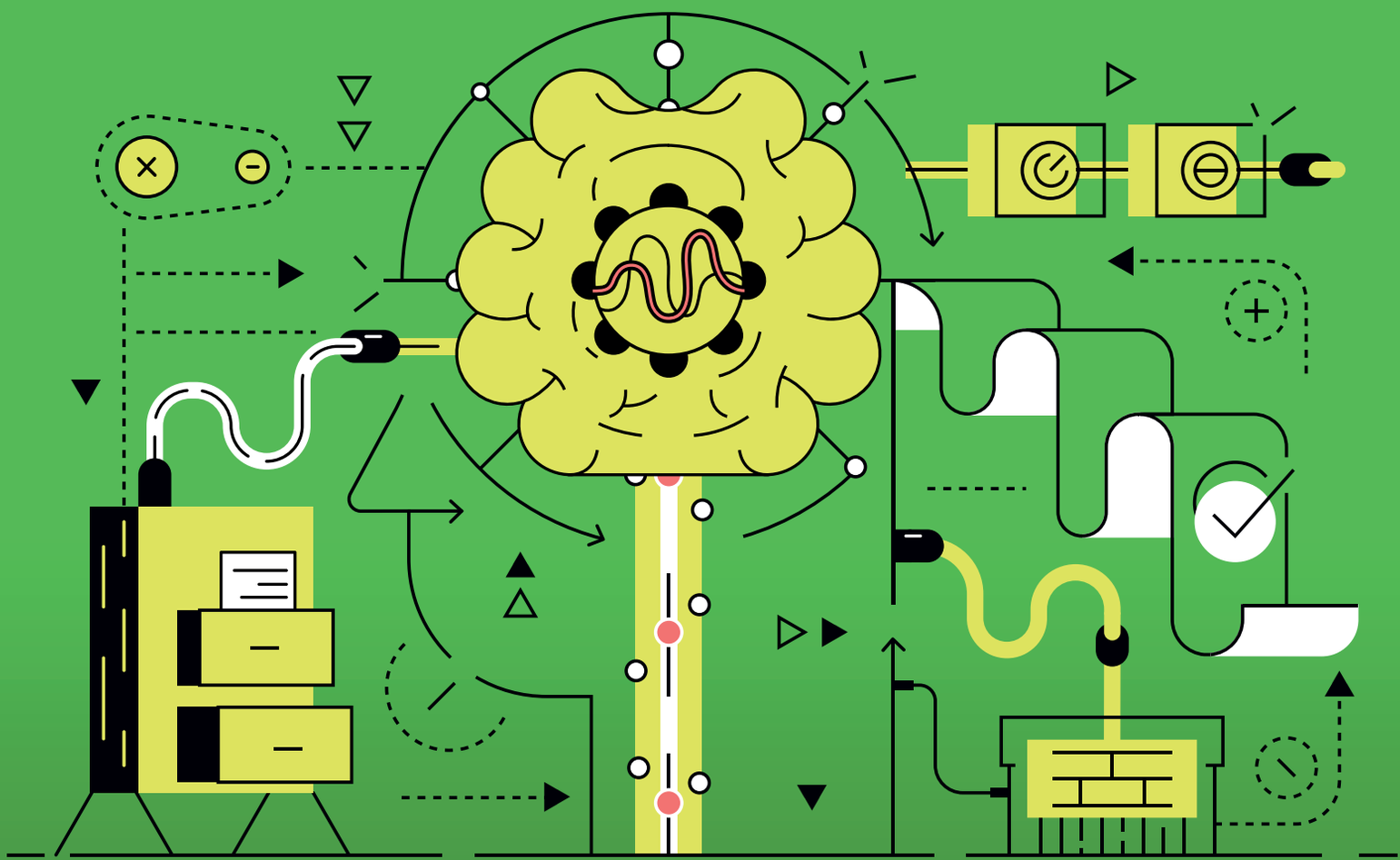
Digital Trends
by Digital Bank LATAM

Nº 16 · Agosto 2024



Revolucionando la industria financiera: Innovación y tecnología al frente

BCP revoluciona la atención al cliente con la implementación de Inteligencia Artificial

Rompiendo silos: integrar la IA en la industria financiera de América Latina

Editorial

por Patricio Silva Lewin
Director General de Digital Bank Latam

La era de la transformación digital en el sector financiero

Vivimos en una era donde la innovación y la transformación digital están redefiniendo la forma en que operan las instituciones financieras y las empresas en América Latina y el mundo. La banca, en particular, se encuentra en una encrucijada emocionante donde la agilidad y la estabilidad deben coexistir para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece la era digital.

La transformación digital en la banca ha sido impulsada por la necesidad de mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Según un informe de McKinsey, las instituciones financieras que han adoptado plenamente la digitalización pueden ver una reducción de hasta el 30% en sus costos operativos y un aumento del 20% en la satisfacción del cliente. Estos cambios no solo son necesarios para mantener la competitividad, sino también para cumplir con las expectativas crecientes de los consumidores modernos.

Uno de los factores clave para el éxito en esta nueva era es la experiencia del cliente. Convertir la experiencia del cliente en su mayor ventaja competitiva es esencial. Las empresas que logran proporcionar una experiencia personalizada y fluida no solo retienen a sus clientes, sino que también atraen a nuevos. Según Gartner, el 89% de las empresas compiten principalmente basándose en la experiencia del cliente, y aquellas que sobresalen en este aspecto ven un crecimiento de ingresos 1.6 veces mayor que sus competidores.

América Latina está experimentando una transformación económica y financiera notable a través de la adopción de sistemas de pagos inmediatos. Este avance no solo facilita las transacciones rápidas y seguras, sino que también impulsa la inclusión financiera. En países como Brasil, el sistema de pagos instantáneos PIX ha revolucionado el mercado, registrando más de 1,000 millones de transacciones en su primer año de operación.

En este contexto de cambio, XM Broker se destaca por su innovación en la educación financiera y el Copy Trading, acercando estas herramientas a un público más amplio. La educación financiera es vital para que los individuos puedan tomar decisiones informadas y aprovechar las oportunidades del mercado, y el Copy Trading democratiza el acceso a estrategias de inversión exitosas.

La inteligencia artificial (IA) en 2024 promete seguir transformando el mercado laboral y digital. La integración de la IA en la industria financiera de América Latina está rompiendo silos y permitiendo una mayor eficiencia y precisión en áreas como la detección de fraudes y el análisis de riesgos. Se espera que para 2025, el 50% de las grandes empresas latinoamericanas utilicen IA en sus operaciones, según IDC.

La inversión en desarrollo profesional en tecnología es otra clave para el éxito empresarial. Las empresas que invierten en la formación y actualización de sus empleados no solo mejoran su competitividad, sino que también fortalecen su capacidad de innovación. Un estudio de PwC revela que el 77% de los CEOs considera que la falta de habilidades digitales es una de las mayores barreras para el crecimiento.

En esta edición, exploramos cómo la computación cuántica está revolucionando el análisis de fraude y riesgo de crédito a través de una entrevista exclusiva con Javier Mancilla, CEO de Falcondale. También profundizamos en la evolución de la identificación física con IDcloud y en la transformación digital de la banca colombiana con Carolina Villalba de SONDA. Además, presentamos la solución de transferencias interbancarias inmediatas para los emprendedores colombianos, una herramienta crucial para fomentar el crecimiento y la agilidad empresarial.

La transformación digital no es una opción, es una necesidad imperativa para mantenerse relevante y competitivo en el mundo actual. En esta edición, ofrecemos una visión integral de cómo estas innovaciones están moldeando el futuro del sector financiero y económico en América Latina.

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 prohíbida 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

3 **Editorial**

5 **BBVA acelera sus planes en inteligencia artificial y firma un acuerdo con OpenAI**
Artículo de BBVA

8 **BCP revoluciona la atención al cliente con la implementación de Inteligencia Artificial**
Entrevista a Rocío Pérez-Egaña, Gerente de Área del Centro de Contacto del BCP

12 **Transformación digital en la banca: Innovación ágil y estabilidad en el sector financiero**
Artículo de Thoughtworks

14 **Claves para convertir la experiencia del cliente en su mayor ventaja competitiva**
Artículo de Expand Latam

16 **Transformación económica y financiera en América Latina a través de sistemas de pagos inmediatos**
Artículo de Kuvasz Solutions

18 **Rompiendo silos: integrar la IA en la industria financiera de América Latina**
Columna de opinión de IPSOS

20 **IA en 2024: Transformación digital y realidades del mercado laboral**
Columna de opinión de COO de 2NV

22 **La computación cuántica está revolucionando el análisis de fraude y riesgo de crédito**
Entrevista a Javier Mancilla, CEO de Falcondale

24 **La transformación digital en la banca colombiana: Entrevista exclusiva con Carolina Villalba de SONDA**
Entrevista a Carolina Villalba, Gerente de la Vertical Banca & Seguros en SONDA

26 **IDcloud: La evolución de la identificación física**
Entrevista Jaime Gadansky, CEO de Itecsa Latam

30 **La inversión en desarrollo profesional en tecnología: clave para el éxito empresarial**
Columna de opinión de Sermaluc

32 **Los principios fundamentales del comercio electrónico**
Columna de opinión Legosptech

34 **Conozca la solución de transferencias interbancarias inmediatas para los emprendedores colombianos**
Reportaje de ACH - Transfiya

40 **XM Broker: Innovación en educación financiera y Copy Trading para todos**
Artículo de XM

43 **Noticias**

BBVA acelera sus planes en inteligencia artificial y firma un acuerdo con OpenAI

por BBVA

Tras años a la vanguardia en proyectos e investigación basada en inteligencia artificial (IA), BBVA da un paso decidido en el uso de la IA generativa en sus principales mercados. Por un lado, ha priorizado alrededor de 100 proyectos que se desarrollarán con distintas herramientas de esta nueva tecnología. Y, por otro, ha firmado un acuerdo estratégico con OpenAI, el creador de ChatGPT, para empezar a desplegar esta herramienta entre sus empleados. El objetivo es explorar, de forma segura y responsable, la IA generativa para acelerar procesos, mejorar la productividad y fomentar la innovación gracias a las nuevas capacidades para la creación de texto, imágenes o tratar información, entre sus múltiples funcionalidades.

Con este acuerdo, BBVA vuelve a ser pionero en la adopción de tecnologías disruptivas que van a impactar en la industria financiera, ya que es el primer banco europeo en contar con una alianza con OpenAI, que colaborará con el banco para compartir conocimiento y asegurar que el uso de la herramienta aporta todo su potencial a la entidad.

BBVA ya ha comenzado a desplegar 3.000 licencias de ChatGPT Enterprise entre los empleados del Grupo con las que pretende aumentar la productividad y la eficacia de procesos, al mismo tiempo que estimula la innovación en todo el Grupo. La versión empresarial de ChatGPT garantiza el mayor grado de seguridad y privacidad, combinado con su capacidad para generar contenido o dar respuesta a preguntas de negocio complejas, entre sus múltiples posibilidades.

Por su parte, OpenAI se compromete a dar formación y acceso a las últimas actualizaciones de sus grandes modelos de lenguaje o LLMs (siglas en inglés de 'large language models'), tecnología sobre la que está construido ChatGPT. Al trabajar en estrecha colaboración con OpenAI, BBVA impulsará los casos de uso más exitosos para el negocio y los procesos del banco.

Los datos y la tecnología son las palancas de transformación de BBVA que, desde hace más de una década, cuenta con centros de desarrollo específicos de analítica avanzada e inteligencia artificial, hoy conocidas como 'AI Factories' (Factorías de Inteligencia Artificial) en España, México y Turquía. A estos equipos hay que añadir los analistas y especialistas en datos diseminados por todas las áreas de negocio, con los que se suman más de 5.000 empleados, 1.000 de ellos científicos de datos, dedicados a poner en valor los datos y la IA, tanto para la toma de decisiones de negocio, como en la creación de productos de distinta índole. Por ejemplo, soluciones que ayudan a cuidar de la salud financiera o en la transición climática de los clientes.

El acuerdo con OpenAI es parte de la apuesta de BBVA por la IA generativa como un elemento esencial para diferenciar la propuesta de valor que ofrece a sus clientes. "**Las nuevas herramientas de inteligencia artificial van a tener un impacto disruptivo en toda la sociedad y también en la industria financiera. En BBVA, queremos seguir impulsando nuestro papel como pioneros en la innovación de los servicios financieros y, por eso, estamos**

> Estamos encantados de asociarnos con BBVA, uno de los principales bancos de Europa, para ofrecer las capacidades de ChatGPT Enterprise a gran escala.

apostando de manera decidida por explorar el potencial de esta tecnología. Creemos que la IA generativa, usada de manera segura y responsable, puede cambiar el paradigma de cómo apoyamos a nuestros clientes en sus decisiones y ofrecemos servicios personalizados; al mismo tiempo que estimula la creatividad de nuestros empleados", asegura Ricardo Martín Manjón, responsable Global de Data de BBVA.

El director de Operaciones de OpenAI, Brad Lightcap, añade: "**Estamos encantados de asociarnos con BBVA, uno de los principales bancos de Europa, para ofrecer las capacidades de ChatGPT Enterprise a gran escala. La IA simplifica las tareas rutinarias, potenciando la creatividad, la eficiencia y la productividad**".

El despliegue de las licencias ya ha arrancado en los servicios centrales de España, y después continuará en los principales países donde opera el Grupo. La puesta en marcha de una cuenta irá acompañada de una formación obligatoria. El objetivo es que en todas las áreas tengan acceso a ChatGPT, de modo que los empleados con licencia colaborarán con sus compañeros para llevar a cabo los distintos proyectos. Al mismo tiempo, BBVA va a recoger comentarios y sugerencias de estos usuarios en una comunidad multipaís con el fin de identificar los casos de uso más destacados y extender las mejores prácticas.

