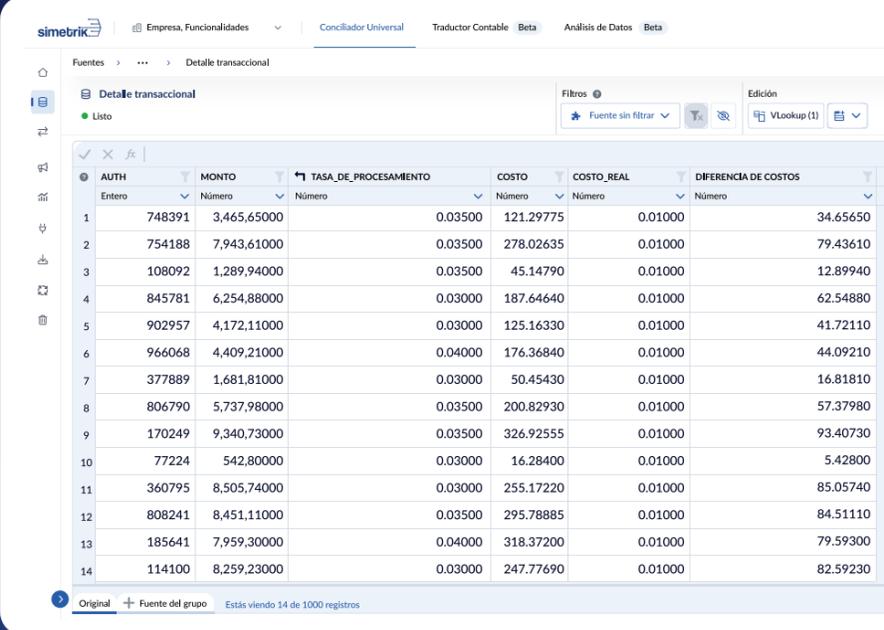
Hoy en día nuestra presencia global se extiende a más de 35 países, donde nuestra herramienta procesa más de 200 millones de registros diarios.

¿Qué planes tiene Simetrik ahora para Chile y la región?

Con este levantamiento de capital, uno de los objetivos pasa por expandir el alcance internacional, explorando distintos mercados. En el caso de Chile, esta inversión se convierte en un trampolín para aumentar nuestra llegada a un mercado que vemos como una oportunidad importante para seguir creciendo y brindando una solución integral para los retos del sector financiero en la región. Ya tenemos clientes como PedidosYa, Prex y dLocal, que han podido aprovechar nuestras soluciones. 



Trabajamos para transformar el stack de los CFO a nivel mundial

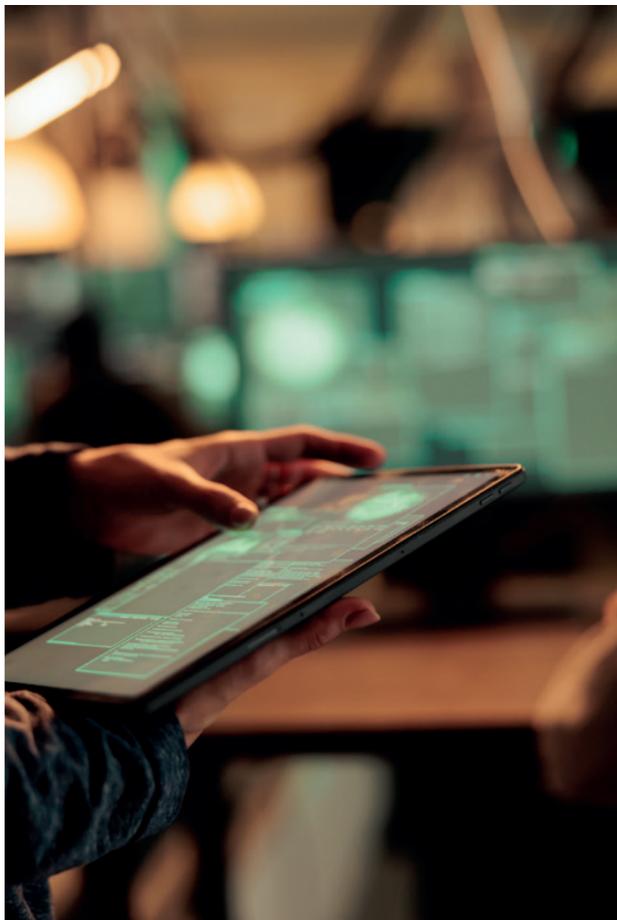
AUTH	MONTO	TASA_DE_PROCESAMIENTO	COSTO	COSTO_REAL	DIFERENCIA DE COSTOS	
Entero	Número	Número	Número	Número	Número	
1	748391	3,465,65000	0.03500	121.29775	0.01000	34.65650
2	754188	7,943,61000	0.03500	278.02635	0.01000	79.43610
3	108092	1,289,94000	0.03500	45.14790	0.01000	12.89940
4	845781	6,254,88000	0.03000	187.64640	0.01000	62.54880
5	902957	4,172,11000	0.03000	125.16330	0.01000	41.72110
6	966068	4,409,21000	0.04000	176.36840	0.01000	44.09210
7	377889	1,681,81000	0.03000	50.45430	0.01000	16.81810
8	806790	5,737,98000	0.03500	200.82930	0.01000	57.37980
9	170249	9,340,73000	0.03500	326.92555	0.01000	93.40730
10	77224	542,80000	0.03000	16.28400	0.01000	5.42800
11	360795	8,505,74000	0.03000	255.17220	0.01000	85.05740
12	808241	8,451,11000	0.03500	295.78885	0.01000	84.51110
13	185641	7,959,30000	0.04000	318.37200	0.01000	79.59300
14	114100	8,259,23000	0.03000	247.77690	0.01000	82.59230

