

EL OBSERVADOR Montevideo | Setiembre 2023

SOFT WARE



**Soluciones Innovadoras para
un ecosistema sustentable**



Empresas esperan que aumenten las ventas y contrataciones para 2023

La mayoría de las empresas del rubro cerraron el primer semestre con buenos niveles de facturación y estiman un segundo semestre con crecimiento en las ventas y contrataciones

Cada semestre la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (Cuti) publica un Monitor de Estado de Situación de la Industria Tecnológica en el que releva los principales indicadores del sector referentes a ventas, expectativas y personal. Este informe es elaborado por el Observatorio TI de la Cuti en base a encuestas a empresas socias.

Recientemente, se publicó el reporte correspondiente al primer semestre de 2023, que mostró indicadores positivos en cuanto a las ventas y expectativas de crecimiento de las empresas del sector. El 41% de las empresas encuestadas dijo que tuvo un incremento en las ventas, ya sea de forma leve (32%) o significativa (9%). Mientras tanto, un 29% indicó que las ventas se sostuvieron conforme a las expectativas, al mismo tiempo que el 25% expresó una ligera disminución y únicamente un 5% experimentó una disminución significativa. En comparación con mediciones previas, se observa una leve disminución en el panorama positivo en relación con la evolución de las ventas.

Respecto a las expectativas sobre la evolución de las ventas para el próximo semestre, persiste el nivel de optimismo entre las empresas que se reflejaba en reportes anteriores del Observatorio. Más de la mitad estima que las ventas aumentarán, mientras que el 30% que se mantendrán en niveles actuales. Solo una mínima parte considera que sus ventas pueden disminuir en la segunda mitad del año.

Esta cifra de expectativas coincide con las oportunidades de negocios identificadas recientemente por las empresas encuestadas. Casi el 90% dijo haber identificado diversas oportunidades recientes, una cuarta parte de esas dijo que además eran oportunidades de gran relevancia.



Empresas se muestran optimistas respecto al crecimiento del sector en 2023

Empleo en el sector se mantiene con perspectivas de crecimiento

Otro de los indicadores medidos por el informe es el empleo. En ese sentido, el reporte reciente indicó que casi la mitad de las empresas encuestadas dijo que mantuvo a su equipo de trabajo, casi el 40% dijo que su personal aumentó y menos del 20% dijo haber tenido que hacer recortes de personal.

A pesar de que en el primer semestre se observó una tendencia a la disminución en torno a la contratación, para el segundo semestre las empresas se muestran optimistas en relación a las expectativas de empleo y casi la mitad de las encuestadas dijo que contratará nuevo personal. En ese sentido, de acuerdo a una tendencia del mercado que se mantiene año a año, la mayoría de las empresas manifestó que espera contratar algún tipo de especialista



Casi el 40% de las empresas aumentaron el personal

FOTOS PEXELS

en Tecnologías de la Información. Aunque también destacan los puestos del área comercial, con casi el 20% de las compañías que expresó que enfocaría en ellos sus esfuerzos de contratación.

Los perfiles más buscados

Los programadores o desarrolladores de software son el perfil que más le cuesta captar y retener a las empresas encuestadas, seguido en menor medida por los cargos de soporte técnico, Data Architect, Administrador de Base de Datos y Tester.

En todos los casos, la razón por la que es tan difícil contratar y fidelizar a estos perfiles es un combo de alta demanda tanto a nivel local como internacional, que se suma a la competitividad salarial en el rubro. Este último factor se hace más evidente en las empresas de menor tamaño, que deben lidiar además con las expectativas económicas de los candidatos.

Equipos flexibles y multinacionales

Una tendencia positiva del sector que se vio reflejada en la encuesta es que la ubicación geográfica ya no es una limitante para la contratación de personal, algo que aún se observaba en relevamientos anteriores. Del total de las empresas radicadas principalmente en Montevideo, la gran mayoría hizo contrataciones recientes a personal que se encontraba radicado fuera de la capital e incluso fuera de fronteras. Más de la mitad dijo que ya contaba con empleados que cumplían estas condiciones.

Esta condición es posible gracias a la forma de trabajo flexible que adoptó el sector, con tres cuartas partes de las empresas que trabajan de forma híbrida, cerca del 10% de forma completamente remota y una cantidad similar de forma presencial. ●



Brecha de género: un indicador en el que aún queda mucho por hacer

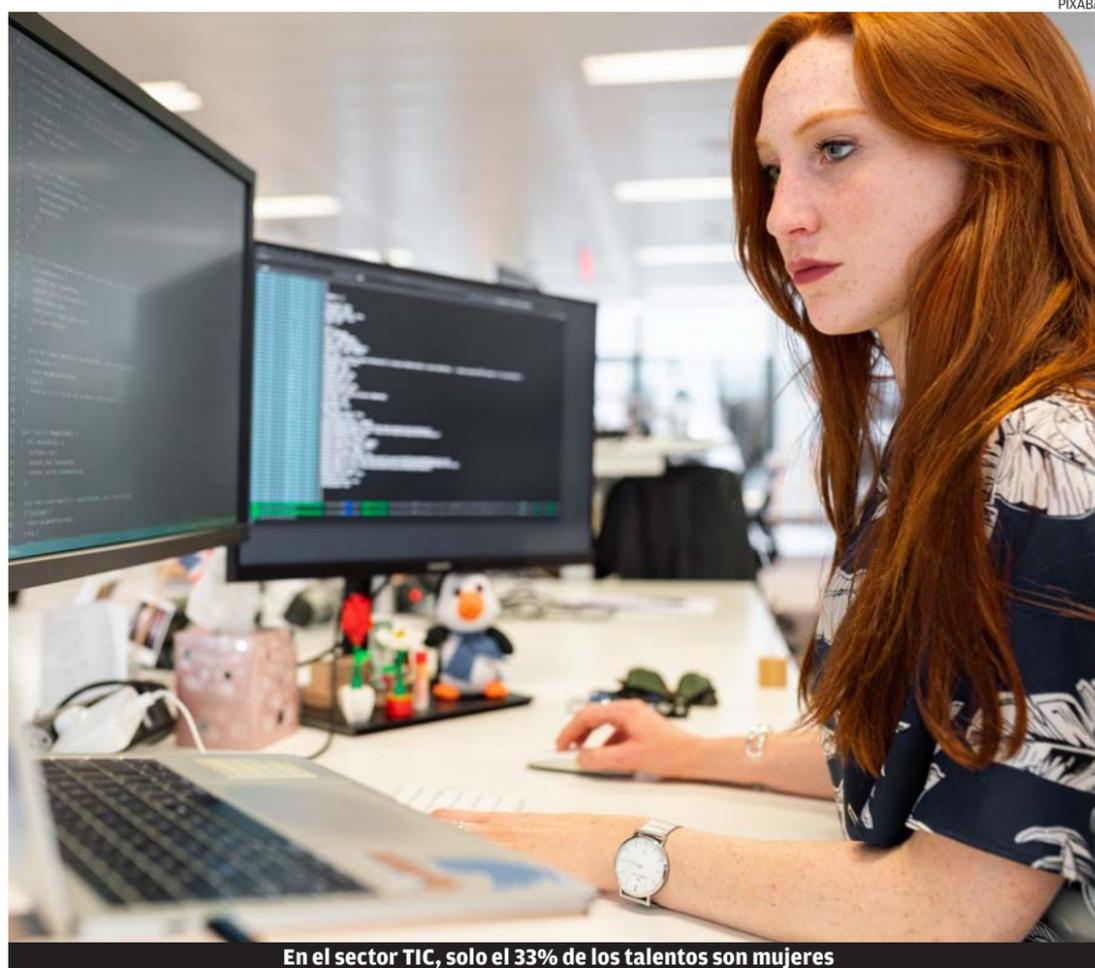
Pese a las acciones del sector, autoridades y empresarios reconocen que todavía deben hacerse mayores esfuerzos para lograr una participación igualitaria de hombres y mujeres en las TIC

Reducir la brecha de género entre los talentos del sector es de los principales desafíos que enfrenta la industria tecnológica local. Esta situación no es exclusiva de Uruguay, sino que sucede en varios países del mundo, en algunos de forma más pronunciada que otros, y que es consecuencia, en parte, de la baja matriculación de las mujeres en las carreras de tecnología.

Según el último informe de talento de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (Cuti), en el sector solo el 33% de los talentos son mujeres, y ese número se reduce aún más en los equipos técnicos. Es por esto, que tanto desde las cámaras empresariales y las propias empresas, como desde el gobierno y distintas ONG relativas al tema, se propusieron generar acciones enfocadas en reducir esta brecha.

Este desafío se suma a la dificultad ya existente de encontrar talentos suficientes para desempeñarse en el sector TIC. Si la cantidad de egresados en carreras de tecnología es anualmente baja en comparación a las necesidades del sector, la cantidad de mujeres que se gradúan de carreras tecnológicas es aún menor. De acuerdo con cifras de la Universidad de la República, solo el 20% de estudiantes de las carreras STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés) son mujeres. A nivel mundial, sólo una de cada 20 niñas considera elegir una carrera STEM, de acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Los responsables de las principales instituciones educativas de la materia en Uruguay reconocen que es un problema en el que aún falta mucho por hacer, y que el principal desafío está en acercar a las mujeres a la tecnología desde la adolescencia.