"**Estamos planteando esta primera incursión en el uso de ChatGPT Enterprise como un análisis para validar en qué medida estas herramientas pueden realmente impulsar nuestra productividad, transformando la forma con la que trabajamos en el banco**", **opina Elena Alfaro, nueva responsable de la Adopción de IA en BBVA, cuyas funciones pasan por extender esta tecnología a todo el Grupo. "Lo que buscamos es aumentar las capacidades de los empleados, nunca sustituirlas**", subraya.

Alfaro recuerda además que ChatGPT Enterprise es una gran apuesta estratégica, pero no será la única solución que se va utilizar en la organización. BBVA continúa evaluando otras herramientas que puedan resultar adecuadas para los más de 100 casos de uso que se van a poner en marcha a lo largo de 2024.

IPSOS: MEDIOS DE PAGO EN LATINOAMÉRICA
EDICIÓN 2024

GAME CHANGERS

¿Quiénes están desplazando el uso de efectivo como medio de pago en Latinoamérica?

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Ecuador
- El Salvador
- Guatemala
- Honduras
- México
- Panamá
- Perú
- Rep. Dominicana
- Puerto Rico

- Las **billeteras digitales** de prestadores de servicios fuera del ecosistema financiero (Supermercados, Farmacias, Estaciones de Servicio, Telco, Alimentación, etc.).
- La **bancarización de la población** a partir de los medios de pago digitales.
- La **creciente valorización de los medios de pagos digitales** y su penetración en el uso de determinados tipos de compra.
- La **creciente confianza frente a las nuevas opciones** en medios de pago.

ZOOM en más 250 apps de pago de los países de LATAM.

Aún estas a tiempo de sumarte, entrega de resultados 1era semana de agosto.

Síguenos en nuestro **LinkedIn** para más novedades:

Ipsos in Latin America

¡No te quedes fuera! ¿Mas información? **info.ipsos@ipsos.com**

BCP revoluciona la atención al cliente con la implementación de Inteligencia Artificial

Rocío Pérez-Egaña, Gerente de Área del Centro de Contacto del BCP, detalla cómo la IA está transformando los servicios de atención al cliente del banco, mejorando la eficiencia operativa y la experiencia del usuario.

por Priscilla Cardozo

> “Nuestro objetivo es que todas las funcionalidades de autoatención se resuelvan con IA”

Rocío Pérez-Egaña,
Gerente de Área del Centro de Contacto del BCP

El Banco de Crédito del Perú (BCP) ha incorporado soluciones de inteligencia artificial (IA) en sus servicios de atención al cliente, logrando una reducción significativa en los tiempos de respuesta y mejorando la satisfacción de los usuarios. Desde la implementación de estas soluciones, el BCP ha registrado una mejora del 30% en la resolución de consultas en el primer contacto, según un estudio interno realizado en el primer trimestre de 2024.
Rocío Pérez-Egaña, Gerente de Área del Centro de Contacto del BCP, nos cuenta cómo la IA está redefiniendo la interacción con los clientes y cuáles son los próximos pasos en esta evolución tecnológica.

¿Cuáles son los principales usos actuales de la inteligencia artificial (IA) en los servicios de atención al cliente del BCP?
En el BCP, la Inteligencia Artificial (IA) ya se está utilizando en nuestros servicios de atención al cliente a través de nuestro Voicebot “Clara”. Implementamos este asistente virtual que utiliza la IA para procesar y resolver las conversaciones con los clientes de manera autónoma. Además, utilizamos análisis de voz para identificar los casos de uso más demandados en nuestros canales, lo que nos permite adaptar nuestros servicios a las necesidades de nuestros clientes. También estamos aplicando análisis de sentimientos para distinguir el tono de la conversación y atender de manera diferenciada según el estado emocional del cliente. Finalmente, los equipos de desarrolladores de código están empezando a usar IA generativa, con el objetivo de acelerar la codificación de los flujos conversacionales y el entrenamiento de nuestros asistentes virtuales. Con esto último, buscamos optimizar el contacto con el cliente para brindarle la mejor experiencia posible y responder de manera más eficiente a sus consultas.

¿Cómo ha mejorado la experiencia del cliente desde la implementación de soluciones de IA en el BCP?
Logramos reducir el tiempo en el que el cliente indica o elige su necesidad de manera considerable ya que, con Voicebot, nuestros usuarios indican su consulta directamente por voz, sin tener que navegar por múltiples opciones de IVR tradicionales. También hemos impactado en el abandono del cliente en esta etapa, reduciéndolo a la mitad y evitando con ello que el cliente deba cortar al no encontrar una solución satisfactoria para él.

¿Puede compartir algunos ejemplos concretos donde la IA haya resuelto problemas de los clientes de manera efectiva?
Actualmente tenemos desplegados en Clara funcionalidades que le permiten al cliente autoatenderse. Por ejemplo, el reseteo de clave y consultas de últimos movimientos, entre otros. Nuestro objetivo

> Con Clara, además podemos entender el sentimiento del cliente y reconocer casos críticos, para poder ser dirigidos con asesores especializados, quienes podrán atenderlo de la mejor forma.

es que todas las funcionalidades de autoatención se resuelvan con IA, y aquellos casos complejos se atiendan con un asesor. En ambos casos lo vamos a lograr con el mismo nivel de experiencia. Nuestro objetivo es que cada cliente que llegue a nuestra banca por teléfono termine la comunicación con la orientación adecuada y encuentre respuestas a sus inquietudes.

¿De qué manera la IA permite personalizar los servicios y productos financieros ofrecidos a los clientes del BCP?
Por el lado de servicing, nos permite tener información en tiempo real de las necesidades de nuestros clientes respecto a atención y con ello, poder generar soluciones de una manera rápida. Con Clara, además podemos entender el sentimiento del cliente y reconocer casos críticos, para poder ser dirigidos con asesores especializados, quienes podrán atenderlo de la mejor forma.
Por el lado de productos, el tener una conversación detallada y sentimental en tiempo real nos dará la profundidad necesaria para entender las preferencias de productos y el efecto que generan en el cliente. Esto podrá ser input para nuestros productos en el diseño de su estrategia.

¿Qué porcentaje de las consultas y transacciones del banco se manejan actualmente mediante sistemas automatizados de IA y cómo ha impactado esto en la eficiencia operativa?
De todas las interacciones del Centro de Contacto (en sus canales de Banca por Teléfono y WhatsApp), casi la mitad son automatizadas gracias a Clara. Para 2028, apuntamos a automatizar la gran mayoría de nuestras consultas.

¿Qué planes o proyectos futuros tiene el BCP para expandir el uso de la IA en la atención al cliente?
En lo que queda del año queremos seguir pilotando el uso de atención de clientes con IA generativa, asegurando siempre los estándares de seguridad del BCP. Adicionalmente, estamos trabajando en tener la mejor solución para que la información que obtenemos a través de nuestros bots nos permita seguir desarrollando soluciones ad hoc para nuestros clientes.

¿Cuáles han sido los mayores desafíos en la implementación de IA en el BCP y cómo se han abordado para mejorar la atención al cliente?
Queríamos ser los pioneros en la atención de clientes con IA conversacional en el sector bancario, poniendo siempre por delante los estándares en términos de seguridad y calidad que manejamos en el BCP. En ese sentido, hemos trabajado de manera multidisciplinaria para asegurar que la atención de nuestros clientes cumpla con todos los requisitos necesarios para que se gestionen en un canal confiable, seguro y ético. Todo esto en línea con las políticas corporativas de uso de IA que manejamos en el BCP. Ello también conlleva un trabajo importante de comunicación y educación en el cliente, para invitarlos de una manera cordial a nuestros canales cognitivos.

Rocío Pérez-Egaña,
Gerente de Área del Centro de Contacto del BCP

Transformación digital en la banca: Innovación ágil y estabilidad en el sector financiero.

por Thoughworks

En un mundo donde la tecnología avanza a un ritmo acelerado, la industria bancaria enfrenta un desafío sin precedentes: adaptarse a las demandas de los consumidores por productos y servicios digitales que eliminen la fricción asociada con la banca tradicional. Esta transformación es crucial no solo para satisfacer las cambiantes expectativas de los clientes, sino también para mantener la relevancia y la competitividad en un mercado globalizado y cada vez más digitalizado.

La importancia de la banca componible nativa en la nube

En el informe "Cloud-Native Composable Banking: A Guide for Leaders," preparado por expertos de Thoughtworks y Amazon Web Services (AWS), se destaca la importancia estratégica de adoptar un enfoque de banca componible. Este enfoque implica la capacidad de ensamblar tecnología, personas y procesos de manera modular y desacoplada, permitiendo a las instituciones financieras ofrecer servicios personalizados y eficientes a sus clientes de manera ágil y estable. Además, esta estrategia permite a los bancos centrarse en sus capacidades principales, como la prestación de servicios bancarios, mientras subcontratan servicios no esenciales, como KYC, a terceros.

Bill Gates, en una declaración que resuena en el contexto actual, mencionó una vez: "**La banca es necesaria; los bancos no lo son**." Esta declaración subraya la urgencia con la que las instituciones financieras deben evolucionar y adoptar modelos de negocio más ágiles y centrados en el cliente, similares a los de las fintechs y bancos disruptivos que operan con una mentalidad orientada a la tecnología y al servicio.

Innovación ágil y estabilidad

Uno de los pilares fundamentales de la banca componible es su capacidad para innovar de manera rápida y estable. Según el documento mencionado, este enfoque permite a las instituciones financieras integrar bloques de capacidades tecnológicas de manera flexible, obtenidos tanto de proveedores externos como desarrollados internamente. Esto no solo facilita la personalización de los servicios, sino que también optimiza los procesos operativos y reduce el tiempo de lanzamiento al mercado de nuevas soluciones financieras mediante la reutilización de muchas capacidades ya desarrolladas. Por ejemplo, ayudamos a un banco a construir una plataforma de préstamos digitales y lanzamos el primer producto en solo cuatro meses.

La adopción de la nube pública juega un papel central en esta estrategia, proporcionando la infraestructura necesaria para habilitar la computación bajo demanda, la automatización de procesos y la escalabilidad ilimitada. Estas capacidades son esenciales para que los bancos respondan eficazmente a las fluctuaciones del mercado y a las demandas variables de los clientes, mientras gestionan eficientemente los costos operativos y aseguran la resiliencia contra posibles interrupciones del servicio.

Consideraciones estratégicas y prácticas

En el proceso de transformación hacia un modelo de banca componible nativa en la nube, es esencial considerar tanto los aspectos estratégicos como prácticos. Por un lado, establecer una gobernanza sólida y una orientación arquitectónica permite a las organizaciones financieras tomar decisiones informadas sobre tecnología y estructuras organizativas. Evaluar la efectividad de los principios, patrones, políticas y estándares implementados asegura la consistencia y eficiencia en la ejecución de la estrategia digital.

Por otro lado, la implementación de métricas de entrega y operativas proporciona una evaluación objetiva de los resultados obtenidos durante la transformación, facilitando la identificación de áreas para la mejora continua y la toma de decisiones ágiles basadas en datos.

Estrategias de adaptación para los bancos tradicionales

En el contexto de la transformación digital en la banca, surge la pregunta de cómo pueden adaptarse eficazmente los bancos tradicionales a este nuevo paradigma. Una estrategia comúnmente adoptada es el establecimiento de unidades bancarias digitales independientes, que operan con tecnología y modelos de negocio completamente nuevos. Este enfoque permite a las instituciones combinar la agilidad característica de los bancos emergentes con la base de clientes y la experiencia en el mercado de los jugadores establecidos.

Ejemplos como Mettle de NatWest y Chase UK de JP Morgan ilustran cómo es factible operar un "banco a dos velocidades" en el entorno digital actual. Estas iniciativas no solo ayudan a los bancos a capturar nuevos segmentos de mercado, como los clientes nativos digitales, sino que también fortalecen su capacidad para competir con las fintechs ágiles y otros disruptores en el sector.

Integración y migración gradual

Transformar una institución bancaria heredada en una nativa digital implica un proceso gradual de transferencia de capacidades. Mediante el uso de gateways de API y arquitecturas de microservicios, los bancos pueden reducir el riesgo y mejorar la agilidad operativa integrando nuevas funcionalidades y capacidades de manera incremental. Estudios de caso como Kinetic de HSBC destacan la importancia de converger los servicios bancarios comerciales con aplicaciones que no solo simplifican las operaciones sino que también ofrecen características líderes en el mercado.

El futuro de la banca digital

La banca componible nativa en la nube no solo representa una tendencia emergente en la industria financiera, sino también una necesidad estratégica para que los bancos sigan siendo relevantes y competitivos en un mercado cada vez más digital. Al combinar tecnología avanzada, procesos ágiles y un enfoque centrado en el cliente, las instituciones financieras pueden diferenciarse en el mercado y ofrecer servicios innovadores que generen un valor significativo para sus clientes.

La colaboración entre Thoughtworks y AWS en la guía "Cloud-Native Composable Banking: A Guide for Leaders" subraya la importancia crítica de la transformación digital en la banca. Esta alianza no solo proporciona pautas claras para navegar con éxito el cambio digital, sino que también ofrece un marco sólido para la innovación continua y la mejora operativa en un entorno competitivo y en constante evolución.

La banca componible nativa en la nube es más que una evolución tecnológica; es un imperativo estratégico para las instituciones financieras que buscan no solo sobrevivir, sino prosperar en la era digital. Aquellos que adopten este cambio con determinación y visión estarán mejor posicionados para capitalizar las oportunidades futuras y liderar el camino hacia una banca más eficiente, innovadora y centrada en el cliente.