En Simetrik desarrollamos soluciones intuitivas para simplificar y automatizar tareas financieras clave como la centralización de registros, conciliaciones, controles, reportes y contabilidad. Nuestros productos se basan en los Simetrik Building Blocks (SBBs), un concepto escalable, adaptable e intuitivo sustentado en desarrollo sin código y tecnologías de inteligencia artificial generativa.

¡Estamos construyendo el futuro!



Conoce más en www.simetrik.com



Chile es el tercer país más atacado por ciberdelincuentes en América Latina, con los sectores de retail, finanzas y seguros como los más afectados.

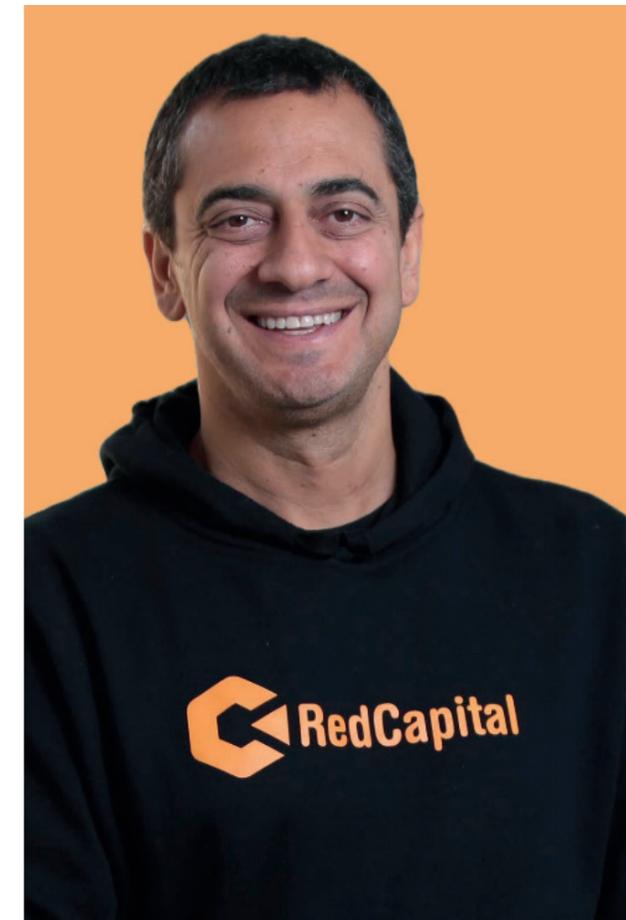
En 2023, los métodos de acceso más utilizados fueron la explotación de aplicaciones públicas y el phishing. Se observó un incremento en los ataques de ransomware, aunque a nivel global hubo una disminución del 12%. El robo de identidad es una crisis emergente, con un aumento del malware diseñado para este fin. Se destaca la necesidad de medidas de seguridad más robustas, incluyendo la implementación de parches, autenticación multi-factor y pruebas de resistencia frecuentes. A pesar de los avances en inteligencia artificial, aún no se ha alcanzado un retorno de inversión en los ataques a la IA Generativa. La vulnerabilidad de las empresas a nivel mundial también es preocupante, con un alto porcentaje de clientes que tienen vulnerabilidades sin abordar en sus entornos. El informe se basa en el monitoreo de más de 150 mil millones de eventos de seguridad diarios en más de 130 países, incluyendo América Latina.

Fuente: Forbes Chile

Según proyecciones 2024: sector Fintech es el más atractivo para los venture capital

En 2024, el sector fintech sigue siendo un punto focal para los inversores de capital de riesgo, y en este escenario, RedCapital se distingue al facilitar más de USD \$355 millones de financiamiento a pymes en Chile, Perú y Colombia mediante su enfoque fintech y la aplicación de inteligencia artificial para la evaluación de riesgos. El CEO, Gustavo Ananía, vislumbra un futuro prometedor gracias a nuevos acuerdos regionales y alianzas estratégicas con bancos en América Latina, lo que augura un mayor apoyo financiero y oportunidades para las empresas en la región. Además del éxito en el financiamiento, la innovación tecnológica ha sido clave para RedCapital, como evidencia su exitoso lanzamiento del motor de riesgo basado en inteligencia artificial. Esta herramienta ha sido esencial para evaluar la salud financiera de las empresas y detectar posibles irregularidades, consolidando así su reputación y éxito en el mercado. Con una visión de expansión y liderazgo, RedCapital está bien posicionada para seguir marcando pauta en el sector fintech y continuar ofreciendo soluciones financieras de vanguardia a las pymes en América Latina.