En el sector TIC, solo el 33% de los talentos son mujeres

En ese sentido, varias instituciones tienen iniciativas enfocadas en derribar esa barrera. Todas las universidades realizan actividades en el marco del día de las niñas en las TIC, dando charlas y talleres en instituciones de educación media. También para celebrar ese día la Cuti organiza el evento "Techy por el día" en conjunto con la ANEP. En la edición de marzo de este año participaron cerca de 60 empresas.

Acuerdos para trabajar en equidad

En cuanto a la brecha de género en los talentos del sector, Uruguay está en el promedio del continen-

te, con cifras similares a las de Argentina, mejores que las de Brasil, pero muy lejanas a las de Estados Unidos, que igualmente tiene un valor elevado.

Con esas dificultades sobre la mesa, en marzo de este año la Cuti y el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) firmaron un acuerdo de cooperación con el fin de viabilizar acciones conjuntas y promover el intercambio de conocimientos y especialidades propias de cada institución. En dicha ocasión, la directora de Inmujeres, Mónica Bottero, dijo: "promover la autonomía económica de las mujeres y territorializar esa política son dos de nuestras líneas estraté-

gicas en las que podemos trabajar con Cuti. Hoy no podemos hablar de autonomía económica de las mujeres sin pensar en la inclusión digital". En ese sentido, hizo referencia a la falta de talentos femeninos en el sector: "es fundamental promover la formación y el ingreso de las mujeres a las carreras vinculadas a la tecnología, sobre todo en el interior del país, ya que es una industria que ofrece empleos de calidad y tiene una alta demanda de talentos".

Por su parte, el presidente de la Cuti, Carlos Acle, expresó que si bien los números mejoran año a año, y que en otros indicadores el sector IT muestra avances

significativos "aún presenta una brecha de género grande". Mercedes Gatti, vicepresidenta de la Comisión de Equidad de Género, señaló que este convenio es una oportunidad para generar sinergia entre ambas organizaciones y que "el gran desafío es hacer que más chicas y mujeres trabajen en TI, que vean lo atractivo de esta industria y la cantidad de posibilidades que ofrece". "Hay que sacar la idea de que es una carrera para hombres, porque no lo es", dijo Gatti, quien es ingeniera en Telecomunicaciones y experta en ciberseguridad.

Principios de equidad

Otra de las iniciativas surgidas del trabajo de la Comisión de Género de la Cuti fue la presentación de los Principios de Equidad de Género que se sumarán al Código de Conducta Profesional que rige a los socios de la Cámara. Dichos principios tienen como objetivo allanar el camino de las empresas hacia prácticas más igualitarias y con perspectiva de género.

"Se comenzó un proceso de análisis sobre el estado de situación de las empresas socias de Cuti y, a partir de allí, se definieron líneas de trabajo para la Comisión, referidas a la selección y reclutamiento de las mujeres; a la corresponsabilidad y cuidados; al desarrollo profesional de las mujeres en TI; al liderazgo y la visibilidad, y al compromiso de la dirección de las empresas con la equidad, el acoso y la violencia de género", explicó Mercedes Gatti, vicepresidenta de la Comisión de Equidad de Género de la Cámara.

Durante la presentación de los principios, representantes de la Comisión compartieron algunas de sus experiencias en el camino hacia la equidad de género mediante acciones, políticas y programas dentro de sus empresas. ●



Uruguay es el mayor exportador TICs per cápita de América Latina

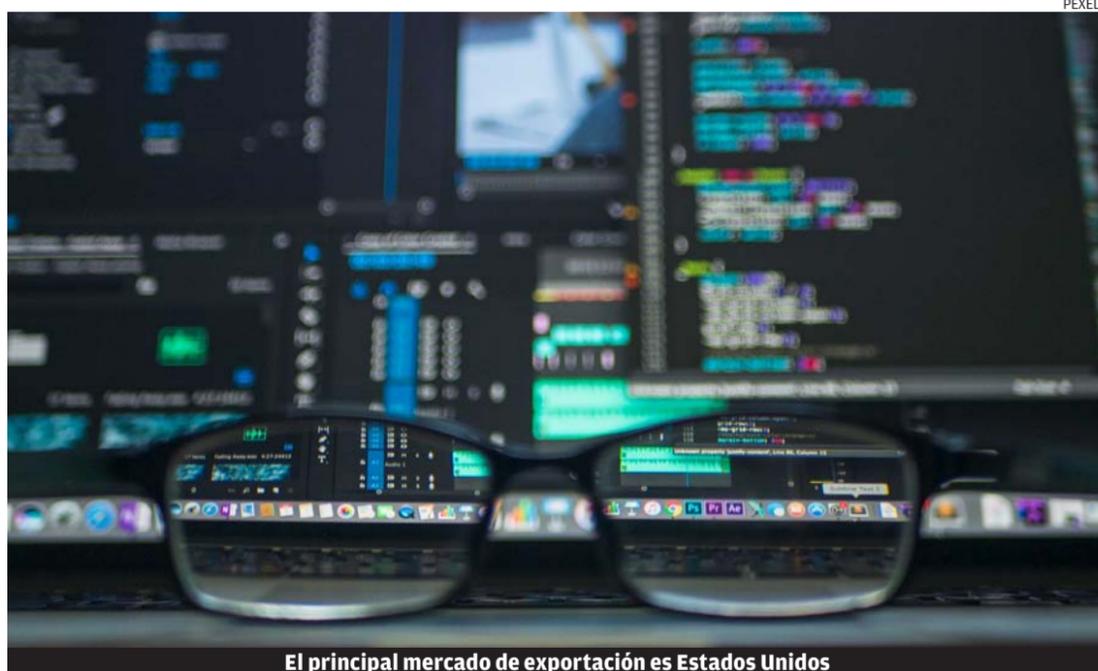
Las exportaciones de software y servicios de tecnología (ITO) alcanzaron US\$ 1172 millones en 2022 creciendo 20%. Son el 22% del total de las exportaciones de servicios del país

De acuerdo con un informe recientemente elaborado por el Instituto Uruguay XXI enfocado en el sector TIC y su relevancia para el país, las exportaciones del sector en Uruguay son un rubro cada vez más importante dentro de la canasta de servicios que exporta el país. En concreto, en 2022 las exportaciones TIC totalizaron 1.172 millones de dólares de los cuales 959 millones corresponden a exportaciones de software e ITO, y el resto a telecomunicaciones.

Esta cifra significa un aumento de 20% con respecto al año anterior y representa el 22% del total de las exportaciones de servicios en Uruguay. Según el último informe sobre exportaciones de servicios del Instituto Uruguay XXI, los servicios no tradicionales -entre los que se encuentran las exportaciones TIC- fueron resilientes a la crisis ocurrida en 2020 como consecuencia de la pandemia "con una menor caída en 2020 y una recuperación más dinámica en 2021".

El crecimiento de las exportaciones de tecnología es consecuencia de una política pública con varias décadas de aplicación enfocada en potenciar el sector. Según Uruguay XXI, en 1999 el sector se declaró de interés nacional y se le otorgó un régimen especial con incentivos fiscales. Es así que desde el año 2002, las empresas del sector pueden optar por la exoneración del Impuesto a las Rentas de las Actividades Económicas (IRAE). En particular, a través del Decreto N° 150/007, se exonera de ese impuesto la exportación de programas informáticos y servicios conexos.

Según el informe del instituto para la promoción de inversiones y exportaciones en Uruguay "estos factores posibilitaron el surgimiento de capacidades profesionales, así como de empresas



El principal mercado de exportación es Estados Unidos



FUENTE: "INFORME SECTOR TIC EN URUGUAY", URUGUAY XXI

desarrolladoras de tecnologías competitivas a nivel internacional, que lograron aprovechar el tamaño reducido del mercado local para la implementación y teste de sus soluciones, y que hoy conforman el actual tejido empresarial". Gracias a estas políticas

el país logró ser en la actualidad el mayor exportador de software y servicios informáticos (SSI) per cápita y el cuarto exportador en dólares de América Latina.

Impulsada por el crecimiento de las exportaciones, la industria IT aumenta su participación en

las cuentas nacionales. Según una encuesta realizada por la Cuti a sus empresas socias, en 2021 el sector facturó 1.944 millones de dólares, lo que representó cerca del 3% del PBI del país. El mismo informe indica que el principal mercado de ex-

portación es Estados Unidos, con el 59%, seguido por Reino Unido con 17%. El resto de los destinos de exportación, con una participación bastante menor son Chile, Colombia, Canadá, Argentina, Zona Franca UY, Perú, España, Puerto Rico, Otros.

Foco internacional

Para la Cuti uno de los focos principales es aumentar la inserción internacional del sector, no solo para aumentar las exportaciones del rubro, sino para intercambiar experiencias y buenas prácticas con otros países que sirvan para reforzar las habilidades del sector en Uruguay. Recientemente, la cámara organizó una misión uruguaya a la conferencia Collision, el mayor encuentro de innovación y tecnología del mundo que se desarrolló en Canadá. Junto a autoridades de la Cuti participaron 19 empresas locales. El viaje fue organizado en conjunto con Uruguay XXI, el consulado uruguayo en Toronto y la Embajada de Canadá en Uruguay. "Es importante participar en este tipo de eventos internacionales para seguir posicionando a la industria TI uruguaya ante una audiencia global. Collision sirve como un punto de encuentro donde hacer contactos que luego puedan desarrollarse en potenciales clientes o partners", señaló en aquella ocasión Irene Tayler, ejecutiva de Global Markets y Startups & Financiamiento de Cuti.