Claves para convertir la experiencia del cliente en su mayor ventaja competitiva

por Priscilla Cardozo

En la actualidad más de dos tercios de las empresas mundiales compiten por ofrecer la mejor experiencia al cliente, según datos de Salesforce.

Debido a la competencia empresarial que se enfrenta actualmente, especialmente por la digitalización, la importancia de la experiencia del cliente se debe tomar muy en cuenta. Las empresas que priorizan y mejoran constantemente el camino de compra de sus consumidores con la marca ganan lealtad, y establecen un sólido fundamento para su éxito a largo plazo.

En el contexto actual, existe una mayor penetración de usuarios digitales. Eso quiere decir que esperan acceso y atención instantáneos, recorridos personalizados, opciones de compra flexibles y plazos de respuesta breves.

De acuerdo con investigaciones realizadas por el estratega comercial Frederick Reichheld, al aumentar la retención de clientes en apenas un 5%, se pueden incrementar las ganancias entre un 25% y un 95%. Además, de este beneficio que genera construir una experiencia excepcional a los clientes, también mejora las oportunidades de negocio, se promociona a la marca y se reduce los gastos operativos.

De acuerdo con Expand, representante de Salesforce en Latinoamérica y el Caribe, cualquier empresa que quiera mejorar su experiencia al cliente debería seguir los siguientes consejos:

1. Automatice los procesos: Ofrecer un recorrido integrado al cliente en dispositivos móviles, aplicaciones, sitios web y tiendas físicas es una excelente manera de que sienta que tiene el control. Es importante que ese recorrido sea simple y eficiente.

2. Interacción en las redes sociales: Demuestre que su marca es abordable, que es posible identificarse con ella y, sobre todo, que es fácil contactarla.

3. Implementación de herramientas: Utilice sistemas de CRM, herramientas de medición e inteligencia artificial generativa para recopilar y medir datos de sus clientes para que pueda optimizar procesos y crear experiencias totalmente personalizadas.

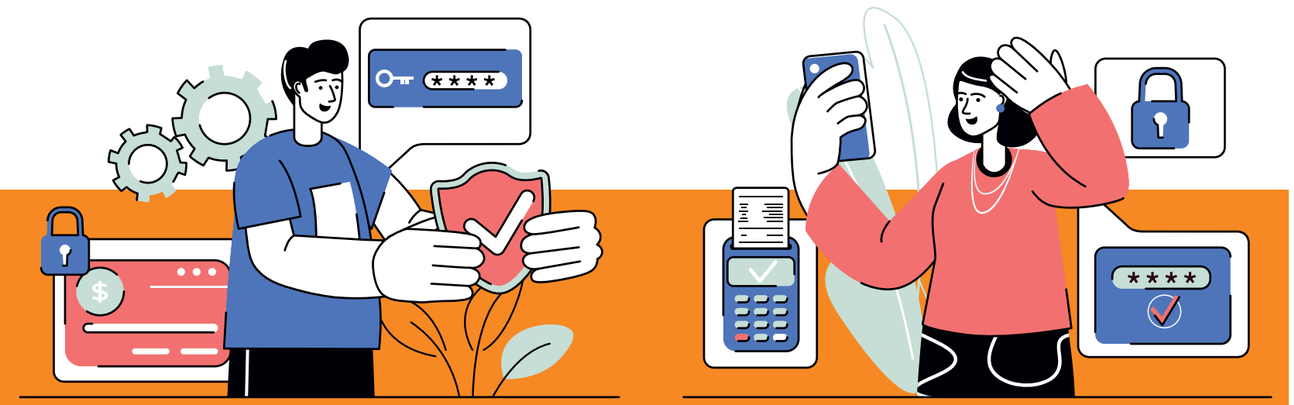
La IA Generativa (tipo GPT) es un punto importante ya que puede ser un aliado estratégico y hace la diferencia en la experiencia del cliente esto porque facilita y agiliza los procesos de recopilación de datos, crea un camino personalizado para el usuario.

> “solo el 20% ha elaborado un plan firme para ponerse a la vanguardia en este aspecto dentro de su mercado. Esto señala que hay una ventaja competitiva para cualquier compañía, sea grande o pequeña”

“Según datos de Salesforce, más del 90% de los consumidores señalan que sus hábitos de compra se ven afectados por las opiniones que encuentran en línea, así que una mala experiencia puede causar que muchísimos clientes se vayan a la competencia. Es por esto que generar un vínculo cercano, emociones significativas y mensajes adaptados a cada cliente a partir de datos recopilados, es clave para desarrollar una experiencia única y distinta en el mercado”, indicó Kristian Sánchez, Gerente Comercial de Expand.

Según Salesforce, si bien la mayoría de las empresas consideran que la experiencia del cliente es un tema de interés vital, solo el 20% ha elaborado un plan firme para ponerse a la vanguardia en este aspecto dentro de su mercado. Esto señala que hay una ventaja competitiva para cualquier compañía, sea grande o pequeña, si empieza a utilizar la experiencia al cliente como pilar fundamental de su negocio.

“Este es el momento para que las empresas empiecen a crear experiencias únicas y diferentes para sus clientes actuales y potenciales. Desde que la persona toma conciencia del producto hasta la búsqueda de asistencia y las devoluciones, todos estos procesos deben de ser eficientes, pero a la vez adaptados a los gustos y necesidades”, finalizó Sánchez.



Transformación económica y financiera en América Latina a través de sistemas de pagos inmediatos

por Priscilla Cardozo

La adopción de sistemas de pagos inmediatos en América Latina está generando una transformación significativa en el panorama económico y financiero de la región. Estos sistemas, que permiten transferencias de dinero en tiempo real, han demostrado ser beneficiosos tanto para consumidores como para comerciantes, al tiempo que presentan desafíos importantes en su implementación.La implementación de estos sistemas ha llevado a un aumento notable en la eficiencia y rapidez de las transacciones financieras. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el volumen de pagos inmediatos en América Latina ha crecido un 40% en el último año. Además, un informe de la consultora McKinsey & Company estima que para 2025, más del 70% de las transacciones en la región se realizarán a través de plataformas de pagos inmediatos, lo que refleja la rápida adopción y preferencia por estos métodos.

Beneficios de los sistemas de pagos inmediatos en América Latina

Para los consumidores: La principal ventaja que ofrecen los sistemas de pagos inmediatos a los consumidores es la rapidez y la conveniencia. Al poder realizar transferencias instantáneas en cualquier momento del día o la noche, los usuarios ya no están limitados por los horarios bancarios ni por los tiempos de espera de varios días que impone el sistema bancario tradicional. Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también proporciona un mayor control sobre las finanzas personales. Lucas Ernesto Souza, Head of Consulting & Innovation de Kuvasz Solutions, señala que **"los consumidores pueden monitorear sus transacciones en tiempo real, facilitando una gestión más efectiva de gastos y ahorros".** Además, muchos de estos sistemas tienen tarifas más bajas en comparación con los métodos tradicionales, lo cual es especialmente beneficioso para personas con ingresos limitados.

Según datos recientes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la adopción de pagos inmediatos en la región ha mostrado un crecimiento significativo, con un aumento del 40% en el volumen de transacciones realizadas de esta manera en el último año. Esto subraya no solo la rápida aceptación de estos sistemas por parte de los consumidores, sino también su impacto tangible en la vida diaria de millones de personas en América Latina.

Para los comerciantes: Para los comerciantes, la implementación de sistemas de pagos inmediatos representa una mejora sustancial en la gestión del flujo de caja. Al recibir pagos instantáneos, pueden mejorar su liquidez y reinvertir rápidamente los ingresos en sus negocios. "**La capacidad de ofrecer un método de pago rápido y eficiente no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también puede llevar a una mayor fidelización**", comenta Souza. Además, los comerciantes que adoptan estos sistemas tienen la oportunidad de atraer a una base de clientes más amplia, especialmente aquellos que prefieren métodos de pago modernos y eficientes. Según un informe de PwC, los comerciantes que han integrado pagos inmediatos han reportado un aumento del 30% en la satisfacción del cliente y un incremento del 15% en las ventas.

La capacidad de ofrecer descuentos y precios más competitivos debido a los menores costos de transacción también es un beneficio significativo para los comerciantes, lo que les permite mejorar su posición en el mercado y adaptarse mejor a las demandas cambiantes de los consumidores en un entorno cada vez más digitalizado.

Desafíos y soluciones en la implementación de pagos inmediatos

La implementación de sistemas de pagos inmediatos en América Latina no está exenta de desafíos. Uno de los desafíos principales es la infraestructura tecnológica. En muchos países de la región, especialmente en áreas rurales o menos desarrolladas, la infraestructura necesaria para soportar transacciones financieras instantáneas puede ser limitada o estar en desarrollo. Esto plantea barreras significativas para la adopción generalizada de estos sistemas, ya que requieren una red robusta y segura para operar de manera efectiva.

"Adaptar las normativas financieras existentes para incluir los pagos inmediatos también puede ser un proceso complejo y que lleva tiempo", señala Souza. La regulación financiera en muchos países de América Latina aún se basa en marcos diseñados para transacciones bancarias tradicionales, lo que puede dificultar la integración de sistemas de pagos innovadores y disruptivos. Sin embargo, los gobiernos de la región han estado trabajando en la creación y adaptación de marcos regulatorios que faciliten la implementación de pagos inmediatos, reconociendo su potencial para mejorar la eficiencia del sistema financiero y promover la inclusión financiera.

Otro desafío importante es la educación y la capacitación. Tanto los consumidores como los comerciantes necesitan entender cómo utilizar estos sistemas de manera efectiva y comprender los beneficios que ofrecen. Se han implementado diversas campañas educativas en toda la región para familiarizar a los usuarios con las nuevas tecnologías financieras y fomentar una adopción más amplia y efectiva.

Impacto en la inclusión financiera y transformación económica

Los sistemas de pagos inmediatos están teniendo un impacto significativo en la inclusión financiera en América Latina. Una de las áreas donde este impacto es más evidente es en el acceso a servicios financieros para personas no bancarizadas o sub-bancarizadas. **"La facilidad y rapidez de los pagos inmediatos han permitido que un número creciente de personas participe en la economía digital"**, afirma Souza. Esto es crucial en una región donde una parte significativa de la población históricamente ha tenido limitado acceso a servicios financieros formales.

La digitalización de la economía también ha sido acelerada por la adopción de pagos inmediatos. "**Esto no solo promueve la innovación y la competencia en el sector financiero, sino que también contribuye a la formalización de negocios informales y al aumento de la recaudación fiscal",** explica Souza. Al facilitar transacciones más rápidas y seguras, los pagos inmediatos están estimulando el crecimiento del comercio electrónico en toda la región. Según datos de eMarketer, el comercio electrónico en América Latina experimentó un crecimiento del 25% solo el año pasado, en gran parte impulsado por la adopción de métodos de pago más eficientes y seguros.

Los sistemas de pagos inmediatos están transformando de manera tangible y positiva el panorama económico y financiero de América Latina. Con beneficios claros para consumidores y comerciantes, así como un impacto significativo en la inclusión financiera y la digitalización económica, estos sistemas representan una oportunidad para impulsar un crecimiento económico más inclusivo y sostenible en toda la región. Aunque persisten desafíos en términos de infraestructura, regulación y educación, las soluciones están siendo implementadas de manera efectiva, allanando el camino para un futuro financiero más dinámico y equitativo en América Latina.

Nicolás Fritis
CEO Ipsos de Chile

Rompiendo silos: integrar la IA en la industria financiera de América Latina

El desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) durante los últimos años está transformando casi todas las industrias, y el sector financiero no va a ser la excepción. El último Monitor de IA de Ipsos, que por tercer año consecutivo explora las actitudes de las personas alrededor del mundo hacia el uso de esta tecnología, da cuenta de que su irrupción sigue siendo motivo de asombro y preocupación a la vez. De promedio, en los 32 países medidos, el 53% dice que está entusiasmado con los productos y servicios que utilizan IA, en comparación con el 50% que dice que les pone nerviosos. Por eso, en esta etapa, todavía temprana y de sentimientos encontrados por parte de la gente, es fundamental que las organizaciones entren decididamente a integrar la IA de manera adecuada a su funcionamiento y servicios.

Seis países de América Latina están incluidos en esta medición (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú), y el entusiasmo que caracteriza a nuestra región también se evidencia en nuestras expectativas sobre las innovaciones que traerá la IA. Siete de cada diez afirman que le entusiasman los productos y servicios que la utilizan (69%), misma proporción que quienes creen que esta les cambiará profundamente la vida diaria en los próximos 3 a 5 años (71%). Si bien, es innegable el impacto que está teniendo la IA en nuestras vidas, considerando que se trata de una innovación bastante reciente, no hay que perder de vista la inquietud que también genera. Por ejemplo, 43% de los encuestados en América Latina considera probable que la IA reemplace su trabajo actual en 5 años.

El frenesí por la IA tampoco debe ser razón para que cunda el pánico. Cuando se trata de innovaciones tecnológicas, la ley de Amara —acuñada por el investigador, científico y futurista norteamericano Roy Charles Amara— es una buena guía: en la mayoría de los casos, las personas tendemos a sobrestimar los efectos de una nueva tecnología al corto plazo, mientras que subestimamos su efecto en el largo plazo. En Ipsos creemos que la combinación única de Inteligencia Humana y la Inteligencia Artificial (IH+IA) es la que impulsa la innovación. Es decir, no será una IA la que nos reemplace en el trabajo, sino alguien que sepa usarla. Por eso, a veces vale más prepararse que anticiparse; y eso aplica para las personas y organizaciones.