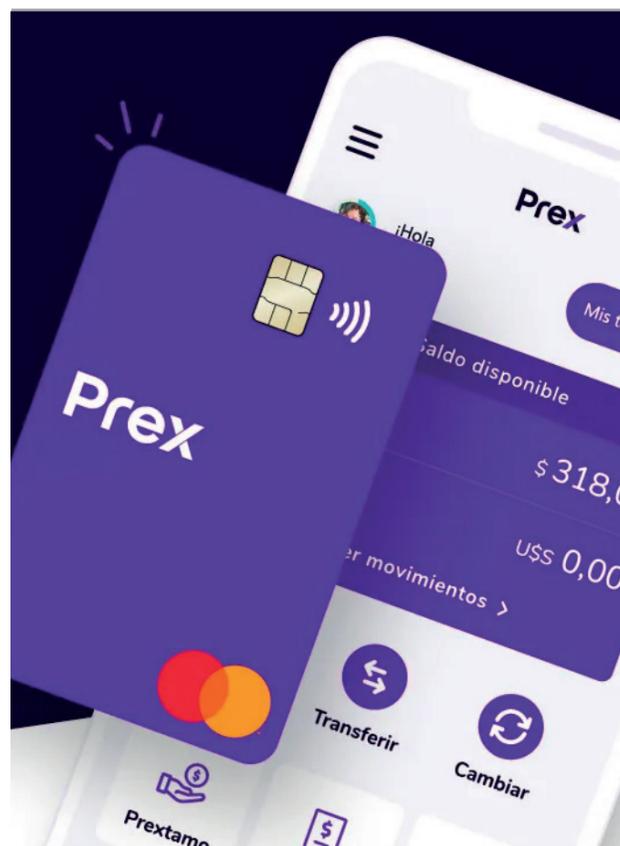
Fuente: Ebanking News



Prex, la fintech uruguaya que lanzará en 2024 su tarjeta de prepago en Chile

La fintech uruguaya Prex está a punto de lanzar su tarjeta de prepago en Chile durante el primer semestre de 2024. Con más de 2 millones de usuarios en la región, Prex busca ofrecer una alternativa innovadora y accesible a los servicios financieros tradicionales. Su propuesta se centra en la inclusión financiera y la democratización del acceso a productos financieros mediante una tarjeta de prepago física y digital. Ignacio Nina, Growth Manager Chile de Prex, reveló que están llevando a cabo una investigación exhaustiva a través de una lista de espera en su sitio web para comprender mejor las necesidades y expectativas del mercado chileno. La empresa tiene grandes expectativas para su operación en Chile, respaldada por su experiencia previa en países como Argentina y Perú. Su servicio incluirá una tarjeta prepago Mastercard sin costos de mantenimiento, utilizables en tiendas físicas y online tanto en Chile como en el extranjero. Este lanzamiento se produce en un mercado liderado por empresas como Mercado Pago y Tenpo, donde también participan otros emisores no bancarios.

Fuente: Chócale



Tres beneficios que la inteligencia artificial brinda a las insurtech

El sector asegurador está experimentando una transformación gracias a la aplicación de tecnologías de inteligencia artificial (IA). La protección integrada desempeña un papel fundamental al re-imaginar el ecosistema de los seguros a través de la innovación digital. Esta integración permite a las empresas desbloquear nuevas fuentes de ingresos y acceder a segmentos de consumidores previamente inexplorados. José Vega, Director de Seguros en Latam de Cover Genius, destaca la importancia de comprender el papel de los seguros integrados en la creación de redes de distribución efectivas, expandiéndose hacia diferentes líneas de negocio. Tres beneficios clave de la inteligencia artificial para las insurtech incluyen la combinación óptima de precio y producto en tiempo real, la superación de obstáculos como las restricciones geográficas y la oferta de soluciones a medida que se adaptan a las necesidades individuales de los clientes. Esta transformación digital está revolucionando el sector asegurador, proporcionando soluciones más eficientes y personalizadas para el mercado en constante cambio.

Fuente: Ebanking News



DIGITAL BANK LATAM

SEMINARIOS CHILE 2024



Digital Bank
LATAM



Digital Bank
LATAM



Descubre cómo la tecnología está transformando **la industria** y cómo **nuevos actores** están liderando el cambio

- Seminario Inteligencia Artificial - 22 de marzo
- Seminario Open Banking - 26 de abril
- Seminario Ecosistema de Pagos - 24 de mayo
- Seminario Ley Fintech - Segundo semestre