Más temprano este año, la Cuti también había organizado una misión de carácter tecnológico a Israel. En este caso, el objetivo fue el reforzamiento de las habilidades de la industria TI uruguaya a través de la vivencia de las experiencias y buenas prácticas implementadas por uno de los países líderes en innovación tecnológica, emprendimiento y capital de inversión. ●



A pesar del rezago crece el interés por las carreras tecnológicas

Consultados por la falta de talentos del sector, referentes de las facultades de ingeniería coinciden en que se debe incentivar el interés por el área desde temprano en educación

Universidad de la República

Desde la facultad de Ingeniería de la Universidad de la República, observan un interés creciente y sostenido en la matrícula de la carrera Ingeniería en Computación. Los alumnos de esa carrera pasaron de 695 en 2014 a superar los 1200 en 2023, lo que representa el 55% de la matrícula de la facultad.

Para captar más jóvenes interesados en esta área, desde la Udelar realizan proyectos de divulgación, ciclos de charlas en secundaria y actividades como "Niñas en las TIC" buscando aumentar el ingreso, además de ofrecer los trayectos iniciales de las carreras en los Centros Regionales de la Udelar. Sin embargo "el mayor problema actual es el rezago en la carrera, en particular en los tramos iniciales y relacionado al importante debilitamiento en la formación a todo nivel durante la pandemia" indicó Pablo Ezzati, decano de la institución.

Consultado sobre la posibilidad de aumentar las formaciones cortas para responder a las demandas del mercado laboral, Ezzati considera que las formaciones deben ser vistas como un sistema "es necesario reforzar las formaciones cortas (cupos en tecnólogo) pero también la formación de grado y posgrado, cada nivel de formación se retroalimenta y potencia los otros."

UTEC

La UTEC comenzó a impartir la Licenciatura en Tecnologías de la Información en 2015 creciendo año tras año en la cantidad de alumnos. Desde esa institución entienden que la modalidad híbrida es una gran ventaja para los alumnos, en su mayoría del interior del país, indicó Mónica Silvestri, coordinadora de la carrera.

Para lograr captar el interés de más jóvenes, Silvestri explicó que trabajan en la sensibilización del tema desde edades tempranas, generando espacios para que los jóvenes conozcan de primera mano qué significa trabajar en tecnología. "También les demostramos que los salarios del sector son en promedio más altos que en otros trabajos" agregó Anahí Lacava, responsable de Bootcamps de UTEC. Lacava, explicó que es clave apoyar a los alumnos en las etapas iniciales de la carrera, cuando les puede resultar más difícil entender las partes más duras. Para eso cuentan con tutorías y ayuda personalizada "fundamental para dar el primer empujón". Otra de las herramientas de la UTEC es la realización de Bootcamps: entrenamientos intensivos en programación, hechos a medida de las necesidades del mercado, -la UTEC es miembro de Cuti entre otras formas de relacionamiento con la industria- en los que se incluye al final un asesoramiento en la búsqueda de trabajo.

Universidad Católica

En la Facultad de Ingeniería de la Universidad Católica desde 2019 ven crecer el interés de los alumnos por esa área: "hoy en día contamos con más del doble de inscriptos que en ese año" explicó Bernardo Rychtenberg, profesor del Departamento de Informática. A su entender muchos jóvenes se ven seducidos por los titulares de "faltan informáticos" y ven la carrera como una salida de trabajo segura. También explicó que muchos alumnos se interesan primero por su experiencia como usuarios que luego deriva en la curiosidad de "¿cómo funciona esto?". "En la diversificación y especialización, así como en el estar actualizados, radica lo fundamental de la captación" analizó Rychtenberg.

En el caso de la UCU, el diálogo con la industria es constante ya que según Rychtenberg "es fundamental conocer las necesidades del mercado para el diseño, pero también para la continuidad de un plan de carrera". En ese sentido, entiende que si bien los cursos cortos mitigan alguno de los problemas puntuales de la industria "el formalismo de una carrera es difícil tenerlo solamente en algunos cursos" y explicó: "atacan problemas diferentes; uno da inmediatez a la tecnología de hoy en día, mientras que la carrera afronta desafíos que precisan más tiempo en el desarrollo" concluyó.

Universidad ORT

En la Facultad de Ingeniería de la Universidad ORT observan como el interés por las carreras de Ingeniería creció en los últimos años, no solamente para los nuevos alumnos, sino también entre aquellos que buscan una segunda carrera. Según explicó Eduardo Mangarelli, decano de esa facultad, para lograr mayor interés aún "es importante comenzar desde etapas tempranas a familiarizar a los estudiantes con la tecnología, enfatizando que la tecnología es un medio para alcanzar diversos objetivos".

Por otro lado, Mangarelli contó que tienen una "estrecha y constante conexión con la industria y desempeñamos un papel activo para entender los fenómenos tecnológicos para actualizar nuestros contenidos curriculares y carreras". Además agregó que buscan "generar vínculos con las empresas que enriquezcan las experiencias de nuestros estudiantes y graduados, ya sea conectándolos con oportunidades laborales, informándoles sobre las tendencias actuales o creando espacios para el intercambio de conocimientos".

Por último Mangarelli explicó que las formaciones cortas son importantes para atender la demanda del mercado cada vez más diversa, además de representar una excelente oportunidad laboral para los graduados.

Universidad de la Empresa

La matrícula de las carreras de la facultad de ingeniería de la Universidad de la Empresa crece año a año, especialmente "se destaca el creciente interés en propuestas vinculadas con Inteligencia Artificial o Ciberseguridad" contó Daniel Jenci, decano de la facultad.

Al igual que sus colegas, Jenci entiende que es "fundamental abordar el tema en forma global, llegando a todos los sectores de la educación, e incentivando el interés por la tecnología desde los primeros años".

Desde la UDE entienden que el diálogo con la industria debe ser permanente, por eso desde la universidad integran la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información, además de estar en contacto con otras cámaras empresariales, asociaciones de profesionales y organizaciones de fomento a los emprendimientos. Jenci explicó que todo lo recabado en estos intercambios "es insumo para la elaboración de nuevas propuestas".

En esa línea, explicó que las formaciones técnicas de entre dos y cuatro semestres de duración son cada vez más requeridas, de todos modos "la formación universitaria prepara mejor al estudiante para su futuro laboral así como para la continuación de estudios de especialización" concluyó.

Universidad de Montevideo

La demanda creciente por las carreras de tecnología llevó a la Universidad de Montevideo a agregar este año la carrera de Ingeniería en Datos e Inteligencia Artificial, que se suma a las otras 6 carreras de la facultad. A entender de Cristina Myr, coordinadora de la carrera de Ingeniería de Informática, una herramienta para fomentar el interés de más jóvenes para elegir estas carreras es generar encuentros locales que muestren a los futuros estudiantes "que se hace en materia de tecnología a nivel local y regional, así como las oportunidades de innovación y emprendedurismo".

La UM también es parte de la Cuti, y frecuentemente organiza eventos con empresas para fomentar el intercambio entre academia e Industria. Incluso en 2022, cuando se reformaron los planes de estudio se hizo un proceso de reflexión "que involucró a todos los órdenes, y a las empresas del mercado, para contar con sus puntos de vista" explicó Myr.

Aunque en la UM están enfocados en la formación integral y no en carreras cortas, la demanda del mercado lleva a los estudiantes a comenzar a trabajar bastante antes de graduarse "ya que cuentan en forma temprana con las herramientas necesarias" explicó.



Incentivos para “importar” talentos

Esta nueva ley busca fomentar que talentos del área vengan a vivir y trabajar a Uruguay

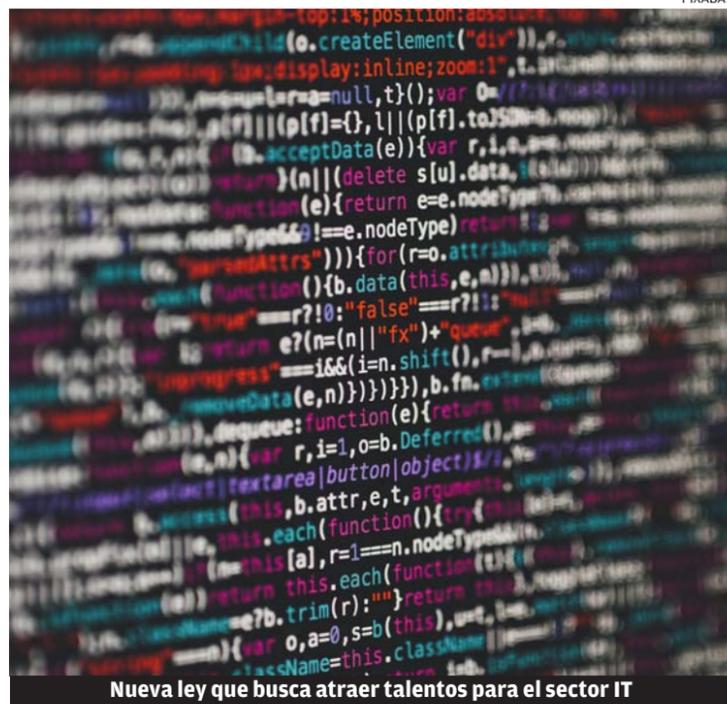
El parlamento aprobó el pasado 16 de agosto una ley que se presenta como una de las herramientas del gobierno para paliar la falta de personal capacitado en el sector IT. Se trata de un proyecto enviado por el Poder Ejecutivo que otorga beneficios fiscales a los extranjeros o a los uruguayos no residentes que vengan a radicarse a Uruguay para trabajar en el sector IT.