En la industria financiera, por la importancia y sensibilidad de los servicios que presta, el foco debe estar puesto precisamente en integrar la IA de manera certera y segura, sin que esta "fiebre del oro" tecnológica conduzca a tropiezos que dañen su reputación, o peor, a sus clientes. Para implementar estas herramientas innovadoras en la industria, no hay que perder de vista que estarán administradas por personas (nuestros colaboradores) y dirigidas también a ellas (los usuarios). Por lo tanto, el desafío tiene una dimensión humana, además de la capacidad tecnológica que hay que desarrollar.

Durante estos tres años que Ipsos lleva monitoreando las actitudes de las personas hacia el uso de la IA, también los ha dedicado a desarrollar estas tecnologías de vanguardia para acelerar la innovación y el crecimiento de empresas en todo el mundo. En el terreno de la IA, este año se presentó un modelo de trabajo llamado "Innovation Genesis", que reemplaza el embudo tradicional de los procesos por etapas por un ciclo que se alimenta e impulsa con la integración de los datos, independiente del momento y el lugar. La mención tiene que ver con el desafío mayor de cualquier organización que busca incorporar la IA a sus funciones para optimizarlas: romper la cultura de silos.

Liberar el verdadero potencial de la IA en los productos y servicios que ofrece el sector financiero, primero requiere que las compañías estén organizadas de manera integrada. Conectar las distintas áreas y divisiones permite que cualquier información no quede aislada en un silo, sin ser procesada. Una trayectoria interna fluida e integrada de los procesos de una compañía, naturalmente va a habilitar que la experiencia del cliente también lo sea. Esa es la otra cara de esta moneda: ofrecer omnicanalidad a los usuarios. Una compañía financiera dispone de diferentes servicios, y cada cual tiene también una variedad de productos. Esa multiplicidad en la oferta de las organizaciones va a percibirse como una ventaja para ellos, siempre y cuando no signifique un laberinto de múltiples de canales de comunicación e interacción entre el prestador del servicio y los usuarios.

La faceta humana de romper con la cultura organizacional de silos para orquestar un viaje omnicanal a los clientes, va de la mano con el aspecto tecnológico que las compañías financieras deben resolver. De partida, quién tendrá la gobernanza de las herramientas tecnológicas. Hoy en día existen equipos de experiencia de cliente, innovación, transformación digital y, por supuesto, TI que están involucrados en los servicios digitales que los usuarios requieren.

Para entregar una oferta cohesiva hay que coordinar estas distintas unidades y definir los liderazgos para que trabajen en conjunto.

Luego, para entrenar tus modelos y activar el poder de la IA es necesario integrar, por un lado, los datos de los clientes y, por otro, los canales de comunicación con ellos. En una cultura de silos los datos están desintegrados; cada equipo tiene sus propios datos a los que las demás unidades no pueden acceder. Desarrollar la capacidad para dar cobertura a todo este trabajo va, a la vez, permitir conectar tecnológicamente los canales entre sí y así orquestar viajes omnicanales para los clientes.

Entonces, si eliminan los silos de la organización y desarrollan la tecnología para integrar a las unidades y los datos que tienen de sus clientes, las compañías financieras podrán dar un uso certero a las maravillas de la IA. El acelerado desarrollo que han tenido las innovaciones que utilizan esta tecnología ya permite generar ciertas expectativas en la industria financiera. Por lo pronto, transformará la manera de escuchar a los clientes y comunicarse con ellos. Se anticipa que la aplicación de la IA en el sector financiero puede, no sólo mejorar los productos y servicios, sino que la experiencia completa de los clientes a través de la personalización. Ejemplo de esto es la oferta de "Persona Bot" que tiene Ipsos, que consiste en entrenar a un bot con información sobre un segmento específico de clientes para que los represente y responda como uno de ellos permitiendo ganar enorme dinamismo en la generación y análisis de nuevas ideas.

Ahora bien, no olvidemos que el asombro que ha generado la irrupción de la IA viene acompañado también de nerviosismo por sus potenciales amenazas. En nuestro ya mencionado Monitor, un 63% de los encuestados de Latinoamérica piensan que los productos y servicios que utilizan IA tienen más ventajas que inconvenientes, pero sólo uno de cada dos (51%) confía en que las empresas que usan esta tecnología protejan sus datos personales.

Por eso pensamos que el trabajo con IA debiera al menos contemplar una mirada respecto de la verdad, belleza y justicia, además de la Inteligencia Humana que no puede subestimarse para presentar un contexto realmente humano.

Desde nuestra mirada podemos compartir una serie de recomendaciones pensando especialmente en el desarrollo de soluciones certeras y seguras para la industria financiera.

En primer lugar, el uso de la IA no involucra sólo tecnología. Su desarrollo óptimo debe involucrar Inteligencia Humana que la evalúe y adapte para maximizar su valor y minimice los potenciales riesgos. La calidad y precisión de los modelos de IA generativa dependen de los datos con que son entrenados. Por lo tanto, es esencial que la información sea atemporal y no caduque con el tiempo, representativa de la realidad de la audiencia objetivo y relevante para el propósito que se le quiere dar. Aplicar estos tres principios es actuar con verdad hacia los clientes, ya que el resultado será confiable y tendrá contexto, en vez de ser un espejismo.

Con belleza, nos referimos a la capacidad de trazabilidad para evitar sesgos o alucinaciones de los modelos de IA. Es decir, exigir al modelo que rastree cualquier información generada hasta el dato de entrenamiento que utilizó para su creación, y así poder validarlo. Curiosamente, según los resultados del Monitor, los latinoamericanos son quienes más confían en que la IA no discrimina ni muestra prejuicios (65%), por sobre que las personas (44%). Sin embargo, lo cierto que es que los modelos de IA se construyen con datos de personas, por lo tanto, pueden ser incluso más sesgadas que estas si no se validan.

Para cerrar, la justicia hace referencia a la seguridad de los datos utilizados. La confidencialidad de la información de los clientes es particularmente sensible en la industria financiera, por lo que dar cumplimiento a la protección de esta información es imprescindible.

En conclusión, para aprovechar al máximo el potencial de la IA en la industria financiera, es esencial adoptar un enfoque equilibrado. Si bien la IA ofrece oportunidades sin precedentes para mejorar la eficiencia, la experiencia del cliente y la gestión de riesgos es fundamental abordar los desafíos relacionados con la privacidad de los datos, la seguridad y el sesgo algorítmico. Las instituciones financieras deben priorizar la transparencia, la responsabilidad y la protección del consumidor a medida que integran la IA en sus operaciones. Además, fomentar la colaboración entre los sectores público y privado puede ayudar a establecer marcos regulatorios sólidos y mejores prácticas para mitigar los riesgos potenciales asociados con la IA. Al adoptar un enfoque responsable y ético, la industria financiera puede aprovechar el poder transformador de la IA y al mismo tiempo salvaguardar los intereses de sus clientes y garantizar la estabilidad del sistema financiero.

Opinión

Juan Medina
COO de 2NV

IA en 2024: Transformación digital y realidades del mercado laboral

La inteligencia artificial generativa ha emergido como una fuerza transformadora en el paisaje tecnológico global desde el lanzamiento de aplicaciones como ChatGPT por OpenAI en octubre de 2022. Este avance ha sido tan significativo que, para inicios de 2023, estas herramientas no solo se habían masificado rápidamente, sino que también habían comenzado a redefinir múltiples aspectos de nuestras vidas, desde la creación de contenido hasta la automatización de procesos empresariales.

La carrera por la supremacía en inteligencia artificial ha llevado a un panorama competitivo cada vez más intenso, comparado con las luchas históricas por recursos como el petróleo o las rutas comerciales. Un ejemplo reciente es la demanda legal presentada por The New York Times contra OpenAI y Microsoft, argumentando violación de derechos de autor. Este caso no solo resalta la creciente importancia de la IA en el ámbito legal y ético, sino que también subraya la necesidad de regulaciones claras y principios éticos robustos que guíen su desarrollo y uso.

A medida que estas tecnologías avanzan, es crucial que se establezcan normativas que protejan los derechos de propiedad intelectual y promuevan la competencia justa. La regulación no debe frenar la innovación, pero sí asegurar que los beneficios de la IA sean equitativamente distribuidos y que se minimicen los riesgos para la sociedad y el mercado laboral.

Empleabilidad y gradualidad

Uno de los debates más acalorados en torno a la inteligencia artificial es su impacto potencial en el empleo. Si bien es cierto que la automatización puede transformar ciertos tipos de trabajos, la historia nos enseña que también abre nuevas oportunidades. Las preocupaciones sobre una crisis masiva de desempleo debido a la IA deben abordarse con perspectiva y datos concretos.

En la práctica, la integración de la IA generativa en el lugar de trabajo ha sido gradual y complementaria. Por ejemplo, los asistentes virtuales han optimizado la atención al cliente y los sistemas de análisis automático de datos han mejorado la precisión en la toma de decisiones empresariales. Además, la implementación de modelos de IA a menudo requiere la supervisión y la curaduría humana para garantizar la calidad y la ética de los resultados, lo que subraya el papel continuo de los trabajadores en un entorno digitalmente avanzado.

Las empresas que adopten la IA de manera estratégica no solo pueden mejorar su eficiencia operativa, sino también empoderar a sus empleados para que se centren en tareas más creativas y estratégicas. La clave está en la capacitación continua y en la reconfiguración de roles para maximizar el potencial humano mientras se aprovechan las capacidades de la tecnología.

> “A medida que estas tecnologías avanzan, es crucial que se establezcan normativas que protejan los derechos de propiedad intelectual y promuevan la competencia justa”

Oportunidades en la transformación digital

En el contexto empresarial, la transformación digital impulsada por la IA generativa está revolucionando la forma en que las organizaciones operan y compiten. Empresas como 2NV en Colombia están liderando este cambio, implementando soluciones como ZAThinker para optimizar procesos internos, potenciar la innovación y mejorar la experiencia del cliente.

Para 2NV, la IA generativa no solo representa una herramienta tecnológica avanzada, sino también una oportunidad para diferenciarse en un mercado global competitivo. Al automatizar tareas repetitivas y mejorar la precisión en la toma de decisiones, estas tecnologías permiten a las empresas no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno empresarial cada vez más digitalizado y exigente.

Desafíos y Consideraciones

Sin embargo, el camino hacia la adopción generalizada de la IA no está exento de desafíos significativos. La seguridad de los datos, la privacidad del usuario y los impactos éticos son preocupaciones críticas que deben abordarse de manera proactiva y responsable. Las empresas deben invertir en prácticas de ciberseguridad robustas y en la capacitación de su personal para garantizar que la implementación de la IA sea segura y ética.

Además, la colaboración entre el sector público y privado es esencial para establecer marcos regulatorios que fomenten la innovación mientras protegen los derechos individuales y colectivos. La creación de estándares éticos y la promoción de la transparencia en el desarrollo y uso de la IA son pasos cruciales para construir un futuro digital sostenible y equitativo.

La inteligencia artificial generativa está en camino de transformar radicalmente el mercado laboral y la economía global en 2024 y más allá. Si bien presenta desafíos significativos, como el impacto en el empleo y las preocupaciones éticas, también ofrece oportunidades sin precedentes para mejorar la eficiencia empresarial, potenciar la creatividad y resolver problemas complejos de manera innovadora.

Las empresas que adopten una estrategia informada y ética hacia la IA estarán mejor posicionadas para prosperar en este nuevo paradigma digital. La clave radica en la preparación, la colaboración y el compromiso con principios que promuevan un uso responsable y beneficioso de esta tecnología transformadora. Así, podemos aprovechar plenamente el potencial de la inteligencia artificial generativa para construir un futuro digital inclusivo y próspero para todos.

Entrevista a Javier Mancilla, CEO de Falcondale:

“La computación cuántica está revolucionando el análisis de fraude y riesgo de crédito”

por Priscilla Cardozo

En una conversación exclusiva con Digital Trends, Javier Mancilla, CEO de Falcondale, nos comparte cómo su compañía está utilizando la computación cuántica para transformar el análisis de fraude y la evaluación de riesgo en la industria financiera. Desde mejoras en la precisión del modelo hasta la inclusión financiera, Mancilla explica las innovaciones y desafíos que enfrentan en este campo emergente.

Fundada por tres expertos en finanzas de Chile, España y Argentina, Falcondale ha desarrollado un modelo cuántico que promete revolucionar la evaluación de crédito y la detección de fraudes, superando las limitaciones de los métodos tradicionales. Mancilla detalla cómo esta tecnología puede marcar una diferencia significativa en fintechs, neobancos y bancos, y qué depara el futuro para la computación cuántica en el sector financiero.

¿Qué es Falcondale y qué los motivó a incorporar la computación cuántica en sus procesos de análisis de fraude y datos?

Falcondale es una compañía que fundamos tres socios; Javier Mancilla (Chile), Iraitz Montalbán (España) y Tomás Tagliani (Argentina), entre los 3 tenemos una amplia experiencia de 18 años en la industria de finanzas, específicamente en sistemas de underwriting bancario.

Lo que nos motivó a crear Falcondale es que luego de años de investigación y análisis, descubrimos que ciertas técnicas cuánticas aplicadas sobre ambientes simulados son capaces de proveer utilidad en fintechs, neobancos y bancos para modelos vinculados a análisis de riesgo, en especial fraude y score de crédito. Rescatando esta evidencia, es que desarrollamos nuestro modelo “SQS” que ha sido expuesto públicamente como ventajoso en comparación con el estado del arte de modelos clásicos de aprendizaje automático.

Javier Mansilla,
CEO de Falcondale

¿Cómo la tecnología de computación cuántica está cambiando la forma en que se analizan los fraudes comparado con las metodologías tradicionales?

En el contexto actual de entrenamiento de modelos de score de crédito o fraude, la computación cuántica no agrega velocidad ni rapidez, sino calidad del resultado.

En nuestro último paper publicado demostramos que nuestro modelo “SQS” mejora significativamente la visibilidad de los datos en zonas grises del análisis de riesgo, áreas donde los modelos tradicionales tienen peor desempeño cuando hay menos datos.

Esto permite a las instituciones financieras obtener una comprensión más profunda y precisa de los perfiles de riesgo, incluso cuando los datos disponibles son limitados o no concluyentes.

¿De qué manera la computación cuántica puede mejorar el análisis de crédito y la detección de fraudes en las solicitudes de crédito?

Lo que comprobamos y está en nuestro paper, fueron mejoras en la precisión del modelo.

Esto se traduce a que los equipos de scoring puedan dar una mayor aprobación con un riesgo igual o menor que el actual, o en su defecto mantener el tamaño del portafolio pero disminuir los impagos, o cualquier combinación que implique la utilidad o el beneficio de elegir mejores prospectos de crédito.

El impacto es enorme, porque estos son clientes que el modelo está dejando fuera siendo que su riesgo es comparable a los que su modelo hoy aprueba.

¿Podrían explicar algún caso de éxito donde su tecnología cuántica haya detectado un fraude que hubiese pasado desapercibido con los métodos convencionales?

Nosotros aplicamos nuestro modelo en un proyecto de la reconocida fintech española, Fintonic. Tenían que desarrollar un modelo de score de crédito para un subgrupo de sus usuarios. Nuestro modelo demostró superar el mismo modelo que ocupaban hasta hoy, siendo particularmente efectivo en muestras pequeñas, en donde precisamente las alternativas clásicas sufren. Existe un preprint publicado actualmente en el arXiv de Cornell University, por lo que es públicamente accesible el caso.

¿Cómo la tecnología de computación cuántica puede contribuir a la inclusión financiera y a otorgar crédito a personas que tradicionalmente han sido excluidas del sistema financiero?

Hay que pensar que la inclusión financiera depende de la capacidad de medir el riesgo para que sea sustentable. El problema es que esa medición depende de la calidad y cantidad de datos. Los métodos tradicionales funcionan bien cuando existen esas dos condiciones.

Nosotros estratégicamente hemos decidido profundizar nuestras soluciones en el ámbito microempresas y PYMEs, que es un sector históricamente afectado por la falta de crédito expédito y de fácil acceso.

Apuntamos a que nuestros modelos favorecerán sin duda la ampliación de portafolio a un riesgo fuertemente controlado para las entidades financieras, lo que en consecuencia impactará en más emprendedores y pequeños empresarios con créditos y capacidad de crecimiento.

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan al implementar la computación cuántica en el análisis de datos y qué oportunidades ven a futuro en este campo?

Para nuestros clientes la implementación es más bien simple, ya que operamos sobre simuladores cuánticos en la nube de Amazon y Azure en sus propios entornos.

Es clave el desarrollar más algoritmos que sean eficientes y adecuados al estado del arte de esta tecnología y su evolución.

El mayor desafío de los que operamos en computación cuántica es seguir creciendo en conjunto a las capacidades del hardware cuántico que aún está muy afectado por algunas imprecisiones basadas en el ruido que impacta este tipo de dispositivos.

En términos de seguridad y privacidad, ¿cómo asegura Falcondale que el uso de computación cuántica no comprometa la información sensible de los clientes y se mantenga dentro de los estándares de protección de datos?

Tanto nuestras soluciones consultivas como SaaS operan en el entorno del cliente si éste lo solicita. Dado lo anterior, no existe peligro de que algunos datos se filtren o salgan de la infraestructura de la operación. Además de lo anterior, nosotros estamos en proceso de certificación SOC 2 TYPE 2 e ISO 27001.

La transformación digital en la banca colombiana: Entrevista exclusiva con Carolina Villalba de SONDA

por Priscilla Cardozo

Carolina Villalba, Gerente de la Vertical Banca & Seguros en SONDA, nos comparte su perspectiva sobre cómo la transformación digital está revolucionando la experiencia del usuario bancario en Colombia.

En los últimos años, la transformación digital ha cambiado radicalmente la forma en que los usuarios interactúan con los servicios bancarios en Colombia. Según datos recientes, el 80% de los usuarios bancarios en Colombia prefieren utilizar canales digitales para sus transacciones financieras, y se estima que la adopción de servicios bancarios móviles ha crecido un 25% en el último año. Esta tendencia refleja un cambio significativo hacia una mayor comodidad, seguridad y personalización en la experiencia del usuario. La digitalización no solo ha mejorado la eficiencia operativa de los bancos, sino que también ha impulsado la inclusión financiera en el país. A través de soluciones tecnológicas avanzadas, los bancos ahora pueden llegar a poblaciones previamente desatendidas, ofreciendo servicios accesibles y adaptados a sus necesidades. En este contexto, SONDA ha jugado un papel fundamental, implementando tecnologías de inteligencia artificial (IA) y machine learning (ML) para transformar la banca tradicional y mejorar la satisfacción del cliente.

Carolina Villalba,
Gerente de la Vertical Banca & Seguros en SONDA

Desde su perspectiva, ¿cuál ha sido el impacto más significativo de la transformación digital en la experiencia del usuario bancario en Colombia?

La transformación digital ha generado un impacto profundo en la experiencia del usuario bancario en Colombia. La confianza en estos servicios ha aumentado significativamente gracias a la optimización de la seguridad. Además, la personalización y la inmediatez de los servicios han mejorado notablemente, permitiendo una atención más oportuna y proactiva. Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también promueve la inclusión financiera.

¿Cómo se están utilizando tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el machine learning para mejorar los servicios bancarios en Colombia?

Las tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA) y el machine learning (ML) están transformando los servicios bancarios. Los modelos predictivos basados en ML permiten anticiparse a las necesidades de los clientes en varios sentidos. Podemos optimizar la oferta personalizada basándonos en información histórica, prevenir el churn, anticiparnos al deterioro de la cartera y analizar la intención y el sentimiento frente a un producto o marca financiera. La IA tiene múltiples impactos, desde la automatización de tareas repetitivas hasta la proposición de nuevos flujos óptimos para la operación de las entidades, sin mencionar la riqueza de las mediciones y la optimización de recursos finitos.

¿Qué desafíos se han enfrentado durante el proceso de digitalización en el sector bancario y cómo los han superado?

Uno de los mayores desafíos ha sido la sensibilidad en el manejo de los datos. Garantizar que los datos se manejen correctamente requiere un balance adecuado entre la experiencia, las certificaciones y la innovación en ciberseguridad. En SONDA, hemos trabajado intensamente en mejorar la clasificación, normalización, custodia y disponibilidad de la información.

Desde su experiencia, ¿de qué manera la transformación digital ha influido en la seguridad y privacidad de los datos de los clientes bancarios en Colombia?

La transformación digital ha mejorado significativamente todos los procesos y variables del manejo de información. La clasificación, normalización, custodia y disponibilidad de los datos se han optimizado, lo que ha incrementado la seguridad y privacidad de la información de los clientes.

¿Qué papel juega la personalización en la experiencia del usuario bancario en la era digital y cómo SONDA está ayudando a los bancos colombianos a lograr esta personalización?

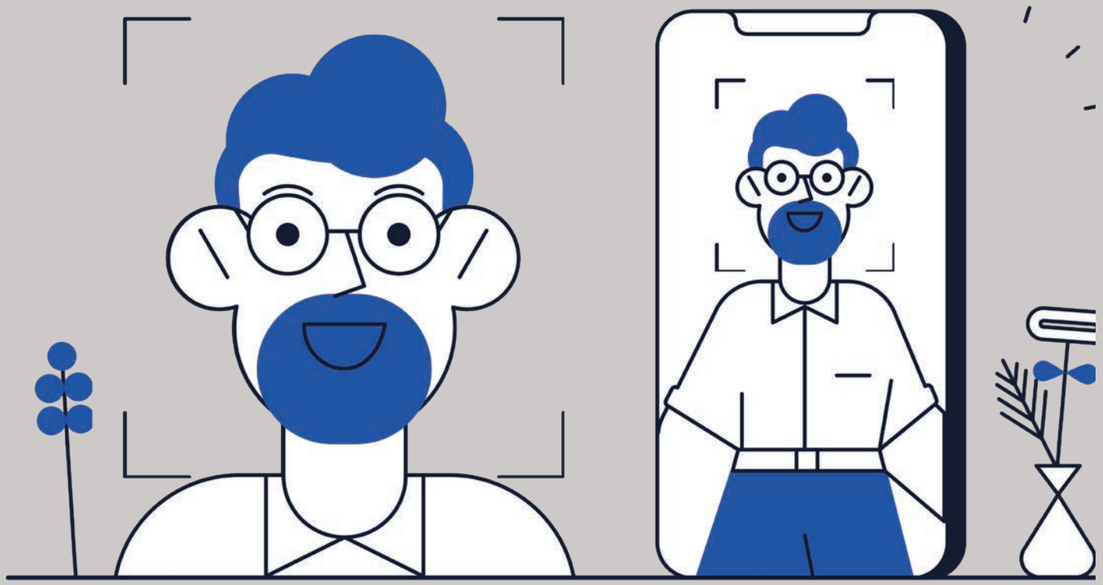
La personalización es crucial en la era digital. Los usuarios quieren bancos inteligentes que los conozcan y les ofrezcan lo que necesitan, les notifiquen los cambios y operaciones, y se anticipen a todas sus necesidades. En SONDA, contamos con un portafolio robusto que incluye herramientas de IA, observabilidad, comunicaciones, infraestructura, ciberseguridad, nube, entre otras. A través de nuestra experiencia y un enfoque consultivo, arquitectamos la combinación óptima de recursos y procesos para cada entidad financiera, en pro de una experiencia de usuario personalizada e inteligente.

¿Cómo ha cambiado el comportamiento y las expectativas de los usuarios bancarios en Colombia con la adopción de servicios digitales?

El usuario bancario es ahora más exigente debido al acceso a la información y a múltiples ofertas inmediatas sin desplazamientos y con requisitos mínimos. También es más autónomo, y la tendencia es hacia la autogestión.

¿Qué tendencias futuras en transformación digital podrían seguir impactando la experiencia del usuario bancario en Colombia?

Anticipamos una disminución contundente del uso de efectivo, controles de acceso más robustos y con mejores experiencias de usuario apoyados en la biometría y la IA. Los usuarios serán cada vez más autónomos y autogestionados, con canales no presenciales fortalecidos y con mayor uso, además de ofertas y experiencias personalizadas.



IDcloud: La evolución de la identificación física

En entrevista con Digital Trends, Jaime Gadansky, CEO de Itecsa Latam, comenta cómo su nueva solución IDcloud, facilitará la forma de identificar al personal de cada empresa. La propuesta de Itecsa Latam une al mundo digital y físico usando los smartphones de cualquier usuario, convirtiéndolos en su identificación y medio para acceder a cualquier lugar.

por Itecsa Latam

> “Uno de los principales desafíos era diseñar una solución que permitiera reducir los costos de nuestros clientes y que ellos tomaran el control del proceso”

Jaime Gadansky,
CEO de Itecsa Latam

Itecsa Latam, una empresa del Grupo TotalPack, líder en el rubro de identificación, integración e impresión en punta, con más de 20 años en el mercado y gran presencia en la región revela, de la mano de su CEO Jaime Gadansky, las aristas que componen el proceso de desarrollo y mejora continua de su última solución: IDcloud.

¿Qué oportunidad identificaron o qué los inspiró a crear IDcloud?

Cada vez se hace más necesario que las empresas tengan identificados a sus colaboradores. Para hacer esto posible, es necesario tener un registro de cada uno, lo que implica tener un sistema bien implementado. Itecsa Latam ya era líder en soluciones de identificación físicas, IDcloud es la evolución natural hacia el mundo digital que complementa nuestras soluciones de identificación.

El primer problema que identificamos como Itecsa Latam fue logístico. Una compañía con un gran número de trabajadores o colaboradores distribuidos en diferentes lugares, regiones o países debe coordinar una sesión fotográfica, validar datos personales, para posteriormente procesar esta información e imprimir credenciales. Esto se vuelve un proceso muy largo, difícil y con altos costos.

En segundo lugar, como resultado de la experiencia, veíamos como punto en común que algunas empresas exponían su información sin la seguridad requerida y a veces en repositorios abiertos sin control de acceso, generando puntos de vulnerabilidad que afectan a cualquier organización. En Itecsa Latam tomamos esto como pilar base para centralizar de manera unificada la información y eliminar los costos de logística asociados al proceso.

Para facilitar lo anterior, en Itecsa Latam buscamos una solución que nos permitiera con un smartphone, no con una cámara -ya sea de computador o digital- capturar la fotografía y a través de IDcloud asociar la imagen con el registro del empleado en la base de datos de la empresa.

Ante esta complejidad y con el propósito de brindar una solución robusta para nuestros clientes nace IDcloud, una plataforma que permite simplificar la operación, generar ahorros significativos y reducir los tiempos del proceso, ya que el colaborador

> en cuatro sencillos pasos tienes una credencial digital que incluye la opción de solicitud, impresión y envío de credencial física.

es quien envía su fotografía o selfie para que su empleador pueda realizar el trabajo de validación, creación e impresión de la credencial, permitiendo trabajar de forma masiva y descentralizada, o bien pueda delegar en Itecsa Latam el proceso de impresión.