Quienes queden comprendidos en este nuevo régimen podrán “podrán optar con relación a las rentas del trabajo por tributar el Impuesto a la Renta de los No Residentes (IRNR)” según indica el texto de la ley, en vez de aportar IRPF como lo hacen el resto de los trabajadores. También podrán elegir “no beneficiarse del sistema de seguridad social vigente” en Uruguay y en

este caso no tendrán la obligación de realizar los aportes correspondientes.

Para poder ampararse en este régimen, los trabajadores deberán cumplir con ciertos requisitos: ser extranjero o uruguayo y no haber sido considerado residente fiscal en Uruguay en los 5 años anteriores a su llegada; trabajar a tiempo completo en el país (se entiende que debe haber estado físicamente en Uruguay dos tercios de los días del año), y generar ingresos exclusivamente a través de contratos en relación de dependencia directamente relacionados a actividades del sector TIC.

Las condiciones deben renovarse anualmente. La nueva ley estará vigente para los contratos laborales iniciados hasta el 28 de febrero de 2025 inclusive.



Nueva ley que busca atraer talentos para el sector IT

El presidente Luis Lacalle Pou había anunciado la presentación de este proyecto en noviembre de 2022, en el marco del evento Test and Invest organizado por el BID en el que también se presentó el Uruguay Innovation Hub.

Este programa busca posicionar al país como polo de innovación a través de tres ejes: un programa de atracción y aceleración de startups nacionales e internacionales; la atracción de fondos de inversión posteriores al capital semilla, apalancados con fondos públicos y mediante llamados competitivos; y la instalación de laboratorios abiertos.

El programa fue aprobado en la rendición de cuentas de 2022 y se espera que esté funcionando hacia finales de 2023. ●

MÁS DE 30 AÑOS APOYANDO A LAS EMPRESAS EN SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL



El sistema de Gestión Empresarial definitivo para todo tipo de Empresas y para todo tipo de Negocios.



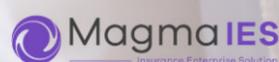
La puerta de ingreso al crecimiento de las PyMEs



Solución integral para la gestión de Servicios Profesionales



La solución total para las empresas de transporte



Innovación en el mundo asegurador



www.magmaoftware.tech

info@magmatools.com



Media para Evertec

Evertec: el socio tecnológico líder para soluciones de medios de pago

Con más de 30 años de experiencia, presencia en 10 países de la región y una fuerte impronta en Uruguay, Evertec, procesa más de seis mil millones de transacciones por año en Latinoamérica

Evertec es una de las fintech más grandes de Latinoamérica en su sector, tiene su sede central en Puerto Rico y 11 oficinas en 10 países de Latinoamérica y el Caribe, atendiendo a clientes con operaciones diversas en 26 países de la región.

“La empresa llega a ser un gran procesador dentro de Latinoamérica a través de un crecimiento orgánico e inorgánico. El segundo es a través de haber hecho diferentes adquisiciones estratégicas para generar una huella de clientes y de productos en toda Latinoamérica, incrementando la propiedad intelectual y las soluciones. Nosotros vemos un valor muy grande en ser dueños de nuestra propiedad intelectual”, señaló Daniel Brignardello, Chief Delivery Officer (CDO) de Evertec. Con más de 30 años de experiencia en el sector de pagos electrónicos, Evertec adquirió en 2017 a la empresa chileno-uruguayana PayGroup “que era un vendedor de software independiente. Evertec incrementa su presencia y se queda con soluciones de procesamiento de pago emisor, adquirente y soluciones de prevención de fraude, que es lo que nosotros, en ese momento, le sumamos al corporativo. Comenzamos una aventura de cómo llegar con esas mismas soluciones a lo que hoy es un ecosistema mucho más grande, que procesa muchas más transacciones y llega a muchos más países de lo que nosotros podríamos haber podido hacer en solitario”, agregó Brignardello.

De acuerdo con Carlos Dide, senior manager de la compañía, el foco de Evertec está puesto en Puerto Rico y Latinoamérica donde procesa más de seis mil millones de transacciones por año.

Soluciones en Uruguay

Dide explicó que, a nivel de Uruguay, Evertec maneja “un portafolio de soluciones que apuntan al procesamiento de transacciones financieras desde la perspectiva del emisor (el banco que otorga la tarjeta). El otro producto que es similar y complementa el ecosistema de pagos, es el procesamiento de transacciones financieras desde la perspectiva adquirente.



Evertec procesa más de 6 mil millones de transacciones por año en Latinoamérica

También tenemos Risk Center 360, parte de la Suite Paystudio, que es el producto para prevención de fraudes. En todas las transacciones que procesamos en nuestras plataformas participa un elemento de análisis de riesgo que identifica transacciones potencialmente fraudulentas”. Cuando un consumidor va a un comercio y paga con tarjeta, la transacción viaja por un camino bastante largo, aunque frente al mostrador suceda en cuestión de segundos para el cliente y el comercio. Dide afirmó que el inicio de la transacción comienza cuando pasa por el procesador de la adquirencia, se va a las marcas, de las marcas al emisor, del emisor vuelve a la marca y luego al adquirente para después presentar en el POS la respuesta de transacción aprobada o denegada. “Evertec puede estar en todo ese proceso; no obstante, en Uruguay, los equipos trabajan en el procesamiento del adquirente y el procesamiento emisor. En ambos procesamientos apoyamos en el análisis de la prevención de fraude con nuestro Risk Center.”

Tecnología con propósito

En la actualidad, es casi impensado no poder pagar con un medio electrónico. El CDO de la compañía, Daniel Brignardello, explicó que

Evertec es “un socio tecnológico de todo aquel que necesite una solución financiera en Latinoamérica”.

El experto contó que dentro de la compañía están alineados con una frase que es “tecnología con propósito”. En ese sentido, Brignardello agregó que entienden “que la tecnología tiene valor en la medida en que está aplicada a un propósito y nuestro propósito tiene que ver con la digitalización financiera. Es muy claro que hoy los procesos financieros de todos los actores de Latinoamérica- bancos, instituciones financieras, comercios, pequeños emprendedores-, cada vez más necesitan de soluciones tecnológicas para poder operar. En ese contexto damos soluciones end to end que resuelven el problema financiero de cualquier actor en una cadena de pagos. Eso quiere decir que podemos darle un POS a un comercio, una solución de pagos que sea con el celular, hacer el onboarding de comercios para que se puedan afiliarse de manera más eficiente, ofrecer una tarjeta física o virtual para que los socios puedan operar dentro del negocio de medios de pago”.

Los efectos de la multiadquirencia

Dide afirmó que a nivel regional

e incluso a nivel de toda Latinoamérica, existe una tendencia a la apertura del mercado de procesamiento de pagos y lo que sucede en Uruguay no es la excepción. En ese sentido, Brignardello afirmó que “en el proceso de democratización de los medios de pago es muy importante que haya múltiples actores tomando diferentes tramos de la cadena. Una cosa que pasa mucho es que cuando hay pocos actores, es muy común que se dediquen a ciertos segmentos del negocio y no cubran todo. Uruguay, impulsado mayoritariamente por el Banco Central, desde hace unos cinco o seis años, ha tomado medidas para poder avanzar en fomentar la aparición de diferentes actores en la cadena de pagos”. Aunque pueda pasar inadvertido para el consumidor, el CDO explicó que “antes los POS eran todos iguales, ahora son rojos, azules, negros y eso tiene que ver con la apertura del mercado”. Esa apertura es valorada por Evertec de forma positiva ya que “hace que aparezca la capacidad de abordar integralmente el mercado, fomenta la innovación y el desarrollo de los negocios. Al final del día, todas esas soluciones terminan poniendo en igualdad de condiciones a todos los actores. Los que históricamente competían en desventaja, que no tenían

ciertos elementos de la cadena de valor, este proceso les da una oportunidad de ir a los pequeños comercios”, señaló Brignardello.

Posicionamiento de Uruguay

De acuerdo con los expertos, el país se posiciona dentro de la región de una manera positiva y con espacio para continuar mejorando los procesos y las experiencias de los usuarios. Brignardello explicó: “Uruguay, en su proceso de lo que se denominó como inclusión financiera, (refiriéndose al conjunto de medidas establecidas para que los salarios se reciban en cuentas, habilitar las tarjetas prepagadas, lograr que los costos de los medios de pagos digitales sean menores y fomentar la reducción impositiva contra el uso de medios electrónicos de pago), obtuvo una buena posición en términos de penetración, por más que la adopción haya ocurrido mejor o peor en diferentes segmentos. Efectivamente el número de tarjetas de débito, crédito y prepago en Uruguay es muchísimo más alto y este fue un fenómeno positivo. Hoy, Uruguay tiene el medio de pago como manera de llegar al banco. El caso de Chile parece ser más avanzado con más autopistas para llegar a estas instituciones financieras y Uruguay está trabajando en eso para que los caminos para llegar sean más eficientes y con mejor experiencia de usuario”. En un concepto general, el CDO mencionó que el mundo va hacia los sistemas abiertos y no cerrados. Como ejemplo, explicó la solución ATH Móvil de Evertec que está disponible para Puerto Rico. “Se trata de una billetera que en los comercios es un medio de pago más, multibanco. Se paga con el celular directamente desde la cuenta bancaria con una experiencia de usuario mejor. Con ATH Móvil no importa si me subo a un ómnibus, si voy a pagar un estacionamiento o la factura de algún servicio, o si voy a hacer una compra en una tienda física, puedo utilizarlo todo de la misma manera. La idea es construir ecosistemas abiertos que, además es la forma en la que todos los actores puedan entrar”, finalizó. ●



Media para Sofka

La gran apuesta de Sofka por el talento en el interior del país

Con el ancla puesto en Paysandú y el radar amplio hacia zonas cercanas de Uruguay y Argentina, Sofka se propone desarrollar el negocio de soluciones tecnológicas para todo el conosur

La empresa colombiana-uruguaya de software, Sofka, celebra 10 años de trayectoria en la industria de tecnología. Con operaciones en nueve países de América, el proceso de internacionalización de la compañía incluyó a Uruguay como lugar elegido para desembarcar y establecer su primer centro de desarrollo fuera de Colombia. En la ciudad de Paysandú, en 2022, Sofka instaló un centro de servicios orientado a soluciones digitales para el sector financiero mayoritariamente, aunque no de forma exclusiva.

Mirada al interior

Convencida de que el interior del país y especialmente el departamento de Paysandú, tiene un fuerte potencial en el sector tecnología, Sofka apostó por la atracción de talento local y de zonas aledañas, y en la actualidad cuenta con más de 30 colaboradores y un plan de expansión agresivo para los próximos años. En su concepción, la Universidad Tecnológica, propone una educación descentralizada y cuenta con tres Institutos Tecnológicos Regionales (ITR). En Paysandú está ubicada en el predio donde funcionaba la fábrica de Paylana, una empresa emblema de la industria textil uruguaya. Allí, la Intendencia Municipal de Paysandú invitó a Sofka a instalarse en dicho predio recondicionado para funcionar allí junto a otras empresas del rubro y formar un polo tecnológico en el litoral del país. “Una de las razones por las que nos instalamos en Paysandú es que vimos que existe un ecosistema educativo instalado fuera de Montevideo que hace que los chicos no tengan que emigrar para estudiar y no pasen por ese desarraigo de su pueblo natal. Sin embargo, al mismo tiempo notamos que había una falta de oferta de trabajo en empresas tecnológicas que sólo haría que la necesidad de emigrar se postergara cuatro o cinco años. Estaba el talento pero no dónde aplicarlo”, explicó el CEO de Sofka, Esteban Alonso. A través del programa “Sofka U”, la empresa recluta a jóvenes recién egresados de carreras técnicas, los contrata y los entrena durante tres meses



Sofka busca hacer más fácil la vida de las personas

Impacto social de largo plazo



El programa impactó a 35 estudiantes este año

“Jóvenes CreaTIVOS” es un programa de Sofka que tiene un alto impacto social; comenzó en Colombia y Uruguay es el primer país fuera de suelo colombiano donde se está implementando como piloto. Está orientado a los chicos de Educación Secundaria con el objetivo de promover la tecnología como un campo de estudio atractivo para jóvenes de contextos socioeconómicos vulnerables que deberán tomar un camino académico al dejar el liceo. “¿Por qué decimos que el sector de la tecnología tiene desempleo cero? Porque los chicos de la Secundaria siguen eligiendo carreras tradicionales como la abogacía, medicina, contaduría o carreras más tradicionales. ‘Jóvenes CreaTIVOS’ tiene dos propósitos: uno

es encenderles la chispa a los chicos que están en Secundaria para que piensen en tecnología como una opción académica, y dos, atacar a los sectores más vulnerables”, explicó Alonso. El programa tiene una duración de un año y se implementa en paralelo a sus clases de Secundaria. Está alineado a cinco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2023 declarados por la Organización de Naciones Unidas; “es una sinergia entre el sector social, el sector público y privado. En conjunto con la Intendencia de Paysandú y la Fundación Rofé, Sofka desarrolla este programa que este año beneficia a 35 jóvenes en Uruguay y apuntamos a impactar a más de 100 el próximo año”, concluyó Alonso. ●

para luego integrarlos al mercado laboral en la operación diaria de Sofka. En un sector que se jacta de tener más demanda de trabajo que oferta, Sofka es un caso particular a la que no le fue dificultoso encontrar el talento. “Por el perfil de personas que buscamos integrar a

la empresa, no tuvimos problemas en encontrar a quienes se quisieran sumar a Sofka. Distinto es el caso de salir a buscar a alguien en Paysandú que ya tenga cuatro o cinco años de experiencia de trabajo; quizás allí sea más difícil porque probablemente ese talento ya

se fue a Montevideo hace tiempo, pero no hemos llegado a ese momento por ahora”, agregó.

La cercanía de Paysandú con el país vecino también lo hace un lugar estratégico y atractivo para Sofka y su apuesta por el talento regional. “Pretendemos que se

transforme en un foco de atracción de gente de Argentina y también desde otros departamentos de Uruguay ubicados más al norte, como Rivera y Salto”, afirmó Esteban Alonso.

Soluciones al sector financiero

En el mundo, más del 50% de las soluciones de tecnología están orientadas al sector financiero. “Esa misma distribución se ve reflejada a la interna de Sofka porque aproximadamente el 60% de nuestros clientes son del sector financiero, que incluye bancos tradicionales, microfinanzas, seguros, entre otros. El desafío que hoy tenemos es desarrollar esos negocios en Uruguay y el conosur”, dijo. Para cumplir con ese objetivo, Alonso hizo un llamado de atención especial: “necesitamos que el sector empresarial uruguayo del norte del país preste atención a la empresa de tecnología que está instalada en Paysandú, que tiene capacidades, músculo y cercanía para trabajar para ellos”. Si bien gran parte del trabajo está dirigido al sector financiero, Sofka actualmente presta servicios además a organizaciones fuera de ese rubro, por ejemplo del sector retail, salud y de otros tipos de industrias, teniendo capacidades de atender a la gran mayoría de los sectores productivos y de servicios.

Hacerlo más simple

De acuerdo con Alonso, la transformación digital abarca desde soluciones simples hasta las más complejas: “la transformación digital existe desde hace muchas décadas, para nosotros, el concepto clave debajo es pensar en el impacto que tiene la solución tecnológica sobre las personas, explicó. “¿Cómo le facilitamos la vida a las personas a través de herramientas tecnológicas y digitales? Esa es la pregunta que hay que hacerse. El objetivo no es desarrollar soluciones o software por el solo hecho de subirse al bus de la transformación digital, sino ser el mecanismo para que le facilite la vida a la gente y a la humanidad en general, haciendo las cosas más simples y sin fricciones en el día a día de las personas”, agregó. ●



Media para Sofis

Un modelo de negocios que genera impacto desde la sostenibilidad

La empresa de base de tecnología de la información incorporó la sostenibilidad a su modelo de negocios a partir de 2019 para acelerar el cumplimiento de las metas de los ODS

Sofis se define como “una compañía latinoamericana con más de 17 años de experiencia en la transformación digital sostenible de las organizaciones latinoamericanas y la inclusión tecnológica”. Fue creada en 2005 y su cliente fue el sector público de forma exclusiva hasta 2017. En ese momento, y respondiendo a que Sofis forma parte del Pacto Global de Naciones Unidas desde 2013, la compañía comenzó a explorar un área distinta: “cómo incluir tecnología para acelerar el cumplimiento de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible”, explicó Gustavo Cirigliano, CEO de Sofis en Uruguay. En ese sentido, amplió su cartera de clientes que incluye a agencias de Naciones Unidas.

Un nuevo modelo de negocios
Cirigliano recordó que cuando en 2017 estaban trabajando en la planificación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Sofis se les planteó un interrogante que terminaría reformulando el modelo de negocios de la compañía. “Hubo un click, pensamos: ¿por qué tenemos que tener un plan de RSE independiente y no uno que forme parte del negocio? ¿Por qué no podemos tener un modelo de negocios que además impacte desde el punto de vista de la sostenibilidad?”, recordó. Fue así como Sofis comenzó a trabajar en tres aspectos que definen a la sostenibilidad: el ambiental, el social y el de gobernanza. Cirigliano explicó que observaban que “en los proyectos de transformación digital, no tanto a nivel de proyecto sino a nivel de la operación se está incrementando el porcentaje de contribución de las áreas de TI en la huella de carbono. Se habla de que son tecnologías más limpias porque sacamos el papel, pero hay otros consumos como energía, transmisiones, comunicaciones o desechos que no los estás viendo”. El aspecto social está alineado con la frase de la agenda 2030 de los ODS de “no dejar a nadie atrás”. Desde la empresa notaron que el desarrollo de las aplicaciones no estaba teniendo en cuenta a todas las personas y que existía



Gustavo Cirigliano, CEO de Sofis en Uruguay

la necesidad de ser inclusivos con soluciones que fueran funcionales por ejemplo, a personas ciegas, sordas o con alguna otra dificultad. “En el área de gobernanza, trabajamos bastante en los temas de corrupción, soborno y transparencia. Fuimos la primera empresa en Uruguay en certificarse con la norma ISO 37001 de sistemas de gestión antisoborno. Esto hace que las operaciones que hacemos tengan procesos que aseguren la transparencia y se gestionen los riesgos de soborno o corrupción”, dijo el CEO. Incorporar estos tres aspectos al modelo de negocios de Sofis llevó incluso a cambiar la misión de la empresa. “Hasta el 2018 nuestra misión era contribuir a la transformación digital de las organizaciones. Hoy el foco está puesto en mejorar la calidad de vida de las personas, es decir, que el foco pasó de las organizaciones a las personas. Parte de la calidad de vida es que tú no tengas que ir a hacer los trámites a un determinado lugar, o que hacer un trámite demore un día y no 30, o que capaz no lo tengas que hacer porque no es necesario”, definió Cirigliano.