Durante el proceso de creación de esta solución ¿Cuáles fueron los desafíos técnicos o estratégicos al momento de crear IDcloud?

Uno de los principales desafíos era diseñar una solución que permitiera reducir los costos de nuestros clientes y que ellos tomaran el control del proceso, entonces en el diseño e implementación nos propusimos solucionar el principal y es que fuera simple, que con sólo tomar una selfie la credencial estuviera lista y que de manera simple un administrador o representante de Recursos Humanos pueda verificar y autorizar que efectivamente la persona que está enviando la foto es quien dice ser. Problemas típicos, como por ejemplo donde está localizado el servidor nos daba lo mismo, si tiene conectividad o no tampoco era relevante, el principal obstáculo era cómo hacíamos que esto fuera simple.

Comparada con otras soluciones del mismo tipo de otras empresas ¿Qué los diferencia del mercado?

No tenemos conocimiento de si existen otras soluciones similares en el mercado, pero dudo que por lo pronto exista una solución de seguridad robusta, integración con distintos servicios a medida que lo requiera el cliente y que además sea sencilla para el usuario. Puedo asegurar que somos la única que está pensada de esta forma.

En resumen, en cuatro sencillos pasos tienes una credencial digital que incluye la opción de solicitud, impresión y envío de credencial física. En solo segundos, tú tienes una credencial digital en el celular con QR o con tecnología HID que te permite abrir puertas, tener acceso a ciertas zonas que tienen accesos restringidos por seguridad, accesos a estacionamientos, abrir barreras, entre otras cosas.

¿Cuál es su mercado principal? ¿A qué sector o clientes quieren dirigirse?

Los principales mercados son todas aquellas compañías que hoy en día tienen un gran número de trabajadores, ese es el principal nicho que tenemos en la actualidad. En el sector público, apuntamos hacia los Ministerios, hospitales, Instituciones con presencia nacional, de hecho, uno de nuestros principales clientes es la Dirección del Trabajo. Nuestro foco es proveer esta soluciones a clientes actuales y a nuevos clientes, poder proveer una solución simple, segura y fácil.

En resumen, una solución ideal para instituciones de educación, instituciones de salud y en general cualquier Empresa o Institución Privada o Pública que necesite tener una identificación de sus colaboradores y por motivos de seguridad necesite segmentar y controlar el acceso de estos.

¿Qué esperan de IDcloud en el futuro?

Estamos avanzando con mucho éxito en el despliegue de la solución, incorporaremos nuevas funcionalidades que muy pronto lanzaremos, y contamos con un roadmap del producto robusto, de fácil integración y escalable que nos permitirá convertir IDcloud en una suite de acceso e identificación.

IDcloud ofrece una solución innovadora para la identificación de personal, integrando el mundo físico y digital. Utilizando smartphones como identificaciones, facilita la gestión de personal de manera segura y eficiente, reduciendo costos y tiempos.

Esta herramienta es ideal para grandes empresas e instituciones públicas que buscan mejorar la seguridad y simplificar el proceso de identificación y acceso de su personal. Con futuras actualizaciones y nuevas funcionalidades, IDcloud se proyecta como una plataforma robusta y escalable en el ámbito de la identificación digital..

Opinión

Luis Figueroa - Coordinador de capacitaciones y Academia de Sermaluc
Ignacio Quiroz - Analista de Capacitación de Sermaluc

La inversión en desarrollo profesional en tecnología: clave para el éxito empresarial

> “La Inteligencia Artificial está transformando rápidamente el perfil de la fuerza laboral y este es un claro indicador de la necesidad de desarrollar y actualizar continuamente las habilidades tecnológicas”

En la era digital actual, la tecnología se ha convertido en un componente vital para el éxito en el mundo empresarial. Por este motivo, la inversión en el desarrollo profesional de los colaboradores no solo es una necesidad, sino que también, es una estrategia fundamental para garantizar la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones en un mercado cada vez más dinámico y exigente.
Ante este desafío, Sermatech, una academia de aprendizaje y capacitaciones, ha estado a la vanguardia durante cinco años. Actualmente, impulsa y genera diversas oportunidades de formación que cumplen con estas exigencias, gracias a los más de 28 años de experiencia de Sermaluc. A través de sus profesionales, han transmitido su conocimiento y lo han transformado en una metodología de aprendizaje didáctica, participativa y con un enfoque 100% práctico.
Además, hemos seguido la ruta de otras experiencias educativas, mejorando los contenidos y formulando proyectos que impulsen el desarrollo de carrera a través de mallas de capacitación, para perfilarlos a un mejor cargo, una mejor gestión y un valor agregado a su organización.

La ventaja competitiva de una fuerza laboral con habilidades tecnológicas avanzadas

La Inteligencia Artificial está transformando rápidamente el perfil de la fuerza laboral y este es un claro indicador de la necesidad de desarrollar y actualizar continuamente las habilidades tecnológicas. En Chile, por ejemplo, en 2021 había un déficit del 25% de profesionales en tecnología, mientras que las empresas de servicios informáticos crecían un 110% y el capital humano un 61%. Este desajuste resalta cómo las habilidades tecnológicas avanzadas permiten a las organizaciones adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y satisfacer las demandas de los clientes, promoviendo así la competitividad y asegurando la supervivencia empresarial. En Sermatech, comprendemos la importancia de estas habilidades y trabajamos para ofrecer cursos que capaciten a los trabajadores en las tecnologías más avanzadas, garantizando que nuestras empresas asociadas siempre tengan una ventaja competitiva. Ofrecemos programas específicos para formar a trabajadores en áreas críticas como la IA y la automatización, asegurando que nuestros clientes no enfrenten estas limitaciones y puedan operar al máximo de su capacidad.

Fomentando una cultura de aprendizaje continuo

Las empresas deben impulsar y motivar a sus colaboradores en todo lo que se refiere al aprendizaje continuo, creando diversas instancias de capacitación vinculadas a sus labores diarias. Esto incluye planes de capacitación por áreas, mallas específicas para perfiles definidos y charlas mensuales sobre temas relevantes. La inversión en formación continua mejora las competencias de los trabajadores y fomenta un ambiente de crecimiento profesional y compromiso. En Sermatech, promovemos activamente una cultura de aprendizaje continuo a través de programas personalizados que se adaptan a las necesidades específicas de cada organización, garantizando que no solo adquieran nuevas habilidades, sino que también se sientan motivados y comprometidos con su desarrollo profesional.

Oportunidades de desarrollo profesional para empleados actualizados y comprometidos

La implementación de una Malla de capacitación “Fullstack” ofrece cursos para Analistas Junior y en Entrenamiento en desarrollo front y back, además de habilidades transversales necesarias para trabajar en entornos ágiles. Este enfoque permite a las empresas tener a sus colaboradores preparados para nuevos desafíos, creando un semillero de talentos internos. Los trabajadores, a su vez, se sienten motivados y actualizados con las últimas tecnologías, lo que refuerza su compromiso y productividad. Sermatech se enorgullece de ofrecer estos programas innovadores, diseñados para mantener a los colaboradores a la vanguardia de la tecnología y preparados para asumir roles más complejos y desafiantes dentro de sus organizaciones.

El papel de Sermatech en el desarrollo profesional en la era digital

Sermatech juega un papel crucial en el desarrollo profesional de los trabajadores al ofrecer cursos que están a la vanguardia tecnológica, respaldados por profesionales con experiencia real en el campo. Nuestra oferta formativa abarca áreas como habilidades técnicas, habilidades metodológicas y análisis de datos, además de programas específicos como el desarrollo Fullstack y próximamente un curso de IA. La formación en formato sincrónico, con interacción en vivo entre el relator y los participantes, ha sido especialmente valorada por su dinamismo y efectividad. En Sermatech, nos aseguramos de que nuestros cursos no solo cubran las necesidades técnicas, sino que también fomenten habilidades interpersonales que son esenciales para el éxito en el entorno laboral moderno.

Beneficios de la inversión en desarrollo profesional en tecnología

La inversión en desarrollo profesional en tecnología no solo beneficia a los trabajadores, optimizando sus procesos y fomentando la creatividad, sino que también contribuye al éxito global de las empresas. Los colaboradores comprometidos y capacitados aumentan su productividad y están mejor preparados para enfrentar los desafíos del mercado, asegurando así, la competitividad y el crecimiento sostenible de la organización. En Sermatech, creemos firmemente que esta inversión es fundamental para el éxito empresarial y trabajamos continuamente para proporcionar las herramientas y el conocimiento necesarios para que nuestros clientes prosperen en la era digital.

Nicolás Fernandez de Castro
Socio de Legopstech

Los principios fundamentales del comercio electrónico

En el mundo actual, el comercio electrónico se ha convertido en una parte esencial de nuestras vidas, facilitando transacciones y comunicaciones de manera rápida y eficiente. Desde la compra de bienes y servicios hasta la realización de transacciones bancarias, el comercio electrónico ha transformado la manera en que interactuamos con el mercado global. Sin embargo, es crucial recordar los tres principios fundamentales que rigen esta práctica, según la Ley 527 de 1999 en Colombia, que son vitales para garantizar la seguridad y validez de las transacciones electrónicas.

El primero de estos principios es la Equivalencia Funcional, que establece que cualquier mensaje de datos, como contratos o títulos valores, tiene el mismo valor que un documento en papel. Esto significa que un contrato firmado electrónicamente tiene la misma validez jurídica que uno firmado en papel. Este principio es esencial para el comercio electrónico porque asegura que las transacciones realizadas a través de medios electrónicos tengan los mismos efectos legales que las realizadas de manera tradicional. Además, la Equivalencia Funcional permite la integración de tecnologías avanzadas en los procesos comerciales, facilitando un entorno más eficiente y accesible para todos los participantes del mercado.

El segundo principio, la No Discriminación, prohíbe negar validez a un documento electrónico solo por su formato. Es fundamental que las autoridades judiciales y administrativas reconozcan la igualdad de los documentos electrónicos en comparación con los físicos. Este principio es particularmente importante en un mundo donde la digitalización está en constante aumento. Sin la No Discriminación, se crearían barreras injustas que podrían obstaculizar el crecimiento y la adopción del comercio electrónico. Reconocer la validez de los documentos electrónicos fomenta la confianza de los consumidores y las empresas en el uso de estas tecnologías, lo que a su vez impulsa la economía digital.

Por último, la Neutralidad Tecnológica busca evitar que la legislación esté limitada a una tecnología específica, permitiendo la adaptación a los avances tecnológicos. Este principio es crucial en un entorno digital en constante evolución, ya que garantiza que las leyes no se vuelvan obsoletas rápidamente. La Neutralidad Tecnológica asegura que cualquier nueva tecnología que cumpla con los requisitos de seguridad y fiabilidad pueda ser utilizada en el comercio electrónico, lo que fomenta la innovación y el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas. Este principio también protege a los consumidores y las empresas de tener que adoptar tecnologías específicas que podrían no ser las más adecuadas o seguras para sus necesidades.

Lamentablemente, en la práctica, estos principios a menudo son pasados por alto por las autoridades judiciales, lo que puede resultar en decisiones erróneas en casos de ejecución de títulos. Exigir certificados de firma electrónica innecesarios va en contra de la neutralidad tecnológica y puede constituir una violación al debido proceso. Además, la falta de conocimiento o comprensión de estos principios por parte de los jueces y funcionarios públicos puede llevar a una aplicación incorrecta de la ley, creando inseguridad jurídica y desconfianza en las transacciones electrónicas.

Es imperativo que los jueces y las autoridades judiciales se actualicen en los principios del comercio electrónico y eviten imponer requisitos que contradigan la legislación vigente. La aplicación correcta de estos principios garantiza la seguridad jurídica en las transacciones electrónicas y promueve la confianza en el comercio digital. La capacitación y la formación continua de los jueces y funcionarios públicos en materia de comercio electrónico son esenciales para asegurar que estén al día con las últimas tecnologías y prácticas del sector. Solo así podrán tomar decisiones informadas y justas que respeten los principios fundamentales del comercio electrónico.

> “Reconocer la validez de los documentos electrónicos fomenta la confianza de los consumidores y las empresas en el uso de estas tecnologías, lo que a su vez impulsa la economía digital”

Además, es importante destacar el papel de las empresas y los consumidores en la promoción de estos principios. Las empresas deben adoptar prácticas que respeten y promuevan la equivalencia funcional, la no discriminación y la neutralidad tecnológica en sus transacciones electrónicas. Esto incluye el uso de tecnologías seguras y confiables, así como la implementación de políticas que fomenten la transparencia y la confianza en el comercio electrónico. Los consumidores, por su parte, deben estar informados sobre sus derechos y responsabilidades en las transacciones electrónicas y exigir el cumplimiento de los principios fundamentales por parte de las empresas y las autoridades.

El papel del gobierno en la promoción y protección de los principios del comercio electrónico también es crucial. Las políticas públicas deben estar orientadas a fomentar un entorno regulatorio que apoye el crecimiento y la innovación en el comercio electrónico, al mismo tiempo que protege los derechos de los consumidores y asegura la equidad en el mercado. Esto incluye la creación de marcos regulatorios que sean flexibles y adaptables a los cambios tecnológicos, así como la implementación de programas de educación y concientización para los ciudadanos y las empresas. Es necesario un mayor esfuerzo por parte de las autoridades judiciales para comprender y aplicar adecuadamente los principios fundamentales del comercio electrónico. Solo así podremos asegurar un entorno legal justo y equitativo para el desarrollo continuo del comercio en línea. La correcta aplicación de los principios de equivalencia funcional, no discriminación y neutralidad tecnológica es esencial para garantizar la seguridad y la confianza en las transacciones electrónicas. Además, la colaboración entre el gobierno, las empresas y los consumidores es fundamental para promover un entorno digital seguro y dinámico que beneficie a todos los participantes del mercado.

El futuro del comercio electrónico depende de nuestro compromiso con estos principios fundamentales. Solo a través de la comprensión y la aplicación adecuada de estos principios podemos asegurar un entorno legal y comercial que promueva la innovación, la equidad y la confianza en el comercio digital. Es hora de que todos los actores involucrados trabajen juntos para proteger y fortalecer el comercio electrónico, garantizando así su desarrollo sostenible y su impacto positivo en la economía global..

Conozca la solución de transferencias interbancarias inmediatas para los emprendedores colombianos

por Priscilla Cardozo

Conozca "Transfiya Negocios", la solución de transferencias interbancarias inmediatas diseñada especialmente para emprendedores colombianos, y que promueve la eficiencia operativa y la seguridad en las transacciones, ayudando a enfrentar los desafíos económicos y estructurales del entorno empresarial.En un contexto donde la creación de nuevas empresas en Colombia ha disminuido, "Transfiya Negocios" se presenta como una herramienta clave para los emprendedores, facilitando la gestión financiera diaria y reduciendo los riesgos asociados con el uso de efectivo. Con más de 14.3 millones de usuarios, este servicio está transformando la economía digital del país, promoviendo la inclusión financiera y mejorando la competitividad de las empresas locales.En Colombia, los emprendedores han emergido como figuras clave en el panorama económico global, destacándose por su capacidad para innovar, su resiliencia frente a los desafíos y su habilidad para generar soluciones creativas que impulsan el desarrollo empresarial en el país. Sin embargo, el entorno empresarial colombiano no está exento de retos significativos. Según el último informe de Confecámaras, el gremio de las cámaras de comercio del país, se ha observado una ligera disminución en la creación de nuevas empresas durante el año 2023, comparado con el año anterior. Esta situación pone en relieve la necesidad de herramientas financieras y soluciones innovadoras que puedan apoyar y fortalecer a los emprendedores en su camino hacia el éxito económico.En respuesta a estas necesidades cambiantes, servicios como Transfiya han surgido como catalizadores del cambio en el ámbito financiero colombiano. Inicialmente concebido como una plataforma para transferencias interbancarias inmediatas entre personas, Transfiya ha evolucionado para abordar las demandas específicas del sector empresarial con su producto "Transfiya Negocios". Este servicio no solo facilita la gestión financiera diaria de los negocios, sino que también promueve la eficiencia operativa y la seguridad en las transacciones, reduciendo los riesgos asociados con el uso de efectivo en los puntos de venta físicos y optimizando los costos operativos para las empresas emergentes.

El Contexto Empresarial en Colombia

Colombia ha experimentado un notable crecimiento económico en las últimas décadas, impulsado en gran medida por la diversificación de su economía y el surgimiento de nuevos sectores industriales y comerciales. Los emprendedores colombianos han desempeñado un papel fundamental en este proceso, introduciendo ideas innovadoras y contribuyendo al dinamismo económico del país. Sin embargo, el camino hacia el éxito empresarial no está exento de desafíos significativos. Según datos del último informe de Confecámaras, durante el año 2023 se registró una ligera disminución en la creación de nuevas empresas en Colombia. Aunque se establecieron 305,997 nuevas entidades, esto representa una caída del 1.5% en comparación con el año anterior. Esta tendencia es particularmente preocupante en el segmento de las pequeñas empresas, que experimentaron una reducción del 31%. Las medianas y grandes empresas también enfrentaron dificultades, con descensos que oscilan entre el 25% y el 59%. Estas cifras reflejan los desafíos estructurales y económicos que enfrentan los emprendedores colombianos, incluyendo barreras financieras, regulatorias y de infraestructura que pueden obstaculizar el crecimiento empresarial.

Además de los retos internos, los empresarios colombianos deben lidiar con un entorno empresarial global cada vez más competitivo y dinámico. La globalización ha abierto nuevas oportunidades de mercado, pero también ha aumentado la presión sobre las empresas locales para innovar, mejorar su productividad y adaptarse rápidamente a cambios en las demandas del consumidor y las tendencias económicas internacionales.

En este contexto, la capacidad de los emprendedores para acceder a herramientas financieras modernas y eficientes se vuelve crucial. La gestión financiera efectiva, que incluye la optimización de pagos y transacciones, se ha convertido en un factor determinante para el éxito y la supervivencia de las empresas en el mercado actual. Es aquí donde intervienen soluciones como Transfiya, que están diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades financieras y operativas de los negocios emergentes en Colombia.

Transfiya: Innovación en el sistema financiero colombiano

Transfiya ha surgido como un ejemplo destacado de innovación financiera en Colombia. Creado por ACH Colombia como un servicio para facilitar las transferencias interbancarias inmediatas entre personas, Transfiya ha evolucionado para adaptarse a las necesidades específicas del mercado empresarial con "Transfiya Negocios". Este producto está diseñado para ayudar a los negocios a optimizar sus operaciones financieras diarias, proporcionando una forma segura, rápida y eficiente de manejar pagos y transacciones tanto con clientes como con proveedores.

La adopción de "Transfiya Negocios" ha sido notable desde su lanzamiento. La plataforma ha atraído a más de 14.3 millones de usuarios activos hasta mayo de 2024, quienes utilizan la aplicación móvil o el sitio web para realizar transacciones utilizando solo el número de celular. Esta facilidad de uso y accesibilidad ha hecho que Transfiya se convierta en una herramienta indispensable para miles de pequeñas y medianas empresas en Colombia, que buscan simplificar sus operaciones financieras y mejorar su flujo de caja.

Gustavo Vega Villamil, Presidente de ACH Colombia, ha destacado la importancia estratégica de Transfiya en el ecosistema empresarial colombiano. Según Vega, Transfiya aborda directamente los desafíos críticos que enfrentan los emprendedores colombianos, como la recepción oportuna de pagos, la reducción del uso de efectivo y la mejora de la seguridad en las transacciones.

Al facilitar pagos rápidos y seguros, Transfiya permite a las empresas concentrarse en su crecimiento y expansión, en lugar de preocuparse por los obstáculos tradicionales asociados con la gestión financiera.

Además de su impacto directo en la gestión financiera empresarial, Transfiya también ha contribuido significativamente a la economía digital de Colombia. La transición hacia plataformas digitales para la gestión financiera no solo mejora la eficiencia operativa de las empresas, sino que también promueve la inclusión financiera al proporcionar acceso a servicios financieros seguros y accesibles a una amplia gama de usuarios en todo el país. Esta democratización del acceso a servicios financieros es crucial para fomentar un crecimiento económico más equitativo y sostenible en Colombia.

Impacto económico y social de Transfiya

El impacto de Transfiya va más allá de la mera optimización de transacciones financieras. A nivel económico, el servicio ha contribuido a la reducción de los costos operativos para muchas pequeñas y medianas empresas, permitiéndoles reinvertir recursos en áreas clave como la expansión del negocio, la innovación de productos y la contratación de talento. Esto es especialmente relevante en un contexto donde la eficiencia y la agilidad son cruciales para la supervivencia y el crecimiento empresarial a largo plazo.

Además, Transfiya ha jugado un papel fundamental en la digitalización de la economía colombiana. Al fomentar el uso de plataformas digitales para la gestión financiera, el servicio ha contribuido a la creación de un ecosistema empresarial más resiliente y adaptable a las fluctuaciones económicas y a los cambios tecnológicos. La digitalización no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también posiciona a las empresas colombianas en una mejor posición para competir en el mercado global y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Desde una perspectiva social, Transfiya ha promovido la inclusión financiera al proporcionar acceso a servicios financieros seguros y accesibles a una amplia gama de usuarios en todo el país. Esto es especialmente importante en un país como Colombia, donde existen disparidades significativas en el acceso a servicios financieros entre áreas urbanas y rurales, así como entre diferentes segmentos de la población. Al eliminar las barreras tradicionales asociadas con la banca física, Transfiya ha permitido a más colombianos participar activamente en la economía digital y beneficiarse de sus ventajas.

Desafíos y oportunidades para los emprendedores colombianos

A pesar de los avances significativos facilitados por servicios como Transfiya, los emprendedores colombianos continúan enfrentando una serie de desafíos únicos que pueden obstaculizar su crecimiento y desarrollo. Uno de los desafíos más acuciantes es el acceso al financiamiento adecuado y a tasas competitivas. Aunque el ecosistema financiero colombiano ha mejorado considerablemente en los últimos años, muchas pequeñas y medianas empresas aún enfrentan dificultades para obtener crédito y capital de inversión necesario para expandir sus operaciones.

La burocracia y la carga regulatoria también representan barreras significativas para los emprendedores en Colombia. Aunque se han implementado medidas para simplificar los procedimientos administrativos y promover un entorno empresarial más favorable, los procesos administrativos complejos y la falta de claridad en las normativas pueden desalentar a los empresarios, especialmente a aquellos que están comenzando o que operan en sectores altamente regulados.

Además, la infraestructura limitada y las disparidades regionales en términos de acceso a servicios básicos como electricidad, agua y conectividad digital pueden limitar las oportunidades de crecimiento para las empresas en áreas rurales y menos desarrolladas del país. La falta de infraestructura adecuada no solo dificulta la operación diaria de los negocios, sino que también puede afectar la capacidad de las empresas para competir a nivel nacional e internacional.

A pesar de estos desafíos, los emprendedores colombianos también tienen acceso a una serie de oportunidades únicas que pueden aprovechar para impulsar el crecimiento y la innovación en sus negocios. El mercado interno de Colombia ofrece un potencial significativo para la expansión de empresas en sectores como la tecnología, la salud, la agricultura y el turismo, entre otros. Además, la creciente adopción de tecnologías digitales y la demanda de productos y servicios innovadores están creando nuevas oportunidades de mercado que los empresarios pueden capitalizar.

El apoyo gubernamental y las iniciativas de desarrollo económico también están jugando un papel crucial en la creación de un entorno más favorable para los emprendedores en Colombia. Programas como incentivos fiscales, subsidios y capacitación empresarial están ayudando a fortalecer la capacidad empresarial y mejorar las perspectivas de éxito para las nuevas empresas.

Asimismo, la colaboración entre el sector público y privado en iniciativas de desarrollo económico y tecnológico está promoviendo la innovación y facilitando la creación de redes empresariales que pueden apoyar el crecimiento sostenible de los negocios locales.

Innovación Financiera y Transformación Digital en Colombia

La innovación financiera y la transformación digital juegan un papel crucial en la evolución del panorama empresarial colombiano. Estas tendencias están redefiniendo la forma en que las empresas operan, interactúan con los clientes y gestionan sus operaciones diarias. La digitalización de los servicios financieros ha permitido a las empresas mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y ofrecer una experiencia más personalizada a los clientes.

Servicios como Transfiya son ejemplos claros de cómo la innovación financiera puede tener un impacto positivo en la economía local. Al facilitar transferencias interbancarias inmediatas y seguras, Transfiya ha simplificado significativamente la gestión financiera para muchas de empresas en Colombia y esta eficiencia no solo mejora la liquidez y el flujo de caja de las empresas, sino que también fortalece su posición competitiva en el mercado al tiempo que reduce los riesgos asociados con el manejo de efectivo.

La inteligencia artificial (IA), el aprendizaje automático y la analítica de datos también están transformando la forma en que las empresas toman decisiones financieras y estratégicas. Estas tecnologías permiten a las empresas recopilar, analizar y utilizar datos en tiempo real para identificar oportunidades de mercado, predecir tendencias de consumo y optimizar la gestión de inventarios y recursos humanos. Como resultado, las empresas pueden operar con mayor eficiencia y responder de manera más ágil a las demandas cambiantes del mercado.

Además de mejorar la eficiencia operativa, la transformación digital está promoviendo la inclusión financiera al proporcionar acceso a servicios financieros a segmentos de la población que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero

formal. A través de plataformas móviles y soluciones basadas en la nube, las empresas pueden llegar a clientes en áreas rurales y comunidades marginadas, ofreciéndoles acceso a cuentas bancarias, servicios de pago y crédito que antes estaban fuera de su alcance.

Impacto Social de la Innovación Financiera

El impacto social de la innovación financiera en Colombia va más allá de la mejora en la eficiencia empresarial y la inclusión financiera. Estas tecnologías también están fortaleciendo las redes de seguridad económica y promoviendo un crecimiento más equitativo y sostenible. Por ejemplo, la digitalización de los servicios financieros ha facilitado la transferencia de remesas internacionales, proporcionando un canal seguro y eficiente para que los trabajadores migrantes envíen dinero a sus familias en Colombia. Además, la adopción de tecnologías financieras avanzadas está empoderando a los consumidores al brindarles acceso a información transparente y opciones financieras más diversas. Las plataformas de comparación de productos financieros y los servicios de gestión de inversiones basados en algoritmos están permitiendo a los colombianos tomar decisiones financieras más informadas y optimizar su uso de recursos económicos.

En el ámbito educativo, la innovación financiera también está desempeñando un papel crucial al mejorar el acceso a la educación financiera y empresarial. A través de programas de capacitación en línea y herramientas educativas interactivas, las personas pueden adquirir conocimientos y habilidades necesarias para administrar sus finanzas personales, iniciar un negocio y participar activamente en la economía digital.