Cultura organizacional

Alinearse a los ODS y a los tres aspectos de la sostenibilidad mencionados anteriormente, significaron para Sofis un cambio en la cultura organizacional. “Hay una frase que siempre usamos que es que ‘la sostenibilidad no se tiene, sino que se vive’. Entonces se tiene que vivir dentro de la organización. De nada sirve que esto sea un lineamiento desde la Dirección, la misión y visión de la empresa y después, el que trabaja dentro del equipo no esté alineado”, agregó. Cirigliano explicó que este factor de alineamiento se tiene en cuenta incluso en los procesos de selección de talentos para formar parte del equipo Sofis de manera que exista una coherencia entre el colaborador y la misión de la compañía. “En general hay un entendimiento; aún así tenemos algunas acciones que lo refuerzan como la Jornada de Transformación Digital Sostenible donde los colaboradores exponen sobre lo que estuvieron trabajando en los temas de sostenibilidad y eso ayuda a la cultura organizacional. También creamos una metodología propia que se llama Green Sofis donde nos asegura-

Soluciones Sofis destacadas en el Estado

A nivel del Estado, Sofis ha desarrollado múltiples soluciones tecnológicas que han facilitado la operativa interna y para los usuarios. Cirigliano mencionó que “el más emblemático es el Certificado de Nacido Vivo Electrónico. Este es un certificado que emite el médico en el momento de nacimiento de un bebé. Eso fue un proyecto emblemático para el país porque a partir de ese momento se le asigna el número de reserva de la cédula de identidad. Después esa persona va estar identificada y por lo tanto puede empezar a tener derechos desde el momento del nacimiento: derecho a la salud, derecho a la identidad, entre otros. Ese sistema interopera con otros, en particular con el del Registro Civil para la emisión de la Partida de Nacimiento a partir del Certificado de Nacido Vivo Electrónico. Este fue de los primeros sistemas de interoperación entre organismos del Estado. Estaba liderado por la Agesic y OPP y es un proyecto icónico para el país”. Sofis también estuvo al frente del proyecto GURÍ, “un sistema de información web, que se encuentra enmarcado dentro de las políticas del gobierno electrónico y las políticas educativas del CEIP. Permite tener una base de datos actualizada de docentes, no docentes y alumnos y unificar las gestiones a nivel nacional. La sistematización de datos realizada por GURÍ propicia la mejora de la calidad de las respuestas al instante y en solicitudes específicas del propio organismo y de otros, al tener información en tiempo real, favorece la toma de decisiones de manera oportuna”, de acuerdo con información extraída de la web de ANEP.

mos de que los distintos aspectos de la sostenibilidad estén dentro del ciclo de desarrollo de software. Todas esas acciones van permeando en las distintas áreas de la empresa”, indicó. El CEO comentó que entiende que la mirada integrada de Sofis de la tecnología y la sostenibilidad “tal vez no es valorada por el 100% del mercado”, pero sí por el mercado en el que está inserta la empresa. Consultado sobre si la rentabilidad de la compañía se vio afectada por este cambio en el modelo de negocios, Cirigliano explicó: “No vimos afectada la rentabilidad de la empresa. De hecho nos abrió mercados nuevos que ni siquiera nosotros los buscamos. Si la sostenibilidad aporta a la rentabilidad de la empresa, en nuestro caso sí. Habría que ver en otras empresas con otros modelos de negocios y otros tipos de clientes si es igual o no”.

Desafíos para Sofis

Con presencia en Uruguay, Ecuador, Panamá y El Salvador, Sofis

tiene proyectos en 11 países y los planes de internacionalización a nivel de Latinoamérica son un objetivo claro de la compañía para seguir creciendo. Por otra parte, la empresa trabaja en la escalabilidad de sus soluciones. “Hemos hecho muchas aplicaciones o resuelto problemas dentro de un país y entendemos que puede ser escalable a otros países. Los problemas pasan a ser los mismos y si bien las soluciones no son iguales, son adaptables”, afirmó el CEO. En tercer lugar, Cirigliano mencionó el crecimiento de la diversidad tecnológica como otro desafío. “Cada vez más aparecen más tecnologías, más cosas que se automatizan. Eso va a impactar en la calidad de los productos que hacemos. No porque empeore o porque mejore, sino porque se va a tener que medir y evaluar de otra forma. Por eso estamos incorporando otros modelos de evaluación de calidad de toda la empresa y eso va a ser un desafío importante para nosotros”, concluyó. ●



○ | **Media para Insis**

40 años ofreciendo las mejores soluciones de gestión empresarial

Es de la combinación de dos vertientes de conocimiento, la tecnología y la administración, con la que Insis ha crecido y fortalecido su propuesta de soluciones para la gestión empresarial

Guzmán Etchebehere es fundador de la empresa Insis que hace 40 años ofrece soluciones de software para el sector empresarial y gubernamental. El aniversario es excusa para mirar cuatro décadas hacia atrás y reflexionar sobre lo que define como una “revolución permanente”. Etchebehere recuerda los equipos con los que trabajaban en aquel momento y la comparación con la actualidad es apenas una demostración de todos los avances que ocurrieron. “Me acuerdo de algunos computadores con los que desarrollábamos en aquel momento que tenían 128 k de memoria y 12 mega bites de disco. Hoy solo en mi celular tengo 256 gigas y una capacidad de procesamiento millones de veces mayor a la que tenía un computador de aquella época. También recuerdo que dábamos soporte a una empresa que era de las más grandes textiles del país, tenía 750 empleados y un proceso de producción muy complejo. Todo se resolvía y se atendía con una computadora con esas características y que en su momento había costado más de 100 mil dólares”, reflexionó.

La evolución y el cambio han abierto nuevas posibilidades, avances tecnológicos y el desarrollo de otras funcionalidades a los sistemas. La solución de Insis lleva el nombre de GCI, es una solución ERP para empresas que integra en un único sistema todos los procesos de una organización, como la contabilidad y finanzas, la gestión comercial y logística, la facturación electrónica, la cadena de abastecimiento, producción e inventarios, capital humano e información gerencial. La clave para permanecer como un actor clave del sector es mantenerse al día con los avances, investigar e invertir, comentó Etchebehere.



Guzmán Etchebehere, fundador de Insis

Propuesta de valor

La cartera de clientes de Insis es amplia y variada, en cantidad y en tamaño de las empresas a las que acompaña en los procesos tecnológicos de gestión empresarial. Si bien la base de clientes está en el sector privado, también tienen una “penetración importante en los gobiernos departamentales” donde brinda servicio a 16 de las 18 intendencias del interior.

Etchebehere explicó que los sistemas de gestión empresarial “son difíciles de cambiar por la complejidad que implican y por el impacto en la organización, más allá del monto de la inversión”. El

“ La frase

Me acuerdo de las computadoras con las que desarrollábamos que tenían 128 k de memoria y 12 mega bites de disco

Guzmán Etchebehere
Fundador de Insis

”

experto indicó que existen “costos ocultos” por la cultura que normalmente se genera en torno a una

solución de software utilizada en una organización “que cada vez está más embebida en todos los departamentos y las áreas”. En ese sentido Insis tiene un compromiso muy alto al ofrecer una solución que esta al día con la tecnología, que ofrece las funcionalidades que permiten la tecnología que hay hoy, y asegurar que esa solución evolucionará al ritmo de las nuevas tecnologías que vengan. “Uno de los aspectos que ha sido nuestro Norte es dar soluciones de gestión basadas en software que los ayuden a obtener beneficios en sus negocios y que les permitan evolucionar a tecnologías de última generación”, afirmó.

Uno de los ejes centrales del trabajo de Insis ha estado en la integración en la interna de la organización. Sin embargo, un desafío que Etchebehere destaca es la demanda de los clientes de una integración también hacia afuera y dentro de la cadena de valor. “Seguramente las empresas tienen un sitio de comercio electrónico o proveedores con los que tienen que estar más integrados para lograr una logística más fluida, por ejemplo. Implica un ahorro en costos o en eficiencias que son los que determinan las ventajas competitivas que puede estar ofreciendo esa empresa al mercado”, agregó. ●



○ | **Media para GeneXus Consulting**

GeneXus Consulting transforma la tecnología en resultados de negocio

Con 30 años de carrera, la empresa uruguaya de consultoría se especializa en diseñar soluciones tecnológicas que se adapten a las necesidades del negocio, sus procesos y estructuras

Para poder ayudar a las empresas a desarrollar nuevas capacidades digitales que las impulsen a transformar su negocio, lo más importante es entender el negocio en sí y los objetivos de cada cliente. Así lo entienden en GeneXus Consulting, la empresa de consultoría tecnológica uruguaya con más de 30 años de historia. Es por eso que Lorena Veiga, Business Development Manager en GeneXus Consulting tiene una frase de cabecera: “La transformación digital nunca es digital”. Según Veiga, esto se da “porque la transformación es siempre del negocio”, explicó, “se transforman los procesos, las estructuras organizativas, las tareas, los productos. La tecnología es únicamente un vehículo para que las organizaciones alcancen sus objetivos.” Y agregó: “Incluso, las razones por las que los procesos de transformación digital fracasan, generalmente están asociadas a temas humanos que no se abordan correctamente.”

Veiga explicó que acompañan a sus clientes a “transformar la tecnología en resultados: para el negocio y la organización, para las personas y la sociedad en la que vivimos”. En ese sentido, el principal diferencial de la empresa es la sensibilidad para entender las necesidades que tienen las organizaciones y la capacidad de diseñar soluciones digitales que les permitan desarrollar posiciones de liderazgo: “la aplicación de herramientas low-code como GeneXus, nos permite abordar los proyectos con ventajas comparativas: mayor robustez y escalabilidad, menores tiempos de entrega y en especial la capacidad de generar soluciones future-proof que se adaptan y acompañan de forma natural



Lorena Veiga, Business Development Manager en GeneXus Consulting

los cambios tecnológicos” explicó Veiga. Al momento de evaluar las capacidades digitales de un cliente, desde GeneXus Consulting entienden que no hay un proceso único que se adapte a todos: “por lo tanto, para entender las capacidades digitales de una organización, apuntamos a entender cuál es el negocio actual, cuáles son los objetivos que se quieren alcanzar y a partir de allí analizamos un conjunto de dimensiones que están vinculadas a las tecnologías, pero que no refieren únicamente a temas tecnológicos” relató la responsable de desarrollo de negocios de GeneXus Consulting.

“ La frase

La transformación digital nunca es digital porque la transformación es siempre del negocio

Lorena Veiga
Business Development Manager

”

Una oportunidad para todas las organizaciones

El estado de situación de la transformación digital de las empre-

sas y organizaciones uruguayas es muy variado. Desde GeneXus Consulting, invirtieron en entender esta situación, especialmente saber cuál es la madurez o competitividad de las empresas locales. “Es muy variado el comportamiento, tenemos organizaciones que han apostado por integrar exitosamente tecnología de punta y explotarla adecuadamente como un diferencial en su negocio y, en el otro extremo, aún existen organizaciones más tímidas que todavía no logran capitalizar el valor de la tecnología en su negocio. Lo que vemos con una tendencia creciente es la preocupación o el interés por la transformación

digital, probablemente motivado por la avalancha de nuevas tecnologías, que empujan a los directivos a tomar decisiones” contó Veiga.

En este sentido, Veiga destacó la oportunidad que las empresas más pequeñas tienen frente a un proceso de transformación digital: “son más ligeras y ágiles para introducir cambios en el modelo de negocio. No es lo mismo introducir una nueva tecnología en una organización pequeña, que en una multinacional con filiales en todo el mundo. Las pymes deben aprovechar esa ventaja para moverse rápidamente y ponerse a tiro” concluyó. ●



Media para Sicfe

Escuchar al cliente y adaptarse a los cambios para seguir vigente

La empresa 100% uruguaya dedicada exclusivamente a la facturación electrónica expandió sus operaciones hacia Paraguay donde ya tiene una amplia cartera de clientes que confían en Sicfe

El origen de Sicfe está estrechamente vinculado a la normativa de la Dirección General Impositiva (DGI) que implicó un cambio en la forma de documentar las operaciones para las empresas; las clásicas libretas de facturas dieron lugar a la facturación electrónica.

“En Sicfe brindamos la solución de software, el apoyo y la consultoría a los usuarios del sistema para que facturar electrónicamente sea un proceso transparente y sencillo para ellos. Partiendo de la base de que la facturación electrónica es una obligación, hacemos que la experiencia sea lo más amena posible. Somos más socios de las empresas que proveedores; nos interesa que se dediquen a su negocio y que al momento de facturar tengan en Sicfe un aliado”, explicó Florencia Cedrés, gerenta de consultoría.

La compañía además ofrece dos productos, SICFE y KITFE. El primero es un middleware, se integra con los sistemas de facturación o ERP que tengan las empresas. “La premisa de SICFE es ser transparente para el usuario. KITFE, por su lado, es una solución propia de facturación; es una plataforma web que permite emitir documentos directamente desde allí. Ambos productos están orientados a todo tipo de empresas dependiendo de las necesidades de cada una”, agregó Santiago Borba, gerente comercial.

Para que los productos y servicios que ofrece Sicfe sean exitosos, hay un equipo de más de 50 colaboradores, en las oficinas de Montevideo y Asunción, que día a día trabajan en busca de mejoras orientadas al cliente. “Para nosotros lo más importante es el equipo de trabajo. Tenemos al equipo de desarrollo que tiene un



Rodrigo Risso, director de Sicfe

buen producto para que la gente lo use, al equipo de consultoría para acompañarlos en el proceso de ser emisores electrónicos y al equipo de soporte para resolver los incidentes que se les presentan. Esos tres equipos tienen una larga trayectoria, están preparados y son fuertes. Eso hace que los clientes sientan que el servicio es integral”, expresó el director, Rodrigo Risso.

Mantenerse vigentes

Hace más de una década, nacieron muchas empresas de facturación electrónica porque existía la necesidad y el mercado era amplio, pero no todas estaban preparadas para seguir en carrera. El gerente técnico, Guillermo Giovine, explicó que la DGI introduce

La frase

Apostamos por apoyar a las empresas paraguayas con la experiencia que ya tenemos del recorrido en Uruguay

Rodrigo Risso
Director de Sicfe

”

cambios con frecuencia y eso hace que tengan que avanzar al mismo ritmo que esos cambios. “Por más que la facturación elec-

trónica comenzó hace 12 años, cada cierto período de tiempo, la DGI introduce cambios que en algunos casos son pequeños y en otros más grandes. Esto ha hecho que algunas empresas de la competencia hayan quedado por el camino en varias de estas ocasiones y eso nos ha facilitado oportunidades de adquisición de la cartera de clientes de algunas de ellas. El desarrollo es continuo, el equipo siempre está creciendo, más aún cuando tenemos 5.500 clientes que no solamente demandan los requerimientos básicos de la DGI, sino que solicitan ajustes, cambios o mejoras. Todas las solicitudes se toman en cuenta y pocas veces se dice que no; ese es un gran diferencial del servicio, escuchamos al cliente y

atendemos a las inquietudes que tienen”, agregó.

Presencia en Paraguay

En 2017 en Paraguay se hizo vigente una normativa de facturación electrónica similar a la uruguaya. Luego de pasar por un plan piloto, la obligatoriedad está instalada y las empresas no tienen opción de evitar ese proceso. Cercanía geográfica, similitudes en las normativas y en el aspecto cultural son tres de los factores que destaca Risso como los que impulsaron el desafío de expandir las operaciones de Sicfe a Paraguay. “Apostamos por apoyar a las empresas paraguayas con la experiencia que ya tenemos del recorrido en Uruguay”, concluyó. ●



Media para K2B

K2B: el ERP que pisa fuerte en Latinoamérica e invierte en IA

La empresa que ofrece una plataforma de soluciones para integrar todos los procesos de una organización, incorporó inteligencia artificial que potencia la experiencia de sus usuarios

Diez años después de haber sido adquiridos por el grupo Canadiense Constellation (a través de su branch inglés Vesta Software Group), la empresa uruguayana K2B está en proceso de expansión hacia nuevos mercados, especialmente en Latinoamérica y algunos de habla inglesa. “Del punto de vista empresarial la adquisición significó una transformación muy importante e interesante”, explicó Rafael Mon, CEO de K2B; “incorporamos metodologías de un grupo empresarial internacional con muy buenas prácticas y un conocimiento de la industria muy importante”.

A pesar de que K2B ya está presente en ocho países en Latinoamérica, a través de Vesta se abre la posibilidad de trabajar en países de habla inglesa de una forma más directa según Mon: “si bien la posibilidad de trabajar para mercados de habla inglesa existe para cualquier empresa de software, con este nuevo escenario corporativo, estamos pudiendo acceder a mercados como el canadiense o estadounidense con un producto consolidado como es K2B”.

El sistema de planificación de recursos empresariales (ERP por sus siglas en inglés) de K2B es una solución que abarca la gestión integral de una empresa, con un nivel funcional muy completo, que está constantemente actualizado tecnológicamente y creciendo en funciones. “Nuestro eslogan es que somos una solución future proof, porque estamos preparados para soportar los cambios que se vienen: en los negocios, en la empresa, en la tecnología o las regulaciones de cada mercado”, detalló Mon, quien ilustró la flexibilidad que tiene su producto: “estamos en industrias privadas y de gobierno, desde el Banco Cen-



Rafael Mon, CEO de K2B

tral de Paraguay con 700 usuarios, que automatizó sus procesos internos, hasta BancoSol, una de las principales instituciones financieras de Bolivia. Todo eso lo soportamos con una solución desarrollada desde acá”.