Desafíos y Consideraciones Éticas

A pesar de sus numerosos beneficios, la innovación financiera también plantea desafíos y consideraciones éticas que deben abordarse para garantizar su adopción responsable y sostenible. Uno de los desafíos más significativos es la ciberseguridad y la protección de datos. A medida que más datos financieros y personales se almacenan y comparten a través de plataformas digitales, aumenta el riesgo de ciberataques y violaciones de la privacidad. Las empresas y los reguladores deben implementar medidas robustas de seguridad cibernética y protección de datos para mitigar estos riesgos y proteger la confianza del consumidor en las plataformas financieras digitales.

Además, la brecha digital sigue siendo una preocupación importante en Colombia y otros países en desarrollo. Aunque la digitalización ofrece numerosos beneficios, muchas comunidades rurales y grupos socioeconómicos marginados aún enfrentan barreras significativas para acceder a servicios financieros y tecnológicos avanzados. Es fundamental implementar políticas públicas y programas de inclusión digital que aseguren que todos los ciudadanos, independientemente de su ubicación o situación económica, puedan beneficiarse de las oportunidades creadas por la innovación financiera.

La ética también juega un papel crucial en el desarrollo y la implementación de tecnologías financieras. Las empresas y los desarrolladores de tecnología deben asegurarse de que sus productos y servicios cumplan con los más altos estándares de integridad y responsabilidad social. Esto incluye la transparencia en la recopilación y el uso de datos, la equidad en el acceso a servicios financieros y el cumplimiento de las normativas y prácticas éticas establecidas por los reguladores y organismos gubernamentales.

Perspectivas Futuras y Recomendaciones

A medida que Colombia avanza hacia una economía digital más robusta y resiliente, existen varias áreas clave en las que se pueden realizar mejoras y reformas para apoyar aún más el crecimiento empresarial y promover la inclusión financiera. Entre las recomendaciones:

- **Promover la Innovación y el Emprendimiento:** Fomentar un entorno regulatorio que apoye la innovación y el espíritu empresarial, facilitando el acceso al financiamiento y proporcionando incentivos fiscales para las nuevas empresas y startups.
- **Mejorar la Infraestructura Digital:** Invertir en la expansión de la infraestructura digital, incluida la conectividad de banda ancha y el acceso a servicios móviles, especialmente en áreas rurales y menos desarrolladas del país.
- **Fortalecer la Educación Financiera y Digital:** Implementar programas de educación financiera y digital desde una edad temprana, proporcionando a los ciudadanos las habilidades necesarias para administrar sus finanzas personales y participar activamente en la economía digital.
- **Promover la Inclusión Financiera:** Ampliar el acceso a servicios financieros a través de tecnologías innovadoras y plataformas digitales, asegurando que todos los colombianos tengan la oportunidad de beneficiarse de las oportunidades económicas y financieras.
- **Proteger la Seguridad y Privacidad de los Datos**: Reforzar las políticas y regulaciones de ciberseguridad y protección de datos para mitigar los riesgos asociados con la digitalización de los servicios financieros y proteger la confianza del consumidor en las plataformas digitales.

Referencias:
Confecámaras (2024). Informe Anual 2023: Estado del Emprendimiento en Colombia.
ACH Colombia (2024). Transfiya: Transformando la Gestión Financiera Empresarial en Colombia.
World Bank (2023). Colombia Economic Outlook.
Gobierno de Colombia (2023). Políticas Públicas para el Desarrollo Económico y Empresarial.

transfiya

El auge de las transferencias inmediatas en Colombia

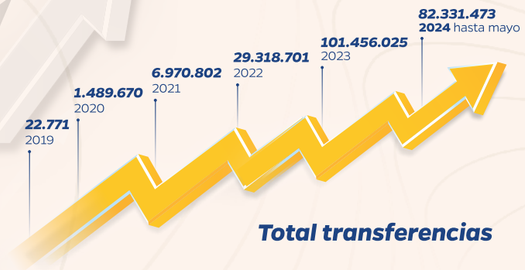
El crecimiento de las transferencias inmediatas experimentó un aumento exponencial de su uso en Colombia en los primeros meses del año 2024, marcando una nueva era de eficiencia e inmediatez en las transacciones interbancarias. De enero a mayo de 2024, **Transfiya** reportó un aumento de más del 300% en comparación al mismo periodo del 2023.

Al cierre de mayo de 2024:
Transfiya reportó más de

220
millones de transferencias procesadas.

Se ha posicionado como **un medio clave para mover el dinero** de manera digital.

+14.3
millones de usuarios que han enviado y recibido dinero utilizando solo el número de celular.



Bancolombia · Davivienda · Banco de Bogotá · BBVA · Banco Caja Social · Scotiabank Colpatria · Banco Agrario de Colombia · Banco Falabella · Bancamía · Banco AV Villas · Banco de Occidente · Serfinanza · Itaú · Banco Cooperativo Coopcentral · Banco Finandina · Confiar coop · Daviplata · Nequi · Movii · dale!

Como uno de los servicios de transferencias interbancarias inmediatas en Colombia, **Transfiya** comenzó en 2020 con:

6 entidades financieras

Movió alrededor de **+1M de transferencias** durante el año

Colombia ha sido testigo de un crecimiento importante de las transferencias inmediatas de bajo valor, con un aumento notable en el número de usuarios que optan por esta modalidad de transacción.

Y siguiendo esta línea creciente de transferencias interbancarias inmediatas, **Transfiya** registró más de **20.8 millones de transferencias** solo en mayo de 2024, siendo el mes con más alta transaccionalidad desde su creación.

Este aumento en las transferencias inmediatas no solo ha transformado la experiencia del usuario, sino que también ha tenido un impacto positivo en la economía. **La rápida circulación del dinero ha facilitado una mayor agilidad en las transacciones persona a persona** y ha impulsado la liquidez en los emprendimientos que vienen incorporado esta opción como método de pago.

La comodidad de realizar **transacciones de manera instantánea** ha llevado a un cambio en la forma en que los colombianos gestionan su dinero, consolidando las transferencias inmediatas como una de las opciones preferidas de los colombianos en el año 2023.

Plataformas como **Transfiya** siguen trabajando continuamente en expandir sus servicios y ofrecer soluciones que respondan a las crecientes demandas del mercado.

> *"Este notable aumento en las transferencias inmediatas destaca la adaptabilidad del consumidor colombiano y la importancia de la innovación financiera, por eso vamos a seguir liderando este cambio, brindando soluciones cada vez más eficientes y seguras."*

Gustavo Vega Villamil
Presidente de ACH Colombia

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA · ACH COLOMBIA S.A.

XM Broker: Innovación en educación financiera y Copy Trading para todos

por Priscilla Cardozo

En un contexto global donde el interés por el trading ha mostrado un crecimiento significativo, con un aumento del 27% en el número de cuentas activas de trading minorista en 2020, según datos de la Asociación de Futuristas y Opciones (FIA), XM Broker se destaca como líder en el ámbito del trading online. Además, un informe de Statista revela que el volumen global del mercado de trading en línea se proyecta que crezca a una tasa compuesta anual del 6.9% hasta 2025. La empresa se distingue por su enfoque centrado en el cliente y su compromiso firme con la educación y la innovación tecnológica. Este compromiso se refleja en nuevas iniciativas diseñadas para fortalecer su misión de educar y empoderar a traders de todos los rincones del mundo.

Educación integral para traders de todos los niveles

Uno de los pilares fundamentales de XM Broker es la educación. La plataforma ofrece una amplia gama de recursos educativos diseñados para traders de todos los niveles, desde principiantes hasta expertos. Entre estos recursos, destacan los webinarios gratuitos que se imparten en múltiples idiomas y cubren una amplia variedad de temas, desde estrategias básicas de trading hasta análisis técnico avanzado.

"En XM, creemos que la educación es la clave para el éxito en el trading. Nuestros webinarios gratuitos son una herramienta esencial para ayudar a nuestros clientes a entender el mercado y tomar decisiones informadas," comentó Rodrigo Martínez, Country Manager de XM.

La educación es vista como una clave esencial para el éxito en el trading. Los webinarios gratuitos son una herramienta vital que ayuda a los clientes a entender el mercado y tomar decisiones informadas. Estos webinarios no solo están liderados por expertos de la industria, sino que también permiten la interacción en tiempo real con los participantes, proporcionando una experiencia de aprendizaje dinámica y personalizada. Además, XM Broker ofrece artículos educativos, videos y herramientas interactivas que facilitan el aprendizaje continuo.

"Queremos asegurarnos de que todos nuestros usuarios, independientemente de su nivel de experiencia, tengan acceso a la mejor formación posible. Nuestra meta es proporcionar recursos educativos que sean tanto accesibles como efectivos," añadió Martínez.

Copy Trading: Aprender de los mejores

Otra de las innovaciones destacadas de XM Broker es su plataforma de copy trading. Esta herramienta permite a los traders menos experimentados copiar las operaciones de traders más experimentados. De esta manera, los usuarios pueden aprender de los mejores mientras potencialmente obtienen ganancias. El copy trading en XM es accesible y transparente. Los usuarios pueden ver el historial y las estrategias de los traders que desean copiar, lo que fomenta una comunidad de aprendizaje y crecimiento continuo. Esta plataforma no solo beneficia a los traders novatos, sino también a los traders experimentados, quienes pueden obtener ingresos adicionales al permitir que otros copien sus operaciones.

El objetivo es crear una comunidad de traders que aprendan y crezcan juntos. El copy trading es una herramienta poderosa para lograrlo, ya que facilita el intercambio de conocimientos y experiencias entre los usuarios.

Competiciones y comunidad

Además de la educación y el copy trading, XM Broker fomenta una comunidad activa y competitiva a través de sus competiciones de trading. Estas competiciones ofrecen una plataforma para que los traders prueben sus habilidades y estrategias en un entorno competitivo, con la posibilidad de ganar premios atractivos. Las competiciones de trading de XM son una excelente manera de mantener a los usuarios motivados y comprometidos. Les ofrecen la oportunidad de medir su desempeño frente a otros traders y aprender nuevas técnicas en el proceso.

"Nuestras competiciones de trading son una excelente manera de mantener a nuestros usuarios motivados y comprometidos. Les ofrecemos la oportunidad de medir su desempeño frente a otros traders y aprender nuevas técnicas en el proceso," comentó Diego Rojas, Business Development Officer de XM.

Estas competiciones no solo son una fuente de motivación, sino que también enriquecen la experiencia de todos los participantes mediante la interacción y el intercambio de ideas. Los traders pueden aprender unos de otros, lo que fortalece la comunidad de XM y promueve el desarrollo continuo de habilidades. **"Creemos firmemente en el poder de la comunidad y el aprendizaje colaborativo. Las competiciones de trading son una parte integral de nuestra estrategia para fomentar una comunidad activa y comprometida,"** agregó Rojas.

XM Broker se posiciona como un líder en la industria del trading, no solo por sus innovadoras herramientas y plataformas, sino también por su compromiso con la educación y el desarrollo de sus usuarios. A través de su oferta integral de recursos educativos, la posibilidad de copy trading y las emocionantes competiciones, XM crea un entorno donde los traders de todos los niveles pueden aprender, crecer y prosperar.

La misión de XM es empoderar a los traders a través de la educación y la innovación, proporcionando las mejores herramientas y recursos para que puedan alcanzar sus objetivos financieros.

Para más información, visiten el enlace:
https://www.xm.com/gw.php?gid=241978

Sermaluc

El talento que tu empresa necesita, al **alcance de tu mano**

Más de 28 años transformando empresas con soluciones tecnológicas a medida.

Gestión de talentos | Desarrollo de Software | Transformación digital

www.sermaluc.cl

contacto@sermaluc.cl Sermaluc

Innovaciones en insurtech en Brasil y Argentina

El sector de insurtech en América Latina está atrayendo el interés de los inversores debido a la baja penetración de seguros. En Brasil y Argentina, startups como 180° Seguros y Justos están digitalizando el mercado de seguros, ofreciendo productos personalizados y utilizando datos para mejorar los procesos y precios de los seguros automotrices, haciendo que sean hasta un 30% más baratos que los planes tradicionales.

Fuente: InnReg

Regulación fintech en América Latina

Los gobiernos de América Latina están adoptando un enfoque más pragmático y favorable hacia la regulación fintech, lo que está fomentando el crecimiento del sector. Brasil, México y Colombia han implementado marcos regulatorios específicos y sandboxes regulatorios para fomentar la innovación y proteger a los consumidores. Este entorno regulatorio positivo está permitiendo a las fintechs convertirse en actores importantes en el sistema financiero de la región.

Fuente: ITSitio

Expansión de Mercado Pago en Brasil

Mercado Pago, el brazo fintech de Mercado Libre, sigue innovando en Brasil al integrar códigos QR y servicios de pago dentro de WhatsApp. Esta integración está diseñada para facilitar los pagos electrónicos y mejorar la experiencia del usuario en una de las aplicaciones de mensajería más utilizadas del país. Este movimiento es parte de una tendencia más amplia hacia la integración de servicios financieros en plataformas digitales.

Fuente: InnReg

Crecimiento de la inclusión financiera en América Latina

En 2024, las fintechs están jugando un papel crucial en la inclusión financiera en América Latina. Más de un tercio de las startups fintech de la región ofrecen productos dirigidos a personas excluidas del sistema financiero, ampliando el acceso al crédito y los pagos móviles. La alta adopción de tecnología en la región, con más del 50% de los no bancarizados en México usando teléfonos móviles, está facilitando este crecimiento.

Fuente: Source y Yahoo Finanzas

¡Únete! a nuestros próximos eventos 2024

#DigitalBank
Bogotá
OCTUBRE 22

#DigitalBank
México
NOVIEMBRE 06

#DigitalBank
Santiago
NOVIEMBRE 26

Conozca más detalles en:
www.digitalbankla.com

Digital Bank
LATAM

@Digital Bank Latam
@DigitalBankla