Estar actualizados es una obligación

“Como empresa de tecnología necesariamente tenemos que estar viendo y explorando todo constantemente, porque si no lo hacés estás tarde”, explicó Mon sobre la necesidad de estar a la vanguardia tecnológica. Sin embargo, para algunas empresas donde su rubro principal no es la tecnología, esto puede resultar en inversiones muy costosas, e incluso erróneas:

“La frase

Nuestro eslogan es que somos una solución future proof, porque estamos preparados para soportar los cambios que se vienen

Rafael Mon
CEO de K2B

”

“cuando sale una tecnología nueva, todo el mundo la quiere usar para todo y generalmente eso es un error porque la tecnología hay que aplicarla cuando realmente te da beneficio”, agregó. “Para eso estamos las empresas tecnológicas, que hacemos grandes inversiones para entregar valor a empresas y usuarios mediante soluciones de tecnología prontas para su uso” dijo Mon.

En ese sentido, K2B está constantemente trabajando en actualizaciones. Recientemente incorporó un componente de Inteligencia Artificial a la solución “que va a permitir a los usuarios poder hacer preguntas en lenguaje natural”, anunció el CEO. Mon contó cómo funciona en la prác-

tica: “podés preguntarle al sistema ‘quiero saber la deuda que X empresa tiene con nosotros’ y el sistema te va a indicar dónde está esa respuesta”.

Explicó además que, con esta funcionalidad, solucionan dos problemas clave que tiene actualmente la Inteligencia Artificial: “un tema crítico es la exactitud de la respuesta; si vos le permitís a la IA que te dé una respuesta final exacta podés tener un problema. El segundo tema crítico es la seguridad”, explicó y agregó: “garantizamos que la información se muestra en el sistema. No le pasamos al chat GPT los datos del cliente, sino que le pasamos qué quiere saber el cliente y nosotros después le mostramos esa información”. ●



○ | **Media para Zinnovate**

“La banca necesita imperativamente innovar su modelo de negocio”

Zinnovate es una empresa global pionera en software para la banca y las transacciones digitales. En la actualidad opera en 12 países y planea continuar expandiéndose en la región

La compañía fue fundada en el año 2016, tiene sede en Montevideo y oficinas comerciales en Buenos Aires, Ciudad de México y Miami. Zinnovate cuenta con más de 24 clientes y cada uno le representa desafíos particulares. Sin embargo, existe un factor que se repite en cada país y es que “toda Latinoamérica se ha enriquecido mediante el crecimiento de las fintechs. Adicionalmente, la banca tradicional realiza grandes transformaciones digitales para no quedar rezagados en su oferta de productos y servicios”, explicó Pablo Pereyra Portugal, el Chief Revenue Officer. Con más de 25 años de experiencia en el sector, el CRO agregó que “la sociedad le exige a la banca un nuevo rol. Quedó en el pasado la mirada donde se percibía la banca por ser un lugar seguro donde depositar los ahorros. Se requiere inmediatez, conectividad y soluciones simples. Por otro lado, la banca necesita imperativamente innovar su modelo de negocio. Estas tendencias generan un nuevo paradigma que transforma la industria”.

Un nuevo tipo de banca

En marzo de este año, Zinnovate lanzó la nueva plataforma Frame Banking™ que habilita a las instituciones a responder “con agilidad a las demandas cambiantes del mercado, aprovechar tecnologías de vanguardia y mejorar la integración de soluciones. Esto no solo reduce costos, sino que también permite brindar experiencias más personalizadas y adecuadas a sus clientes, brindando a las instituciones financieras una ventaja competitiva en un entorno financiero en constante evolución”, explicó el CRO. “Frame Banking™ permite posicionar la transacción



Pablo Pereyra Portugal, CRO de Zinnovate

como gran habilitador de nuevos modelos de negocio, generando nuevos ecosistemas de pagos que permiten apalancar la innovación, a través de una plataforma SaaS, nativa en la nube, que operan en línea, totalmente apificada, permite lanzar servicios transaccionales en semanas. Nuestra plataforma permite innovar en los modelos de negocio, posicionando a la transacción en el centro, crear ecosistemas transaccionales, y mejorar la eficiencia operativa y

Frame
Banking

Powered by
Zinnovate

la seguridad. Esto permite a las instituciones financieras adaptarse rápidamente, ofrecer soluciones digitales innovadoras y cumplir con regulaciones sin complicaciones”, agregó.

Para ilustrar de forma simple el funcionamiento de la nueva plataforma, el CRO la asemejó

a un juego de bloques LEGO®. “Cada pieza o bloque representa un componente distinto de un sistema bancario. Imaginemos una institución financiera que ya tiene construida una estructura con estos bloques representando su sistema actual y supongamos que decide ofrecer una nueva fun-

“ La frase

La sociedad le exige a la banca un nuevo rol. Quedó en el pasado la mirada donde se percibía la banca por ser un lugar seguro donde depositar los ahorros

Pablo Pereyra Portugal
CRO de Zinnovate

”

ción a través de la banca móvil. En lugar de desarmar toda la estructura y construirla de nuevo mediante desarrollos, con Frame Banking™, simplemente disponibiliza la funcionalidad a través de una API (Application Programming Interface) para que se despliegue en la banca móvil de dicha entidad, sin afectar las otras piezas que ya estaban en su lugar. Las instituciones financieras pueden añadir, quitar o reemplazar bloques según lo requieran, sin la necesidad de deshacer todo lo que ya tienen construido.

La expansión

El próximo desafío que Pereyra Portugal planteó como clave para la empresa es “la expansión continua en nuevos mercados y la adaptación constante a las cambiantes demandas tecnológicas y regulatorias en la industria financiera. Actualmente, estamos en un proceso de expansión en regiones adicionales, y continuamos con la diversificación de nuestros productos como también la innovación constante para mantenerse a la vanguardia de las soluciones bancarias de próxima generación.” ●



○ | **Media para Bantotal**

Bantotal: la plataforma bancaria que es líder en América Latina

La plataforma creada en Uruguay brinda a las instituciones financieras las capacidades bancarias necesarias para crecer y desarrollarse en medio de un contexto de cambio permanente

En el mundo, existen muy pocas plataformas bancarias y Bantotal es una de ellas. “Somos una organización global de conocimiento y tecnología, con una fuerte trayectoria de liderazgo en LATAM. Nuestro propósito principal es resolver problemas complejos de la vida financiera de las personas de una manera simple. Nuestra plataforma bancaria, Bantotal, y todo el ecosistema de soluciones y servicios que se desarrollan en torno a ésta, permiten a las entidades financieras atender múltiples modelos de negocio. Bantotal juega un rol muy importante pues representa el corazón de las entidades financieras en lo que refiere a la tecnología”, explicó Pablo López, CEO de Bantotal.

Sello Bantotal

Con más de tres décadas de trayectoria en el mercado mundial, Bantotal se distingue por varios aspectos que marcan el diferencial de la compañía. López afirmó que desde un punto de vista tecnológico, los sintetiza en siete elementos clave: “la capacidad de resolver los procesos bancarios requeridos por diferentes tipos de instituciones financieras, la capacidad de escalar y funcionar 24x7, brindar seguridad, facilitar la integración con terceros, operar en la nube, ofrecer observabilidad en todos sus procesos y la capacidad de ofrecer una amplia comunidad de organizaciones que complementan a la plataforma con productos y servicios especializados. Estas capacidades incorporan el conocimiento bancario en general y de cada una de las plazas en las que opera. Otro diferencial fundamental es la capacidad para implementar la plataforma y asegurar que la institución fi-



Pablo López, CEO de Bantotal

nciera funcione procesando millones de transacciones diarias las 24 horas del día, sin interrupciones. En definitiva, la plataforma bancaria Bantotal le brinda a las instituciones financieras las capacidades bancarias que requieren para crecer y desarrollarse en función de la estrategia que elijan llevar adelante en un contexto de cambio permanente”.

El desarrollo del sector TIC en Uruguay

El CEO afirmó que Uruguay como país ofrece ventajas para el desarrollo de la industria TIC. “Son varios factores, de forma

“ La frase

Nuestro propósito principal es resolver problemas complejos de la vida financiera de las personas de una manera simple

Pablo López
CEO de Bantotal

”

resumida diría que el acceso universal y gratuito a la educación, la estabilidad política, las condiciones macroeconómicas, los incentivos fiscales, la disponibilidad y acceso a una importante infraestructura tecnológica y la existencia de un ecosistema de empresas de tecnología que han logrado una muy buena reputación en el exterior, constituyen elementos relevantes para el desarrollo de la industria”. Siendo Uruguay un lugar atractivo para el desarrollo de la industria, López expresó que el principal desafío sigue siendo una mayor inserción internacional, logrando estar presente en nuevos

mercados y destacó los desafíos que esto conlleva en términos de profesionalización y generación de propiedad intelectual para ser comercializada en el mundo.

Un ecosistema en torno a la plataforma

El próximo 4 y 5 de octubre se celebrará el Bantotal Meetup 2023 en Colombia, un evento que reúne a la comunidad internacional de clientes y socios de la Plataforma. “Es una instancia única de intercambios entre todas las instituciones financieras, socios y expertos que forman parte de la comunidad multinacional de Bantotal”, expresó Pablo López. ●